



*Estando cerca, llegamos lejos*

**MEMORIA ANUAL 2021**

GRUPO COVIRAN





# Sumario

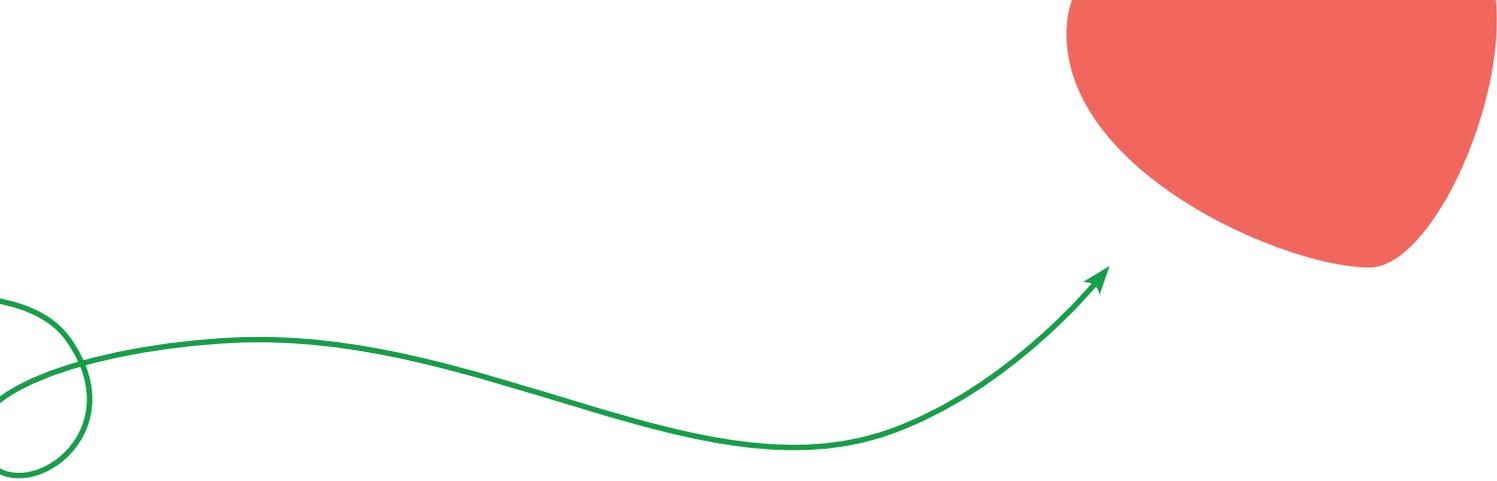
COVIRAN 2021 - PRINCIPALES MAGNITUDES	pág 10
MENSAJE DE LA PRESIDENTA	pág 12
MENSAJE DEL DIRECTOR GENERAL	pág 14
HITOS 2021	pág 16

## CAPÍTULO 1

### *Identidad, valores y transparencia*

pág 19

60 AÑOS DE HISTORIA	pág 20
IDENTIDAD, VALORES Y COMPROMISO	pág 22
LOS PRINCIPIOS DE LA COOPERATIVA	pág 23
UNA ESTRUCTURA SOCIETARIA CONSOLIDADA	pág 24
ÓRGANOS SOCIALES	pág 25
CONSEJO RECTOR	pág 26
INTERVENCIÓN / ÓRGANOS EJECUTIVOS	pág 28
COMITÉ DE ÁREAS FUNCIONALES	pág 29
LA TRANSPARENCIA Y CÓDIGO ÉTICO	pág 30
OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE	pág 31
MATRIZ DE MATERIALIDAD	pág 33



## CAPÍTULO 2

### *Economía sobre una base sólida*

pág 35

DATOS DESTACADOS 2021

pág 36

LA DESTACADA CONTRIBUCIÓN DE COVIRAN A LA SOCIEDAD

pág 37

NÚMEROS QUE AVALAN LA SOLVENCIA DE LA COOPERATIVA

pág 38

INVERSIÓN EN MODERNIZACIÓN PARA ALCANZAR LA RENTABILIDAD

pág 39

UNA DEMOSTRACIÓN DE FORTALEZA LOGÍSTICA

pág 40

CON PASO FIRME HACIA UN FORMATO DE TIENDA MÁS RENTABLE

pág 41

PREPARADOS PARA LOS NUEVOS RETOS

pág 42

## CAPÍTULO 3

### *Las personas*

pág 45

FIELES A LOS PRINCIPIOS Y VALORES FUNDACIONALES

pág 46

LOS SOCIOS: UN MODELO RENTABLE DONDE GANA PRESENCIA LA MUJER

pág 47

LA SOLIDEZ DE UNA MARCA DE SUPERMERCADOS YA CONSOLIDADA

pág 48

EXPANSIÓN EN CATALUÑA Y PORTUGAL

pág 49

UN SUPERMERCADO MÁS MODERNO Y CERCANO

pág 50

OPORTUNIDADES DE NEGOCIO EN PUEBLOS DESPOBLADOS

pág 51

UN MODELO SÓLIDO QUE DINAMIZA LA ECONOMÍA

pág 52

UNA COOPERATIVA INCLUSIVA QUE HABLA UN MISMO IDIOMA

pág 54

LA EXPANSIÓN POR LAS ISLAS CANARIAS

pág 55

INTERNACIONALIZACIÓN. COVIRAN PORTUGAL

pág 56

• 2021, POR LA SENDA DEL CRECIMIENTO	pág 57
• COVIRAN PLUS, UN FORMATO DE TIENDA CON LA NOTA MÁS ALTA	pág 58
<b>EL MODELO DE SUPERMERCADO. FORMATO DE TIENDA ADAPTADO AL SOCIO</b>	<b>pág 59</b>
• PUNTO DE VENTA RESPONSABLE, EL MODELO MÁS COMPROMETIDO	pág 60
• LA ACCESIBILIDAD UNIVERSAL RECIBE UN NUEVO IMPULSO	pág 61
• DESPERDICIO CERO	pág 62
• EFICIENCIA ENERGÉTICA	pág 63
• COLABORACIÓN CON EL ENTORNO	pág 64
• CONTRATACIÓN RESPONSABLE	pág 64
<b>ESCUELA DE COMERCIO</b>	<b>pág 65</b>
• AÑO RÉCORD DE CURSOS DE FORMACIÓN	pág 66
• LA ENSEÑANZA 'ONLINE', CADA VEZ MÁS PRESENTE	pág 67
• FORMACIÓN DE LOS TRABAJADORES	pág 69
• ESCUELA DE COMERCIO EN PORTUGAL	pág 70
<b>RETOS DE LA LOGÍSTICA DEL FUTURO</b>	<b>pág 71</b>
• UN SERVICIO EFICAZ DE REPARTO QUE SATISFACE AL SOCIO	pág 72
• CONTROL DE LA TEMPERATURA CON HIELO SECO	pág 73
• MÁS CAPACIDAD DE ALMACENAJE	pág 74
• COORDINACIÓN DEL TRABAJO CON LA IMPLICACIÓN DE TRABAJADORES	pág 75
• REFUERZO DE LA FORMACIÓN VÍA 'ONLINE'	pág 76
• EFICIENCIA EN LA CADENA DE SUMINISTRO	pág 77
<b>INNOVACIÓN Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL</b>	<b>pág 78</b>
<b>APUESTA POR EL SOFTWARE DE GESTIÓN. COVIGÉS RT</b>	<b>pág 79</b>
<b>LA ATENCIÓN QUE QUIERE EL SOCIO Y EL CLIENTE</b>	<b>pág 80</b>
<b>EL SERVICIO DE EQUIPAMIENTO SE GANA A LOS SOCIOS</b>	<b>pág 81</b>
<b>TRAMITACIÓN DE AYUDAS A LA MODERNIZACIÓN</b>	<b>pág 82</b>
<b>MARKETING. DESPIERTA PASIONES Y PREMIA LA FIDELIDAD</b>	<b>pág 83</b>
• UN CUMPLEAÑOS A LO GRANDE	pág 84
• SUBIRSE AL TREN DE LA HISTORIA	pág 86
• CAMPAÑAS CON MUCHO TIRÓN Y ÉXITO ENTRE LOS CLIENTES	pág 87
• LA FIDELIDAD DE LAS GRANDES FIRMAS PARA COMPENSAR A LOS CLIENTES	pág 88
• LA CONSOLIDACIÓN DE LA MARCA PORTUGAL	pág 89

• CADA VEZ SON MÁS LAS TIENDAS CON CANAL MULTIMEDIA Y CORPORATIVO	pág 90
<b>CLUB FAMILIA, EN LÍNEA ASCENDENTE</b>	<b>pág 91</b>
• CIFRA RÉCORD EN PORTUGAL	pág 91
<b>UNA PLANTILLA COMPROMETIDA CON LOS VALORES DE LA COOPERATIVA</b>	<b>pág 92</b>
• EL TELETRABAJO SE CONSOLIDA COMO LA OPCIÓN MÁS SEGURA	pág 93
• ESTABILIDAD EN LA PLANTILLA	pág 94
• BENEFICIOS ESTÁNDAR	pág 97
• PLANES DE PREVENCIÓN Y SALUD LABORAL	pág 98
• PROTOCOLO DE SEGURIDAD ANTE LA PANDEMIA	pág 100
• SUSCRITO NUEVO CONVENIO COLECTIVO	pág 101
• MEJORAS EN IGUALDAD DE OPORTUNIDADES	pág 102
• FOMENTO DE LA CONCILIACIÓN	pág 103
• OBJETIVOS 2022	pág 105
<b>LOS CLIENTES</b>	<b>pág 106</b>
• UN SURTIDO PARA TODO TIPO DE CLIENTES	pág 107
• PROYECTO RESTYLING. IMAGEN RENOVADA EN 300 ARTÍCULOS	pág 108
• UN SURTIDO ÚNICO Y DE CALIDAD	pág 109
• COVIRAN PORTUGAL TRABAJA POR AMPLIAR SU PROPIO SURTIDO	pág 110
• LA INVESTIGACIÓN EN ALIMENTACIÓN, UN SEGURO DE VIDA	pág 110
• COMPROMISO CON LOS CONSUMIDORES CON INTOLERANCIAS	pág 111
• APUESTA POR LOS PLATOS ELABORADOS	pág 112
• PRODUCTOS GOURMET PARA LOS CLIENTES MÁS EXIGENTES	pág 112
• L'AMILE, MARCA EXCLUSIVA DE ALTA COSMÉTICA	pág 113
<b>LA ALIANZA CON PROVEEDORES</b>	<b>pág 114</b>
• LOS CONTROLES SOBRE LA CALIDAD DE ALIMENTOS MDD	<b>pág 115</b>
• EL PROVEEDOR DE PROXIMIDAD, NUESTRO MEJOR ALIADO	pág 116
• PRODUCTOS FRESCOS PARA GANAR EN SALUD	pág 117
• CAMPAÑAS DE APOYO AL PRODUCTO LOCAL	pág 118
• EL CONTROL SOBRE LA ALIMENTACIÓN	pág 119



## CAPÍTULO 4

# El lado más humano

pág 121

### NUESTRA CARA MÁS SOLIDARIA

pág 122

#### 01. SALUD Y NUTRICIÓN

pág 124

#### 02. ENTORNO SOCIAL Y PATROCINIOS

pág 125

#### 03. GESTIÓN DE LA DIVERSIDAD

pág 130

#### 04. MEDIO AMBIENTE

pág 132

- UN PASO HISTÓRICO EN LA REDUCCIÓN DE LOS RESIDUOS

pág 132

- MENOS CONSUMO DE ENERGÍA Y GASES CONTAMINANTES

pág 133

- COVIRAN CUMPLE CON EL RECICLAJE DE RESIDUOS

pág 135

- DIAGRAMA DEL FLUJO DE RESIDUOS

pág 136

- UN AÑO PARA PONERSE LAS PILAS

pág 137

- APARATOS ELÉCTRICOS, LUMINARIAS Y TÓNER

pág 138

- CADA GOTTA DE AGUA IMPORTA

pág 139

- CRUZADA CONTRA EL PLÁSTICO DE UN SOLO USO

pág 140

- POR UN TRANSPORTE QUE DEJE LA MENOR HUELLA

pág 141

- BUENAS PRÁCTICAS PARA REDUCIR EL USO DE PAPEL

pág 141

### COMUNICACIÓN, UN SERVICIO ESENCIAL

pág 142

- UN AMBICIOSO PLAN DE COMUNICACIÓN PARA FESTEJAR LOS 60 AÑOS

pág 144

- GRAN IMPACTO MEDIÁTICO POR EL 60 ANIVERSARIO

pág 145

- LAS REDES SOCIALES, EN CONTINUO CRECIMIENTO

pág 146

- COVIRAN PORTUGAL AFIANZA SU RELACIÓN CON LOS CLIENTES

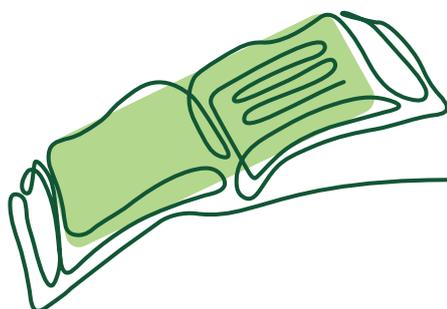
pág 147

### ASOCIACIONES. LA ALIANZA EN DEFENSA DE LOS INTERESES DEL SECTOR

pág 148

### RELACIONES INSTITUCIONALES

pág 150



## CAPÍTULO 5

### *Premios y distinciones*

pág 153

LA FUNDACIÓN MUTUALIDAD DE LA ABOGACÍA PREMIA LA LABOR DE COVIRAN

pág 154

CRUZ ROJA DISTINGUE A LA COOPERATIVA POR EL PLAN DE EMPLEO

pág 154

COPE GRANADA RECONOCE EL COMPROMISO DE LA COOPERATIVA

pág 155

COVIRAN PORTUGAL LOGRA SER LA MEJOR TIENDA DE PROXIMIDAD

pág 155

## CAPÍTULO 6

### *Informe económico-financiero*

pág 157

EVOLUCIÓN DE NEGOCIO

pág 158

PERSPECTIVAS DE FUTURO

pág 161

BALANCE DE SITUACIÓN

pág 162

INFORME DELOITTE

pág 165

INFORME DE LOS INTERVENTORES

pág 170

## CAPÍTULO 7

### *Anexo de tablas con criterios GRI paginados*

pág 00

PRINCIPIOS QUE RIGEN LA CALIDAD DEL INFORME

pág 174

SISTEMA DE REPORTE

pág 175

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

pág 175

ÍNDICE DE INDICADORES GRI DE LA MEMORIA

pág 176

# Covirán en 2021

PRINCIPALES  
MAGNITUDES

Ventas brutas baja enseña

**1.644**  
MILLONES €

*España* **1.445** M€

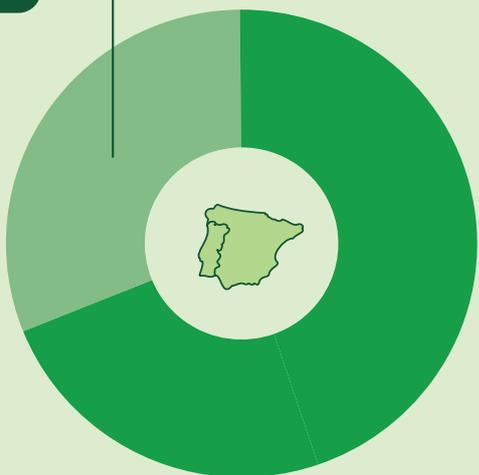
*Portugal* **199** M€

CRECEMOS EN TIENDAS DE GRAN TAMAÑO

Establecimientos  
- 151 m<sup>2</sup>

**34,9%**

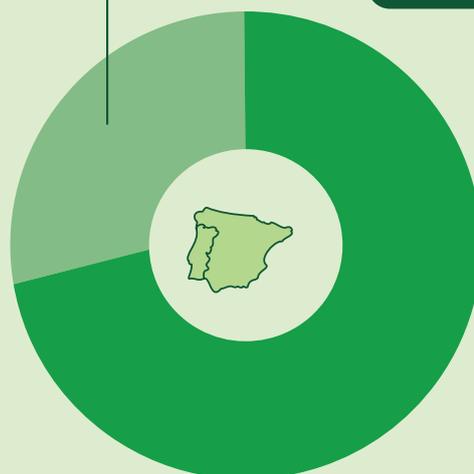
**1,02%**  
CRECIMIENTO



Establecimientos  
151-400 m<sup>2</sup>

**29,8%**

**0,99%**  
CRECIMIENTO



Covirán, **LÍDER** en el formato proximidad

**7º**

en establecimientos - **300 m<sup>2</sup>**

EBITDA

**7,97**  
MILLONES €

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

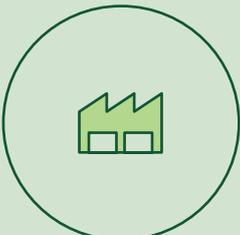
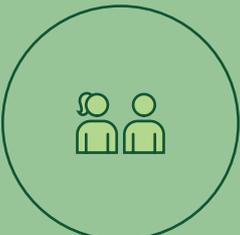
**1.445** M€  
Cash Flow Social  
**TOTAL ENSEÑA**



**COVIRAN ES LA ÚNICA ENSEÑA PRESENTE EN EL**

**3,6%** de los municipios con **- 10.000 hab.** (51 municipios)

**18,7%** de los municipios con **- 2.000 hab.** (257 municipios)

PLATAFORMAS	EMPLEO	SUPERMERCADOS	SOCIOS
 <b>29</b> TOTAL	 <b>15.119</b> TOTAL	 <b>2.856</b> TOTAL	 <b>2.404</b> TOTAL
es <b>26</b> pt <b>3</b>	es <b>13.277</b> pt <b>1.842</b>	es <b>2.566</b> pt <b>290</b>	es <b>2.169</b> pt <b>235</b>
<b>425.405m<sup>2</sup></b> Total m <sup>2</sup> de plataformas	<b>89,16%</b> Empleo indefinido	Supermercados <b>Nuevo Concepto Covirán</b> <b>251</b>	 <b>Socias</b> > es <b>49,5%</b> pt <b>40%</b>
		Puntos de Venta <b>Responsables</b> <b>75</b>	Diversidad <b>Nacionalidades diferentes</b> <b>23</b>
		 <b>Covirán Plus</b> <b>3</b>	

Ranking de distribución

es **2º**  **4º** pt

POR NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS (Mdo. Ibérico)  
 Fuente: Nielsen

# Patro Contreras Márquez

## Presidenta de Covirán



“ Hay razones de peso para confiar en que todo lo sembrado siga dando frutos con la participación activa de los 2.404 Socios que están al frente de los 2.856 supermercados Covirán en España y Portugal ”

Querido Socio, querida Socia:

En nuestra memoria colectiva permanecerá durante mucho tiempo el recuerdo del intenso trabajo desarrollado durante 2021, el año del 60 aniversario de la fundación de la Cooperativa y el décimo de nuestra presencia en Portugal, efemérides que celebramos con entusiasmo pese a no pocas adversidades.

Fueron numerosas las vicisitudes que padecimos en 2021, un año que arrancó con los efectos muy presentes de una pandemia de dimensiones desconocidas y un temporal de nieve que colapsó media España; a lo que se sumó, con el paso de los meses, la presión al alza de los costes de las materias primas, una tendencia que se mantiene en 2022 y que hemos tratado de que repercuta lo menos posible en el bolsillo del Socio y del cliente.

Ante este complicado escenario, Covirán ha dado muestras una vez más de resiliencia, de mantener la cohesión como grupo para salir fortalecidos de las situaciones más complicadas.

En lo social, seguimos siendo un referente en valores, estando cerca de nuestro entorno para lo bueno y para lo malo, con la implicación y solidaridad cada vez mayor de los Socios y el trabajo indispensable de la Fundación Covirán.

Por tanto, hay razones de peso para confiar en que todo lo sembrado siga dando frutos con la participación activa de los 2.404 Socios que están al frente de los 2.856 supermercados Covirán en España y Portugal.

Precisamente, una de las muchas experiencias gratificantes vividas el pasado año fue la posibilidad de retomar el contacto con los Socios y visitar todas las plataformas logísticas, incluidas las de Portugal. Tenía muchas ganas de recuperar el diálogo directo, siempre que me ha sido posible de forma presencial y en otras ocasiones por medios telemáticos. Os confieso que me llevo una inmejorable opinión de nuestros encuentros, de vuestras propuestas y sugerencias que nos ayudan a seguir creciendo y avanzar en nuevos proyectos.

Entre las novedades que precisamente incorporamos el pasado año figura el cambio en los estatutos para incentivar la participación de los Socios y facilitar las reuniones del Consejo Rector y de la Asamblea General también de manera tele-



mática. Con ello se ha conseguido que vuestra opinión se siga teniendo en cuenta y no se paralice la toma de decisiones en circunstancias excepcionales como las vividas en la pandemia.

En 2021 también tuvimos oportunidad de celebrar la reunión en Sintra de los dos máximos órganos de dirección, el Consejo Rector y su Comité de Dirección, una ocasión para hacerles sentir a nuestros compañeros, los Socios portugueses, que somos una Cooperativa unida que vamos de la mano y que su contribución está siendo vital para el futuro de la Cooperativa.

Los encuentros institucionales durante el 60 aniversario también han servido para mejorar la visibilidad y la reputación de Covirán, un valor intangible que ha reforzado la posición de la marca en el sector de la distribución agroalimentaria.

Un acontecimiento tan especial obligaba a compartir el éxito y devolver a la sociedad parte de lo mucho que hemos recibido en estos años. Quiero agradecer especialmente la implicación desinteresada de los Socios que, con la ayuda de la Cooperativa, contribuyeron a paliar la delicada situación de cientos de afectados por los desastres naturales o colaboraron activamente en la programación de eventos que se desarrollaron en sus pueblos o ciudades. Con su compromiso y ejemplo hicieron realidad el lema 'Estando cerca, Llegamos lejos', que resume perfectamente el concepto de proximidad de Covirán como valor diferencial.

No quiero dejar pasar la oportunidad de destacar el esfuerzo de los 15.119 trabajadores que desempeñan su labor en las distintas sedes de la Cooperativa y en los supermercados de los Socios. En tiempos de pandemia han demostrado su compromiso incondicional y su dedicación para superar los momentos más delicados y ofrecer profesionalidad y atención personalizada al servicio del cliente. En los dos últimos años se ha dado prioridad a la salud laboral de los empleados y de los consumidores, incrementando los controles y los protocolos de prevención, manteniendo el sistema del teletrabajo en los servicios centrales e incentivando la formación online y la comunicación interna para construir una cultura de trabajo basada en la mejora continua.

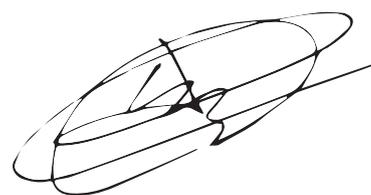
Quedan retos por delante. Recientemente se presentó y aprobó el plan estratégico que profundiza en la modernización de los supermercados y de la red logística para seguir por la senda del crecimiento. Un nuevo equipo territorial

trabaja ya en mejoras a partir del análisis y comparativa del sector de la agroalimentación que nos ayudarán a proyectar las metas y superar nuestras expectativas.

Es cierto que nos movemos en un escenario internacional con mucha inestabilidad e incertidumbre que está afectando al consumo. Pero no es menos cierto que el modelo de economía social de Covirán y nuestro formato de tienda, capaz de satisfacer las necesidades del cliente más exigente, han demostrado en reiteradas ocasiones que resisten mejor en los momentos de recesión.

Buena parte de los resultados obtenidos en estos dos últimos años es consecuencia del trabajo del comité de dirección, sobre el que recae la responsabilidad de adoptar las decisiones estratégicas para hacer más rentables nuestras tiendas y el conjunto de la Cooperativa.

A través de esta carta quiero agradecer un año más a Socios y empleados su buen hacer. Os ánimo a participar de forma directa en el cambio cultural al que evolucionamos, puesto que tendrá un gran impacto en la Cooperativa y ayudará a incrementar la productividad de los supermercados. Es imperativa la cultura del compromiso para alcanzar 60 años más de vida.



**Patro Contreras Márquez**  
*Presidenta Covirán*

# José Francisco Muñoz López

## Director general del Grupo Covirán



“ Al crecimiento sólido y estable de la Cooperativa en 2021 ha contribuido sin duda alguna Covirán Portugal. El desafío de su integración es real y la implicación de sus Socios en el conjunto de la Cooperativa está siendo muy positiva ”

Estimados Socios / Estimadas Socias:

Hemos conseguido cerrar el año del 60 aniversario en inmejorables condiciones para profundizar en los retos de futuro con garantías y plena confianza en nuestras potencialidades, sobre todo cuando se trabaja con la confianza, la competencia y la honestidad del entramado asociativo y sus trabajadores.

Teníamos por delante un año histórico que exigía un esfuerzo extraordinario a causa de la pandemia, pero ninguno de los contratiempos impidió que cumpliéramos con las expectativas.

Entre nuestras metas figuraba seguir proporcionando a nuestros Socios un servicio de calidad eficiente para que no se resintieran las ventas de su negocio. El objetivo se cumplió no sin dificultades derivadas de las oleadas de contagios y de un temporal de nieve que colapsó media España.

El segundo de los retos alcanzado con éxito fue el de potenciar la marca a la sociedad en su conjunto durante nuestro aniversario. Era obligado proyectar, utilizando todos los medios a nuestro alcance, a Covirán, sus Socios y lo que significa nuestra Cooperativa. El resultado no ha podido ser más satisfactorio y nos marca el camino a seguir en los próximos años.

El último de los propósitos logrados era el de consolidar la estructura e involucrar a Socios y empleados para poner los pilares de una nueva cultura en la Cooperativa que permita crecer de forma más sostenible y rápida en tiempos de tanta volatilidad e incertidumbre. Para hacer frente a los desafíos inmediatos, la Cooperativa se ha reorganizado en equipos de dirección y trabajo que desarrollan sus tareas de forma transversal y con mayor agilidad.

El balance de todo ello nos permite ser optimistas. Si nos ceñimos a 2021 y al volumen de negocio, se ha producido un incremento por encima del 7% respecto a niveles prepandemia, una tendencia al alza que confirma el aumento de nuestra competitividad.

Al crecimiento sólido y estable de la Cooperativa en 2021 ha contribuido sin duda alguna Covirán Portugal. El desafío de su integración es real y la implicación de sus Socios en el conjunto de la Cooperativa está siendo muy positiva después de diez años transcurridos desde su implantación. El objetivo en estos años no es otro que apuntalar los cimientos de la Cooperativa para permitir el proceso expansión por territorio portugués, donde aún hay margen de crecimiento.



## UN PLAN ESTRATÉGICO SOBRE CINCO EJES

Si nos referimos al futuro más inmediato es razonable pensar que buena parte del éxito de la Cooperativa se sustentará en el nuevo plan estratégico de Covirán que se ha diseñado hasta 2025 y que ha sido aprobado por el Consejo Rector en el primer trimestre de 2022. Se trata de un plan de actuación que pivota sobre cinco ejes:

- ▶ La Cooperativa que forman Socios y empleados sobre el vínculo de la confianza.
- ▶ Los Socios que, unidos, construyen el futuro en base a su relación e interacción con el cliente.
- ▶ Los clientes, cuya experiencia de compra dependerá del servicio que le ofrezcamos, de lo que le hagamos sentir durante su visita al punto de venta.
- ▶ La Sociedad en la que nos encontramos inmersos. Crear un negocio fuerte y construir un negocio mejor no son metas contradictorias, son indispensables para lograr el éxito a largo plazo.
- ▶ Una marca con valores que se asocie a confianza, calidad, competencia, honestidad y fiabilidad. Lo que define a nuestra Cooperativa.

Hoy Covirán centra su energía en los proyectos de modernización de las tiendas y plataformas para lograr la rentabilidad del Socio y mejorar la experiencia de compra del cliente, un esfuerzo que obliga a mejorar aún más la operatividad de nuestra red logística, donde venimos trabajando de forma intensa en los dos últimos años reorganizando el modelo capilar e incrementando la eficiencia de nuestra cadena.

Lo mismo ocurre con el proyecto de segmentación de los puntos de venta. La Cooperativa no puede permanecer ajena a las transformaciones que se ciernen sobre el sector y que implican un cambio en la cultura y la mentalidad para entender mejor el mundo en el que nos movemos, condicionado por los avances tecnológicos.

Algunos pasos ya hemos dado en la dirección que entendemos correcta. Por ejemplo, más de 1.100 tiendas cuentan con el nuevo software de gestión más eficaz para la gestión del negocio. Se encuentran muy avanzados proyectos como el sistema de tecnología CRM que permite analizar las interacciones con clientes y anticipar necesidades; la nueva

herramienta 'e-commerce' para el reto ineludible de integrar los canales físico y online y que estará a disposición de los consumidores para facilitar las compras; la culminación del proceso estratégico de 'restyling' para dar con la imagen más atractiva en los productos de marca propia; o el uso de inteligencia artificial para la gestión del stock y otros aspectos del supermercado, por poner solo algunos ejemplos.

Todo ello sin olvidar la apuesta de Covirán por la economía circular y la sostenibilidad, por reducir al máximo la huella ambiental de nuestra actividad y devolver a la sociedad parte de lo mucho que nos ha dado en 60 años de vida, contando para ello con una Escuela de Formación con mayor prestigio y una Fundación Covirán más fuerte y activa, canalizadora de las ayudas a los colectivos más desfavorecidos.

El próximo ejercicio, el año 2022, no será fácil pero afrontamos los retos futuros con la seguridad de un modelo de negocio robusto, con la cooperación de nuestros proveedores. Para lograrlo contamos con el apoyo de un gran equipo, a quien agradezco su implicación y esfuerzo. Muchas gracias.



**José Francisco Muñoz**  
*Director general del Grupo Covirán*

# HITOS DESTACADOS

## Covirán 2021



### ENERO

- ▶ Comienza la celebración del 60 Aniversario Covirán
- ▶ El proyecto Covirán en Portugal cumple diez años de vida

### FEBRERO

- ▶ Covirán irrumpe en TikTok
- ▶ Encuentro con la Diputación de Jaén
- ▶ Encuentro con la Diputación de Córdoba
- ▶ Campaña junto con Landaluz, "Andalucía Sabe"

### MARZO

- ▶ **15 de marzo** Encuentro con la Diputación de Málaga
- ▶ **17 de marzo** Encuentro con la Diputación de Granada
- ▶ **19 de marzo** Encuentro con la Diputación de Almería
- ▶ **19 de marzo** Covirán se convierte en el patrocinador del Churriana baloncesto Inclusivo en silla de ruedas

### ABRIL

- ▶ **6 de abril** Covirán recibe el Premio Escuela de Pensamiento al mejor proyecto para una ancianidad digna
- ▶ **13 de abril** Encuentro corporativo con Asedas y el diario El Economista
- ▶ **19 de abril** Covirán celebra el día de su nacimiento con un gran espectáculo de fuegos artificiales
- ▶ **20 de abril** Fallece José Luis Puente, socio fundador de la Cooperativa
- ▶ **28 de abril** Encuentro con el embajador de Portugal

### MAYO

- ▶ **3 de mayo** Visita del presidente de la Junta de Andalucía a la sede de Covirán
- ▶ **4 de mayo** Encuentro con CEPES
- ▶ **10 de mayo** Encuentro con CEA
- ▶ **11 de mayo** Encuentro con la Diputación de Cádiz
- ▶ **12 de mayo** Encuentro con el ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación
- ▶ **25 de mayo** Reunión con presidentes de CEOE y CEIM

### JUNIO

- ▶ **1 de junio** Encuentro con CAEA



### JULIO

- ▶ **1 de julio** Entrega del Premio Escuela de Pensamiento para una ancianidad digna
- ▶ **14 de julio** Participación de Covirán en el Festival de Música y Danza de Granada
- ▶ **20 de julio** Encuentro con la Diputación de Sevilla
- ▶ **21 de julio** Encuentro con la Diputación de Huelva
- ▶ **28 de julio** Visita del alcalde de Granada al entorno del supermercado La Ilusión
- ▶ **30 de julio** Patrocinio al club de vela Dorsia Covirán Sailing Team

### AGOSTO

- ▶ **27 de agosto** Renovación del patrocinio con el CB GRANADA
- ▶ **27 de agosto** Entrega solidaria a Cáritas en Baza (Granada)

### SEPTIEMBRE

- ▶ **5 de septiembre** Ofrenda floral a la Virgen de las Angustias
- ▶ **6 de septiembre** Inauguración de la aceleradora empresas AcexHealth, centrada en el sector de la salud
- ▶ **14 de septiembre** Nace la Escuela de Fútbol Covirán

### OCTUBRE

- ▶ **17 de octubre** Renovación del patrocinio al Covirán Huétor Vega - Tenis de Mesa
- ▶ **21 de octubre** Entrega del premio COPE al compromiso
- ▶ **21 de octubre** Reconocimiento de la Cruz Roja por la alianza en materia de inserción laboral
- ▶ **25 de octubre** Covirán inaugura la primera campaña de publicidad del Metro Granada
- ▶ **28 de octubre** Patrocinio al equipo Voleibol Femenino Atarfe (Granada)

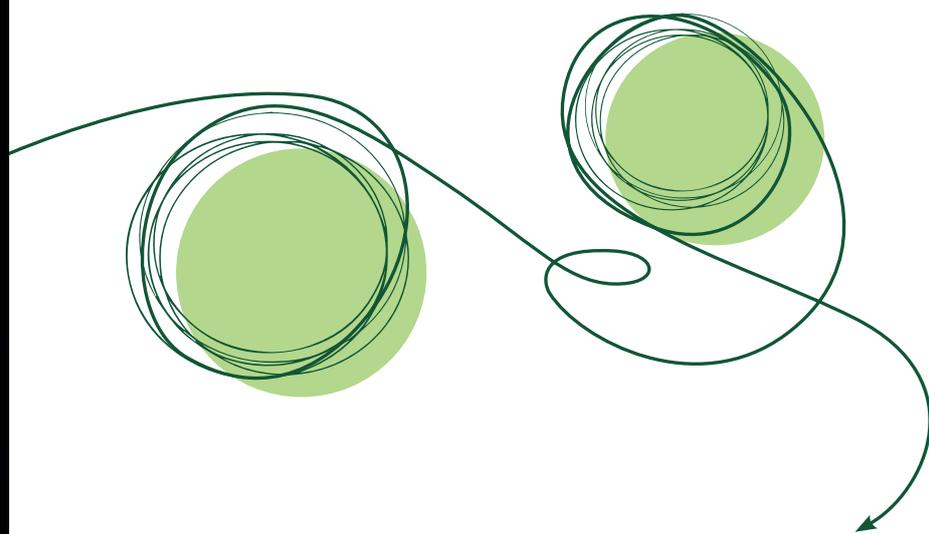
### NOVIEMBRE

- ▶ **12 de noviembre** Colaboración con Fundación ONCE para mejorar el servicio de personas con diferentes capacidades
- ▶ **14 de noviembre** Cumpleaños compartido con el cuerpo de bomberos Granada
- ▶ **17 de noviembre** Patrocinio a la Orquesta Ciudad Granada
- ▶ **19 de noviembre** Participación en el Congreso Andaluz de Comercio Interior
- ▶ **21 de noviembre** Intervención en el Congreso AECOC
- ▶ **23 de noviembre** Firma de convenio con Caja Rural
- ▶ **29 de noviembre** Los supermercados Covirán en Portugal reciben por segundo año consecutivo el premio Grande Consumo a la mejor tienda de proximidad

### DICIEMBRE

- ▶ **16 de diciembre** Los clientes, protagonistas en la creatividad del spot navideño de Covirán
- ▶ **18 de diciembre** Covirán clausura el año con una gran chocolatada navideña





# Identidad, valores y transparencia

**CAPÍTULO 1**



# COVIRAN

## 60 años de historia

Celebrar el 60 aniversario en medio de una pandemia que ha obligado a restringir los movimientos de la población no ha resultado sencillo, pero sí fructífero a tenor del balance de resultados que arroja la actividad de Covirán durante 2021.

La Cooperativa ha seguido incorporando nuevos Socios y abriendo nuevos supermercados, tanto en España como Portugal; señal inequívoca de que se cuenta con la confianza de los consumidores que siguen viendo a Covirán como el supermercado de proximidad de referencia.

El modelo de cercanía con el que la Cooperativa inició su andadura en 1961 no solo se ha fortalecido con el paso de los años sino que, afortunadamente, ha terminado por consolidarse en Portugal, donde también en 2021 se celebró un acontecimiento muy especial: el 10 aniversario de la implantación de Covirán en el país luso.

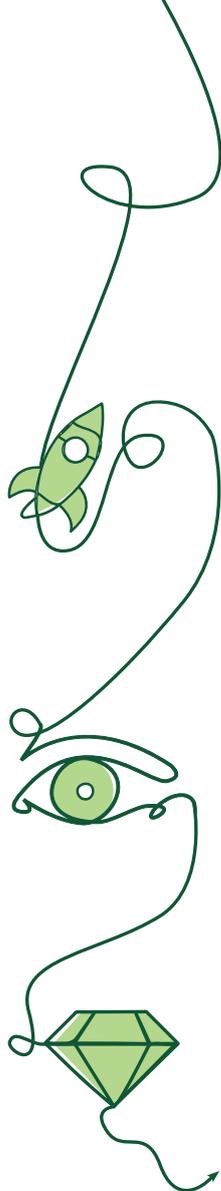
El lema 'Estando cerca, llegamos lejos', elegido para la conmemoración del 60 aniversario, definía perfectamente la filosofía de trabajo de una empresa de economía social que hace de la proximidad un valor diferencial, un elemento de distinción que le ha permitido crecer y revertir parte de los beneficios en el territo-

rio donde se asienta. Sin los Socios, los pequeños detallistas que se han sumado al proyecto, no es posible alcanzar las metas y los retos que deben afrontarse en el futuro más inmediato.

Precisamente, buena parte de las acciones desarrolladas en 2021, un año especialmente complicado por la pandemia y la subida de los precios de las materias primas, han ido encaminadas a impulsar el emprendimiento y ofrecer alternativas a nuevos Socios a través del modelo sostenible que defiende Covirán.

Generar oportunidades de negocio a emprendedores en zonas despobladas, defender los acuerdos con productores locales y cooperativas agrarias, profundizar en la modernización de las tiendas y mantener la apuesta por una alimentación saludable y sostenible, son los retos de la Cooperativa para los próximos años. Se cuenta para ello con el compromiso de los Socios, la alianza de los pequeños productores y la confianza de los clientes, que siguen eligiendo a Covirán como su tienda preferida para realizar las compras.

Su filosofía encuadrada bajo la fórmula de economía social no ha cambiado: la plena satisfacción de sus socios y una orientación 100% al cliente final son su razón de ser.



## 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.

## 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.

## VALORES

En Covirán hay cuatro valores que definen nuestro modelo de negocio y la manera de relacionarnos con las personas y con el entorno donde desarrollamos nuestra actividad:

- ▶ **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.



# Identidad, valores y compromiso

Covirán cerró el año de su 60 aniversario con el firme compromiso de seguir liderando un modelo de negocio de proximidad que se ha visto fortalecido durante los momentos más difíciles de la pandemia.

Lo demuestra el hecho que de siga creciendo el interés de los pequeños detallistas por sumarse al proyecto de una gran Cooperativa agroalimentaria que mantiene los valores que le definen desde su origen: cercanía, compromiso social, responsabilidad y solidaridad.

Al cierre de 2021, el número de Socios alcanzaba la cifra de 2.404 y el de empleados, incluida la plantilla laboral de la Cooperativa, se situaba en 15.119. Covirán tiene claro que el capital humano es el activo más importante de la empresa, el motor para garantizar el éxito y obtener mejores resultados.

Se valora incluso más en los momentos difíciles como los que nos han tocado vivir en los dos últimos años, en medio de una crisis sanitaria mundial sin precedentes en nuestra historia. En un escenario tan complicado ha salido reforzado el modelo de proximidad que abandera Covirán, un modelo que favorece el emprendimiento y la economía local, que genera oportunidades de negocio a emprende-

dores en zonas despobladas, y que apuesta por una alimentación saludable y sostenible.

Ello no hubiese sido posible sin una estructura sólida que ofrece un servicio integral a sus asociados y que se ajusta a las necesidades de los consumidores.

El año del 60 aniversario también ha servido para profundizar en el proceso de transformación digital de la Cooperativa de cara a afrontar los desafíos.

El camino emprendido ayudará a lograr mayor eficiencia en los centros de trabajo y mayor rentabilidad en los puntos de venta; retos que deben ir de la mano del compromiso con la defensa del medio ambiente y la economía circular.

Es en el capítulo del compromiso donde Cooperativa mantiene una intensa actividad que se ha incrementado en el último año. Un espíritu solidario que también han demostrado los Socios respondiendo por su cuenta a necesidades urgentes y estrechando su colaboración con la población más vulnerable y con aquellas organizaciones que buscan el bien común.



## LOS PRINCIPIOS DE

# Una cooperativa

**01 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.

**02 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).

**03 Participación económica de Socios y Socias:** Los Socios de Covirán contribuyen de manera equitativa y controlan de manera democrática el capital de la empresa.

**04 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.

**05 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.

**06 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.

**07 Compromiso con la comunidad:** Covirán trabaja para el desarrollo sostenible de su comunidad por medio de políticas aceptadas por las personas que la forman.

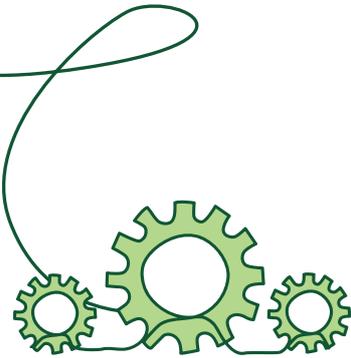
- **Igualdad de género**, con carácter transversal al resto de principios.
- **Sostenibilidad empresarial y medioambiental.** Covirán busca crear el menor impacto negativo en el medio ambiente, el máximo impacto positivo en la sociedad y la máxima rentabilidad posible.



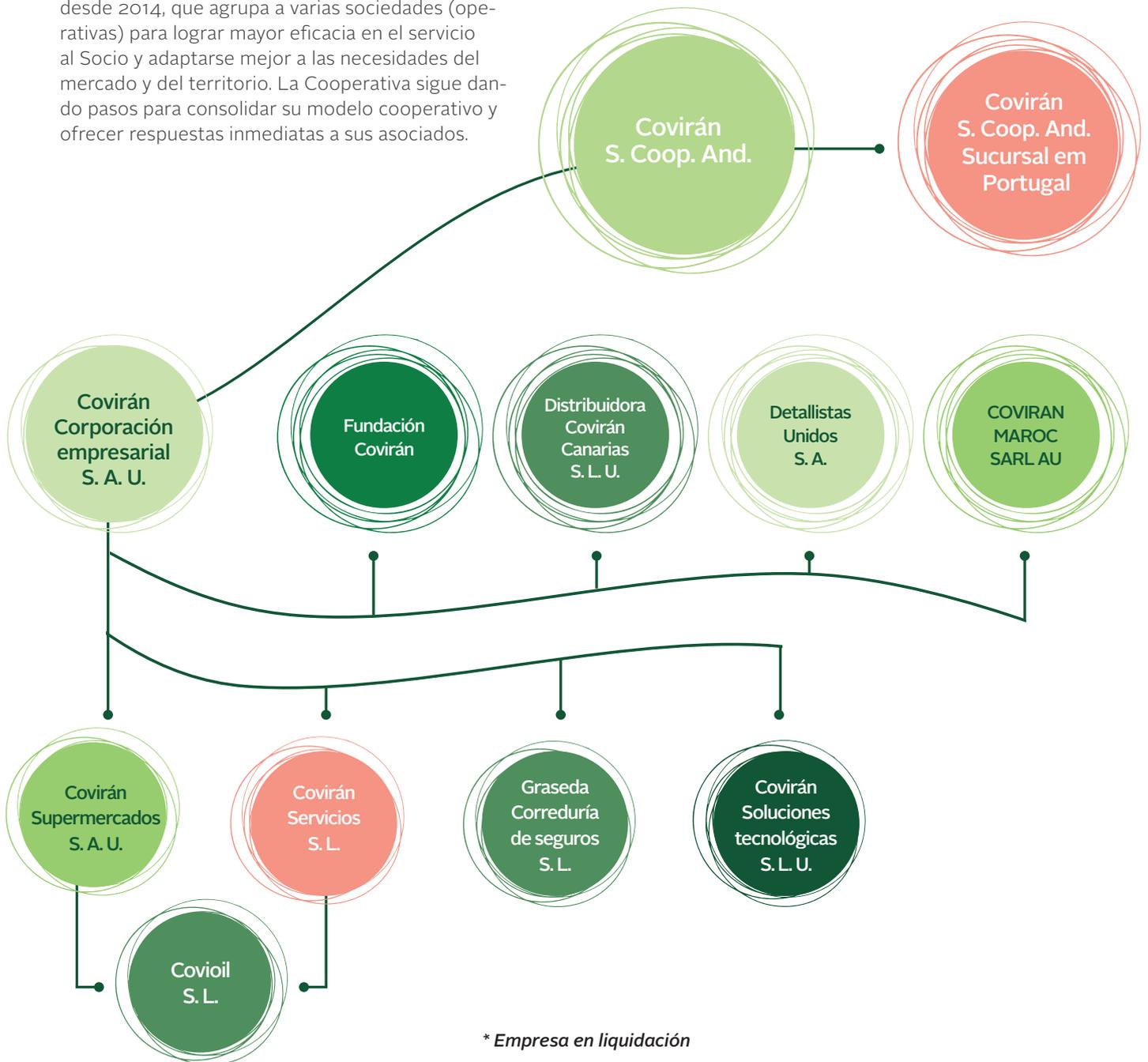
UNA

# 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.



\* Empresa en liquidación



# 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.

Una de las novedades que se aprobaron en la última Asamblea guarda relación con una modificación de los Estatutos Sociales, mediante una disposición adicional, para permitir la celebración

de reuniones del Consejo Rector y de la Asamblea General de Socios por medios telemáticos.

**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.

# Consejo Rector

MARZO 2022



**Patrocino Contreras Márquez**  
Presidenta



**Pedro Félix Lavín Poveda**  
Vicepresidente



**Ramón Cabrera Sabio**  
Secretario



**Lope Ortiz Rodríguez**  
Consejero



**Francisco Javier González Polanco**  
Consejero



**Antonio Rodríguez López**  
Consejero



**Ángel Miguel Farnés Pistón**  
Consejero



**María Agustina Gómez Valenzuela**  
Consejera



**João Miguel Nunes Madeira**  
Consejero

# COVIRAN



**José Javier Vidondo Ilincheta**  
Consejero



**Tomás Muñoz Arjona**  
Consejero



**José Antonio Benito Díaz**  
Consejero



**Blas Vidaurre Oscariz**  
Consejero



**Daniel Mariscal Mena**  
Consejero



**Manuel Castilla Toquero**  
Consejero



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



**Jose Ramón Tenor Peñafiel**  
Letrado Asesor

## SOCIO INTERVENTOR

- ▶ **D. Fernando Bailón Colmenero** (*Hermanos Bailón C.B.*)
- ▶ **D. Juan de Dios Ruiz Chiroso**
- ▶ **D. Jorge Ortega Torices** (*Serviplus Tecnimax S.L.*)

# Intervención

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.

## 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.



**José Francisco Muñoz López**  
*Director general Grupo Covirán*



**José Mª Buendía Maiquez**  
*Dirección Desarrollo IT*



**Alfonso Martín Martos**  
*Dirección Finanzas*



**Álvaro Pérez Fernández**  
*Dirección Personas, Organización y PRL*



**Esteban Gutiérrez Lizancos**  
*Dirección Frescos*



**Alfonso Coletto Coronado**  
*Dirección Canal Tiendas de Proximidad*

# Comité de Áreas Funcionales

## CAF

El Comité de Áreas Funcionales está formado por los responsables de las áreas de Covirán, que colabora con el objetivo común de aprovechar las fortalezas y el liderazgo del grupo en beneficio de la Cooperativa.

- ▶ José Francisco Muñoz López
- ▶ Acacio Pereira Santana
- ▶ Alfonso Coletto Coronado
- ▶ Álvaro Pérez Fernández
- ▶ Esteban Gutiérrez Lizancos
- ▶ Fernando Montoro Díaz
- ▶ Gerardo López Hernández
- ▶ Jesús López Martínez
- ▶ Jorge Gálvez Muñoz
- ▶ José María Buendía Máiquez
- ▶ Juan Alfonso Martín Martos
- ▶ Juan Ángel Gómez García
- ▶ Juan Carlos del Campo García
- ▶ Luis Miguel Sánchez Gómez
- ▶ María Dolores Fuentes Pérez
- ▶ Miguel Ángel García Jiménez
- ▶ Paco Torres Nieto
- ▶ Sandra María Hidalgo González



## LA TRANSPARENCIA Y

# Código ético

Una de las premisas fundamentales con las que trabaja Covirán es la transparencia, el diálogo abierto y constructivo con todas las personas que forman parte del entramado asociativo de la Cooperativa.

Es un valor y un compromiso de la Cooperativa que cotiza al alza porque genera confianza y es una pieza clave para el crecimiento de la propia empresa. Un modelo basado en la escucha activa para resolver las demandas y preocupaciones de quienes comparten el día a día de Covirán.

La transparencia ha sido una herramienta clave en los dos últimos años de pandemia, en un momento en el que la comunicación requería mucha claridad para no poner en riesgo la salud de los Socios, trabajadores y clientes. En este tiempo se intensificaron las comunicaciones para hacer llegar las recomendaciones sanitarias, atender dudas y poner en marcha un plan de actuación que evitara la propagación del coronavirus.

En cumplimiento de las obligaciones de transparencia se celebra cada año la Asamblea General de Socios, donde se rinde cuenta de los resultados de la Cooperativa y de la estrategia para ganar competitividad. La propia Memoria de actividades, siguiendo los criterios del Sistema de Reporte Global o Global Reporting Initiative (GRI), es otro ejemplo de transparencia que resume el trabajo de Socios, empleados y clientes. De la misma manera que el análisis sobre la materialidad de la actividad ayuda a identificar los aspectos que contribuirán a mejorar la rentabilidad de los supermercados.

Los clientes también agradecen y valoran de forma positiva la información que se ofrece de los productos, los avances que se han producido en el etiquetado o la labor que realiza el Centro de Atención a Socios y Consumidores.

Todos estos aspectos de la política de transparencia de Covirán han contribuido a mejorar su reputación. La mejor carta de presentación.



## CÓDIGO ÉTICO

Covirán cuenta con 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. Con ello se pretende mejorar las condiciones de trabajo y erradicar las conductas inapropiadas.

Tanto el Código de Buen Gobierno Corporativo y el de Buenas Prácticas se elaboraron en 2015 y fueron aprobados por la Asamblea General de Socios, un paso imprescindible para la creación del Compliance de Covirán, es decir, el procedimiento

para identificar y clasificar los riesgos y establecer mecanismos de prevención y control.

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.

En ambos casos son instrumentos necesarios que previenen situaciones de crisis y regulan las relaciones de trabajo en la Cooperativa.

## OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS) DE COVIRAN: DEL COMPROMISO A LA ACCIÓN

Desde que en 2011 se adhiriera al Pacto Mundial de Naciones Unidas e incorporara los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), Covirán ha llevado a cabo distintas acciones para reducir el impacto negativo que tiene su actividad sobre el medio ambiente.

El balance de su actividad en 2021 confirma su progresión en este capítulo. Hoy, Covirán es un modelo de negocio más sostenible y respetuoso, comprometido con la lucha contra el cambio climático, con la innovación y con la salud y bienestar de sus Socios, empleados y consumidores.

La Cooperativa ha pasado a la acción. Apuesta de forma decidida por la economía circular y trabaja a diario por la reducción de emisiones, la mejora de la eficiencia energética, la optimización de recursos y el aprovechamiento de sus residuos o la forma de evitarlos. En el último año se ha hecho un esfuerzo en los supermercados de los Socios por eliminar los artículos de plástico de un solo uso y apostar por envases biodegradables.

El compromiso de Covirán lleva implícito la modernización de las instalaciones de sus plantas logísticas y la transformación de las tiendas en puntos

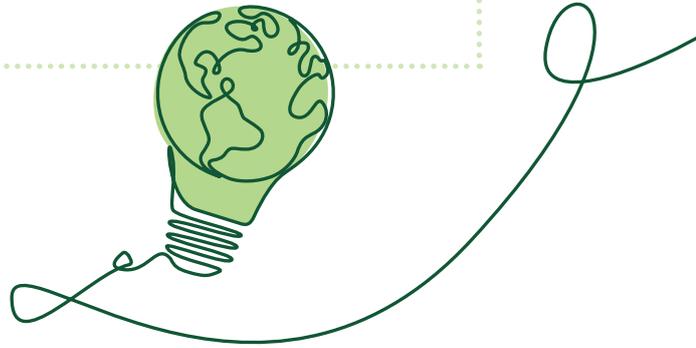
de venta responsables. La labor pedagógica que se ha realizado en los últimos años ha calado en todas las personas que forman parte del entramado social de la Cooperativa, cada vez más sensibilizadas con un problema que afecta al planeta y cuya solución implica la colaboración de todos.

Una alianza que se ha trasladado a otras organizaciones sin ánimo de lucro con las que se suman esfuerzos para evitar el despilfarro de alimentos.

No solo en el capítulo medioambiental se han logrado avances. En el ámbito de la propia organización del trabajo se ha conseguido implantar medidas de conciliación y planes de igualdad que mejoran sustancialmente las relaciones laborales.

Sin olvidar el trabajo que se viene realizando en colaboración de organizaciones sociales para incorporar al mercado de trabajo a colectivos en riesgo de exclusión y personas con necesidades especiales.

Todo ello con la complicidad de Socios, empleados y consumidores.





## 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.

# NUESTROS COMPROMISOS DE FUTURO

## Nuestro modelo Cooperativo

Generación de valor compartido, compromiso, colaboración y transparencia.

## Nuestro Socios

Creadores de empleo, de riqueza territorial en sus entornos y comprometidos con su Cooperativa.

## Nuestro Clientes

Confianza en el modelo de negocio, en la calidad de los productos y excelencia en el servicio.

## La Sociedad

Compromiso con el desarrollo socioeconómico de las comunidades en las que operamos.

## El medio ambiente

Reducción del impacto de la actividad y protección del entorno.

## La innovación

Compromiso con la innovación tecnológica y el alcance de los servicios.

## Las asociaciones

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

# Matriz de materialidad

## UNA HERRAMIENTA CLAVE PARA LA SOSTENIBILIDAD

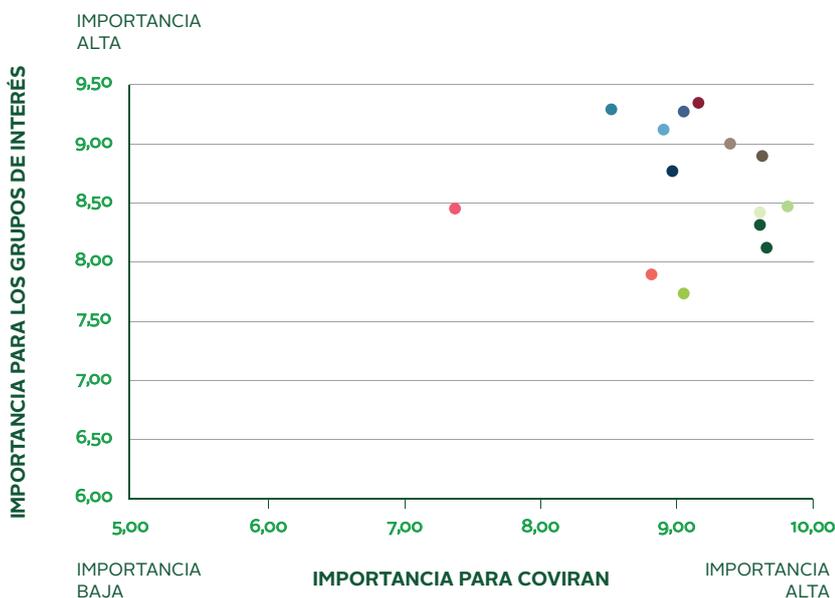
La pandemia ha condicionado el análisis de materialidad que realiza Covirán para conocer los aspectos que mejor funcionan y los que más preocupan a Socios, empleados y proveedores de cara a evaluar el impacto económico, ambiental y social de la Cooperativa.

Se concede una gran importancia a cuestiones relacionadas con la alimentación saludable, asociada a los productos frescos, y con la implantación de Covirán en pequeños núcleos rurales. También a ciertas mejoras que se han incorporado a los supermercados como es el tema de los avances logrados en materia de accesibilidad o el compro-

miso con los residuos o con el uso de bolsas reutilizables. Se analizaron aspectos relacionados con las condiciones de trabajo de la plantilla de trabajadores y su formación, la sostenibilidad de los puntos, la comunicación cercana y otros temas que tienen que ver con la política de igualdad como es el caso de la conciliación laboral.

Los resultados obtenidos han sido revisados y validados para asegurarse de que la materialidad refleja de manera razonable y equilibrada el desempeño de Covirán en materia de sostenibilidad.

### ANÁLISIS DE MATERIALIDAD



#### PERSONAS

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

#### SOCIEDADES Y GRUPOS EN RIESGO

- Covirán en pequeños núcleos rurales
- Apuesta Proveedores Locales
- Patrocinio eventos deportivos y culturales
- Conciliación laboral-familiar

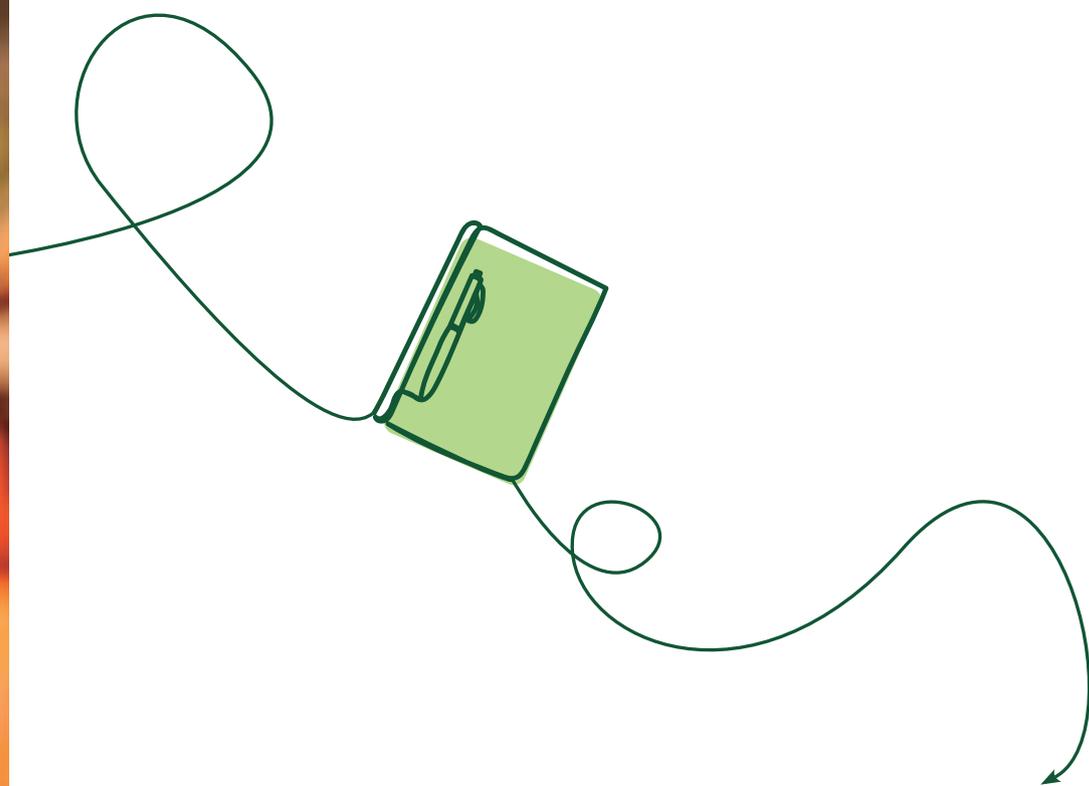
#### ALIMENTACIÓN SALUDABLE

- Secciones de Productos Frescos
- Seguridad y Etiquetado alimentario Productos Covirán
- Productos Covirán para alergias e intolerancias

#### PUNTO DE VENTA

- Accesibilidad y fácil recorrido de compra
- Uso de bolsas reutilizables
- Control y Recogida de Residuos
- No merma y Donación de Excedentes





# *Economía sobre una base sólida*

**CAPÍTULO 2**



# Datos destacados 2021

## DATOS (MILLONES DE EUROS)

2021

<b>Valor económico directo generado</b>		<b>667,4</b>
INCN		585,45
Trabajos realizados para el activo		0,02
Ingresos por descuento de proveedores		76,58
Otros ingresos de explotación		2,89
Beneficios obtenidos por ventas de inmovilizado		0,01
Otros ingresos excepcionales		0,16
Ingresos financieros		2,26
<b>Valor económico distribuido</b>		<b>-666,4</b>
Costes operacionales		-623,90
Salarios y beneficios de los empleados		-40,50
Pagos a proveedores de capital		-0,72
Pagos al gobierno		-0,66
Inversiones en la comunidad		-0,15
Otros gastos excepcionales		-0,48
<b>Valor económico retenido</b>		<b>0,96</b>

El balance económico de 2021, pese al impacto de la pandemia y el contexto impredecible derivado de la crisis energética, fue moderadamente positivo en términos de rentabilidad.

La evolución de los indicadores económicos pone de manifiesto que Covirán está plenamente preparada para afrontar los desafíos de los próximos años, incluso en una situación de recesión global como la que los expertos pronostican para 2022.

Para ello, como siempre, contamos con la implicación de los Socios y la puesta en marcha de un Plan Estratégico que permitirá profundizar en el proceso de modernización y transformación para consolidar el liderazgo de Covirán como empresa de distribución alimentaria.

DATOS (MILLONES DE EUROS) 2018 2019 2020 2021

Cash Flow social grupo	699,22	706,95	810,20	777,34
Pago compras y servicios	621,90	635,00	726,33	703,24
Remuneración empleados	33,52	34,10	35,94	33,65
Pago impuestos y deuda financiera	29,27	30,63	41,28	34,15
Pago dividendos	0,44	0,44	0,00	0,55
Inversiones con fines sociales	0,84	0,83	1,60	0,68
Pago Inversiones activos	13,25	5,94	5,04	5,08

## LA DESTACADA CONTRIBUCIÓN DE COVIRAN A LA SOCIEDAD

El esfuerzo por revertir a la sociedad buena parte del beneficio que Covirán obtiene forma parte del ADN de la Cooperativa desde su origen. En 2021 el Cash Flow Social, el parámetro que permite evaluar la creación de riqueza entre los distintos grupos de interés, alcanzó los

777,34 millones de euros, dedicando el 90% de dicha cuantía al pago de compras y servicios a proveedores locales. Sin duda, una sólida alianza con el tejido productivo territorial que actúa como elemento de cohesión para generar empleo y riqueza.

**33,65** M€ *Trabajadores*

**703** M€ *Proveedores*

**34,15** M€ *Estado* (impuestos y deudas financieras)

**0,68** M€ *Sociedad*

De igual modo, queda reflejado en el balance anual el compromiso de la Cooperativa con el pago de remuneraciones a la plantilla de trabajadores, el abono de impuestos y de deuda financiera, las inversiones en activos, la aportación a fines sociales o el pago de dividendos.

Los datos confirman un año más el papel destacado de Covirán en el conjunto de la sociedad, contribuyendo de manera significativa al desarrollo social y económico de los entornos donde se asienta.



# Números que avalan

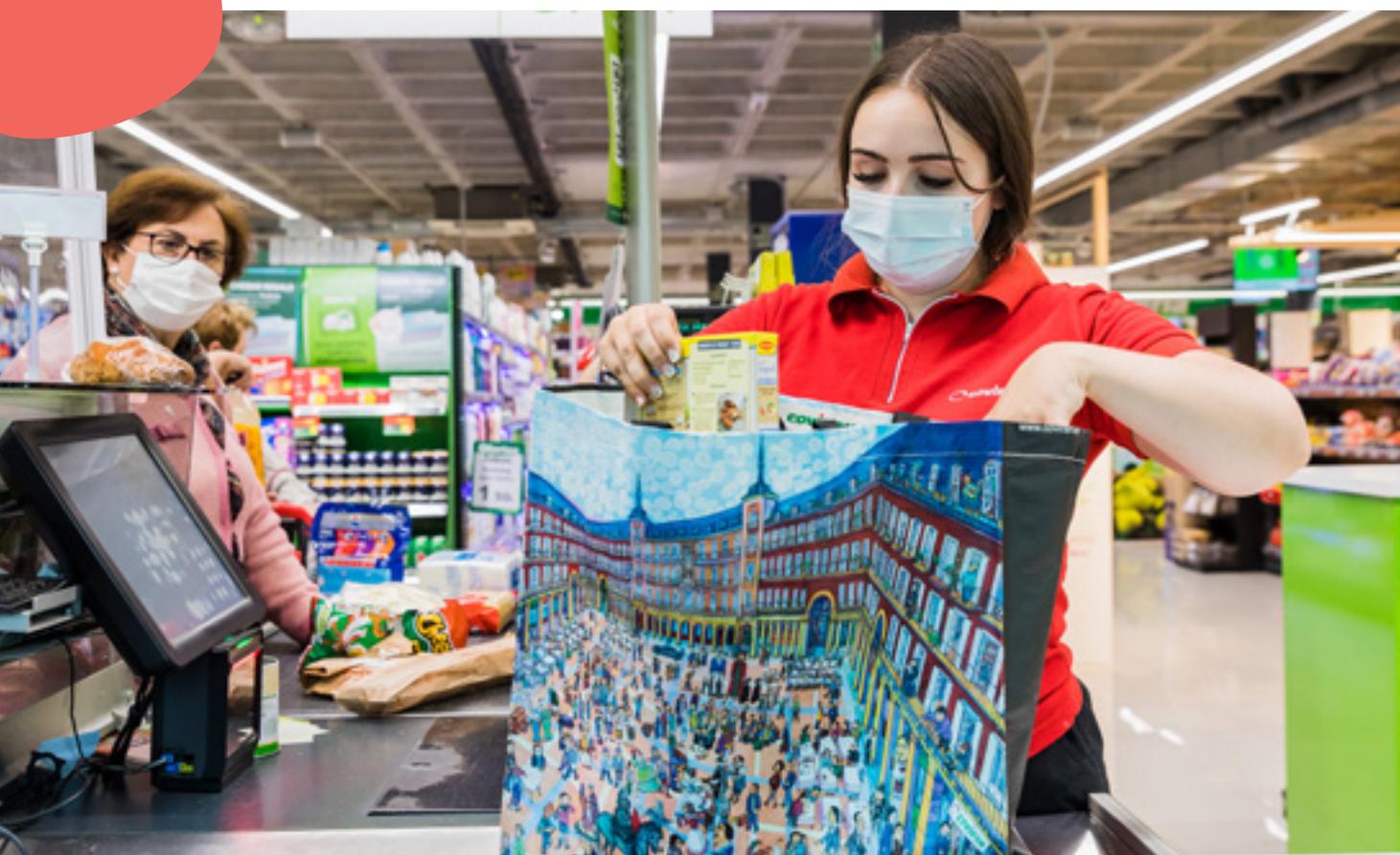
## LA SOLVENCIA DE LA COOPERATIVA

El balance comercial de 2021 invita al optimismo de cara al futuro. En un año marcado por la incertidumbre de una crisis sanitaria y energética, el grupo encabezado por Covirán registró un volumen de negocio con un incremento del 7,3% si se compara con el resultado de 2019.

El **beneficio neto fue de 0,96 millones de euros** en un año complicado por los efectos de la pandemia y la subida de las materias primas, factores que ralentizaron el crecimiento.

Pese a que las circunstancias no fueron del todo alentadoras, Covirán logró unas **ventas brutas por importe de 1.644 millones**, un dato que supera el volumen de negocio de 2019 y que constata la estabilidad y solvencia de la Cooperativa.

El **activo de la empresa también se incrementó el pasado año un 2%**, lo que evidencia la importancia que concede la Cooperativa a su masa patrimonial para seguir creciendo en el sector de la distribución agroalimentaria.





# Inversión en modernización

## PARA ALCANZAR LA RENTABILIDAD

Covirán ha avanzado en el último año en el plan de modernización de los supermercados y plataformas logísticas, imprescindible para mejorar la rentabilidad de los negocios de los Socios y fidelizar al cliente.

En 2021 se destinaron **4,2 millones de euros** a poner en marcha distintos proyectos tecnológicos que tienen como principal objetivo cubrir las necesidades de los Socios, lograr una gestión más eficaz de los establecimientos y enriquecer la experiencia de compra de los clientes.

La apuesta por la innovación se centra en los supermercados con Punto de Venta Responsable en España y Covirán Plus en Portugal, un formato de tienda moderno, sostenible y accesible que poco a poco se extiende por toda la península ibérica donde ya existen 75 tiendas en activo.

El proceso de innovación que ha emprendido la Cooperativa se ha dirigido también a optimizar la carga de trabajo en la red de plataformas logísticas desplegada por la península ibérica, donde se sigue incorporando proyectos para aumentar la eficiencia, ganar en productividad, ahorrar costes y reducir la huella ambiental.

## UNA DEMOSTRACIÓN DE

# Fortaleza logística

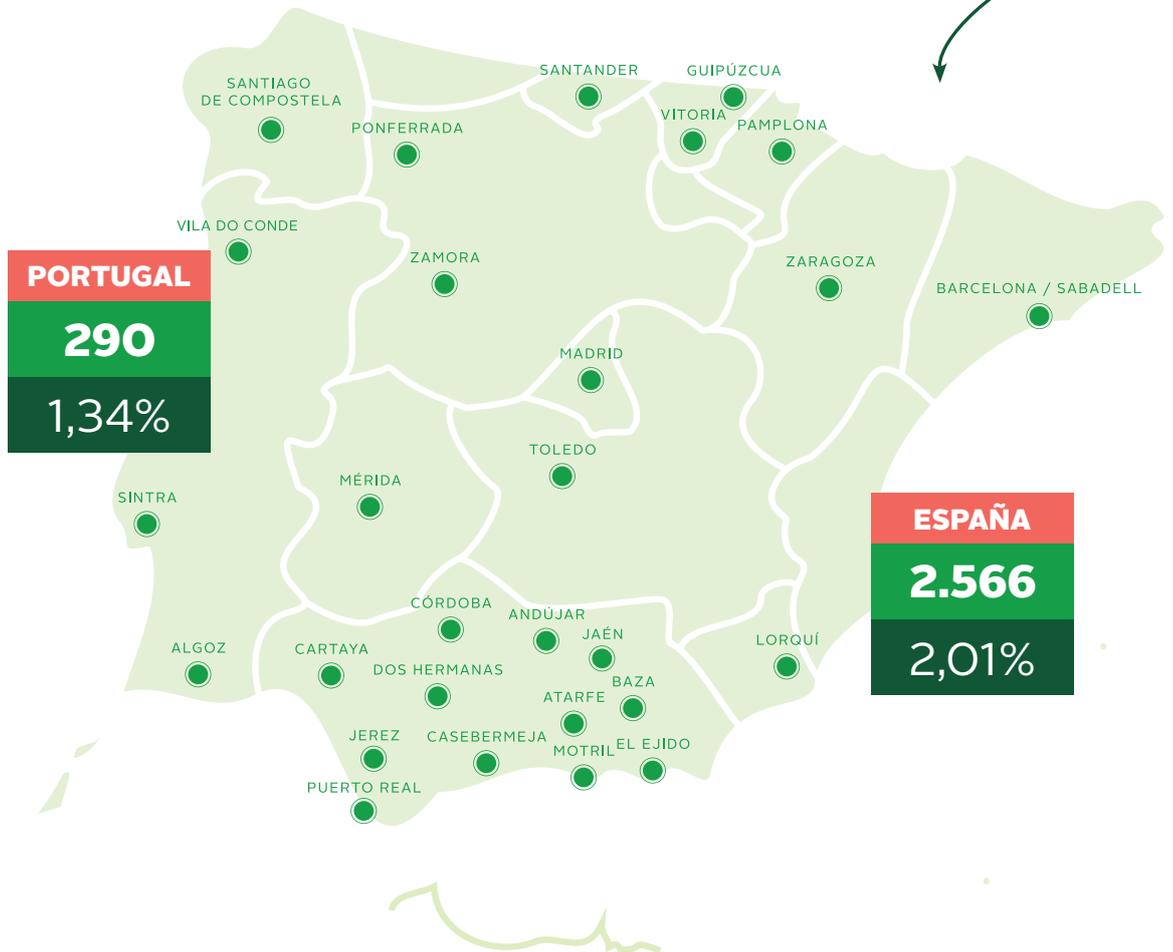
Covirán cuenta con una de las redes logísticas más completas de la península, con gran capacidad para organizar operaciones complejas como las que se llevaron a cabo para garantizar el abastecimiento de alimentos al inicio de la pandemia o durante el contratiempo sufrido a causa del temporal de nieve que colapsó media España a principios de enero de 2021.

La respuesta a ambas situaciones imprevisibles demostró la solidez y fortaleza de un entramado de plataformas logísticas que permite llegar donde otros operadores no lo hacen.

Gracias al emplazamiento estratégico de las 29 plataformas desplegadas en España y Portugal

se da servicio a los supermercados ubicados en 1.340 poblaciones, de las que 308 corresponden a pequeños municipios donde Covirán es la única opción de compra.

No solo se ha conseguido un equilibrio territorial con la inestimable aportación de los Socios, con un papel destacado como dique de contención para frenar el despoblamiento de sus municipios, sino que también se ha contribuido a generar riqueza y empleo gracias a la alianza establecida con los proveedores locales. Una simbiosis perfecta que busca el bienestar del entorno y donde cobra sentido valores como la solidaridad y la sostenibilidad del negocio.



## CON PASO FIRME HACIA UN FORMATO DE TIENDA

# más rentable

En los últimos años, Covirán ha dado un paso importante en el proceso de modernización y transformación digital de los supermercados, al tiempo que trabaja en un modelo de tienda más competitivo, integrador y sostenible.

En 2021 se incrementó la cuota de mercado de establecimientos con una superficie de entre 151 y 400 metros cuadrados, que se sitúa en el 29,8%, casi un punto porcentual más que en 2020.

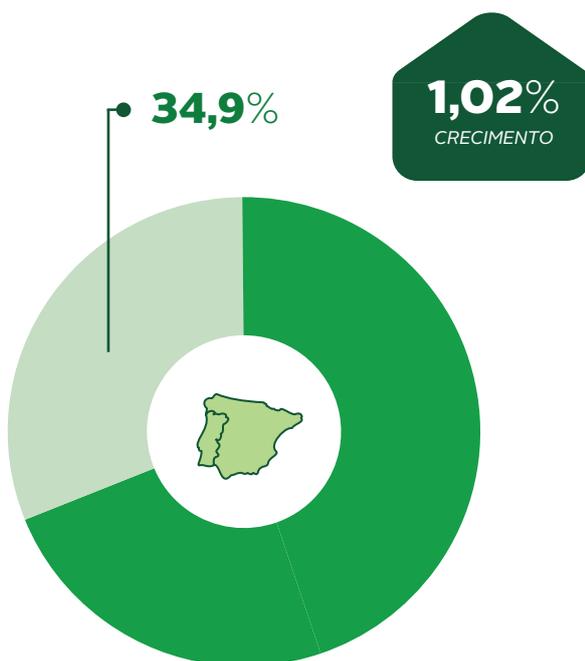
La evolución de los supermercados por debajo de esa superficie fue muy similar. Covirán alcanza una cuota de mercado del 34,9% en los puntos de venta por debajo de los 150 metros cuadrados, un 1,02% más que en el ejercicio anterior.

Nº TIENDAS	2018	2019	2020	2021
SIN DEFINIR	3	6	26	-
- 71	464	435	436	436
71 - 100	689	663	664	708
101 - 150	642	644	654	702
151 - 399	700	700	734	866
400 - 600	79	80	75	103
+ 600	38	35	35	41
<b>Total general</b>	<b>2.615</b>	<b>2.563</b>	<b>2.624</b>	<b>2.856</b>

La Cooperativa consolida su liderazgo en establecimientos menores de 300 metros cuadrados y trabaja en la rentabilidad de supermercados de gran tamaño, como son los mayores a 600 metros, cuya cuota de mercado en España crece de forma paralela al proceso de modernización de los puntos de venta.

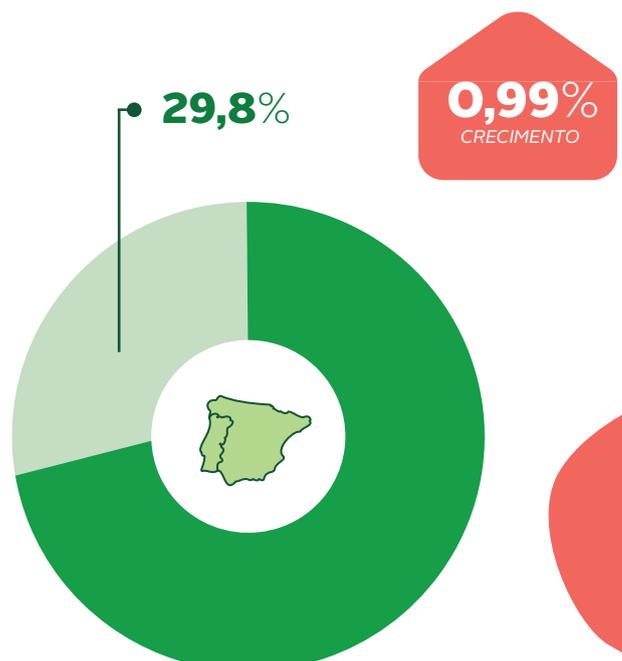
### CUOTA DE MERCADO

Establecimientos  
- 150 m<sup>2</sup>



### CUOTA DE MERCADO

Establecimientos  
151-400 m<sup>2</sup>





## PREPARADOS PARA

# los nuevos retos

El nuevo Plan Estratégico de Covirán tiene como horizonte el año 2025 pero sus efectos positivos sobre el desarrollo de la Cooperativa se extenderán más allá de esta fecha.

Todas las acciones de dicho plan están enfocadas a buscar la rentabilidad de los Socios, apostando por un modelo de negocio más competitivo y sostenible.

Nuevos formatos de tienda, la actualización de un surtido más saludable, la optimización del modelo logístico y la reorganización del trabajo, la inversión en formación profesional y especializada, la digitalización y aplicación de tecnología avanzada al servicio del Socio (mejora del software de gestión y de la tienda online)... Son algunas de las actuaciones sobre las que se ya viene trabajando, cuyos resultados empiezan a ser visibles y se traducen en tiendas más modernas del agrado del consumidor.

Sin olvidar que el proceso de expansión en Portugal tiene largo recorrido después de haber alcanzado la plena consolidación en sus primeros diez años de vida.

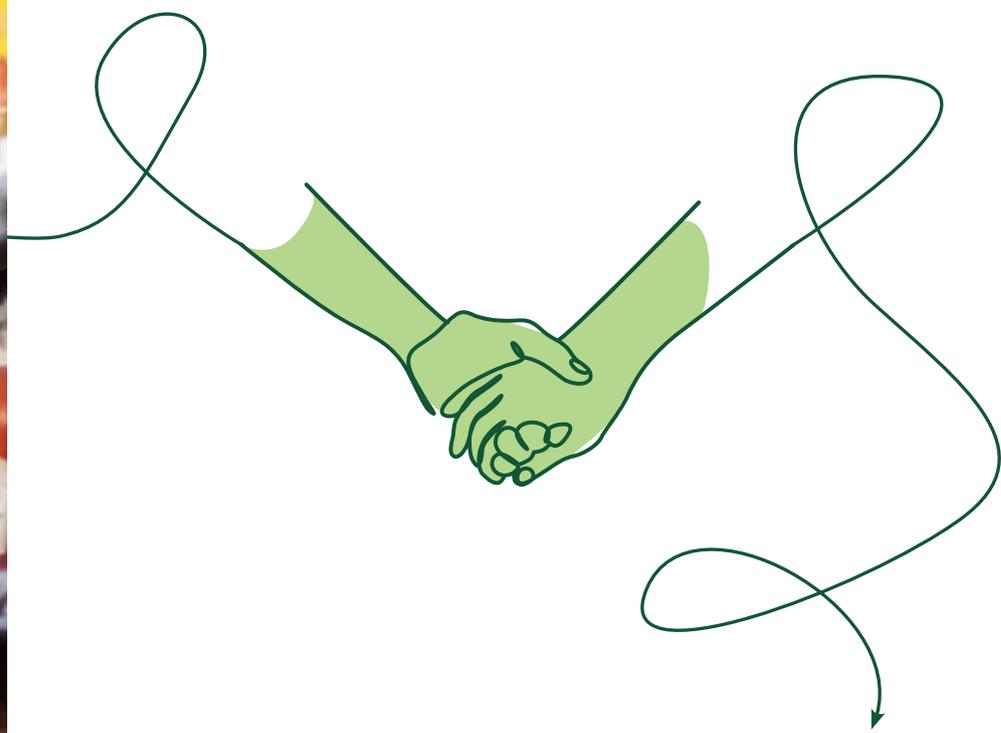
Hay también un reto compartido con la sociedad en su conjunto, una asignatura pendiente con el planeta que Covirán se ha tomado en serio a través de su apuesta por la economía circular y la sostenibilidad. Socios y trabajadores contribuyen en su tarea diaria a reducir al máximo la huella ambiental de la actividad, y cuentan para ello con la complicidad de un número cada vez mayor de clientes. El resultado de dicho compromiso se traduce en tiendas más sostenibles para devolver a la sociedad lo mucho que nos ha dado.

Todo ello sin perder la esencia de lo que hace única a la enseña: la apuesta por la proximidad.









# Las personas

CAPÍTULO 3



# COVIRAN

## Fieles a los principios y valores fundacionales

Fue en 1961 cuando un grupo reducido de pequeños empresarios se unió en un proyecto común e innovador para fundar un proyecto empresarial basado en las personas y la cooperación. Sesenta años después la gran familia Covirán juega un papel clave en el sector agroalimentario de la mano de pequeños detallistas y nuevos emprendedores. Y lo hace en un contexto complicado, con una pandemia que ha puesto a prueba la resistencia de la Cooperativa, su-

perando con nota las adversidades de una crisis que nadie podía imaginar.

A los Socios les aguardan cambios fundamentales con la adaptación tecnológica y la transformación digital de sus supermercados, una gran oportunidad para anticiparse y afrontar con garantía el futuro, sin olvidar que los principios y valores fundacionales siguen siendo tan válidos como el primer día.



# Los Socios

## UN MODELO RENTABLE Y SÓLIDO DONDE GANA PRESENCIA LA MUJER

Los efectos de la pandemia no han podido detener las aspiraciones de Covirán por liderar el formato de supermercado de proximidad, un modelo que ha salido reforzado con la pandemia gracias a la confianza que han depositado los consumidores.

Lo demuestra el hecho de que el conjunto de los Socios siguió fiel a su compromiso con sus clientes en un año clave para Covirán: el 60 aniversario de su fundación y el décimo de su implantación en Portugal.

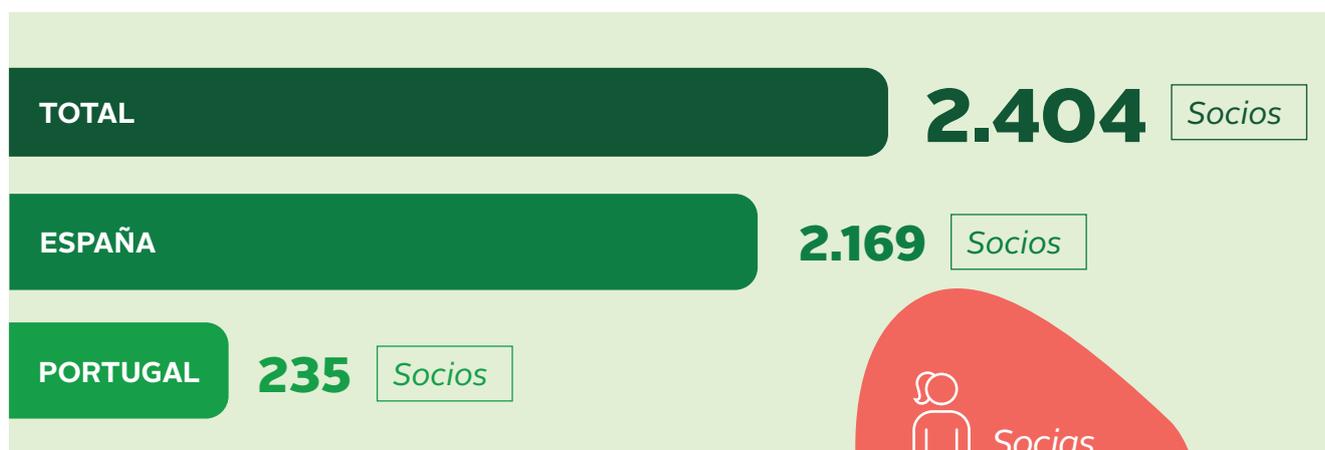
Al cierre de 2021, Covirán contaba con 2.404 Socios, una cifra que se mantiene estable con un ligero descenso en España que es compensado con la subida en Portugal, donde se logra un incremento del 3,2% respecto al ejercicio 2020.

La mujer gana presencia en el entramado socie-

tario de Covirán. Su participación es cada vez más activa en la organización de la Cooperativa, donde se han dado pasos en los últimos años para seguir contribuyendo al empoderamiento femenino.

En España, casi el 50% de la base social de la Cooperativa son Socias, cuya presencia es mayoritaria en el medio rural, mientras que en Portugal su influencia se ha incrementado en casi 5 puntos, situándose en el 40%.

Los pequeños detallistas encuentran rentable y sólido el modelo de negocio de Covirán, mucho más flexible para sus intereses, además de contar con la ventaja de disponer de asesoramiento continuo, formación y todos los servicios que la Cooperativa pone a disposición de los Socios. Y, lo que es más importante, la garantía de una marca ya consolidada a la que le sobra experiencia.



LA SOLIDEZ DE UNA MARCA

# de supermercados

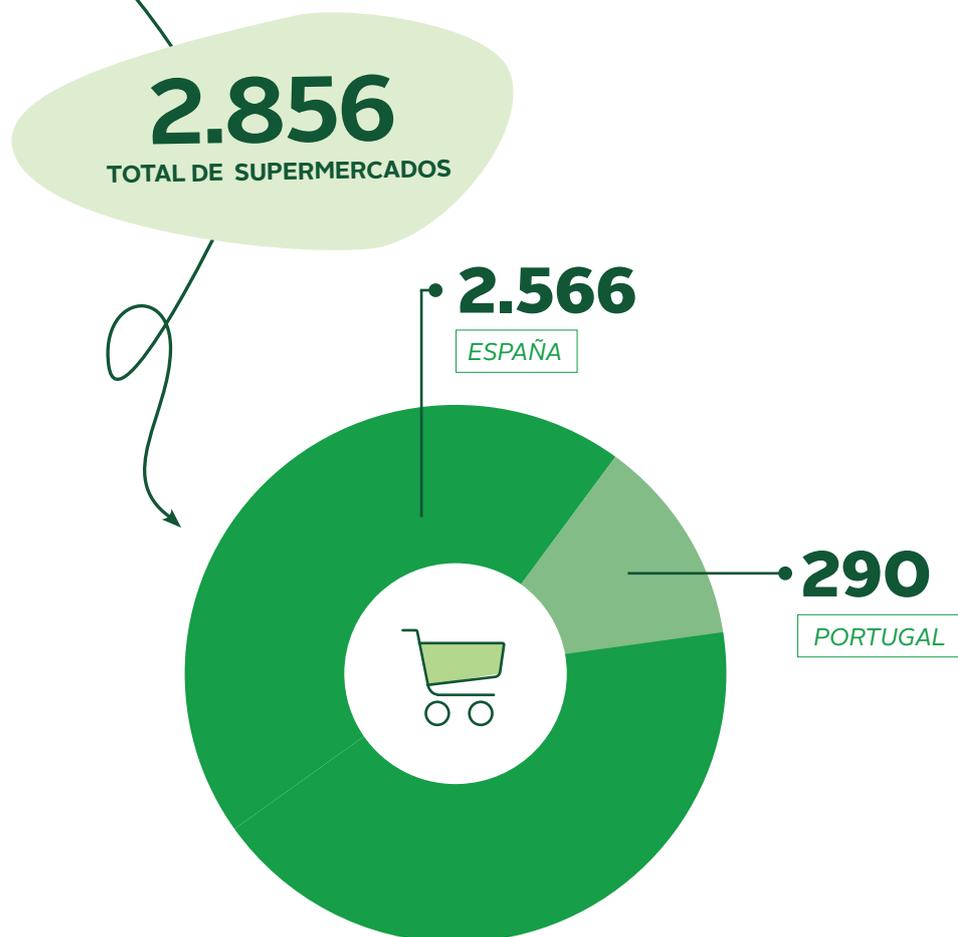
YA CONSOLIDADA

La apertura de un supermercado Covirán siempre ha resultado una buena opción para los pequeños detallistas, incluso en momentos de crisis como se demostró en 2020 con la irrupción de la pandemia, cuando la Cooperativa lideró la estrategia de expansión.

Al cierre de 2021, Covirán contaba con un total de **2.856 supermercados** repartidos por España y Portugal, una cifra muy similar a los últimos ejercicios. Además, mantiene su presencia en Guinea Ecuatorial y Cabo Verde.

El número de puntos de venta que operan bajo la enseña de la Cooperativa en España es de 2.566, mientras que en Portugal la suma de tiendas repartidas en su territorio ha pasado de 281 a 290.

En 2021 se dieron de alta 153 tiendas, de las que 98 fueron nuevas incorporaciones y 55 traspasos, cuya gestión de estos últimos corre ahora cargo de una nueva generación familiar que asume, con energía renovada y sobrados conocimientos, el liderazgo de los puntos de venta.



## Puntos de venta España por comunidades autónomas, Gibraltar y Guinea Ecuatorial

- SUPER
- CUOTA DE MERCADO



## EXPANSIÓN EN CATALUÑA Y PORTUGAL

Covirán cumplió en 2021 con las expectativas de tener una mayor implantación en la comunidad de Cataluña, donde ha pasado de contar con 127 supermercados a 143 en 2021, un 12,6% más que en 2020.

Cataluña, Andalucía y Canarias fueron los territorios donde más supermercados se abrieron en 2021, seguidas de las comunidades de Aragón, Valencia, Asturias y Madrid; tendencia que en alguno de los casos se viene repitiendo en los últimos años. Andalucía sigue siendo la comunidad donde se concentra buena parte de su tejido asociativo con más de mil tiendas.

Mención destacada merece el proceso de expansión que se ha producido en Portugal después de diez años de implantación de la marca Covirán. La progresión se ha notado en número de Socios, supermercados y ventas, en especial en los distritos de Leiria, Santarén, Oporto, Braga y Lisboa, donde todavía hay margen de crecimiento.

Entre los objetivos marcados para 2022 se encuentra seguir con la expansión en Cataluña, Madrid y Andalucía, donde se tiene una mejor cuota de mercado, sin olvidar Castilla la Mancha, Levante, Cantabria, León y Galicia.

# Un supermercado

## MÁS MODERNO Y CERCANO

Coviran mantiene el liderazgo en el formato de establecimientos menores de 300 metros cuadrados y avanza en la modernización de los supermercados de hasta 800, cuya cuota mejora en casi dos décimas respecto al ejercicio 2020.

La Cooperativa, que mantiene su segunda posición en el ranking nacional por número de supermercados y conserva el cuarto lugar en Portugal, está abordando la renovación y transformación digital de supermercados con mayores dimensiones, además de avanzar en la mejora de la eficiencia energética y en otras actuaciones para garantizar la accesibilidad. El objetivo sigue siendo el de ofrecer un servicio de atención personalizada que conecte con nuevos clientes, sin exclusión.

## COVIRAN, LÍDER EN EL FORMATO PROXIMIDAD

en establecimientos - 300 m<sup>2</sup>

1<sup>o</sup>

### PORTUGAL

1,34%

Cuota mercado

### ESPAÑA

Cuota mercado

2,01%

Cuota mercado establecimientos + 800 m<sup>2</sup>

6,21%

Cuota mercado establecimientos + 300 m<sup>2</sup>

6,5%

9,86%

Cuota mercado establecimientos + 800 m<sup>2</sup>

24,5%

Cuota mercado establecimientos + 300 m<sup>2</sup>

## Ranking de distribución

POR NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS  
(Mdo. Ibérico)

Fuente: Nielsen

España

2<sup>o</sup>

4<sup>o</sup>

Portugal

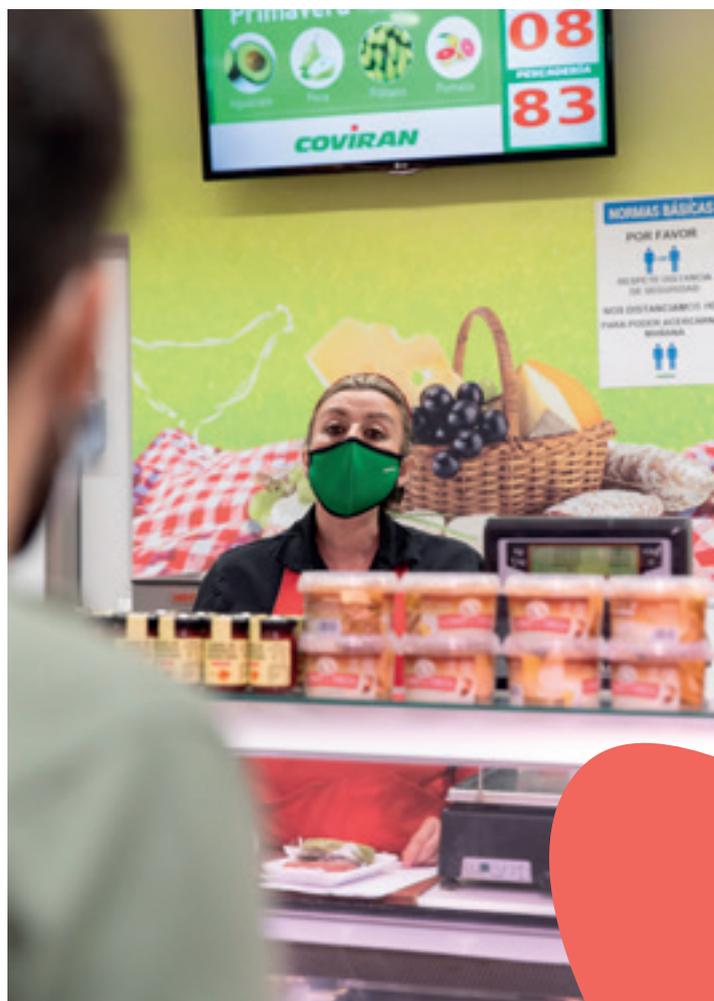
# Oportunidad de negocio

## EN PUEBLOS AMENAZADOS CON LA DESPOBLACIÓN

Covirán está presente en **1.340 poblaciones de toda España**, lo que representa el 16,5% del total. Ello es posible gracias a un modelo de distribución alimentaria sustentado en su completa red logística que garantiza la proximidad, el equilibrio territorial y el servicio inmediato al consumidor.

Un número importante de supermercados de Covirán se encuentra en pequeñas poblaciones rurales donde son la única opción de compra para los vecinos y donde el papel de la mujer es muy importante. Esta situación se da en **308 municipios de menos de 10.000 habitantes**, donde el punto de venta Covirán y los acuerdos alcanzados con proveedores locales de productos frescos resultan esenciales para garantizar el abastecimiento y frenar el despoblamiento.

Precisamente, con motivo del 60 aniversario, la Cooperativa intensificó los contactos con instituciones y sectores empresariales para abordar estrategias de empleo en los municipios más pequeños que ofrezcan oportunidades de negocio a jóvenes emprendedores.



## MUNICIPIOS 2021

**18,7%**  
257 SUPER

Municipios con **-2.000 habitantes** como única opción de compra.

**3,6%**  
51 SUPER

Municipios entre **2.000 y 10.000 habitantes** como única opción de compra.

**308**

MUNICIPIOS

en España **Covirán** **única opción** de compra, sumando una cuota de mercado del 22,3%

TOTAL ESPAÑA

**16,5%** 1.340  
POBLACIONES

## UN MODELO SÓLIDO QUE DINAMIZA

# la economía

En un año en el que el consumo se ralentizó después de que se disparara en 2020, durante los primeros meses de la pandemia, las ventas brutas baja enseña en 2021 se cuantificaron en 1.644 millones, muy por encima de los 1.463 que se obtuvieron en 2019, lo que se traduce en empleo y riqueza en el entorno más cercano a los supermercados.

### INVERSIÓN EN MODERNIZACIÓN

4,2M€

Ventas brutas baja enseña

1.644  
MILLONES €

es 1.445M€

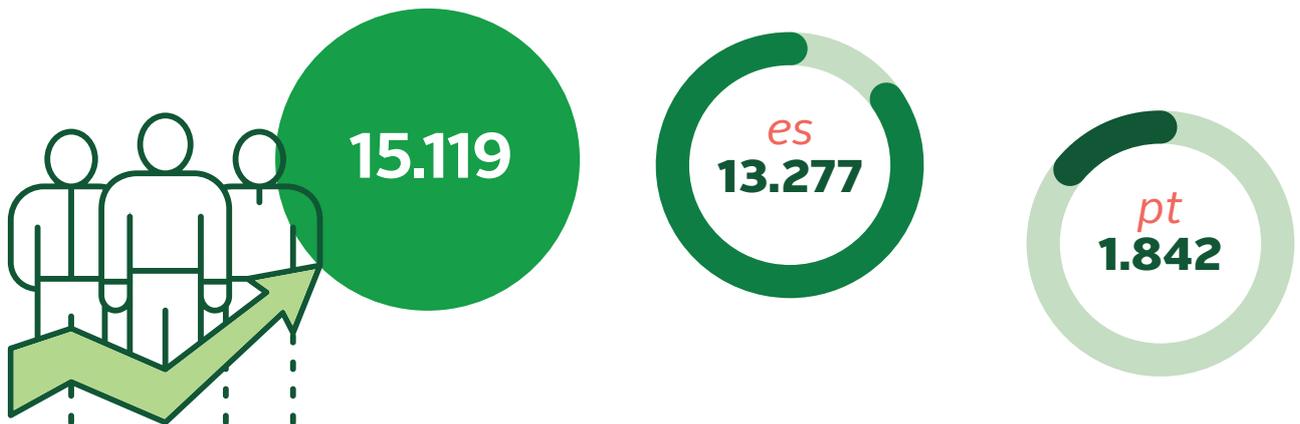
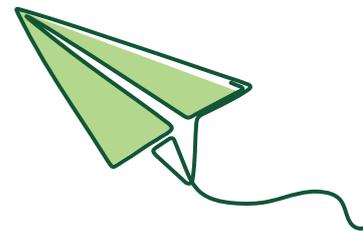
pt 199M€





**EMPLEO**  
**2021**

En los momentos más complicados de la pandemia, la aportación de los Socios ha resultado vital para el mantenimiento de miles de empleos. En concreto, el entramado asociativo de la Cooperativa ofrece trabajo estable a más de 15.000 personas, una plantilla que ha demostrado durante el confinamiento profesionalidad y compromiso para dar el mejor servicio al consumidor.



## UNA COOPERATIVA INCLUSIVA QUE HABLA UN *mismo idioma*

Covirán es ejemplo de empresa inclusiva e integradora donde tiene cabida todo emprendedor que esté dispuesto a aportar su trabajo y experiencia al servicio de la Cooperativa.

En Covirán conviven pequeños detallistas procedentes de 23 nacionalidades diferentes, principalmente asiáticos y latinoamericanos, que dan empleo a casi 600 personas, sin incluir a los Socios españoles y de Portugal.

La comunidad china sigue siendo la nacionalidad mayoritaria, al frente del 68% de los supermercados. El mapa de pequeños detallistas extranjeros se completa con los emprendedores procedentes de Pakistán, Venezuela, Marruecos, Rumanía, India, Perú, Ecuador, Argentina, Bangladesh, Brasil, Bulgaria, Serbia, Rusia, Italia, Cabo Verde, Colombia, México, Irlanda, Reino Unido y Nicaragua.

Destaca también como dato importante el hecho de que el 42,7% de los supermercados en manos de detallistas extranjeros esté dirigido por mujeres.



**23** PAÍSES



**+599**  
EMPLEADOS



**8%** DE LA BASE SOCIAL  
DE LA COOPERATIVA



CHINA ✓  
**68%**  
PUNTOS DE VENTA  
OTROS PAÍSES



REGENTADOS POR  
**42,7%**  
MUJERES



## LA EXPANSIÓN POR LAS ISLAS CANARIAS, UNO DE LOS HITOS DE 2021

Los supermercados Covirán están presente en Gibraltar, Guinea Ecuatorial y Cabo Verde, territorios que, junto a Madeira, Canarias y Ceuta, se abastecen a través de transporte marítimo.

Con excepción de Canarias, donde se abrieron doce tiendas en 2021, la pandemia congeló los planes de expansión en otros territorios que también dependen del turismo. La Cooperativa no descarta en un futuro abrir tiendas en otros rincones del mundo donde la logística permita prestar el apoyo y la atención necesaria que merece el Socio.



## INTERNACIONALIZACIÓN

# Covirán Portugal

El balance de Covirán Portugal durante 2021 ha sido positivo. En el año en el que se cumplía su décimo aniversario se ha logrado un hito importante: por segundo año consecutivo, los consumidores eligieron a Covirán Portugal como la mejor tienda de proximidad.

En circunstancias realmente complicadas para el sector agroalimentario, afectado aún por el impacto de la pandemia, la Cooperativa ha dado muestras de fortaleza en Portugal, con un crecimiento sostenido tanto en el número de Socios como en el de nuevos supermercados.

No solo ha consolidado su posición en el mercado el año en que se cumplió el décimo aniversario de su implantación, sino que dio un gran paso adelante con la proyección de su imagen entre los consumidores.

En 2021 se ha llegado a la cifra más alta de Socios, en total 235, un 4,4% más que en el ejercicio anterior. Las aperturas de nuevas tiendas también han crecido un 3,2%, sobre todo en el distrito de Sintra, lo que ha permitido cerrar el año con 290 tiendas y una superficie total en sala de ventas de 64.575 metros cuadrados, cifra récord en la historia de Covirán Portugal.

Otro de los datos destacados que confirma la solidez de la Cooperativa es la evolución de las ventas en el último año, que se sitúa en niveles similares al ejercicio anterior, cuando se batieron todos los registros a causa de la pandemia. Las ventas brutas bajo enseña crecieron un 1,9% respecto a 2020.

Hoy, Covirán Portugal aporta el 10% de la masa social de la Cooperativa y ocupa un espacio relevante en el sector de la distribución, destacando su posición en el modelo proximidad. Son datos para el optimismo y para cerrar un aniversario sobresaliente, como su número, de 10.



## LOS CONSUMIDORES ELIGEN A COVIRAN PORTUGAL, MEJOR TIENDA DE PROXIMIDAD POR SEGUNDO AÑO

- NÚMERO DE SÚPER
- CUOTA DE MERCADO



## 2021, POR LA SENDA DEL crecimiento

La experiencia en el trabajo desarrollado durante el primer año de pandemia permitió a Covirán Portugal retomar con fuerza su plan de expansión justo diez años después de su implantación.

En 2021 se abrieron 16 nuevos supermercados en distintos distritos de la geografía portuguesa, dos de ellos Covirán Plus, el modelo de tienda moderna que se ha convertido en ejemplo de eficiencia y sostenibilidad, el equivalente de lo que en España es el supermercado Nuevo Concepto Covirán (NCC).

La actividad comercial contó en 2021 con avances significativos gracias a la incorporación de la metodología LEAN en el proceso de reparto al Socio, que se desarrolla en las tres plataformas logísticas situadas en Sintra, Algoz y Vila do Conde.

Las nuevas herramientas de gestión y planificación han facilitado el trabajo, atendándose con mayor rapidez las necesidades de los pequeños detallistas.



## COVIRAN PLUS, UN FORMATO DE TIENDA CON LA NOTA MÁS ALTA

Uno de los hitos más destacados en la historia de la Cooperativa en el país luso es la apertura al público del Covirán Plus, un supermercado moderno de grandes dimensiones que apuesta por su compromiso por la accesibilidad y la sostenibilidad. Una tienda 10.

En 2019 se inauguró el primero de los Covirán Plus en el distrito de Faro, que mejoró la experiencia de compra de los clientes, y en 2021 se abrieron otras dos tiendas en Leiria.

Se trata de un modelo de negocio que da respuesta a los retos actuales y futuros, ofreciendo al Socio todas las herramientas para ser competitivo y satisfacer las necesidades del cliente más exigente, fomentando una experiencia de compra agradable y de marca positiva.

Es un formato de supermercado adaptado a las necesidades de los clientes portugueses, donde se trabajan varias líneas de actuación para que sea más accesible, sostenible, y eficiente, con mayor implicación y compromiso con el entorno en el que están ubicados.

En la actualidad se ultima la apertura de otras dos tiendas Covirán Plus. El objetivo es llegar a 10 supermercados en un plazo breve de tiempo.

## EVOLUCIÓN

**1 | Accesibilidad:** adaptada para cualquier cliente con dificultades de movilidad.

**2 | Sostenibilidad:** tienda comprometida con el medio ambiente y la eficiencia energética.

**3 |** Cada sección tiene un **estilo propio**, con una decoración y color apropiada:

- ▶ Mayor realce para la panadería, con bollería y pastelería.
- ▶ Bodega en madera con exposición para gran surtido, destacando los artículos más demandados.
- ▶ Cafetería a la entrada: más relevancia para el café, mejorando la experiencia de compra.
- ▶ Sección de legumbres a granel.
- ▶ Máquina de zumo.

**4 | Iluminación eficiente** y apropiada para frescos.

**5 | Multimedia.**



## EL MODELO DE SUPERMERCADO FORMATO DE TIENDA

# adaptado al Socio

Covirán trabaja en distintos formatos evolucionados de tiendas adaptadas a las necesidades de los Socios para mejorar la atención del cliente. En los planes de la Cooperativa está culminar a lo largo de 2022 el proceso hacia un modelo más innovador de tienda de proximidad que siga apostando por el desarrollo sostenible y mantenga su compromiso con la accesibilidad.

Hasta ahora es el formato Nuevo Concepto Covirán (NCC) el que reúne las características de tienda moderna, dinámica y eficiente donde se da prioridad a la responsabilidad social, las buenas prácticas y la sostenibilidad.

Al cierre de 2021 permanecían activos **251 supermercados NCC**, de los que 11 se abrieron durante ese año, uno de ellos por traspaso, si bien su evolución también

ha estado condicionada por la pandemia y por los trabajos que se vienen desarrollando desde la Cooperativa para avanzar en la modernización de todos los formatos de punto de venta en función de sus características.

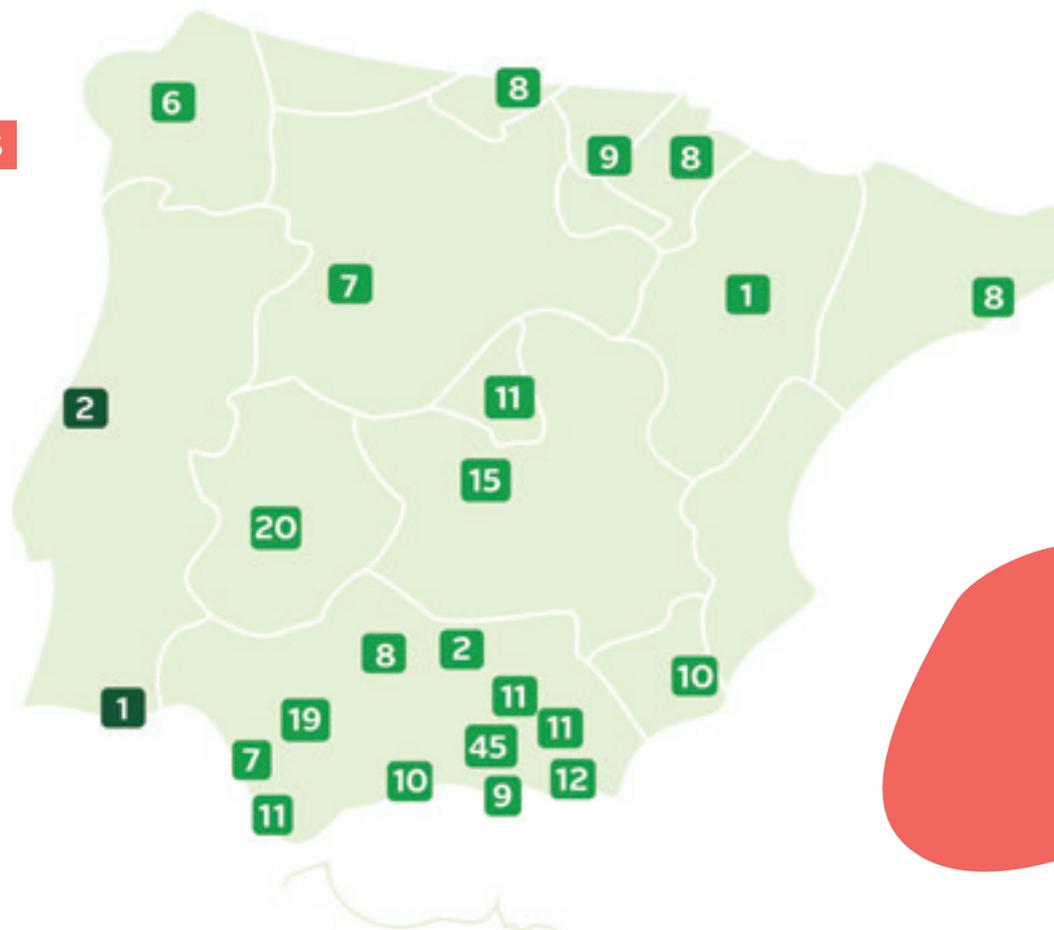
El objetivo de Covirán es que las aperturas de nuevos supermercados, sean o no NCC, puedan contar con las ventajas que tiene la certificación de Punto de Venta Responsable y disponer del servicio de compra Asiste adaptado a las peculiaridades de la tienda.

En cuanto a la evolución en Portugal, se ha dado un salto de calidad importante con la apertura de dos nuevos supermercados Covirán Plus que son referencia en eficiencia y sostenibilidad, además de incorporar a otros pequeños detallistas para que se sumen al proyecto de expansión.

### MAPA DE IMPLANTACIONES

251 NCC

3 COVIRAN PLUS





## PUNTO DE VENTA RESPONSABLE, EL MODELO

# Más comprometido



Covirán avanza cada año en su objetivo de ayudar en la modernización de los supermercados para que sean más accesibles a todos los colectivos y más comprometidos con el medio ambiente y su entorno más cercano.

Ya son 75 las tiendas que cuentan con el distintivo de Punto de Venta Responsable, un modelo innovador de tienda de proximidad que no solo ofrece igualdad de oportunidades a todos los clientes, sino que también cuida aspectos como la contratación responsable, la lucha contra el desperdicio alimentario, la mejora de la accesibilidad, la eficiencia energética y su relación con entidades locales.

Los Socios son cada vez más conscientes de la necesidad de adaptarse a los nuevos tiempos, de ofrecer el mejor servicio posible al cliente, sobre todo en momentos de dificultades, cuando la situación se agrava y necesitan una asistencia personalizada, como ha ocurrido en los dos últimos años de pandemia. De ahí la importancia del Servicio Asiste, que facilita la compra a personas mayores o colectivos con discapacidad sensorial, física o cognitiva.

Sin olvidar la formación a Socios y empleados que se imparte en el Escuela de Comercio Covirán y que está siendo fundamental para mejorar la experiencia de compra de los clientes.

Asume igualmente un compromiso por favorecer la integración social en un intento de mejorar la situación de colectivos en riesgo de exclusión. Estas personas reciben formación y, en algunos casos, obtienen un empleo gracias a los acuerdos de colaboración que se mantienen con entidades sociales y organizaciones humanitarias sin ánimo de lucro.

- 01 La mejora de la accesibilidad**
- 02 La lucha contra el desperdicio de alimentos**
- 03 La eficiencia energética**
- 04 La contratación responsable**
- 05 La colaboración con el territorio a través de entidades locales**



Cinco líneas de trabajo que aportan valor como lo demuestra el alto grado de satisfacción que muestran los clientes

# 01 *La accesibilidad universal*

## RECIBE UN NUEVO IMPULSO

Desde que en 2014 el supermercado La Ilusión y su entorno obtuvieran la certificación de AENOR en accesibilidad universal, convirtiéndose en la primera empresa agroalimentaria en contar con dicha acreditación, Covirán no ha hecho otra cosa que incorporar mejoras para facilitar la compra a personas con necesidades especiales.

A este hito histórico le siguió en 2016 una nueva acreditación en accesibilidad universal para su segundo supermercado situado en el granadino barrio de La Chana.

Covirán ha introducido en el último año criterios DALCO en sus supermercados más innovadores, un paso más para garantizar que los clientes no encuentran ningún tipo de dificultad externa a su propia capacidad. Es por ello que se han realizado cambios en la disposición de los mostradores, las vitrinas y las góndolas de exposición de producto; en la anchura de los pasillos para posibilitar la circulación y el giro con silla de ruedas, en la caja de cobro preferente con equipamiento adaptado y en el punto de información TE AYUDO, que permite la aproximación de una silla de ruedas.



EL SERVICIO DE ATENCIÓN ASISTE ES UN VALOR DIFERENCIAL CON ALTO GRADO DE ACEPTACIÓN

### SERVICIO ASISTE

El servicio **ASISTE** de los Puntos de Venta Responsable sigue siendo una de las áreas más valoradas por los clientes. La labor asistencial a personas mayores y con diferentes capacidades físicas, sensoriales y cognitivas fue reconocida el pasado año por la Fundación Mutualidad de la Abogacía, que valoró su contribución para mejorar la calidad de vida de los colectivos antes mencionados.

Las tiendas más innovadoras de Covirán cuentan con un servicio que les diferencia de la competencia y que es utilizado por más de la mitad de los clientes con necesidades específicas.

Tiene, además, la ventaja de que es un área que incorpora continuas mejoras y que concede mucha importancia a la formación de los trabajadores, esencial para ofrecer la atención personalizada que estos colectivos merecen.



# 02

## DESPERDICIO

# Cero

Los supermercados con Punto de Venta Responsable han logrado con el paso de los años gestionar de forma más eficaz los productos que son aptos para el consumo pero no para la venta, y que son donados a organizaciones humanitarias o comedores sociales para evitar su desperdicio.

En esa lucha contra el despilfarro alimentario, Covirán ofrece a sus Socios ayuda para que puedan contactar con entidades sin ánimo de lucro que hagan llegar productos de primera necesidad a familias con escasos recursos. Así lo vienen haciendo también las plataformas logísticas cuando no pueden dar salida a alimentos perecederos.

Otra de las líneas de trabajo de la Fundación Covirán se centra en las campañas de sensibilización dirigidas a Socios, trabajadores y clientes a partir de la realización de talleres sobre reaprovechamiento de alimentos y desperdicio cero.

Tampoco se falta a la cita anual de la semana contra el desperdicio alimentario que organiza la Asociación de Fabricantes y Consumidores (AECOC).

# 03

## Eficiencia energética

### COMO MEDIDA DE AHORRO

En 2021 se reabrió el plazo para que los Socios de Covirán pudiesen solicitar líneas de ayudas para la implantación de medidas de ahorro en eficiencia energética y uso de energías alternativas. El plazo para acogerse a dichos incentivos finaliza en diciembre de 2023.

La iniciativa de la Cooperativa se produce en un momento en el que el precio de la luz se ha disparado, incidiendo directamente en la cuenta de explotación de los negocios. La energía eléctrica es uno de los principales costes de explotación, según los datos de las principales asociaciones del sector.

El Departamento de Comercio y Subvenciones de Covirán informa periódicamente a los Socios de los incentivos que ofrecen las distintas Comunidades Autónomas, facilitando un correo de contacto para cualquier duda ([subvenciones@coviran.es](mailto:subvenciones@coviran.es)).

Desde la Cooperativa se anima a los Socios a que colaboren en el cuidado del medio ambiente como apuesta para rentabilizar el negocio y abaratar costes.

En este sentido, cada vez son más los Puntos de Venta Responsables con instalaciones frigoríficas y de climatización dotadas de refrigerantes naturales, que reducen el consumo eléctrico entre un 4 y un 10%.

#### Servicio de asesoramiento

Otra de las medidas que Covirán ofrece a sus Socios es un servicio de asesoramiento especializado para reducir costes a partir del estudio de la gestión integral de los recursos energéticos.

Se incluye un estudio de mercado con las ofertas que existan de otras comercializadoras.



# 04

## Colaboración

### CON EL ENTORNO

Si algo define a los supermercados Covirán es la relación de cercanía que mantiene con los clientes, un valor diferencial que permite empatizar con sus problemas y sus necesidades. La situación de muchas familias se ha visto agravada en los dos últimos años a causa de la pandemia, un periodo en el que los Socios han buscado la manera de reforzar los lazos y la comunicación con el cliente.

Iniciativas como el reparto a domicilio o el servicio de atención personalizada a personas mayores y colectivos con capacidades diferentes han ayudado a mejorar su calidad de vida. En definitiva, llevar a cabo buenas prácticas de escucha activa con el cliente y diseñar servicios adaptados a sus necesidades para que no olvide su experiencia de compra.



# 05

## Contratación

### RESPONSABLE

Desde Covirán y su Fundación también se hace un gran esfuerzo en la formación de personas en riesgo de exclusión social como primer paso para su incorporación al mercado de trabajo.

La Cooperativa viene trabajando con distintas entidades sociales para facilitar el proceso de aprendizaje a colectivos vulnerables y actuar como servicio de intermediación con el Socio para ofrecerle información y ayuda en los trámites de contratación.

En 2021 se colaboró con tres organizaciones humanitarias: Movimiento por la Paz, Banco de Alimentos Granada y Cruz Roja Granada. Gracias a los acuerdos que se mantienen con las citadas organizaciones, más de medio centenar de personas, en su mayoría mujeres con dificultades, pudieron formarse en la gestión del punto de venta y en la especialidad de frescos.



# Escuela de Comercio

La formación en tiempos de pandemia implicaba abordar nuevos desafíos. El proceso de modernización de los puntos de venta en el que está inmerso Covirán obligaba a no descuidar la formación a Socios y trabajadores.

En 2021, la mayor parte de la actividad formativa se ha dirigido a mejorar los conocimientos de los asociados y sus empleados. De los **938 alumnos** que asistieron en 2021 a los cursos organizados por la Escuela, 730 eran Socios (77,8%), 117 empleados (12,5%) y 91 personal externo (9,7%).

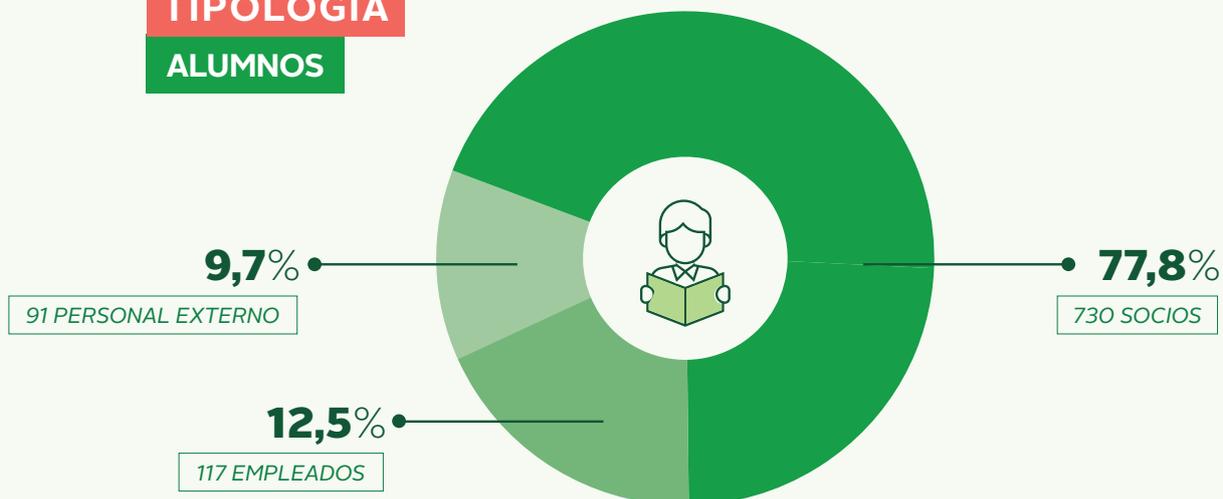
De los **220 cursos** organizados, 113 se han centrado en temas de interés para estos dos colectivos. Los Socios y trabajadores recibieron más de 11.000 horas de formación, aunque también destacaron las actividades dirigidas a colaboradores, no tanto por número de alumnos (49) sino por el tiempo dedicado al contenido de los cursos (5.420 horas).

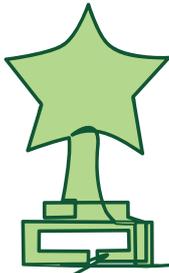
AÑO	ASISTENTES	EDICIONES	Nº HORAS
2021	938	220	17.097
2008/2021	17.021	1.717	191.703

COLECTIVO	PROGRAMAS	ALUMNOS	TOTAL HORAS
Socios	194	730	10.018
Internos	19	117	1.206
Colaboraciones	3	49	5.420
Cliente final	3	3	40
RSE	1	39	270
<b>TOTAL</b>	<b>220</b>	<b>938</b>	<b>17.097</b>

## TIPOLOGÍA

### ALUMNOS





## AÑO RÉCORD DE CURSOS DE FORMACIÓN

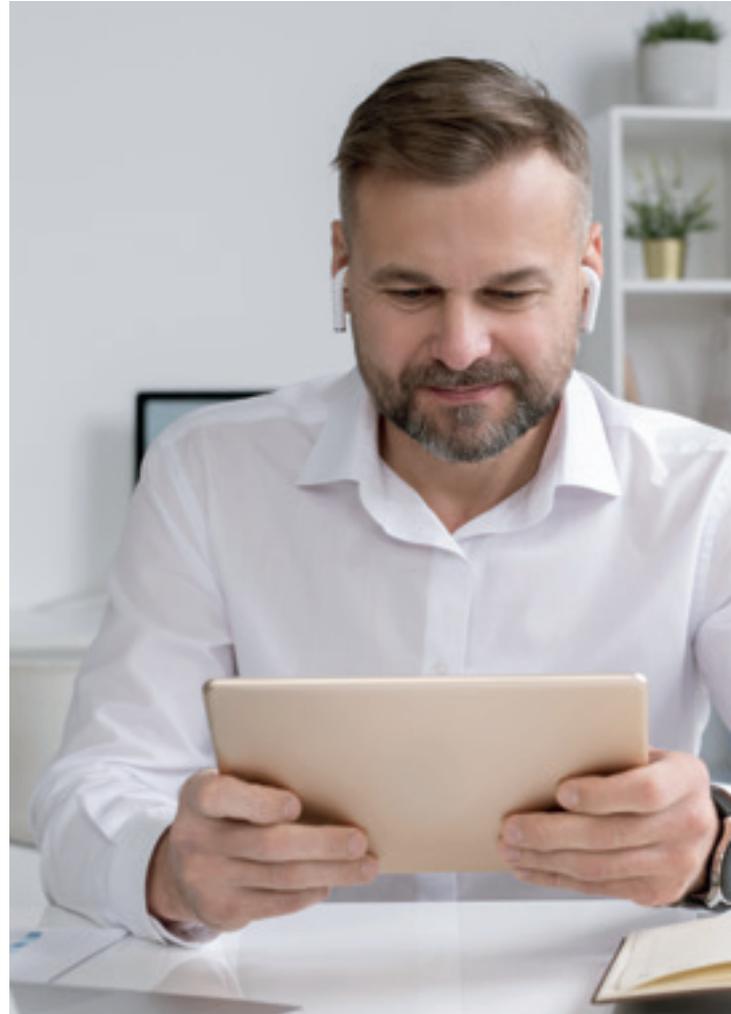
Un año más, la formación impartida en la Escuela de Comercio Covirán se vio condicionada por las restricciones impuestas a causa de la pandemia. La mayor parte de los cursos se desarrolló vía online y solo un porcentaje pequeño se pudo celebrar de forma presencial.

Gracias a la plataforma digital de formación que habilitó la Cooperativa en 2020, Socios, empleados y personal externo de España y Portugal pudieron ampliar sus conocimientos en áreas de su competencia.

De hecho, se batió el récord de ediciones con la celebración de **220 cursos** y la participación de **938 alumnos**.

En cualquier caso, la Escuela sigue siendo 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 otros grupos externos.

Por la Escuela de Comercio ya han pasado más de **17.021 alumnos** desde que se pusiera en marcha en 2008.



**938**  
ALUMNOS



**220**  
EDICIONES



**8** AÑOS  
ESCUELA



## LA ENSEÑANZA 'ONLINE', CADA VEZ MÁS PRESENTE

La plataforma digital continúa siendo una herramienta fundamental para la formación de la Escuela de Comercio, que cuenta con una oferta amplia y diversa.

Las clases telemáticas han llegado para quedarse. Si en 2020 ya fue mayoritaria la preferencia del alumnado por realizar cursos *online*, en 2021 esa tendencia se acentuó aún más.

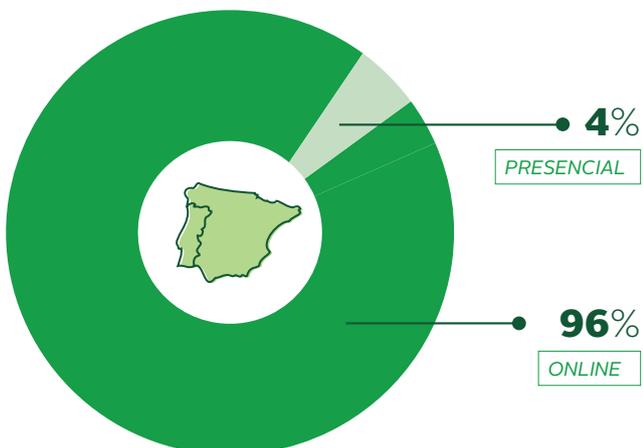
El 91% de los alumnos de España y Portugal optó por recibir las clases vía plataforma digital y solo un 9% lo hizo de forma presencial. En Portugal, por ejemplo, todos los cursos se celebraron por internet.

Más allá de la comodidad que supone recibir la formación en casa, el incremento de las clases telemáticas respecto a 2020 obedece al impacto que ha tenido la pandemia en los dos últimos años.

La plataforma de formación digital alberga un catálogo de 42 cursos sobre conocimiento técnico, especialización, gestión del negocio y de recursos humanos, gestión económica, habilidades soft, idiomas y producto fresco, entre otros.

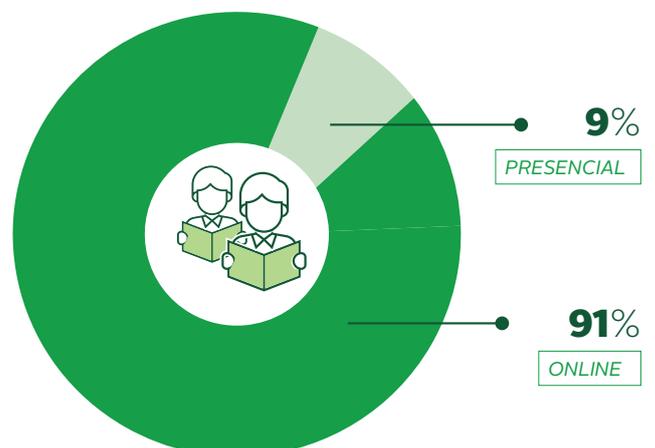
### EDICIONES ONLINE Y PRESENCIAL

#### ESPAÑA Y PORTUGAL



### ALUMNOS ONLINE Y PRESENCIAL

#### ESPAÑA Y PORTUGAL





### LOS CONTENIDOS CON MAYOR GRADO DE SATISFACCIÓN

Los cursos que en 2021 tuvieron mayor número de alumnos fueron los de manipulador de alimentos de alto riesgo, la formación de bienvenida online y los relacionados con el Club Familia. No solo despertaron mayor interés sino también mayor grado de satisfacción, con una valoración que osciló entre el 4,42 y el 4 de una puntuación máxima de 5.

### CONSOLIDACIÓN DEL CURSO DE GESTIÓN DE EMPRESAS

Uno de los cursos con más proyección, que ofrece la posibilidad de realizar prácticas remuneradas, es el de Experto en Dirección y Gestión de Empresas de Distribución Comercial (EXDICO), cuya tercera edición se organizó en colaboración con la Cámara de Granada. En él participan 16 alumnos (su duración es hasta mayo de 2022) que, en virtud de la calificación obtenida, tienen posibilidad de trabajar en Covirán durante cuatro meses y conocer la realidad de una compañía referente en el sector.

Los contenidos, eminentemente prácticos, son impartidos por docentes expertos del sector de la distribución alimentaria y de la Universidad de Granada.

### ACCIONES EN COLABORACIÓN CON ORGANIZACIONES SOCIALES

La Fundación Covirán alcanzó acuerdos de colaboración con Cruz Roja, Banco de Alimentos de Granada y Movimiento por la Paz y el Desarme para la formación de colectivos en riesgo de exclusión.

Gracias al programa de gestión del punto de venta especialidad en frescos, 25 jóvenes pudieron conocer el trabajo diario en un supermercado.

Otras 15 personas recibieron 200 horas de formación de ayudante de carnicería, uno de los cursos más demandados.

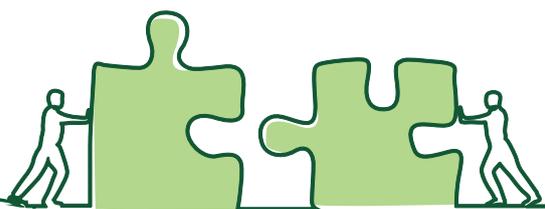
### PRÁCTICAS EN COLABORACIÓN CON SOCIOS

Cinco Socios colaboraron con la Fundación Covirán para acoger a alumnos y alumnas en prácticas de ayudante de carnicería e iniciación a la gestión del Punto de Venta.

Desde la Cooperativa se sigue concediendo gran importancia a la formación como principal herramienta para mejorar la profesionalización y contribuir a la inserción de alumnos en el mercado laboral.

## FORMACIÓN DEL

# Equipo



En 2021 se retomó la formación a los trabajadores que se vio seriamente afectada durante el primer año de pandemia.

Se impartieron **101 cursos**, de los que se beneficiaron **1.246 empleados**; una cifra incluso mayor al ejercicio anterior a la crisis sanitaria.

Prevalció el método online al presencial, impartándose 9.801 horas de formación. Otro de los datos destacados guarda relación con la mejora del porcentaje de hombres y de mujeres que recibieron formación y que, a diferencia del año anterior, se pudieron reanudar las clases a trabajadores con diversidad funcional.

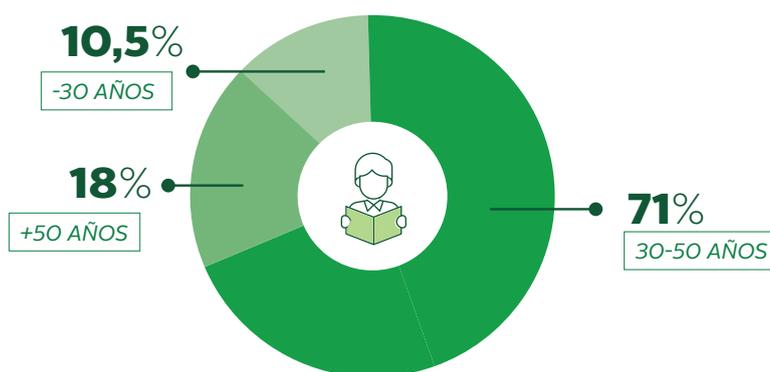
### 2021

Nº Acciones Formativas	101
Nº Total Asistentes	1.246
Nº Asistentes Formación Presencial	240
Nº Asistentes Formación E-Learning	824
Horas Totales Formación	9.801
Colaboradores Formados	470
Alcance Formación (Nº acciones Formativas/Colaboradores Formados)	21,49%
Alcance Formación por Sexo (Mujeres)	33%
Alcance Formación por Sexo (Hombres)	67%
Diversidad Funcional (Empleados formados DF/Empleados DF)	39%

### EDAD

### ALUMNOS

Por franja de edad, los que más se beneficiaron de los cursos fueron los empleados con edades comprendidas entre los 30 y 50 años, que representan al 71% del total de los asistentes; seguidos de los mayores de 50 años, el 18,5%; y los menores de 30 años, 10,5%.



### 2020

### 2021

#### FRANJA DE EDAD

#### TOTAL DE ASISTENTES

#### TOTAL DE ASISTENTES

1   MENOR 30 AÑOS	73	131
2   ENTRE 30 Y 50 AÑOS	501	884
3   MAYOR 50 AÑOS	113	231

## ESCUELA DE COMERCIO EN

# Portugal

POR LAS AULAS PASARON UN 61% MÁS DE ALUMNOS, LA GRAN MAYORÍA MUJERES SOCIAS

La actividad de la Escuela de Comercio de Sintra se intensificó durante 2021, si bien los cursos de formación estuvieron condicionados por la pandemia y tuvieron que celebrarse vía *online*.

Por las aulas pasaron **339 alumnos**, un incremento de participantes del 61% por ciento respecto al ejercicio anterior; de los cuales 304 fueron Socios, 26 empleados y 9 alumnos en prácticas.

Un año más fueron mayoría abrumadora las mujeres que se interesaron por ampliar sus conocimientos en la gestión de los puntos de venta, en especial las Socias.

En total se ofrecieron **9.839 horas de formación**, en su mayor parte sobre materias relacionadas con gestión de empresa, cursos de atención personalizada, informática, técnicas de marketing, secretariado y seminarios promovidos por fabricantes de prestigio.

Desde Coviran Portugal se ha hecho un esfuerzo por establecer acuerdos con distintas entidades para poder obtener formación a bajo coste. Las prácticas profesionales fueron financiadas por el Instituto de Empleo y Formación Profesional de Portugal y por los propios Centros de Empleo con el objetivo de potenciar la inserción en el mercado de trabajo de jóvenes y desempleados de larga duración.

El alumnado mostró un elevado grado de satisfacción con el contenido de los cursos.

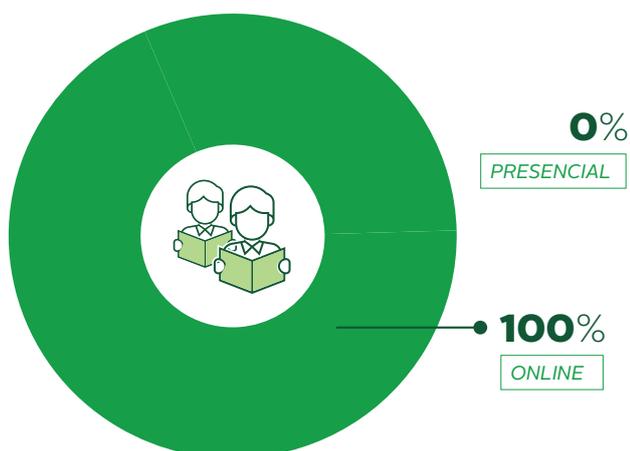
### FORMACIÓN ASOCIADOS

#### MUJERES Y HOMBRES



### ALUMNOS ONLINE Y PRESENCIAL

#### PORTUGAL



**339** ALUMNOS



**9.839** HORAS DE FORMACIÓN



**40** PROGRAMAS FORMATIVOS

# Retos de la logística del futuro

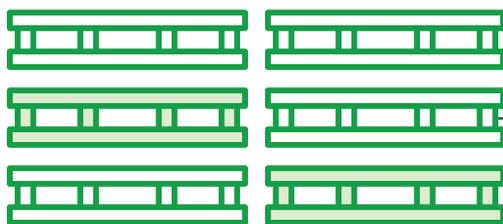
Por segundo año consecutivo, la pandemia puso a prueba la importancia de la red logística de Covirán, que superó con nota el reto de cumplir con el reparto al Socio y adaptarse a una situación cambiante, incluso a circunstancias meteorológicas imprevistas como la borrasca Filomena en enero de 2021.

La colaboración entre todos los actores de la red logística para coordinar a una plantilla formada por más de mil trabajadores ha hecho posible que se haya respondido con agilidad a las necesidades de los Socios y consumidores, sin abandonar el trabajo de mejora continua en la calidad del servicio y el compromiso por reducir el consumo energético y la huella ambiental de la propia actividad.

Prueba de ello fue el hecho de haber cerrado 2021 con el mejor dato de servicio nunca antes alcanzado, el **98,6% mensual**, cuando la media del sector logístico está en 94,3%.

Otro dato importante que da una idea del trabajo en el área de Aprovisionamiento es el montante total de las mercancías compradas y distribuidas entre las distintas plataformas.

En sus compras, Covirán prioriza los acuerdos con proveedores locales para reducir la huella de carbono que se genera con cada pedido. También busca sinergias con el fabricante para conseguir precios más competitivos para el consumidor.



**3.251**

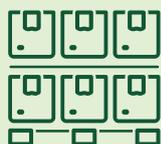
PALETS DIARIOS

## OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

La implantación de la metodología de trabajo LEAN, las mejoras en organización, orden y limpieza de los almacenes (5S), la estandarización de los procesos operativos, la formación y el uso de nuevas tecnologías, han contribuido a aumentar la eficacia de las plataformas logísticas.

El objetivo de cara al futuro más inmediato es seguir avanzado en la automatización de procesos operativos para alcanzar mayor productividad y ofrecer un mejor servicio al Socio.

Las nuevas tecnologías están jugando un papel esencial también en la logística, donde Covirán no quiere quedarse atrás. Es por ello que en los últimos años se han dado pasos para mejorar la planificación de la demanda, la trazabilidad de la cadena de suministro y la digitalización del transporte.



**90%**

OCUPACIÓN DE LOS VEHÍCULOS



**98,6%**

NIVEL SERVICIO LOGÍSTICO

# UN SERVICIO EFICAZ DE Reparto

## QUE SATISFACE AL SOCIO



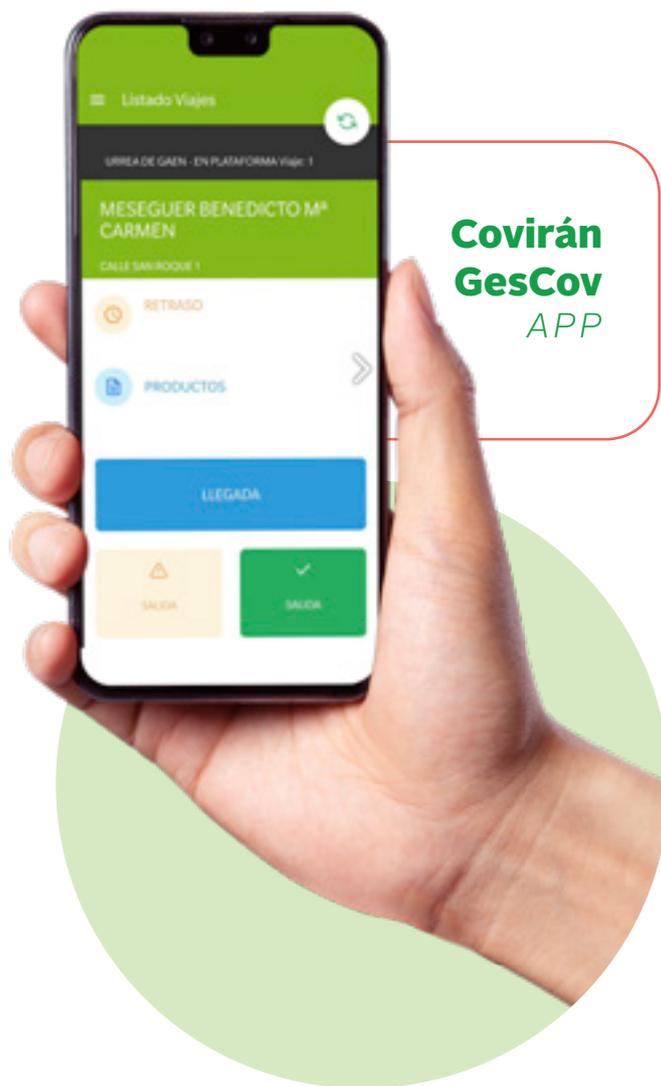
Los Socios de Covirán están plenamente satisfechos con el funcionamiento del modelo de preparación y reparto de pedidos a sus supermercados. Lo demuestra el hecho de que en 2021 se mantuviese el alto porcentaje de asociados, el **83%**, que optó por el sistema de envío de la mercancía que la Cooperativa tiene implantado para las tiendas, principalmente porque reduce el tiempo de espera y abarata costes.

La celeridad con la que se realizan las operaciones obedece a la distribución estratégica de las 29 plataformas logísticas que Covirán dispone en la península, el uso de tecnología avanzada para optimizar las rutas y un método de coordinación en el trabajo que incorpora la mejora continua.

El 78% de la mercancía se entrega en el punto de venta antes de las 12 del mediodía y el porcentaje sube hasta el 92% si el horario se amplía hasta las 2 de la tarde.

Todo ello gracias a una flota compuesta por **170 vehículos fijos y eventuales** que realizan 45.000 kilómetros al día, en su mayor parte trayectos muy cortos gracias a la capilaridad de la red logística.

Desde la Cooperativa se mantiene la apuesta por mejorar el servicio de pedidos que ofrece el Centro de Atención al Socio y Consumidor (CASC), si bien en los últimos años se ha empezado a trabajar con otras herramientas innovadoras. Un ejemplo de ello es la aplicación móvil **Covirán GesCov** que ya se ha desarrollado tanto para Android como para IOS. Este paso ha permitido que cada vez sean más los Socios interesados en una herramienta digital que facilita información sobre las horas de salida de los camiones de reparto y la detección automática por geolocalización de la llegada del chófer al punto de entrega.



**Covirán GesCov**  
APP

### MODELO REPARTO

ASOCIADOS INTEGRADOS



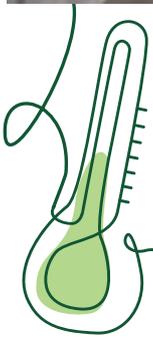
**83%**

### MERCANCÍAS EN PUNTOS VENTA

ENTREGADAS ANTES DE 12:00 P.M



**78%**



## CONTROL DE LA TEMPERATURA CON HIELO SECO

Otra de las novedades importantes que se ha introducido en el último año es el **control de la temperatura de la carga** de los camiones mediante termógrafos y el uso de hielo seco en trayectos de más de cuatro horas.

Se trata de una técnica de solidificación del CO<sub>2</sub> que garantiza la calidad y las propiedades de los productos congelados que demandan nuestros Socios y que se trasladan en medios isotermos de distintos tamaños. Para ello se ha llegado a un acuerdo con una empresa que proporciona hielo seco a todas las plataformas logísticas.

Se ha implantado igualmente un flujo tenso de mercancías con stock en pre-pedidos de refrigerado, duplicando las entregas semanales.

# MÁS CAPACIDAD DE Almacenaje

425.405 M<sup>2</sup>

SUPERFICIE TOTAL DE SALA DE VENTAS

La experiencia vivida durante el primer año de pandemia ha obligado a buscar mejores soluciones para gestionar el espacio disponible en las plataformas logísticas que la Cooperativa Covirán dispone en España y Portugal.

Si bien la enseña sigue contando con 29 plataformas repartidas por toda la geografía peninsular, en el último año se ha logrado optimizar la superficie de sala de ventas al Socio, que se sitúa en 425.405 metros cuadrados.

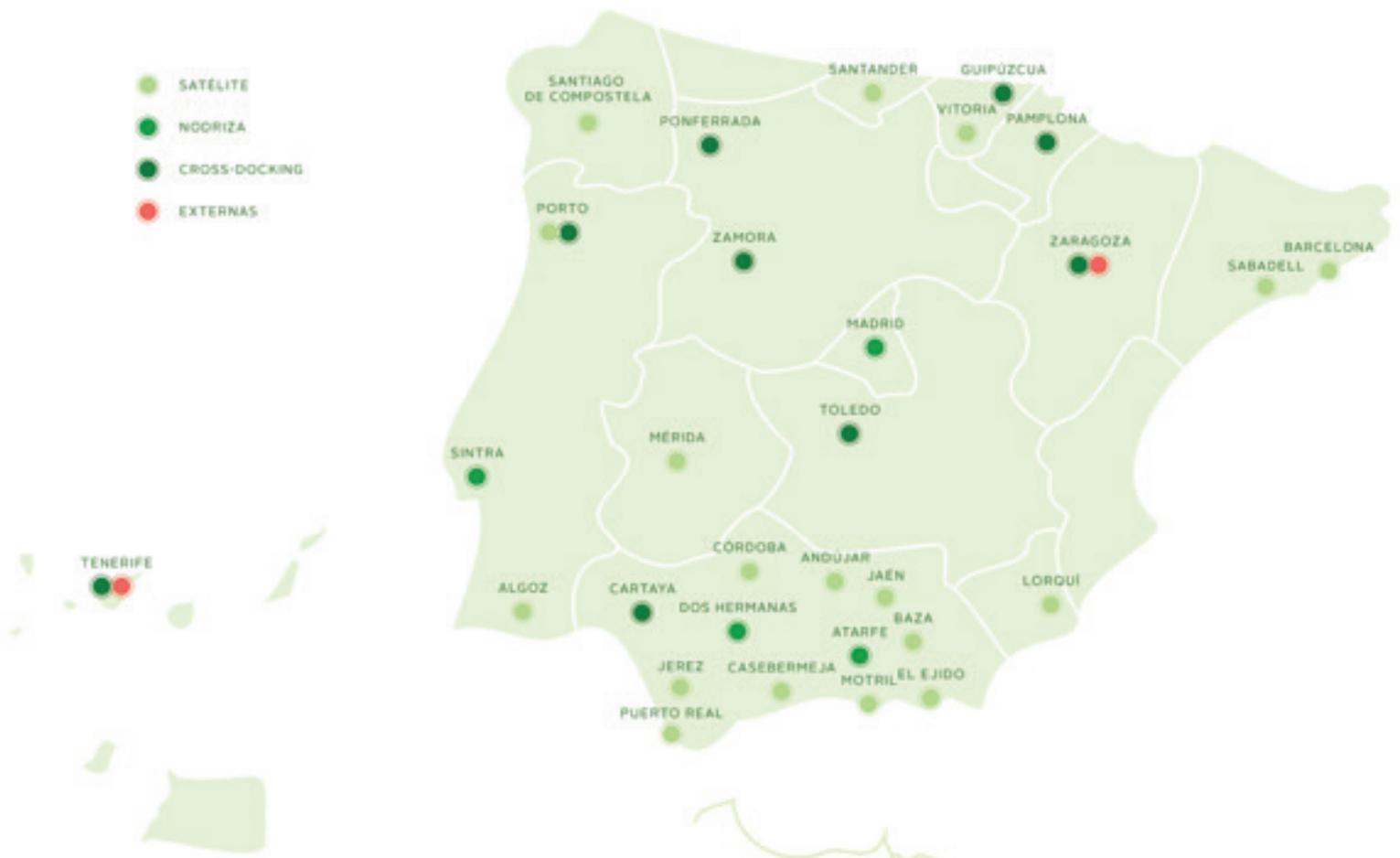
En 2021 se ha integrado la plataforma de Hernani (Guipúzcoa), consolidando la infraestructura logística que seguirá evolucionando y adaptándose a las necesidades de los So-

cios. Entre los objetivos está el de perfeccionar el sistema de gestión de los almacenes para que exista una mayor integración de la tecnología que se emplea en la preparación de pedidos.

La dinámica de trabajo logístico se ha visto condicionada en 2021 por la ola de contagios, siendo necesario intensificar el seguimiento que se viene haciendo para mejorar la calidad ambiental de las plataformas.

En 2022 está previsto realizar auditorías para revisar los protocolos de trabajo y solucionar los problemas que se detectan en la cadena de suministro.

- SATÉLITE
- NOORIZA
- CROSS-DOCKING
- EXTERNAS



# Coordinación del Trabajo

## CON LA IMPLICACIÓN DE LOS TRABAJADORES

La implantación de la metodología de trabajo Lean en las plataformas de distribución de Covirán sigue ofreciendo buenos resultados. Este sistema de trabajo tiene como objetivo incrementar la eficacia de la cadena productiva y mejorar el servicio al Socio mediante el control del proceso de reparto y entrega de pedidos.

La figura del 'champion', el coordinador de proyectos de mejora continua que se encarga de corregir deficiencias en las plataformas logísticas, dedicó **7.625 horas a subsanar problemas**, un 8% más que en el año 2020 debido a la carga de trabajo del último trimestre del año.

La participación de los trabajadores resultó también clave y contribuyó a acortar los tiempos de reparto. En 2021 presentaron **241 propuestas para mejorar el servicio**.



## LOS ALMACENES, CADA VEZ MÁS SOSTENIBLES

La Cooperativa ha mejorado la calidad ambiental de los almacenes con el objetivo de hacerlos más eficientes y sostenibles. En 2021, la calidad ambiental que evalúa los progresos que se han dado en la clasificación, orden, limpieza, estandarizado y seguimiento de los almacenes, se situó en el **77,6%**, un 5,4% más respecto a 2020

Las mejoras introducidas en la cadena de suministro han permitido ganar espacio, prevenir daños en el stock y evitar que las mercancías se echen a perder.

En la actualidad se sigue trabajando en las plataformas logísticas para que las operaciones sean más ágiles y eficientes de cara a ahorrar costes a la Cooperativa y a sus Socios.

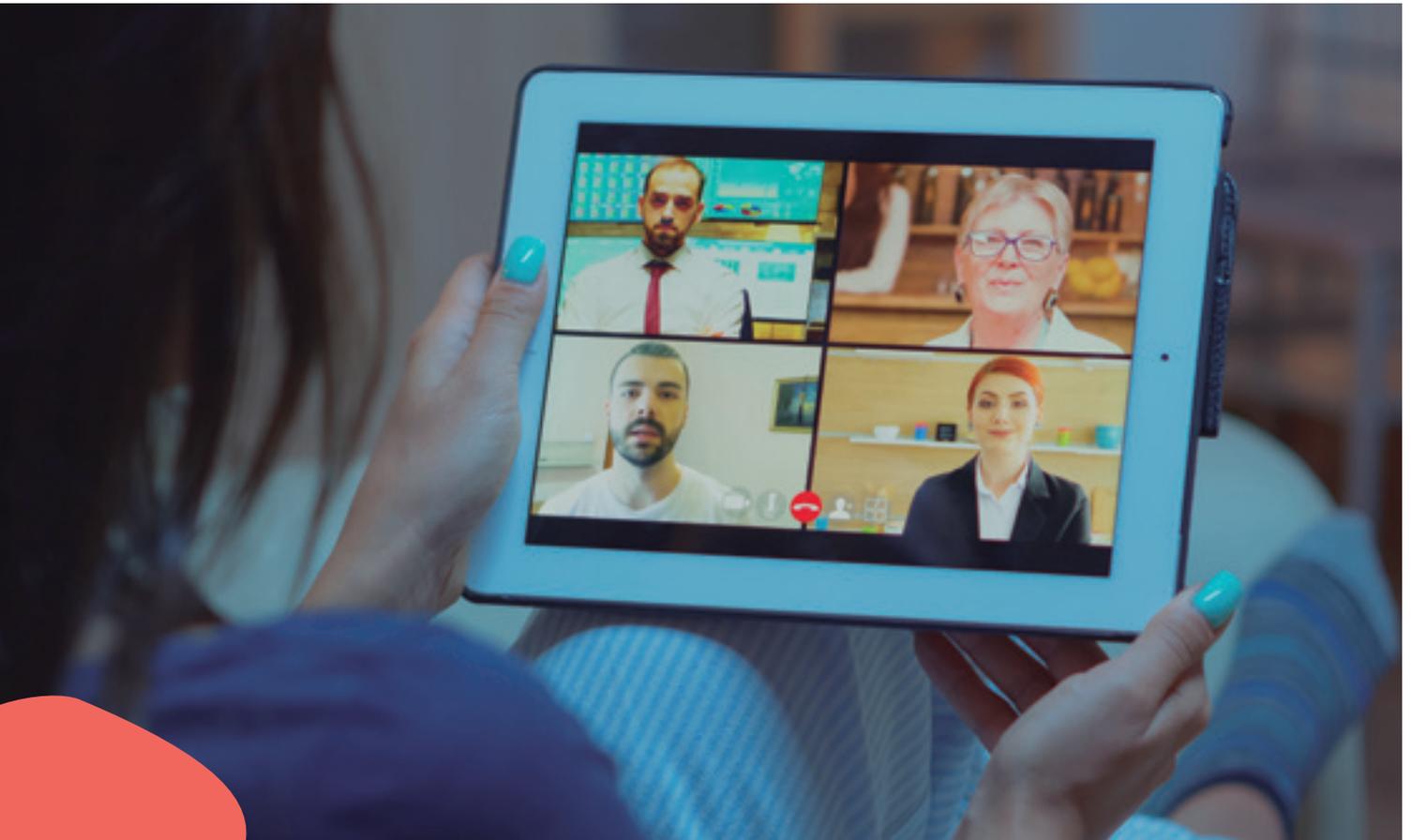
**7.625**

HORAS DEDICADAS A  
SUBSANAR PROBLEMAS

**241**

PROPUESTAS  
DE MEJORA





## REFUERZO DE LA FORMACIÓN VÍA 'ONLINE'

Los empleados de las plataformas logísticas de Covirán retomaron en 2021 la formación relacionada con la metodología LEAN, que se vio ralentizada durante el primer año de pandemia.

Si bien los cursos no pudieron ser presenciales, todos ellos vía *online*, se logró triplicar el número de participantes respecto al año anterior, además de invertir más horas en formación.

En total se impartieron más de 1.200 horas a 345 trabajadores.



**1.204H**

FORMACIÓN

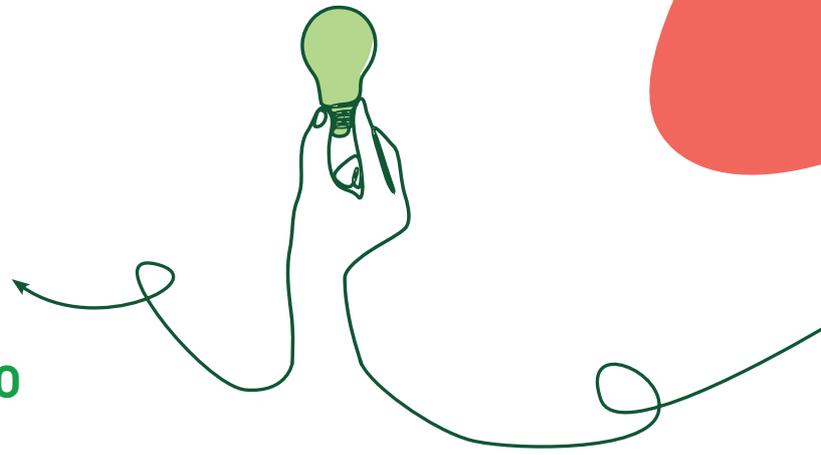


**345**

TRABAJADORES

# Eficiencia

## EN LA CADENA DE SUMINISTRO



La capilaridad de la red logística de Covirán requiere de la aplicación de mejoras continuas para garantizar que la distribución de las mercancías llegue en tiempo récord a las tiendas de las Socios y al consumidor final.

Con este propósito de ganar en rapidez, flexibilidad y eficiencia se trabaja en la Cooperativa, que ha dado pasos importantes en los últimos años para dotar a las plataformas de la última tecnología para controlar el inventario, mejorar

la preparación del reparto y optimizar el transporte.

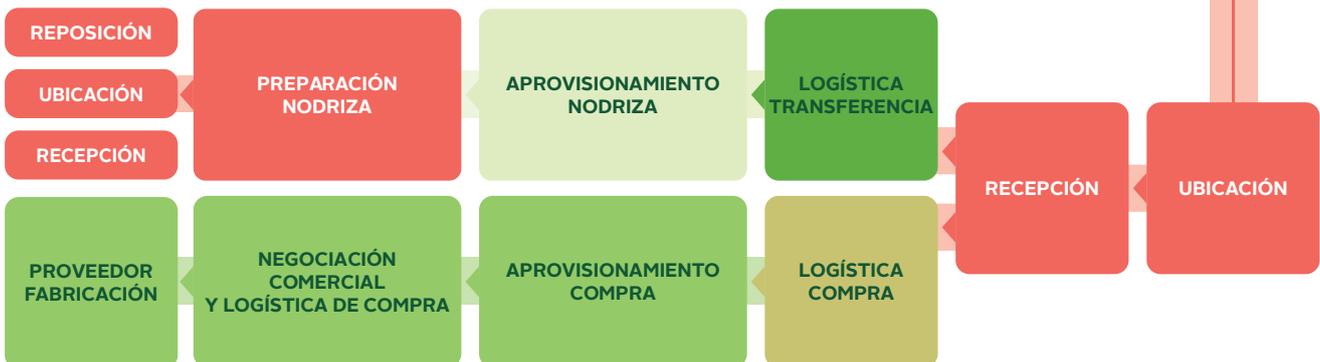
Son medidas que buscan también reducir el impacto ambiental de la actividad logística mediante el uso responsable y racional de los recursos, optimizando la cadena de suministro y cuidando todos los aspectos relacionados con el almacenamiento, el proceso de carga y descarga, el transporte, la distribución y el reciclaje de los residuos.



### FIGURAS



### SURTIDO





## INNOVACIÓN Y TRANSFORMACIÓN

# digital

Covirán es consciente de que, competir en igualdad de condiciones, obliga a profundizar y avanzar en la transformación digital en el que ya están inmersos muchos Socios al objeto de mejorar la experiencia de compra de sus clientes.

La Cooperativa ultima los detalles de lo que será la tienda online o comercio electrónico, un proyecto complejo que facilita la compra a los clientes pero que implica la previa instalación del nuevo software de gestión de los puntos de venta.

En breve está previsto que el consumidor pueda contar con una aplicación donde realizar sus pedidos. Se trabaja en este momento en adaptar las bases de datos que disponen cada uno de los Socios, con un surtido que en muchas ocasiones no coincide o con particularidades de sus tiendas en buena parte por la flexibilidad que concede la Cooperativa a sus asociados.

Otro de los proyectos ambiciosos guarda relación con el proceso de digitalización interna en relación a los pedidos de los Socios, en la línea introducir el comercio electrónico para facilitar la compra al consumidor final.

Se trabaja también en la modernización de los servicios centrales y de las plataformas. En concreto, en un software de gestión ágil y eficiente de ventas, RRHH, finanzas y operaciones que mejora la colaboración, ayuda a la empresa a tomar decisiones basadas en los datos y aumenta la productividad. También se ha desplegado la conexión wifi en los Servicios Centrales y a lo largo de 2022 se instalará en las plataformas, además de la adecuación de las centralitas para mejorar la comunicación.

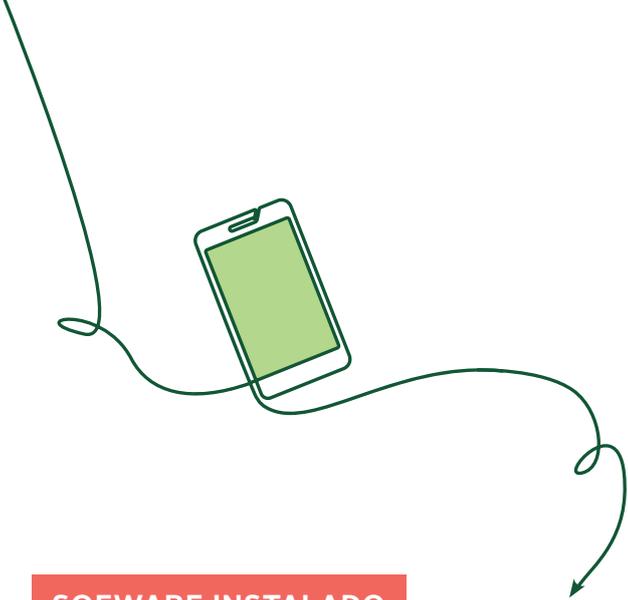
Sobre las mejoras de las que se beneficiarán los Socios, actualmente hay varios proyectos de digitalización que están en fase de estudio para tratar de adecuar los negocios a las nuevas tecnologías y simplificar los procesos de trabajo.

También hay un proyecto en ejecución para mejorar la seguridad y la disponibilidad de datos y sistemas del supermercado. Se ha incluido un segundo operador de comunicaciones y está en estudio la posibilidad de incluir un tercero.



**e-Commerce**

*ADAPTADO AL SOCIO*



## APUESTA POR EL

# Software de gestión

## COVIGÉS RT

El Servicio Técnico gestionó en 2021 un total de 31.201 incidencias en supermercados y centros logísticos, de las que 23.737 se solucionaron vía telefónica, 3.488 de forma presencial y 2.789 en las plataformas o talleres. La mayor parte de los casos estaban relacionados con las migraciones del software Covigés RT. Dicho servicio atendió una media al día de 131 casos, con un elevado nivel de resolución de los problemas.

### SOFTWARE INSTALADO

ESPAÑA Y PORTUGAL **66,2%**



ESPAÑA **67,7%**



PORTUGAL **51%**



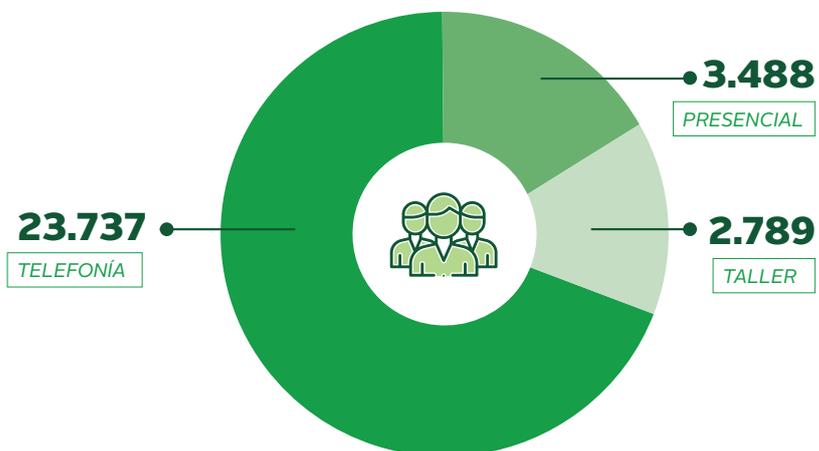
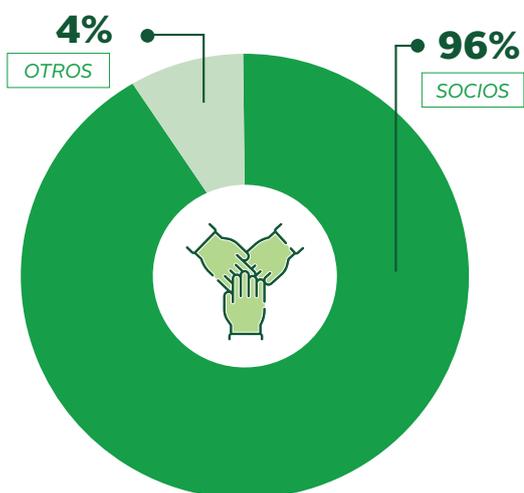
## GESTIÓN SERVICIO TÉCNICO 2021

### CASOS GESTIONADOS

TOTAL **31.201**

### CASOS GESTIONADOS

SOCIOS



# La atención

## QUE QUIERE EL SOCIO Y EL CLIENTE

El programa Covigés RT, el software de gestión personalizado que Covirán facilita a sus Socios para que administren mejor sus negocios, se extiende por un número cada vez mayor de supermercados. Las acciones formativas para adaptarse a dicha versión del programa se duplicaron en el último año. En 2021 se impartieron **735 acciones formativas** en las que se invirtieron 2.205 horas. Los Socios son conscientes de las ventajas que incorpora el

programa, de ahí el interés que en los dos últimos años ha despertado entre los pequeños detallistas que quieren sacar mayor rentabilidad a sus tiendas.

El Centro de Atención al Socio y Consumidor de Covirán sigue siendo una herramienta fundamental para la resolución de incidencias, con un nivel de eficacia muy elevado que cuenta con la confianza de Socios y clientes.



### NIVEL DE ATENCIÓN



94%

472

LLAMADAS/DÍA  
ENTRANTES



395

LLAMADAS/DÍA  
ATENDIDAS

10.373

LLAMADAS/MES  
ENTRANTES



### ESCUCHA ACTIVA

En 2021 se atendieron más de **124.000 llamadas**, lo que viene a ser una media de 472 diarias, de las que **se tomaron en consideración el 94%**. La importancia de este servicio se refleja en el grado de satisfacción de las personas que trasladan sus quejas o dudas, que se sitúa en el **69%**, similar al de los últimos años.

Buena parte del éxito estriba en la mejora de los tiempos de respuesta que ofrece el sistema informatizado de gestión o administración de relaciones con el cliente, también conocido como CRM, con un nivel de servicio del 39% en la primera llamada, tres puntos más que en el ejercicio anterior.

La calidad del servicio ha permitido reducir el porcentaje de llamadas traspasadas, que se sitúa en el 9%, y el de quejas, reclamaciones y otras cuestiones, que representa el 6% del total. Los buenos resultados se atribuyen también a la mejora de la comunicación entre departamentos gracias, en buena parte, a la formación continua de los trabajadores.



**NUEVOS CANALES DE ATENCIÓN AL SOCIO: WHATSAPP Y CHAT CORPORATIVO**



## EL SERVICIO DE EQUIPAMIENTO SE GANA A LOS SOCIOS

El Departamento de Equipamiento de Covirán contribuyó un año más al mantenimiento adecuado del material necesario en las tiendas, un servicio que el 89,9% de los Socios consultados valora positivamente.

En 2021 se facturó un 18% más que en el ejercicio anterior. Se hizo especial hincapié en la venta de modernos carros sostenibles de la marca Loop, en el mobiliario de congelado, máquinas de zumo recién exprimido, y sistemas de alarma y de control de aforo de los supermercados.

Durante el pasado ejercicio también se actualizó el catálogo de soluciones del equipamiento comercial, de la iluminación Led y de informática. Se culminó con éxito el sistema NPS, una herramienta de medición de satisfacción de los clientes que permite incorporar mejoras continuas en las tiendas. Entre las consultas realizadas destaca el hecho

de que el 94,4% de los Socios recomendaría los Servicios de Equipamiento a otro asociado.

En el área logística se finalizó también el proyecto para disponer de nuevas balanzas en las plataformas de Portugal, ofreciendo un mejor servicio en el punto de venta.

En el capítulo de formación interna se completó un programa sobre técnicas de venta, atención telefónica y conocimiento de producto que se impartió a través de Adecco.

Otro de los hitos destacados guarda relación con el establecimiento del nuevo modelo de acuerdo de suministro que afianza la confianza con el proveedor, asegura la disponibilidad del producto y aumenta la seguridad en la calidad del servicio.

**89'9%** DE LOS SOCIOS CONSULTADOS VALORA DE FORMA POSITIVA EL SERVICIO DE EQUIPAMIENTO



El Departamento de Comercio y Subvenciones de Covirán tramitó el pasado año 40 expedientes para la modernización de los supermercados de los Socios, de los que 10 fueron aprobados, aunque quedan por resolver 22 expedientes. El trabajo de apoyo a los Socios se ha visto condicionado por la falta de convocatoria de ayudas que la Administración dedica a la mejora de la competitividad de los comercios, especialmente en Andalucía.

Las solicitudes presentadas fueron un total de 39 y la subvención concedida se cuantificó en 85.428 euros aunque, de aprobarse los expedientes pendientes de resolución, se obtendría una inversión adicional de 304.353 euros. Solo se denegaron 7 de las solicitudes de ayuda por agotamiento del crédito presupuestario.

La inversión media presentada por cada Socio solicitante era de 17.703 euros, si bien la concedida por las administraciones públicas rondaba los 8.542.

Se atendieron 211 consultas, seis más que en 2020, en su mayor parte para obtener información de incentivos al comercio. Descendieron ligeramente las llamadas, en total 528, pero se incrementaron las campañas, contabilizándose 131, de las que **107 eran campañas de información sobre comercio**.

Covirán recomienda a sus Socios que, antes de proceder a realizar inversiones en el punto de venta, se pongan en contacto con el Departamento de Comercio y Subvenciones para informarse de las líneas de incentivos. Para cualquier consulta: **subvencionescoviran.es**



**40**

**Expedientes para la modernización** de los supermercados de los Socios.

Descripción	2021
Consultas	211
Campañas activas	131
Llamadas	528
Expedientes presentados	39
Expedientes aprobados	10
Inversión solicitada	567.272,70 €
Inversión gestionada	613.875,58 €
Inversión admitida	177.035,83 €
Subvención entregada	85.428,95€

\* A la fecha del cierre de la edición de la Memoria había todavía 22 expedientes "en trámite", pendientes de ser resueltos por la administración, lo que supone un inversión no resulta de 304.353,13€



# Marketing

## DESPIERTA PASIONES Y PREMIA LA FIDELIDAD DE SOCIOS Y CLIENTES

Solo una vez se cumplen 60 años y era necesario festejarlo por todo lo alto con Socios y Clientes.

Buena parte del trabajo desarrollado por el Departamento de Marketing de Covirán durante 2021 se centró en la puesta en marcha de campañas y promociones que han permitido dar visibilidad a nuestra marca y ocupar un lugar muy preciado en la memoria de los consumidores.

En un momento especialmente delicado por los efectos de la pandemia, Covirán se sobrepuso a la adversidad e hizo un esfuerzo por dinamizar los puntos de venta de los Socios con promociones y ofertas muy atractivas para las familias, que se difundieron en programas de televisión de máxima

audiencia y en otros medios de comunicación, con un impacto muy positivo en los puntos de venta de la Cooperativa.

Era importante premiar la fidelidad de los clientes, conectar con sus necesidades y fortalecer la relación de cercanía que se ha mantenido a lo largo del tiempo.

El balance resultó más que satisfactorio, teniendo en cuenta el complejo escenario derivado de una pandemia que por segundo año golpeaba la economía mundial.

Los Socios se sumaron a las distintas acciones de promoción para atraer a nuevos clientes, un valor añadido que cotiza al alza en un sector cada vez más competitivo.

# Un cumpleaños a lo grande

## SORTEO DE TRES COCHES SEAT IBIZA

Covirán quiso celebrar por todo lo grande su 60 aniversario de su fundación. Con la complicidad de sus Socios y con el deseo de premiar la fidelidad de los clientes más fieles, la Cooperativa lanzó el Gran Sorteo Covirán de tres coches Seat Ibiza.

El sorteo levantó una gran expectación en los puntos de venta de Covirán. Decenas de miles de participantes entregaron su cartilla rellena con su ticket de compra en alguno de los cientos de establecimientos que se adhirieron a la campaña.

En total fueron 1.600 Socios los que solicitaron participar en una iniciativa que contribuyó a incrementar las ventas en los supermercados en tres momentos especiales del año.

## OTROS MOMENTOS ESPECIALES

Covirán aprovechó un acontecimiento tan importante para rifar entre la clientela más fiel otros electrodomésticos y regalos muy útiles para cualquier familia. En concreto se sortearon, también ante notario, robots de cocina, aspiradoras, carros de compra y patinetes.

Durante el aniversario se activaron todos los canales posibles para ganar visibilidad y animar a la participación.



También se informó de los sorteos y concursos a través de los folletos quincenales y de las redes sociales, con lo que se logró ampliar el público interesado y aumentar el número de seguidores.

Por su parte, el Club Familia potenció la organización de sorteos que contaron con la colaboración de grandes firmas de productos, de cuya repercusión se da cuenta en las siguientes páginas. Gracias a la implicación de empresas de reconocido prestigio se logró un doble objetivo: premiar a los clientes más fieles y aumentar el volumen de negocio de los Socios.





### ELECTRODOMÉSTICOS DE ÚLTIMA GENERACIÓN

El acuerdo de colaboración con la marca de electrodomésticos Cecotec permitió poner en marcha varias campañas con muy buena aceptación entre los Socios, con el objetivo de fidelizar a nuevos clientes y dinamizar los puntos de venta. Entre las campañas estrella figuraba la del robot de cocina Mambo Cecotec 9090, a precio muy económico, con un stock de mil unidades; la promoción del robot aspirador Conga serie 950, del que se llegaron a vender 2.000 unidades, y una moderna cafetera Power Espresso 20 que también despertó el interés de los clientes.



### Un cumpleaños compartido con los clientes sexagenarios

El Club Familia Covarán se sumó a la celebración del 60 aniversario de la Cooperativa, haciendo entrega de 60 lotes de regalo a otros tantos clientes que cumplieron en 2021 la edad de 60 años.

Con esta iniciativa se buscaba premiar a la clientela más fiel que en su recorrido por la vida ha compartido momentos en Covarán.

Para participar en esta acción, los clientes con dicha edad debían enviar un audio al whatsapp de Covarán contando el mejor recuerdo de su infancia, pequeñas historias que, en su mayor parte, guardaban relación con los supermercados de la Cooperativa.



## SUBIRSE AL TREN DE

# la historia



Una de las campañas de marketing más destacadas y de mayor impacto, que se realizaron coincidiendo con el 60 aniversario, consistió en el vinilado integral de dos trenes del Metro de Granada y de las paradas más céntricas del metropolitano.

Con dicha iniciativa, la Cooperativa quiso agradecer la confianza de los clientes a lo largo de su historia con imágenes de sus acciones en el último año junto a de-

portistas, profesionales sanitarios o personalidades del mundo de la cultura que permanecieron cerca en los momentos de crisis vividos con la pandemia.

De este modo, Covirán se convirtió también en el primer anunciante del Metro desde su puesta en funcionamiento, una oportunidad para ganar visibilidad entre los usuarios de un transporte sostenible y accesible que tiene cada vez más usuarios.



# Campañas con mucho tirón y éxito

## ENTRE LOS CLIENTES

### PROMOCIÓN DE SARTENES EN TELECINCO

La colección de sartenes San Ignacio fue un año más una de las promociones que más interés despertaron entre los clientes habituales de los supermercados adheridos al Club Familia.

El Departamento de Marketing logró incluir a mitad de diciembre la campaña de promoción en distintos programas de máxima audiencia de Telecinco. En concreto, Covirán emitió en cinco espacios de los programas de Ana Rosa y Sálvame.



### UNA TABLA CON LA QUE 'COLAR' OFERTAS EN LOS HOGARES

Covirán busca siempre la mejor manera de 'colarse' en los hogares de sus clientes en España y Portugal. El año pasado se puso a disposición de los consumidores más fieles una herramienta imprescindible en todas las cocinas, una tabla de madera para cortar alimentos.

Como novedad, las tablas incluían un código QR que dirige directamente al folleto publicitario de Covirán en vigor, una forma de tener informados a los clientes de nuestras ofertas y promociones quincenales.

### ELECTRODOMÉSTICO Y HERRAMIENTAS DE USO COMÚN

También está comprobado que los pequeños electrodomésticos son muy prácticos en cualquier hogar. El Departamento de Marketing ofreció a sus Socios un expositor con seis aparatos muy usados en todos los hogares como son el secador de pelo, la sandwichera, la máquina corta pelo, el hervidor de agua, la batidora de mano y una tostadora. Cada artículo se vendió a 15 euros.

Igual éxito tuvieron las herramientas de bricolaje, así como una baliza luminosa de emergencia para colocar en el vehículo en caso de avería en carretera. Todo ello, a disposición de los Socios.



# La fidelidad de grandes firmas

## PARA RECOMPENSAR A LOS CLIENTES

2021 fue un año con momentos inolvidables, un año cargado de regalos para festejar el 60 aniversario, a cuya cita tampoco faltaron grandes firmas de productos que colaboraron con sorteos entre los clientes más fieles.

El Club Familia estima que se entregaron durante el último semestre del año más de 1.500 premios, una cifra récord con la que se busca estrechar la relación con los consumidores.

Entre las empresas colaboradoras se encuentran prestigiosas firmas como Gallina Blanca, Heineken, Coca Cola, Aguas de Lanjarón, Bacardi, Puleva, Pascual, Juver, Mondelez, Red Bull, Agerul o la empresa Familia La Casa.

Se sortearon tarjetas regalo por valor de 125, 300 y 500 euros, entradas para la Eurocopa, Iphoney Apple Watch, tarjetas Netflix, batidoras, packs experiencia, bicis, altavoces Waterproof con Bluetooth y palas de pádel, entre otros muchos regalos.



### Más concursos y premios para fomentar las ventas

La renovación de los folletos quincenales para la promoción de los artículos en oferta de Covirán, además de contar con un diseño más atractivo, incorporó en 2021 sorteos a través de código QR, con gran aceptación entre el cliente final. Gracias a esta iniciativa, la participación en los concursos se incrementó en el último semestre. Se hicieron 26 sorteos en los que participaron 8.571 clientes que se repartieron 1.032 regalos por valor superior a los 19.000 euros.

Para dinamizar las redes sociales se realizaron 12 sorteos, con 3.127 participantes. Los ganadores se llevaron regalos por valor de 4.590 euros.

Entre los Socios también hubo sorteos de regalos por valor de 2.450 euros. En esta última iniciativa participaron cerca de mil asociados.

## LA CONSOLIDACIÓN DE LA

# Marca Portugal

## CON MOTIVO DEL DÉCIMO ANIVERSARIO

Covirán Portugal ha dado un salto cualitativo en la proyección de su marca con motivo del décimo aniversario de su implantación. Buena parte de los resultados obtenidos el pasado año guarda relación con el trabajo que viene desempeñando el Departamento de Marketing, un área fundamental para desarrollar las estrategias de venta y con el que se ha ganado gran notoriedad en los medios de comunicación y redes sociales.

Hoy, Covirán Portugal es una de las cadenas de supermercados más conocidas en Portugal y valorada por los consumidores como el demuestra el reciente pre-

mio, por segundo año consecutivo, de la mejor tienda de proximidad.

La conexión con el cliente vino de la mano de la puesta en marcha de varias campañas que tuvieron gran aceptación por parte del consumidor. Entre las más destacadas figuran los regalos de mil carros de la compra y los 30.000 vales de experiencia para premiar la fidelidad de los clientes, las ofertas 'súper precios' para mejorar las ventas en los negocios, la entrega de 600 máquinas de café, tablas de cortar, vales de regalo y sorteo de cestas de compras, entre otras muchas acciones.

## CAMPAÑA EN TV PARA REFORZAR LA CONEXIÓN CON EL CLIENTE



Covirán Portugal recurrió un año más a la televisión para promocionar el sello obtenido por ser la Mejor Tienda de Portugal 2021-2022, que otorga la revista Grande Consumo a través de la opinión de los propios consumidores. Para ello difundió el spot 'Covirán, tu amigo de al lado', con gran repercusión en 2020, donde se destacan los principales valores de los supermercados, su cercanía y el servicio personalizado al cliente.

La campaña coincidió con el periodo navideño, un momento en el que los portugueses necesitan mantener los vínculos afectivos. El objetivo no era otro que reforzar la conexión de los consumidores con sus tiendas más próximas, reflejando el compromiso de Covirán de apoyar a sus clientes y ofrecerles lo mejor que atesoran: una oferta de calidad adaptada a sus necesidades, un servicio personalizado y una sonrisa.



60 anos desde as nossas origens



## CADA VEZ SON MÁS LAS TIENDAS CON CANAL MULTIMEDIA Y CORPORATIVO

Cada vez son más los supermercados que incorporan el canal multimedia para ofrecer al cliente información dinámica de productos en oferta y otras promociones. Al cierre de 2021, las tiendas Covirán que ofrecían dicho servicio eran 255, de las que 24 se dieron de alta ese mismo año. Todas ellas están en España a excepción de dos establecimientos de Portugal.

Se trata de un canal ideado para informar y entretener a los clientes en los momentos que deben esperar su turno en la sección de venta asistida de frescos y en las salidas de caja.

Los contenidos que se reproducen guardan relación con los productos que están en el folleto de ofertas, acciones de marketing implantadas en el punto de venta, anuncios corporativos de interés y temas de entretenimiento como consejos, trucos caseros e información de productos de temporada.

También se emite publicidad de proveedores externos, trasladando información sobre primeras marcas.



### Canal corporativo

376 supermercados Covirán tienen instalado el canal corporativo de audio que ofrece música y cuñas sobre ofertas y otras acciones de marketing. En España lo han incorporado 317 establecimientos, mientras que en Portugal son ya 59 los puntos de venta que cuentan con dicho servicio.

El Socio puede elegir entre varios canales de música que se van alternando con cuñas de las ofertas promocionales, acciones de marketing en el punto de venta y otros anuncios corporativos de interés.



# Club familia,

## EN LÍNEA ASCENDENTE

Cada vez son más los Socios de España y Portugal que se incorporan al Club Familia para premiar la fidelidad de los clientes, con ofertas y campañas que suponen un ahorro en su cesta de la compra.

El interés de los dueños de los supermercados por ofrecer ventajas a sus clientes ha permitido también batir la cifra récord de usuarios con tarjeta del Club, un dato que la Cooperativa valora de forma muy positiva teniendo en cuenta que 2021 fue un año complicado a causa de la pandemia.

Los establecimientos de Covirán adheridos al Club Familia han pasado en España de 1.047 en 2020 a 1.082 al cierre de 2021, permaneciendo activos 212.789 clientes que con frecuencia utilizan su tarjeta para beneficiarse de descuentos y de la posibilidad de participar en sorteos.



El balance del ejercicio de 2021 arroja datos positivos sobre las experiencias de compra de los clientes. Así, se constata que la venta fidelizada se sitúa ya en casi el 30% y el ticket medio fidelizado se aproxima a los 20 euros, el doble del importe de una compra sin tarjeta del Club Familia.

Los acuerdos alcanzados con 24 fabricantes de primeras marcas en el sector de la alimentación consiguieron el pasado año dinamizar la actividad de los supermercados adheridos gracias a las promociones y sorteos exclusivos para los clientes más incondicionales. Como en años precedentes, los sorteos de tarjetas monedero con cantidades que oscilaban entre 300 y 200 euros resultaron un éxito de participación. También se rifaron bicicletas, pack experiencia y de viajes, y pequeños electrodomésticos.



**1.082**

Nº TIENDAS FIDELIZADAS



**100%**

INCREMENTO TICKETS FIDELIZADOS



**212.789**

CLIENTES ACTIVOS



**30%**

INCREMENTO VENTA FIDELIZADA

## Cifra récord en Portugal

El Club Familia de Portugal recibió en 2021 el espaldarazo definitivo para su consolidación. Ya son 50 las tiendas que se han adherido al sistema de fidelización que busca aumentar las ventas en los supermercados a cambio de recompensar al cliente con premios y descuentos.

El crecimiento en el último año ha quedado reflejado

tanto en el volumen de ventas (109% más) como en el número total de tarjetas de compra (75%) y en el total de tickets de fidelización (208%). Estos indicadores reflejan la confianza y el trabajo desarrollado por los Socios, que invierten cada vez más en campañas personalizadas con la ventaja de que responden a las necesidades específicas de sus tiendas y permiten un mayor desarrollo de sus negocios.



**50**

Nº TIENDAS FIDELIZADAS



**109%**

INCREMENTO VOLUMEN VENTAS



**75%**

INCREMENTO TARJETAS DE COMPRA



**208%**

INCREMENTO TICKETS FIDELIZADOS

# Una plantilla comprometida

## CON LOS VALORES DE LA COOPERATIVA

Covirán siempre se ha caracterizado por tener una estrecha relación con sus trabajadores, velando por su seguridad y prestando atención a sus necesidades.

El conjunto de empleados que realiza su labor en la Cooperativa y los supermercados constituye una pieza clave de la actividad de Covirán, al actuar como elemento de conexión directa con los Socios y clientes.

A ellos les ha tocado trabajar de cara al público durante los dos años de pandemia, siguiendo el protocolo de prevención para evitar contagios que la Cooperativa puso en marcha en los supermercados, plataformas de distribución y en el resto de instalaciones. Del mismo modo que se han volcado en un año especial en la historia de Covirán, su 60 aniversario.

También son responsables del nivel de satisfacción de los Socios y clientes que acuden a realizar las compras a las plataformas y los puntos de venta, sin olvidar su implicación en el proceso de formación y mejora continua.

No es menos cierto que la crisis sanitaria, que se ha prolongado durante dos años, ha obligado a realizar ajustes y reestructuraciones después del ritmo sostenido de crecimiento en el empleo de los últimos ejercicios.

Pero de lo que no hay duda es del compromiso incondicional y dedicación para afrontar su trabajo y atender a los consumidores. Quizá por ello el conjunto de los trabajadores del sector de la alimentación se ha ganado en los últimos años el reconocimiento de toda la sociedad. Su ejemplo ha servido de estímulo en circunstancias excepcionales.

LOS TRABAJADORES HAN DEMOSTRADO SU COMPROMISO EN CIRCUNSTANCIAS EXCEPCIONALES

### EMPLEO TOTAL

2021

↓ 15.119

### CONTRATACIÓN INDEFINIDA



89,16%

### RATIO CONTRATACIÓN

POR 100M<sup>2</sup>



3,25%

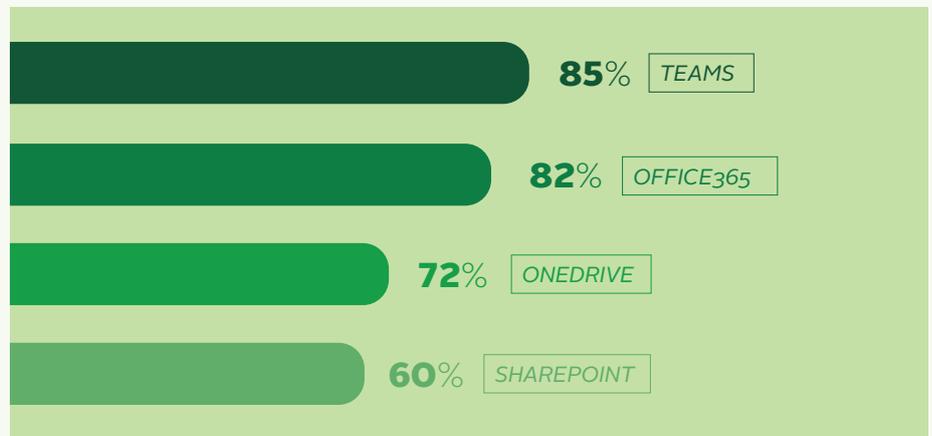
# El teletrabajo. SE CONSOLIDA COMO LA OPCIÓN MÁS SEGURA

La implantación del teletrabajo a causa de la pandemia ha resultado ser una medida exitosa para el conjunto de la organización de Covirán, a tenor de los resultados y del rendimiento en el trabajo.

La medida se adoptó en 2020 y se prolongó en 2021, con el 50% de la plantilla de los servicios centrales realizando sus tareas desde sus domicilios, situación también su-peditada a la evolución de la pandemia y a la actividad y necesidad de la Cooperativa.

Por lo general, se ha ido alternando la presencialidad y el teletrabajo al 50% y de mane-ra rotativa, una opción que ha contribuido también a la conciliación laboral y familiar.

Las reuniones a través de *Teams* se consolidaron como opción de chat preferida por el personal que coordina el trabajo en equipo.



Covirán organizó 3,900 encuentros a lo largo de 2021 y se realizaron un total de 15.425 llamadas de trabajo. Se emplearon 874.373 minutos de audio y otros 442.078 de video, más del doble respecto al ejercicio anterior pese a que una parte de la plantilla regresó a las oficinas centrales.

Respecto a las herramientas informáticas más utilizadas en el día a día de los em-pleados destacan el *Office 365*, el sistema de almacenamiento *Onedrive* y la plata-forma de colaboración empresarial *Sharepoint*.

## TEAMS

**15.425**

NÚMERO DE LLAMADAS

**3.900**

MEETING ORGANIZADAS POR COVIRAN

**874.373**

MINUTOS DE AUDIO

**4.378**

MEETING CON PERSONAL DE COVIRAN

**442.078**

MINUTOS DE VIDEO

# Estabilidad en la plantilla

La plantilla media de empleados de la Cooperativa en España y Portugal apenas sufrió alteraciones. Al cierre de 2021, Coviran contaba con **1.371 trabajadores**, una cifra que se mantiene estable una vez transcurridos los peores meses de la pandemia.

Destaca el incremento que se ha producido en los **contratos fijos**, cuyo porcentaje supera el 89% de la plantilla, una apuesta por la estabilidad laboral y por la protección de los derechos de los trabajadores.

El **número de incorporaciones** fue de 528 empleados, una cifra inferior a 2020, el primer año de pandemia en el que fue necesario reforzar la plantilla ante la desorbitada demanda de productos durante la primavera. En cualquier caso, el número de incorporaciones, si se compara con 2019, es casi un centenar de trabajadores más que, en su mayor parte, cubrieron bajas por la Covid, sin que se resintiera la actividad de la Cooperativa.

## INCORPORACIONES

### DESTINO

PLATAFORMA **438**  **83%**

CENTRAL **47**  **9%**

TIENDAS **43**  **8%**

**528**

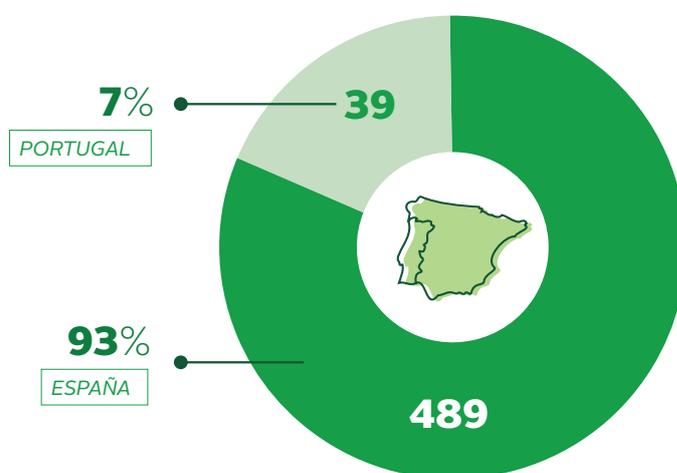
TOTAL



2021

Nº de Incorporaciones	528
Antiguos Trabajadores	211
Nuevos Trabajadores	226
ETT	91

## POR PAÍS



El servicio de reparto de mercancías a nuestros Socios ha seguido siendo la prioridad en la Cooperativa. El 83% de las incorporaciones lo hizo para reforzar la plantilla de las plataformas logísticas; el 9% se integró en las labores que realizan los servicios centrales y un porcentaje similar, el 8%, acudió a tiendas.

Un año más, los perfiles más demandados fueron profesionales de almacén (preparador de pedidos, reponedor, carretilleros), personal de tienda, de apoyo al Departamento de Marketing, y personal con experiencia en administración y contabilidad.

A la hora de seleccionar al personal se tuvo en cuenta la experiencia, la aportación de los antiguos trabajadores (41,1%). También se confió en la información procedente del Portal de Empleo (21,2%), las recomendaciones de las Empresas de Trabajo Temporal (17,2%) y la propia red de contactos (11,2%).

En virtud de los acuerdos de colaboración con entidades sociales, la Cooperativa mantuvo la formación a personas en riesgo de exclusión, algunos de los cuales fue contratado de forma temporal en tiendas o en las propias plataformas logísticas.

## DISTRIBUCIÓN POR EDAD Y GÉNERO

La principal lectura de los datos que ofrece el balance de 2021 es el incremento de la presencia de la mujer en todas las franjas de edad, en concreto un 1,6% más en su conjunto que en el ejercicio anterior, en detrimento de la plantilla compuesta por hombres, que pierde efectivos aunque sigue siendo mayoritaria. De 299 mujeres que en 2020 realizaban distintas labores dentro de la Cooperativa, se ha pasado a 318. De forma paulatina, la mujer se incorpora a distintos eslabones de la cadena de Covirán que, con el plan de Igualdad, ha logrado eliminar la brecha salarial que había entre hombres y mujeres.

Descripción	Hombre	%	Mujer	%	Total general
1   Menor 30 años	109	82,6%	23	17,4%	132
2   Entre 30 y 50 años	755	76,1%	237	23,9%	992
3   Mayor 50 años	196	77,2%	58	22,8%	254
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>1060</b>	<b>76,9%</b>	<b>318</b>	<b>23,1%</b>	<b>1378</b>

## DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE JORNADA Y GÉNERO

En 2021, el número de trabajadores a jornada completa fue prácticamente similar al ejercicio anterior gracias a la disposición de la mujer, reduciéndose ligeramente el de empleados a tiempo parcial. Por sexo, con respecto a 2020, hubo un aumento de las mujeres que dedican ocho horas diarias a su trabajo, siendo menor el número de empleadas que eligieron el horario reducido. En lo que respecta a los hombres, dedicaron menos horas tanto en jornada completa como parcial.

Descripción	Completa	%	Parcial	%	Parcial
Hombre	1.018	96%	42	4%	1.060
Mujer	274	86,2%	44	13,8%	318
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>1.292</b>	<b>93,8%</b>	<b>86</b>	<b>6,2%</b>	<b>1.378</b>

## DISTRIBUCIÓN POR CONTRATO Y GÉNERO

La mayor parte de los contratos que regulan las condiciones de los trabajadores con la Cooperativa son indefinidos con independencia del género. El 89% de los acuerdos con los trabajadores no establece límites de tiempo, condición que ofrece mayor estabilidad laboral. Este tipo de relación contractual es por la que viene apostando Covirán en los últimos años, una constante para crear un clima de confianza que mejore la productividad y las condiciones de trabajo.

Descripción	Mujeres	%	Hombres	%	Parcial
Indefinido	274,33	88,9%	948,54	89,2%	1.222,87
Temporal	34,25	11,1%	114,42	10,8%	148,67
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>308,58</b>		<b>1.062,96</b>		<b>1.371,54</b>

### MUJERES

**13,8%**  
TIEMPO PARCIAL

### HOMBRES

**4%**  
TIEMPO PARCIAL

### TOTAL

**6,2%**  
TIEMPO PARCIAL

**86,2%**  
TIEMPO COMPLETO

**96%**  
TIEMPO COMPLETO

**93,8%**  
TIEMPO COMPLETO

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

Andalucía	208	27%	559	73%	767
Cantabria	12	16%	64	84%	76
Castilla la Mancha	3	10%	27	90%	30
Castilla León	1	6%	14	94%	15
Cataluña	10	14%	62	86%	72
Extremadura	6	3%	41	97%	47
Galicia	5	10%	36	90%	41
Islas Canarias	1	0%	4	100%	5
Madrid	17	17%	82	83%	99
Murcia	5	14%	25	86%	30
Navarra	3	29%	10	71%	13
País Vasco	22	23%	55	77%	77
Portugal	25	22%	81	78%	106
<b>Total</b>	<b>318</b>	<b>22%</b>	<b>1060</b>	<b>78%</b>	<b>1.378</b>

Hombres Mujeres Total

Hombres Mujeres Total

<b>ANDALUCÍA</b>	<b>559</b>	<b>208</b>	<b>767</b>
<b>Almería</b>	<b>21</b>	<b>5</b>	<b>26</b>
1. Menor 30 años	2	0	2
2. Entre 30 y 50 años	19	3	22
3. Mayor 50 años		2	2
<b>Cádiz</b>	<b>41</b>	<b>8</b>	<b>49</b>
1. Menor 30 años	1	0	1
2. Entre 30 y 50 años	25	6	31
3. Mayor 50 años	15	2	17
<b>Córdoba</b>	<b>16</b>	<b>1</b>	<b>17</b>
1. Menor 30 años			
2. Entre 30 y 50 años	15		15
3. Mayor 50 años	1	1	2
<b>Granada</b>	<b>326</b>	<b>167</b>	<b>493</b>
1. Menor 30 años	22	17	39
2. Entre 30 y 50 años	254	121	375
3. Mayor 50 años	50	29	79
<b>Huelva</b>		<b>3</b>	<b>3</b>
1. Menor 30 años			
2. Entre 30 y 50 años		3	3
3. Mayor 50 años			
<b>Jaén</b>	<b>36</b>	<b>4</b>	<b>40</b>
1. Menor 30 años	2	0	2
2. Entre 30 y 50 años	23	3	26
3. Mayor 50 años	11	1	12
<b>Málaga</b>	<b>30</b>	<b>12</b>	<b>42</b>
1. Menor 30 años	2	0	2
2. Entre 30 y 50 años	26	10	36
3. Mayor 50 años	2	2	4
<b>Sevilla</b>	<b>89</b>	<b>8</b>	<b>97</b>
1. Menor 30 años	4	0	4
2. Entre 30 y 50 años	78	8	86
3. Mayor 50 años	7	0	7
<b>CANTABRIA</b>	<b>64</b>	<b>12</b>	<b>76</b>
1. Menor 30 años	5		5
2. Entre 30 y 50 años	36	6	42
3. Mayor 50 años	23	6	29
<b>CASTILLA LA MANCHA</b>	<b>27</b>	<b>3</b>	<b>30</b>
<b>Toledo</b>	<b>27</b>	<b>3</b>	<b>30</b>
1. Menor 30 años	1	0	1
2. Entre 30 y 50 años	23	3	26
3. Mayor 50 años	3	0	3
<b>CASTILLA Y LEÓN</b>	<b>14</b>	<b>1</b>	<b>15</b>
<b>León</b>	<b>9</b>	<b>0</b>	<b>9</b>
1. Menor 30 años			
2. Entre 30 y 50 años	4	0	4
3. Mayor 50 años	5	0	5
<b>Zamora</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>6</b>
1. Menor 30 años			
2. Entre 30 y 50 años	3	0	3
3. Mayor 50 años	2	1	3

<b>CATALUÑA</b>	<b>62</b>	<b>10</b>	<b>72</b>
<b>Barcelona</b>	<b>62</b>	<b>10</b>	<b>72</b>
1. Menor 30 años	13	0	13
2. Entre 30 y 50 años	36	8	44
3. Mayor 50 años	13	2	15
<b>EXTREMADURA</b>	<b>41</b>	<b>6</b>	<b>47</b>
<b>Badajoz</b>	<b>41</b>	<b>6</b>	<b>47</b>
1. Menor 30 años	4	0	4
2. Entre 30 y 50 años	36	6	42
3. Mayor 50 años	1	0	1
<b>GALICIA</b>	<b>36</b>	<b>5</b>	<b>41</b>
<b>La Coruña</b>	<b>36</b>	<b>5</b>	<b>41</b>
1. Menor 30 años	2	0	2
2. Entre 30 y 50 años	24	3	27
3. Mayor 50 años	10	2	12
<b>ISLAS CANARIAS</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>5</b>
<b>Sta. Cruz De Tenerife</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>5</b>
1. Menor 30 años	1	0	1
2. Entre 30 y 50 años	3	1	4
3. Mayor 50 años	0	0	0
<b>MADRID</b>	<b>82</b>	<b>17</b>	<b>99</b>
1. Menor 30 años	18	0	18
2. Entre 30 y 50 años	49	15	64
3. Mayor 50 años	15	2	17
<b>MURCIA</b>	<b>25</b>	<b>5</b>	<b>30</b>
1. Menor 30 años	6	0	6
2. Entre 30 y 50 años	14	5	19
3. Mayor 50 años	5	0	5
<b>NAVARRA</b>	<b>10</b>	<b>3</b>	<b>13</b>
1. Menor 30 años	1	0	1
2. Entre 30 y 50 años	3	2	5
3. Mayor 50 años	6	1	7
<b>PAÍS VASCO</b>	<b>55</b>	<b>22</b>	<b>77</b>
<b>Álava</b>	<b>46</b>	<b>22</b>	<b>68</b>
1. Menor 30 años	6	3	9
2. Entre 30 y 50 años	30	15	45
3. Mayor 50 años	10	4	14
<b>Guipúzcoa</b>	<b>9</b>	<b>0</b>	<b>9</b>
1. Menor 30 años			
2. Entre 30 y 50 años			
3. Mayor 50 años	9	0	9
<b>PORTUGAL</b>	<b>81</b>	<b>25</b>	<b>106</b>
1. Menor 30 años	19	3	22
2. Entre 30 y 50 años	54	19	73
3. Mayor 50 años	8	3	11
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>1060</b>	<b>318</b>	<b>1378</b>



# Beneficios estándar

## PARA TRABAJADORES A JORNADA COMPLETA O JORNADA PARCIAL / TEMPORAL

La Cooperativa mantiene los beneficios sociales que se ofrecen a los empleados en capítulos como la conciliación, los incentivos de productividad, la flexibilidad horaria y atención por natalidad.

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

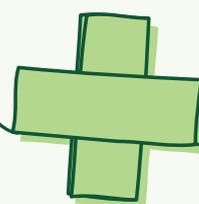
Covirán mantiene la política de descuentos exclusivos en más de un centenar de marcas de productos. Los trabajadores pueden acceder a las ofertas a través del portal del empleado.

En el año 2021 se incorporaron, además de acuerdos con empresas como Cresta-Nevada (venta de vehículos de ocasión) o empresas como Diverclick o Corporate Benefits, otros beneficios por el uso de herramientas innovadoras como Payflow, que permite anticipar el salario devengado por el trabajador gracias a una aplicación tecnológica, sin que la empresa tenga que intervenir ni aprobarlo.

Otra de las novedades es el servicio TaxDown, que permite hacer la declaración de la renta de forma más sencilla con la garantía de obtener el mayor beneficio para el trabajador.

Los objetivos para 2022 son mantener y mejorar los beneficios sociales, incorporando aquellas cuestiones que mejoren las condiciones de la plantilla de trabajadores.

# PLANES DE Prevención y salud laboral



Cada vez es mayor el número de Socios que se adhiere al servicio de prevención mancomunado que vela por la seguridad de los trabajadores en los centros de trabajo de Covirán y en los supermercados. Ya son 755 los Socios que en 2021 se acogieron a las ventajas de dicho servicio de protección a sus trabajadores.

La intensa actividad que hubo en 2020 se mantuvo un año más a causa de la pandemia. Los servicios de prevención elaboraron 2.450 informes sobre seguridad, planes de evacuación, evaluación de riesgos y planificación de actividades preventivas.

La cifra de delegados de prevención es ya de 36 y representan a la totalidad de la plantilla laboral.

Empresa	Comités salud	Miembros designados por dirección	Miembros designados por representantes trabajadores
COVIRAN SCA	ATARFE	3	3
COVIRAN SCA	DOS HERMANAS	2	2
COVIRAN SCA	COSLADA	2	2
COVIRAN SCA	SANTANDER	2	2
COVIRAN SCA	VITORIA	2	2
<b>DUSA</b>	<b>BARBERA</b>	<b>2</b>	<b>2</b>
	<b>Total</b>	<b>13</b>	<b>13</b>

**36** DELEGADOS PREVENCIÓN  
TOTALES 2021

**100%** TRABAJADORES  
REPRESENTADOS

SERVICIO  
DE PREVENCIÓN

PLATAFORMAS LOGÍSTICAS  
(27 UD)

SUPERMERCADOS ADHERIDOS  
(755 SOCIOS ADHERIDOS)

Informes realizados (Seguridad,  
ER, PAP, Plan Evacuación)

185

2.265

## SINIESTRALIDAD LABORAL

La siniestralidad laboral es muy similar a los ejercicios anteriores. En 2021 se registraron 42 siniestros (3 más que en 2020), más otros 10 que se produjeron en desplazamientos al trabajo. Las jornadas perdidas en los centros de trabajo aumentaron respecto al año anterior (1002 en 2021), pero se redujo el absentismo derivado de los accidentes 'in itinere' (283 en 2021 frente a 318 en 2020). Sin duda, en el balance del pasado ejercicio ha influido la incidencia del coronavirus que, por segundo año consecutivo, ha permanecido entre nosotros. También ha habido permisos retribuidos que Covirán ofreció a su plantilla para personas de alto riesgo, y se ha mantenido el trabajo en remoto para evitar los contagios.

$$\text{ÍNDICE INCIDENCIA} = \frac{\text{Nº AT} \times 100}{\text{Nº trabajadores (Tasa frecuencia AT)}}$$

$$\text{ÍNDICE DURACIÓN MEDIA} = \frac{\text{Días de baja} \times 1.000}{\text{Nº AT (Tasa día perdidos)}}$$

$$\text{ÍNDICE FRECUENCIA} = \frac{\text{Nº AT} \times 100.000}{\text{Nº jornadas trabajadas (Tasa frecuencia AT)}}$$

$$\text{ÍNDICE GRAVEDAD} = \frac{\text{Días de baja} \times 1.000}{\text{Nº jornadas trabajadas (Tipo AT por gravedad)}}$$

### TASAS DE ABSENTISMO

Grupo Covirán	2019	2020	2021
Nº AT	39	39	42
Jornadas perdidas	955	889	1002
<b>Grupo Covirán in itinere</b>			
Nº AT	9	9	10
Jornadas perdidas	201	318	283
<hr/>			
Nº trabajadores	1.250	1.261	1.388
Nº total de jornadas trabajadas (horas trabajadas)	315.500	315.250	347.000
<hr/>			
Total AT (sin itinere)	39	39	42
Total jornadas perdidas	955	889	1002
<hr/>			
Total AT (incluidos In Itinere)	48	48	52
Total jornadas perdidas	1.156	1.207	1.285
<b>Índices. Considerando todos los AT.</b>			
Índice incidencia	3,12	3,09	3,03
Índice duración media	24,49	22,79	23,86
Índice frecuencia	124,80	123,71	121,04
Índice gravedad	3,06	2,82	2,89
<b>Índices. No considerando los in itinere.</b>			
Índice incidencia	3,84	3,81	3,75
Índice duración media	33,03	32,62	34,73
Índice frecuencia	153,60	152,26	149,83
Índice gravedad	3,70	3,83	3,70



## PROTOCOLO DE SEGURIDAD ANTE LA PANDEMIA

En 2021 se continuaron aplicando las medidas de seguridad para prevenir contagios por la Covid, manteniendo el sistema de teletrabajo en los servicios centrales, entre otras muchas acciones.

Un año más, primó la seguridad de los trabajadores. El Comité Covid se encargó de realizar un seguimiento de la evolución de la normativa vigente en cada CCAA, y de los casos de contagio en cada uno de los centros de trabajo, así como de aplicar la estrategia a seguir en cada momento. También se constituyó el grupo de trabajo Alertas Covid, encargado de elaborar un estudio de cada caso sospechoso o confirmado, solicitando las citas para la realización de las pruebas de detección necesarias y asegurando en todo momento que los trabajadores que

se incorporasen al puesto de trabajo pasasen con éxito las pruebas de detección del virus.

Al igual que en 2020 se hizo un gran esfuerzo en la dotación de material de protección, tanto a Socios como a trabajadores. Solo en mascarillas se gastaron 314.335 euros, en limpieza extra para la desinfección, otros 165.529 euros; en guantes de nitrilo, vinilo y látex, 177.071 euros; en geles hidroalcohólicos, 110.678; y en pruebas de detección, 21.107 euros.

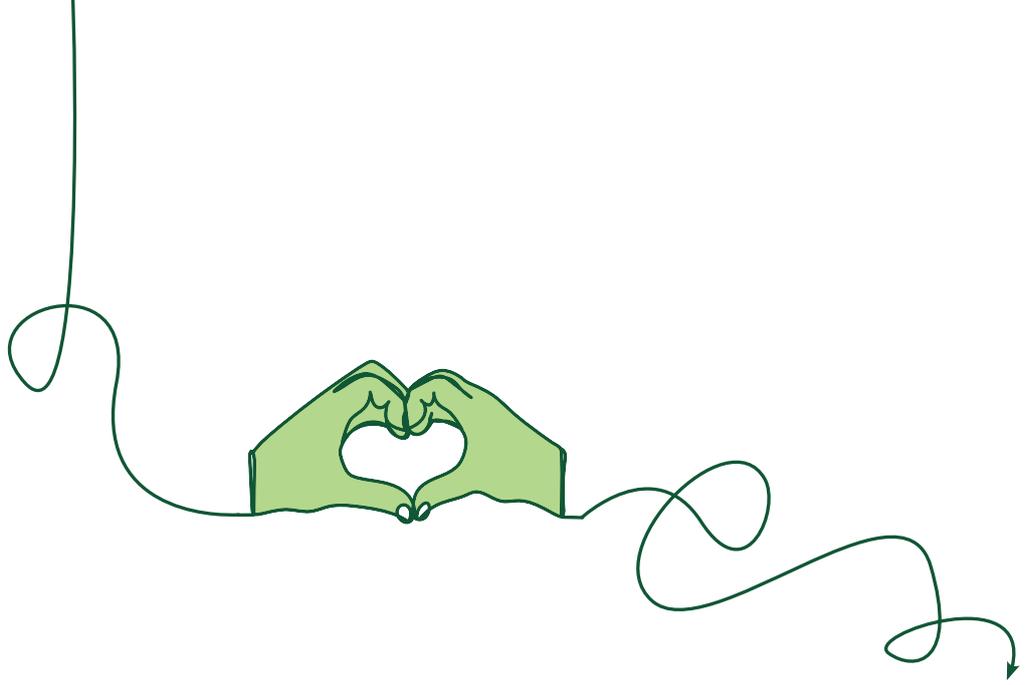
Coviran también realizó un trabajo diario de filtrado de las disposiciones sanitarias acordadas por las CCAA para remitir a los Socios solo aquellas que les afectaban directamente.

## SUSCRITO UN NUEVO CONVENIO COLECTIVO NEGOCIADO ÍNTEGRAMENTE POR VÍA TELEMÁTICA

Una buena relación laboral entre trabajadores y empresa influye en los resultados de la actividad comercial. El III convenio colectivo se negoció de forma telemática y fue suscrito en mayo de 2021 por todas las partes implicadas: CCOO, UGT, GTI y la representación de la empresa. Permanecerá en vigor hasta el 31 de diciembre de 2023 sin perjuicio de aquellas materias concretas en las que se establece un ámbito temporal de aplicación diferente.

Una comisión mixta paritaria vela por el cumplimiento del acuerdo alcanzado, se garantiza la igualdad de oportunidades por razón de género y de identidad sexual, así como la no discriminación y se recogen también distintos beneficios sociales como son los descuentos en compras o el abono de cantidades por nacimiento, acogimiento o adopción de hijo, o por hijo con discapacidad reconocida igual o superior al 33%. Importante también es el capítulo de formación y el compromiso de los trabajadores con la protección del medio ambiente, estableciéndose como prioridades la reducción del consumo energético, agua, papel y otros bienes consumibles, así como la recogida selectiva y fomento del reciclaje de los residuos generados.





## MEJORAS EN *Igualdad de oportunidades* PARA GENERAR CAMBIOS

Covirán también mantiene su compromiso con el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) en lo concerniente a la igualdad de género. Por un lado, se ha logrado eliminar la brecha salarial entre los hombres y mujeres que forman parte de su plantilla de trabajadores y, por otro, con la aprobación del II Plan de Igualdad, se ha avanzado en el capítulo de la conciliación y formación, además de prestar mayor atención a la protección de posibles víctimas de violencia de género.

En junio de 2021 se reunió la Comisión de Igualdad con la finalidad de hacer balance del II Plan de Igualdad y analizar posibles mejoras. Se realizó un informe y una planificación de distintas acciones para avanzar en los objetivos propuestos.

Todas estas mejoras son medidas de acción positivas que favorecen la igualdad real de oportunidades y que hacen de Covirán una empresa con visión inclusiva y moderna.

La Cooperativa mantiene su responsabilidad de seguir profundizando en mejoras que contribuyan a que las mujeres tengan mayores responsabilidades en el entramado asociativo.



## FOMENTO DE LA CONCILIACIÓN

42 trabajadores de Covirán tuvieron derecho al permiso parental durante 2021, una cifra ligeramente inferior al ejercicio anterior (49), siendo mayoritario el número de hombres que se acogieron a dicha normativa interna. En concreto, 31 hombres y 11 mujeres.

La conciliación laboral y familiar es una de las garantías que ofrece la Cooperativa a los trabajadores que se enfrentan a la decisión de buscar un equilibrio entre su trabajo y su vida personal, un derecho que por lo general tiene efectos positivos sobre la productividad.

Durante el pasado año, 39 empleados de la plantilla se incorporaron a sus puestos de trabajo después de terminar el periodo de permiso, 29 fueron hombres y diez mujeres.

La tasa de regreso al trabajo y de retención de empleados que se acogieron al permiso parental fue del 92,86%.

El II Plan de Igualdad firmado en 2020 recoge en materia de conciliación medidas para reforzar licencias no retribuidas y excedencias, teniendo especial sensibilidad en la protección a las víctimas de violencia de género. Se incluyen las medidas que adoptará la empresa y los beneficios a los que puede acogerse la persona, como excedencia por cuidado de familiares, permisos retribuidos, turnos especiales, preferencias en movilidad geográfica cuando el motivo sea por cuidado de personas dependientes, y otras cuestiones de interés.

### EL NÚMERO TOTAL DE EMPLEADOS QUE HAN REGRESADO AL TRABAJO EN EL PERIODO OBJETO DEL INFORME DESPUÉS DE TERMINAR EL PERMISO PARENTAL, POR SEXO.

Descripción	2020			2021		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
01 Covirán SCA	33	7	40	21	8	29
04 Covirán Servicios	0	1	1	0	2	2
09 Covirán Corporación	0	1	1	0	0	0
10 DCC	0	0	0	0	0	0
11 Covirán Soluciones Tecnológicas	3	0	3	6	0	6
12 DUSA	1	0	1	0	0	0
50 Covirán Suc.Portugal	3	0	3	2	0	2
<b>TOTAL</b>	<b>40</b>	<b>9</b>	<b>49</b>	<b>29</b>	<b>10</b>	<b>39</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.**

Descripción	2020			2021		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
01 Covirán SCA	32	6	38	21	8	29
04 Covirán Servicios	0	1	1	0	2	2
09 Covirán Corporación	0	1	1	0	0	0
10 DCC	0	0	0	0	0	0
11 Covirán Soluciones Tecnológicas	3	0	3	6	0	6
12 DUSA	1	0	1	0	0	0
50 Covirán Suc.Portugal	3	0	3	2	0	2
<b>TOTAL</b>	<b>39</b>	<b>8</b>	<b>47</b>	<b>29</b>	<b>10</b>	<b>39</b>

**LAS TASAS DE REGRESO AL TRABAJO Y DE RETENCIÓN DE EMPLEADOS QUE SE ACOGIERON AL PERMISO PARENTAL, POR SEXO.**

Descripción	2020			2021		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
01 Covirán SCA	32	6	38	21	8	29
04 Covirán Servicios	0	1	1	0	2	2
09 Covirán Corporación	0	1	1	0	0	0
10 DCC	0	0	0	0	0	0
11 Covirán Soluciones Tecnológicas	3	0	3	6	0	6
12 DUSA	1	0	1	0	0	0
50 Covirán Suc.Portugal	3	0	3	2	0	2
<b>TOTAL</b>	<b>39</b>	<b>8</b>	<b>47</b>	<b>29</b>	<b>10</b>	<b>39</b>

# Objetivos 2022

- ▶ **Superación pandemia:** vuelta a la normalidad y reincorporación del personal de oficina al trabajo presencial.
- ▶ **Reducción de la siniestralidad:** planificación de la formación en materia de prevención de riesgos laborales, en especial sobre la correcta manipulación manual de cargas para reducir los riesgos musculoesqueléticos. Se realizarán evaluaciones ergonómicas específicas para detectar riesgos y reducirlos.
- ▶ **Mejora confort térmico en plataformas:** implementación de medidas técnicas para atenuar las temperaturas que algunas plataformas alcanzan en determinadas épocas del año.
- ▶ **Adquisición de más desfibriladores:** se estudia la posibilidad de dotar los centros de trabajo de nuevos equipos para aumentar la seguridad.

# Los clientes

La confianza que los consumidores han depositado en las tiendas de proximidad durante los meses de confinamiento ha servido a Covirán de estímulo para trabajar en mejorar la calidad del surtido y ofrecer una atención más personalizada, buscando que la experiencia de compra del cliente sea lo más satisfactoria posible.

Covirán sigue apostando por la innovación y la optimización del surtido en los puntos de venta, por consolidar una marca propia que se distingue por su calidad nutricional, por acciones y campañas informativas en sintonía con un estilo de vida más salu-

dable... En definitiva, por atender las necesidades de los clientes, manteniendo el compromiso con la salud y la sostenibilidad.

El cliente sigue estando en el centro de la estrategia de la Cooperativa para que se sienta identificado con los valores de Covirán, con lo que representan los Socios y sus empleados.

Conviene detenerse a escuchar lo que desea o lo que opina, porque del trato directo con el consumidor se extraen las mejores soluciones para captar y fidelizar a nuevos clientes.





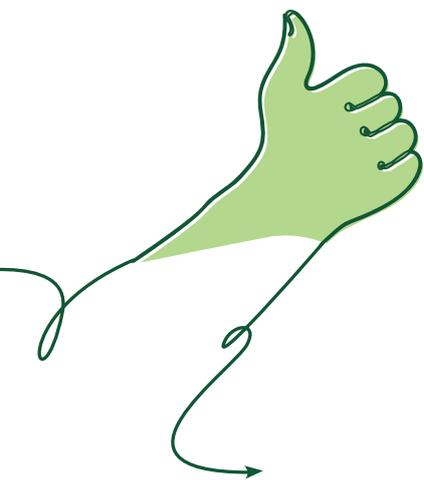
## UN SURTIDO PARA TODO TIPO DE CLIENTES

Si algo tiene Covirán es una amplia oferta de productos saludables y de calidad contrastada; un surtido para satisfacer las necesidades de los clientes compuesto por 10.355 referencias que se comercializan en España y 8.528 en Portugal.

Los cambios que la pandemia ha introducido en el comportamiento de los consumidores han obligado a analizar y ordenar el surtido en función de las necesidades del cliente. Se persigue la rentabilidad pero también la posibilidad de que el consumidor encuentre el producto que es de su agrado.

De ahí que Covirán apueste de forma decidida por el producto local y su marca propia (MDD), con 1.345 referencias y, al mismo tiempo, mantenga los acuerdos con marcas de fabricantes de primer nivel.

Al cierre de 2021, el surtido MDD representaba el 31,98 en valor y el 44,01% en unidades, un porcentaje que se ha reducido ligeramente por los efectos de la pandemia pero que tenderá a crecer si el encarecimiento de los costes de producción repercute finalmente en la cesta de la compra.





## 'RESTYLING' DE MARCA

# Imagen renovada en 300 artículos



Covirán prosigue su estrategia de modernización de la marca de sus productos con un diseño atractivo que busca afianzar el modelo de proximidad de la Cooperativa basado en la confianza y la cercanía.

El proyecto estratégico de 'restyling' de la marca propia de Covirán se encuentra muy avanzado y la previsión es que a finales de 2022 el proceso esté finalizado.

En los lineales ya hay disponibles 300 artículos adaptados a la nueva imagen y más de 600 referencias que están en estudio. También se ha conseguido un importante avance en el etiquetado de los productos al incorporar el Código QR, que permite introducir información sobre la composición y trazabilidad del producto.

# Un surtido único y de calidad

203

TIENDAS-  
PROYECTO  
SURTIDO

## QUE FUNCIONA EN EL PUNTO DE VENTA

Covirán presta mucha atención a la visibilidad de los productos en los lineales y a la forma de presentarlos para que resulten atractivos a los consumidores que acuden a las tiendas de los Socios.

El trabajo de investigación y estudio que se realiza desde el Departamento de Ventas, en colaboración con los Socios, ha permitido en los últimos años la estandarización de las tiendas y la implantación homogénea de un proyecto de surtido igual para todos. No solo se posicionan mejor determinados artículos optimizando el espacio de las tiendas, sino que se ha logrado incrementar las ventas.

Al cierre de 2021 el número de tiendas que había implantado el proyecto surtido era de 203, 49 más que en 2020, mientras que al proyecto de mejora integral se han adherido 43 establecimientos.

De momento el proyecto surtido está enfocado para productos de alimentación seca y se trabaja en la actualidad para tener listo un lineal dedicado a los congelados.

En la actualidad se está diseñando un lineal para mejorar la venta de los productos frescos, con un surtido de calidad que responda a las necesidades del consumidor y que resulte atractivo y accesible.



## COVIRAN PORTUGAL TRABAJA POR AMPLIAR SU SURTIDO PROPIO

El surtido de Covirán Portugal crece al mismo tiempo que lo hace la enseña en todo su territorio. Cada vez son más los consumidores que confían en la calidad de los productos que comercializa Covirán Portugal, con una larga lista de más de 8.500 referencias de las que 188 son artículos exclusivos del país, una cifra sensiblemente mayor a 2020.

La Cooperativa mantiene una estrecha colaboración con los productores locales, principalmente de frescos puesto que buena parte del surtido seco procede de España.



No solo se han incrementado las compras, también se colabora en campañas que promueven el consumo de productos de proximidad como motor de desarrollo de la economía local.

Entre los objetivos que se ha marcado Covirán Portugal figura, precisamente, la incorporación al catálogo de referencias propias de artículos demandados por los consumidores y la promoción de los productos de marca propia para que sean más reconocidos por el consumidor.



## LA INVESTIGACIÓN EN ALIMENTACIÓN, UN SEGURO DE VIDA

Durante el periodo de confinamiento se ha acrecentado el interés cada vez mayor por consumir alimentos saludables, con más valor nutricional y casi siempre en el hogar.

La preocupación por la salud cambió determinados hábitos alimentarios, situación que empujó a Covirán a acelerar las líneas de trabajo que venía desarrollando para mejorar la calidad del surtido, además de impulsar acuerdos con proveedores locales de productos frescos.

En 2021, Covirán persistió en su estrategia de reformular productos de marca propia para reducir su contenido de azúcar, sal y grasas saturadas; y ayudar en la prevención de enfermedades como el sobrepeso y la obesidad en edades tempranas.

La reformulación persigue eliminar también el uso de aceite de palma y otras sustancias consideradas perjudiciales para la salud, como materias vegetales hidrogenadas, colorantes y potenciadores del sabor, que han sido sustituidas por compuestos más saludables.

De igual modo se trabaja por satisfacer la demanda de los clientes que optan por productos eco o bio, cuyo consumo en España sigue siendo residual, poniendo a disposición de los supermercados con más superficie en sala de ventas un catálogo con 65 referencias.



## COMPROMISO CON LOS CONSUMIDORES CON INTOLERANCIAS ALIMENTARIAS

Cada vez es más habitual conocer celíacos, personas intolerantes a la lactosa o que son alérgicos a determinados alimentos. Covirán dispone de un catálogo muy amplio que productos específicos para combatir las intolerancias alimentarias que traslada a Socios y clientes. En concreto, dos catálogos con más de mil referencias de marca propia y de fabricante que no contienen gluten ni lactosa y que pueden consultarse en la página web de la Cooperativa.



### PRODUCTOS PARA CELÍACOS:

La lista de productos de marca propia sin gluten está compuesta por 194 artículos que están incluidos a su vez en el catálogo de la Federación de Asociaciones de Celíacos de España (FACE), con la que se colabora desde hace años para mejorar la calidad de vida de los consumidores afectados por este trastorno alimentario. También se dispone de 410 productos genéricos o verdes que por su naturaleza nunca contienen el alérgeno y pueden consumirse con total libertad.



### PRODUCTOS SIN LACTOSA:

Covirán cuenta con 128 referencias de marca propia aptas para consumidores que tienen problemas con la lactosa, además de 403 productos verdes que son un complemento perfecto para seguir una dieta sana y equilibrada. La Cooperativa mantiene la colaboración con la Asociación de Intolerantes a la lactosa de España (ADILAC), con la que logró ser la primera empresa distribuidora en incorporar el sello sin lactosa en sus artículos de marca propia.



### OTRAS INTOLERANCIAS ALIMENTARIAS:

El Departamento de Calidad y Seguridad Alimentaria mantiene su propósito de continuar desarrollando líneas de investigación para ofrecer a los clientes que padecen otro tipo de trastornos alimentarios un surtido amplio donde elegir.



## APUESTA POR LOS PLATOS ELABORADOS

Una de las novedades que se han incorporado recientemente al listado de referencias de marca propia es la comercialización de una treintena de platos preparados, un producto que se encuentra entre las preferencias de los consumidores por el ahorro de tiempo en la elaboración y la variedad de recetas. Los productos de la marca Riquísimo están en fase de pruebas hasta el segundo semestre de 2022, a la espera de conocer la respuesta de los clientes para darlos de alta en el listado MDD.



## PRODUCTOS GOURMET PARA LOS CLIENTES MÁS EXIGENTES

Coviran afronta el reto de dar un nuevo impulso a los productos gourmet, con marcas de referencia y calidad contrastada. El requisito indispensable para formar parte de la lista de productos premium tiene que ver con su elaboración y selección de ingredientes.

Por lo general, son artículos que se elaboran en un entorno artesanal, próximo y que apenas generan impacto en el medio ambiente.

# L'Amile,

## MARCA EXCLUSIVA DE ALTA COSMÉTICA

Covirán cuenta desde octubre con la línea de alta cosmética L'Amile, una marca exclusiva y de calidad contrastada que es el resultado de un proceso de innovación donde se combinan fórmulas e ingredientes que responden a las nuevas necesidades del consumidor para prevenir el envejecimiento cutáneo.

Pese a que lleva muy poco tiempo comercializándose, ya son 600 los Socios que se han interesado por la completa gama productos cosméticos.

Toda la gama de productos ha sido creada en el laboratorio farmacéutico Amifar Labs, que cuenta con una trayectoria de más de 40 años de experiencia en la fabricación de alta cosmética.





# La alianza con proveedores:

UNA COLABORACIÓN INDISPENSABLE

Una de las ventajas competitivas que ha tenido Covirán respecto al sector de la gran distribución es su clara apuesta por el producto local, que se remonta a sus orígenes como Cooperativa y que se ha visto fortalecida en los últimos años por la capilaridad de su red logística y de sus centrales de compra en España y Portugal.

Esta circunstancia le permite adaptar el surtido a cada zona, decantarse por proyectos y marcas de productos locales, además de disponer de un surtido troncal a disposición de sus Socios en España y Portugal.

En 2021, las compras a proveedores de productos frescos y seco alcanzaron los **672,5 millones**, de los que 600 corresponden a surtido seco y el resto a carnes, verduras y frutas.

Precisamente, el 90% de las operaciones para adquirir alimentos frescos se formalizó con el productor local o pequeñas cooperativas, cumpliendo con el compromiso de generar riqueza en los territorios donde Covirán está presente.



**+90%** DE LAS COMPRAS DE FRESCO SE REALIZAN EN ORIGEN

En frutas y verduras se trabaja con una línea de productos de alta calidad, homogénea en tamaño y aspecto que trata de cubrir las necesidades de los Socios y mejorar la experiencia de compra de los clientes.

Otras de las líneas de colaboración que se mantiene con los agricultores y productores locales de frutas y hortalizas es la del desarrollo de variedades de cultivos a partir de nuevas semillas. Es un trabajo que se realiza directamente con el agricultor, sin intermediarios, con el que se gana mucho en calidad y frescura de los alimentos.

En lo concerniente al cuidado medioambiental, Covirán defiende el sistema de producción que genera residuo cero, un modelo más sostenible que ataca las plagas con métodos naturales y mira más por la calidad de los alimentos.

## LOS CONTROLES SOBRE LA CALIDAD DE LOS ALIMENTOS MDD

El control y análisis periódico de los alimentos es un elemento indispensable para garantizar la calidad de los productos. Covirán sigue un proceso minucioso con todos los alimentos y, en especial, con los de marca propia que somete a un exhaustivo estudio para conseguir la homologación:

# COVIRÁN

### AUDITORÍA:

Se comprueba que todos los proveedores que no tienen certificado calidad IFS/BRC cumplen con los requisitos mínimos exigidos por el Departamento de Calidad. En 2021, pese a la pandemia, la Cooperativa llevó a cabo el 100% de las auditorías previstas.

# 01

### CATAS:

Las catas se vieron condicionadas a causa de la COVID 19. Hubo que priorizar el suministro ante la imposibilidad de realizar este tipo de estudios en el que participan hasta 60 catadores, bien a través de laboratorios externos para altas nuevas o a través de un panel de catadores internos que se encarga del seguimiento del producto y de las incidencias.

# 02

### ANÁLISIS:

Se procede a realizar un control físico, químico y microbiológico del producto y de las características de envases. Todos los productos se analizan como mínimo una vez al año.

# 03

### ETIQUETADO

El Departamento de Calidad y Seguridad Alimentaria de Covirán trabaja de forma continuada en sistemas de etiquetado que aseguren una completa trazabilidad de los productos. En la actualidad existe un proyecto para ayudar a los Socios y proveedores de productos frescos a formalizar el etiquetado.

# 04

# El proveedor de proximidad,

## NUESTRO MEJOR ALIADO

En el año internacional dedicado al consumo de alimentos frescos, la Cooperativa intensificó los acuerdos con productores locales para favorecer el tejido productivo del entorno más cercano.

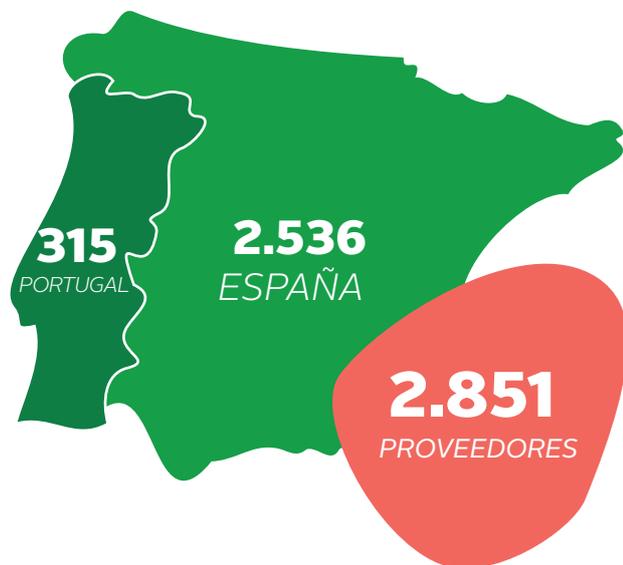
Covirán tiene claro que su actividad le convierte en actor clave del desarrollo del territorio. Como empresa de economía local, contribuye al crecimiento del entorno más próximo mediante el apoyo a los proveedores más cercanos.

En 2021, la enseña llegó a acuerdos con casi 2.851 proveedores, de los que 315 son portugueses, buena parte

de ellos productores locales y cooperativas, principalmente de alimentos frescos.

La capacidad de negocio que genera la actividad de la Cooperativa se concentró en empresas locales de toda la península, pero especialmente en Andalucía, Cataluña, Valencia, Madrid, Castilla León, Galicia y País Vasco.

El análisis del balance de los últimos años demuestra que Covirán ha ido construyendo alianzas duraderas con los proveedores, acuerdos que se han fortalecido, precisamente, en los momentos de crisis como ha ocurrido en los dos últimos años con la pandemia.



## PRODUCTOS FRESCOS PARA GANAR EN SALUD

Una de las consecuencias directas que se han derivado de la pandemia ha sido el aumento del consumo de alimentos frescos (frutas, verduras y carne), una tendencia que no ha crecido tanto como en 2020 pero que se mantuvo en línea ascendente durante el primer semestre de 2021. Sin duda, los productos frescos han ganado peso en la cesta de la compra si se comparan los datos anteriores a la pandemia, en parte por la preocupación del consumidor por llevar una vida saludable.

Covirán dedicó en 2021 a la compra de frescos **72 millones de euros**, un 7,5% más que en 2019, antes de la irrupción del coronavirus. Un 90% de las operaciones fue en origen, es decir, a productores locales y cooperativas de España y Portugal; un compromiso por generar riqueza y empleo en el entorno más cercano. Gracias a ello se obtienen productos de gran calidad a precios competitivos que son de agrado del consumidor.

El plazo medio de pago a proveedores de frescos sigue siendo de 30 días.



### Frutas y verduras

En 2021, las frutas y hortalizas siguieron siendo la elección prioritaria de los consumidores. Covirán realizó compras a 364 productores locales de España y Portugal por valor de 48,7 millones de euros. Se mantuvo la apuesta por la adquisición de productos en origen, que representó el 90% del total. La mayor parte de las compras se cerraron en las comunidades autónomas de Andalucía, Cataluña, Valencia, Madrid y Murcia.

### Carne

La Cooperativa mantuvo el volumen de compra de carne respecto al primer año de pandemia. Se destinaron 23,3 millones al abastecimiento de los supermercados de la enseña, de cuyas operaciones se beneficiaron un total de 88 proveedores. Al igual que con las frutas y verduras, un porcentaje elevadísimo de las compras fue en origen (86,7%).



## CAMPAÑAS DE APOYO AL PRODUCTO LOCAL

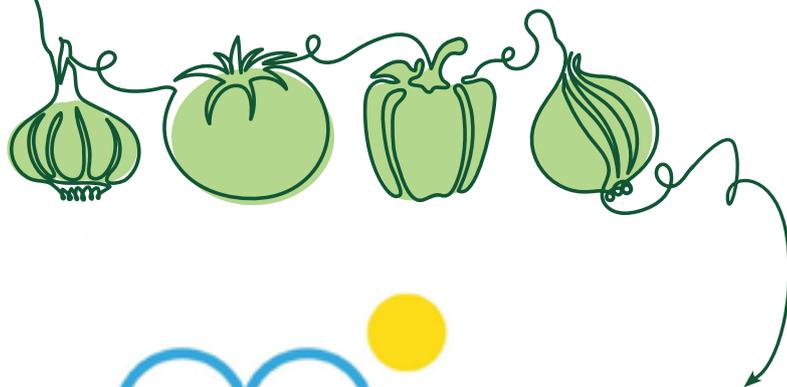
Durante el tiempo de pandemia, Covirán ha fortalecido su colaboración con los productores locales de alimentos frescos en distintas zonas geográficas de la península, con el objetivo de dar salida a artículos de Km 0, más sostenibles desde el punto de vista medioambiental.

Muchos de estos productos tienen su sello específico que permite a los consumidores identificarlos como alimentos de calidad contrastada, en cuyo proceso de producción se han aplicado buenas prácticas.

Pese a que la pandemia ha condicionado muchas de las iniciativas de apoyo que se venían realizando con los productores, Covirán ha mantenido su línea de colaboración para promocionar dichos productos.

En 2021, Covirán participó en la **campaña 'Andalucía sabe'**, que se realiza en colaboración de LANDALUZ, Asociación Empresarial Alimentos de Andalucía, con el objetivo de promocionar la excelencia de sus alimentos en 1.300 supermercados Covirán ubicados en Andalucía, Murcia, Extremadura, la zona de Levante y Ceuta y Melilla.

Otra de las iniciativas por la que se apuesta en verano es la que promueven las asociaciones de productores de frutas y hortalizas de Almería para el consumo de la sandía, una campaña bajo el nombre **'La Primera sandía europea, el dulce sabor de Andalucía'**.



De igual modo, la Cooperativa mantuvo su acuerdo con la Organización Interprofesional de la Carne de Vacuno (Provacuno) y su campaña **'Muy fans de lo nuestro'**, dirigida a fomentar el consumo de la carne de vaca.

Covirán forma parte también de la campaña **'Del campo a la mesa'**, un acuerdo con empresas de semillas y agricultores para la producción de determinados productos de frutas y hortalizas en exclusiva.

En Galicia, la enseña está dentro de la **red Mercaproximidade**, un canal alternativo de comercialización de productos agroalimentarios gallegos que cuenta con el respaldo de la Xunta de Galicia, con el que se pretende apoyar al sector primario de las zonas rurales.

En el capítulo promocional, la Cooperativa ha dedicado más espacio a la difusión de productos frescos en el folleto quincenal. Se ha aumentado un 20% las referencias de frutas y se ha dado más presencia en la portada del folleto a los productos cárnicos. En este sentido, ha tenido buena acogida la venta cruzada de lotes de fruta y carne a buen precio y calidad.

## EL CONTROL SOBRE LA ALIMENTACIÓN PARA GARANTIZAR LA CALIDAD

La seguridad alimentaria es un derecho reconocido que implica el cumplimiento de estrictas normas y la realización de controles para velar por la salud de los consumidores. Supervisar la calidad e higiene de los alimentos que nos suministran los proveedores es un requisito indispensable para proteger la vida y reducir los riesgos para la salud de las personas.

El área de Seguridad Alimentaria de Covirán aplica siempre criterios de evaluación muy rigurosos sobre los alimentos. Su trabajo obliga a adoptar las siguientes medidas a fin de garantizar el cumplimiento de la legislación vigente:



Permanente comunicación con los proveedores locales para mejorar la trazabilidad alimentaria durante todo el proceso de producción, transformación y distribución de los alimentos. A los pequeños productores que tienen dificultad para etiquetar sus productos, Covirán pone a su disposición herramientas informáticas que faciliten el proceso.



Los proveedores con los que trabaja la Cooperativa deben someterse a la realización de auditorías, catas y análisis al objeto de comprobar que sus productos cumplen con los estándares de calidad y la normativa de seguridad.



Entre las distintas actuaciones para facilitar el etiquetado y la trazabilidad de los productos se está estudiando la forma de ayudar a los Socios que se encargan de envasar en sus tiendas productos frescos.



Covirán trabaja ya con proveedores para prescindir del plástico y, en algunos casos, utilizar envases que puedan ser reciclados. En los supermercados de libre servicio y semi asistido predomina la venta de fruta a granel, y se reserva el envasado para los alimentos de cuarta gama, verduras y frutas procesadas, para que se conserven en buenas condiciones. También se está implantando el envasado skin-pack para productos cárnicos, una técnica que permite colocar la pieza sobre un cartón al que se succiona un plástico mediante calor y vacío; ambos materiales reciclables.



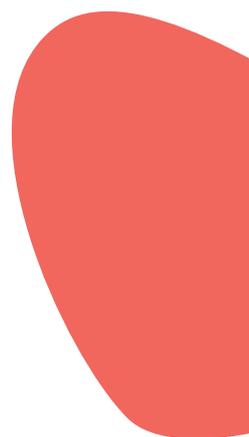
El 95% de los proveedores de la Cooperativa cuenta con el certificado de Bienestar Animal que garantiza las buenas prácticas y la calidad de la carne, o bien está en proceso de obtener dicha certificación. Por otro lado, los controles se realizan siempre en los mataderos y son muy exhaustivos. En los productos cárnicos se está introduciendo en el embalaje el certificado relacionado con la sostenibilidad y el bienestar animal, atributos que aportan valor añadido al consumidor.





# El lado más humano

**CAPÍTULO 4**





# Nuestra cara más solidaria

Compartir una causa solidaria e implicar a los Socios y trabajadores cobra más sentido que nunca cuando se atraviesan periodos de crisis como el que nos ha tocado vivir con la pandemia.

Ayudar a los que lo necesitan con acciones en beneficio de la sociedad viene siendo una de las premisas fundamentales de Covirán en sus sesenta años de existencia. Como empresa de economía social cumple con su compromiso de revertir

los beneficios en la sociedad y lo hace a través de actuaciones que ponen el foco en los colectivos más vulnerables, en la prevención de enfermedades a partir de hábitos de vida saludables, en la gestión de la diversidad y en acciones para proteger el medio ambiente.

Afortunadamente, cada vez son más Socios los que se implican en esta tarea y ofrecen su cara más solidaria. Buena parte del éxito lleva su firma.

# COVIRÁN



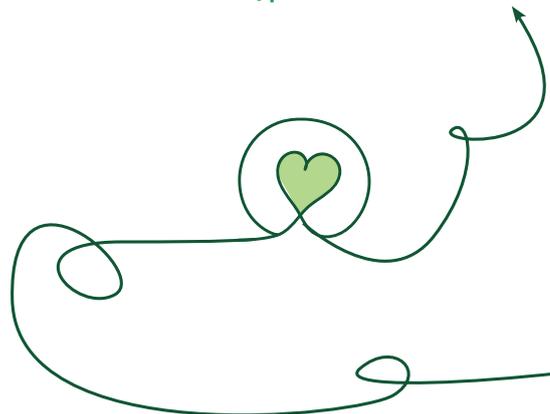
## RESUMEN DEL IMPACTO DE ACTIVIDADES DE LA FUNDACIÓN COVIRAN

Categoría	2021	
	Colaboraciones	Impactos directos
Socios	97	58.904
Otros grupos de interés (Entidades no lucrativas)	23	12.160
Sociedad	32	27.710
<b>TOTAL</b>	<b>152</b>	<b>98.774</b>



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

- 01 | Salud y Nutrición
- 02 | Entorno Social
- 03 | Gestión de la Diversidad
- 04 | Medio Ambiente



# 01 Salud y nutrición

La salud y el bienestar siguen siendo motivo de preocupación de los consumidores, acrecentada en los dos últimos años por el impacto que está teniendo la pandemia.

La Fundación Covirán lleva años centrando buena parte de su labor en la puesta en marcha de acciones para fomentar hábitos de vida saludables. En su programación cobra especial importancia el desarrollo de la Semana de la Salud, las campañas de apoyo a los eventos impulsados por la Asociación Española contra el Cáncer, las acciones para evitar el desperdicio de alimentos o la lucha contra la obesidad infantil, por poner algunos ejemplos.

**Semana de la Salud:** En 2021 se celebraron dos Semanas de la Salud dedicadas a fomentar una alimentación sana. La primera de ellas, en mayo, se centró en el cuidado de la salud a través de hábitos nutricionales y actividad física. Los talleres se realizaron de forma presencial y vía *online* y se dirigieron a trabajadores de la Cooperativa, consumidores y

escolares. La segunda de las acciones tuvo lugar en octubre y se dedicó a concienciar de la problemática de las alergias e intolerancias alimentarias. Muchos de los talleres se impartieron en los propios colegios y otros en las propias instalaciones de la Fundación, como fue el caso del taller de recetas promovido por la Asociación para la Lucha Contra las Enfermedades Renales (ALCER) para personas afectadas por esta enfermedad.

**Semana contra el desperdicio:** Covirán participó por cuarto año consecutivo en la Semana contra el Desperdicio Alimentario que organiza AECOC, la asociación de empresas de gran consumo. Se busca con ello sensibilizar al consumidor sobre la necesidad de evitar el despilfarro de comida.

En Portugal, Covirán ha puesto en marcha el servicio *Too Good To Go*, un sistema al que pueden adherirse los supermercados y que facilita la venta de packs de alimentos en buen estado pero con fecha de caducidad próxima. El precio se rebaja hasta un tercio del valor real de los productos.

**Acciones contra el cáncer:** La 12 edición de la Carrera de la Mujer contra el cáncer de mama que se organiza en junio en Granada se vio un año más condicionada por la pandemia, y tuvo que celebrarse con una acción virtual en la que participó Covirán. Se animó a los clientes y a los seguidores de nuestras redes sociales a participar haciendo visible su apoyo a la Asociación Española contra el Cáncer. También se colaboró con la Asociación Relevos X la Vida que organizó una ruta por Granada a pie para captar fondos destinados a la lucha contra la enfermedad. Mención especial al trabajo de una Socia de Avilés que intercedió en noviembre para que Covirán aportara piezas de frutas para repartirlas entre los participantes de la carrera que organiza la Asociación contra el cáncer en la ciudad asturiana.

**Velar por la salud de los trabajadores:** 314 trabajadores de las plataformas logísticas de Covirán participaron en un taller de ergonomía en el puesto de trabajo. El curso impartido en colaboración con el Grupo Quirón, empresa especializada en la prevención de riesgos laborales, tuvo como objetivo ayudar a los trabajadores a corregir posturas que aumentan el riesgo de padecer trastornos musculoesqueléticos.



## 02 COLABORACIÓN CON EL

# Entorno social y patrocinios



Las acciones en beneficio de la sociedad fueron un año más una de las piedras angulares del trabajo de la Fundación Covirán.

En 2021 se pudo ver la cara más solidaria de muchos de nuestros Socios en distintas actuaciones que resumimos a continuación. También se intensificaron los acuerdos con clubes deportivos e instituciones culturales, indispensables para trasladar la importancia de una alimentación sana y equilibrada. No faltaron las iniciativas solidarias en colaboración con organizaciones e instituciones sin ánimo de lucro que trabajan para mejorar las condiciones de vida de familias o colectivos en riesgos de exclusión.

Las acciones más significativas fueron las siguientes:



### LA IMPLICACIÓN DE LOS SOCIOS

Los Socios no son ajenos a las desgracias que acontecen a su alrededor. Por iniciativa propia y con el apoyo logístico de la Cooperativa, varios asociados contribuyeron el pasado año a paliar la delicada situación de cientos de afectados por los desastres naturales ocurridos en distintos puntos de la geografía española.

Ejemplo de ello fue la solidaridad desplegada por nuestros Socios tras la erupción del volcán en La Palma, las lluvias torrenciales que anegaron el pueblo toledano de Cobisa; o el incendio ocurrido en verano en Navalacruz (Ávila). En todos los casos, hicieron llegar miles de kilos de alimentos y artículos de primera necesidad a las familias perjudicadas.



## LA COOPERATIVA, COLABORACIÓN CONSTANTE CON EL ENTORNO

**Donación a familias sin recursos:** La pandemia agravó los problemas de muchas familias pero también despertó la faceta más solidaria de la sociedad. Cruz Roja Española, Cáritas y el Banco de Alimentos fueron las ONG que recibieron 50.000 kilos de alimentos que donó Covirán para hacérselas llegar a personas en situación de pobreza. Lo emocional prevaleció en muchas las iniciativas de nuestros asociados, que vieron cómo la crisis se cebaba con familias sin apenas recursos.

**FESBAL:** Tiendas de Socios de Granada, Navarra, Huelva y Cádiz participaron el año pasado en la recogida virtual de alimentos que organizaron los propios Bancos de Alimentos (FESBAL), acciones que un año más estuvieron condicionadas por la pandemia. El dinero donado por los clientes y Socios se intercambiaba por alimentos, que se hicieron llegar a los respectivos Bancos de Alimentos de cada una de las provincias implicadas en las acciones solidarias.

**Acciones de plataformas por Navidad:** Como en ediciones anteriores, las plataformas logísticas de Motril, Atarfe, Zamora, Dos Hermanas, Coslada y Andújar se sumaron a la campaña de Navidad para donar roscones de Reyes a jóvenes y familias en situación de vulnerabilidad, casi siempre a través de entidades y organizaciones como Cruz Roja, Cáritas, la Asociación Betel de Sevilla, la Asociación Ángeles Urbanos de Madrid o la Escuela Hogar de Motril. Unas 600 familias se beneficiaron de una iniciativa solidaria que se repite en fechas navideñas.

**Colaboración en iniciativas ambientales:** La Plataforma de Coslada colaboró con un desayuno en la actividad escolar promovida por el colegio Almonacid de la Sierra, consistente en la plantación de árboles. La información facilitada por uno de los Socios de Covirán despertó el interés de la plataforma por participar en una de las acciones escolares que tienen como objetivo el cuidado del medio ambiente.

**Fundación Madrina:** Covirán entregó 200 paquetes de pañales de distintos tamaños a la Fundación Madrina que atiende las necesidades de familias vulnerables y jóvenes embarazadas en situación de exclusión social. Se trata de una Fundación que trata de dignificar la situación de las familias en dificultades, con la que se viene colaborando recientemente.



## PATROCINIOS DEPORTIVOS

En su compromiso con el entorno, Covirán presta especial atención a la consolidación de la reputación de su marca a través de patrocinios deportivos, una estrategia que se ha intensificado coincidiendo con el 60 aniversario. Covirán tiene claro que el deporte no solo mejora la visibilidad sino que es un medio magnífico para conectar de forma emocional con público de todas las edades, cada vez más interesado por una alimentación sana y por incorporar hábitos de vida saludables.

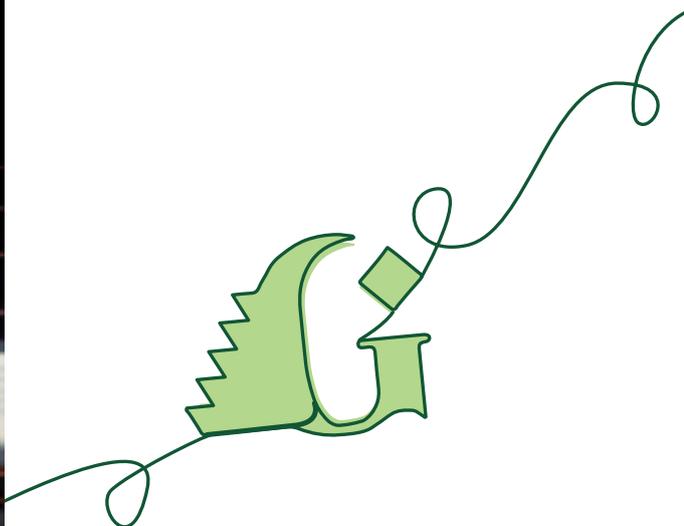
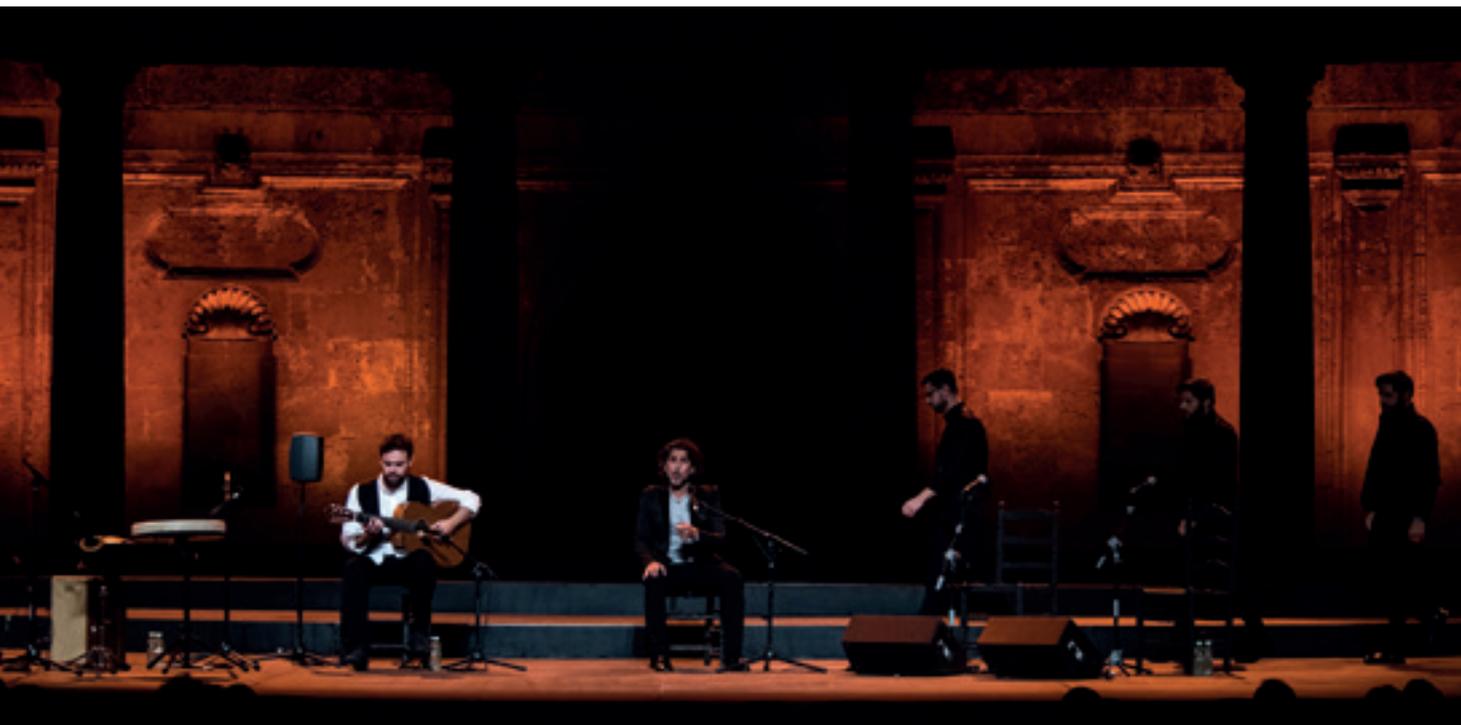
En 2021 destacaron los patrocinios y apoyos al **Club Baloncesto Covirán Granada**, **Granada CF**, equipo de baloncesto en silla de ruedas **Covirán Churriana Inclusivo**, **Sima Granada Fútbol Sala**, **Covirán Huétor Vega Tenis de Mesa**, el equipo de eSports **Artic Gaming**, los equipos femeninos de vela **Dorsia Covirán Sailing Team** y de **voleibol de Atarfe**, el equipo de fútbol **CD Unión Alpujarra**, el patrocinio del **Open de Tenis JCastillo de Baza** y el **I Torneo de Pádel** para empleados de Covirán.

Mención especial merece la incursión de Covirán en el deporte femenino, con el patrocinio de dos clubes, el de vela **Dorsia Covirán Sailing Team** y de **voleibol de Atarfe**, que compiten en disciplinas con menos visibilidad pero donde se derrocha el mismo esfuerzo e ilusión que en el deporte masculino. Es una apuesta de Covirán por la igualdad y por el reconocimiento a mujeres deportistas que comparten valores como son el compromiso en grupo, el trabajo, el liderazgo y el afán de superación.

Otro de los hitos alcanzados en 2021 es el acuerdo por el deporte accesible sellado con el principal equipo de baloncesto en silla de ruedas de Granada, **Covirán Churriana Inclusivo**. Con ello se pretende facilitar a los más jóvenes con discapacidad la práctica deportiva.

Igual de importante es la aportación que realizan los propios Socios a clubes o eventos deportivos mediante el patrocinio, la concesión de ayudas o colaboraciones puntuales. Al igual que los deportistas, nuestros Socios nunca se rinden.

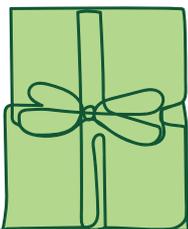




## PATROCINIOS CULTURALES

La Cooperativa apoyó un año más de forma incondicional al Festival de Granada, una de las citas culturales más prestigiosas del mundo en lo concerniente a la música clásica, la danza y el flamenco. La Cooperativa permanece en el Círculo de Mecenazgo del Festival de Granada, que ha permitido proyectar la imagen de Covirán más allá de nuestras fronteras.

Otro de los grandes acuerdos que Covirán formalizó el pasado año guarda relación con el impulso a la formación de los jóvenes valores de la Orquesta Ciudad de Granada (OCG), una de las agrupaciones orquestales de más prestigio en España y emblema de la ciudad de Granada.



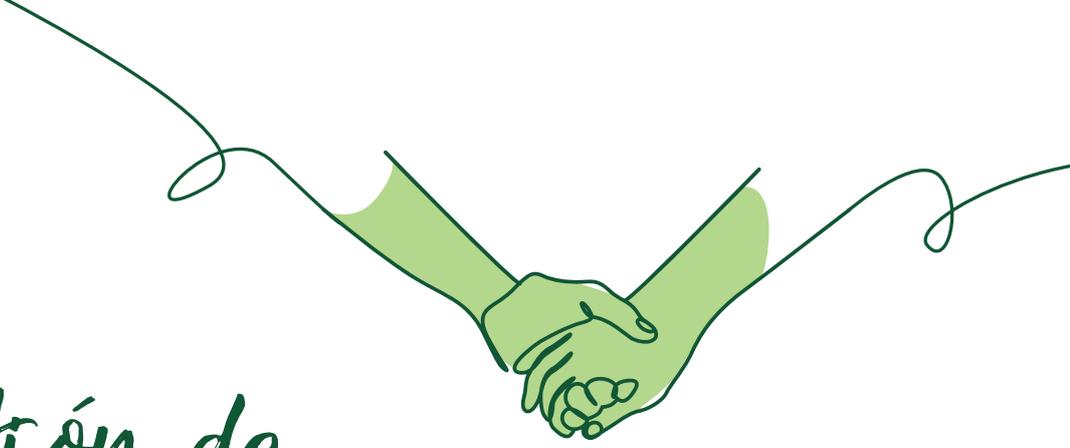
## SOLIDARIDAD EN PORTUGAL

Covirán Portugal organizó en Navidad una recogida de juguetes donados por los consumidores para destinarlos a organizaciones o entidades sociales de su entorno más cercano, que centran su actividad en la ayuda a las personas más necesitadas.

La estrategia solidaria de la Cooperativa en el país luso consiste en apoyar a los Socios que contribuyen con sus acciones a mejorar las condiciones de vida de las familias que en muchos casos conocen. En este sentido, son los responsables de las tiendas los que eligen la asociación o institución sin ánimo de lucro a la que desean llegar las donaciones.

También se trabaja en campañas solidarias de Cruz Roja para hacer llegar alimentos o con la ONG Aldeias de Crianças.





## 03 Gestión de la diversidad

La gestión de la diversidad fomenta un ambiente de trabajo más productivo. Es una oportunidad para crecer, conseguir mayor dinamismo y reforzar la imagen corporativa. Por si fuera poco, mejora el servicio que se ofrece al cliente.

En Covirán se presta mucha atención a todos aquellos aspectos que aseguran el buen funcionamiento

de la empresa. Por eso se concede tanta importancia a la formación de colectivos en riesgo de exclusión, a la igualdad de oportunidades de los trabajadores o al compromiso por facilitar a las personas con discapacidad la plena accesibilidad en sus desplazamientos por los supermercados.



### FORMACIÓN EN IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

Covirán ha intensificado en el último año la formación y las acciones relacionadas con la revisión del Plan de Igualdad, que supone un avance importante en las condiciones laborales de la plantilla de trabajadores.

Durante los meses de abril y mayo se sucedieron los *workshop* o talleres de trabajo en formato *online* con una duración de dos horas y con carácter obligatorio para que toda la plantilla de Covirán estuviese al corriente del contenido de un plan que avanza en la igualdad efectiva de oportunidades.

En la línea de mantener su compromiso con la igualdad, en noviembre se celebró un taller para prevenir e identificar las distintas formas de ejercer la violencia, y contribuir a su erradicación.

La actividad organizada por la Fundación Covirán con motivo del 25N, en colaboración con el Instituto de la Mujer, se dirigió a trabajadoras interesadas en esta problemática que afecta a las mujeres pero también a los familiares más directos, por lo general los hijos y padres que sufren la violencia en el hogar.



### FORMACIÓN Y CONTRATACIÓN DE COLECTIVOS DESFAVORECIDOS

La Fundación Covirán se volcó en la ayuda destinada a facilitar el acceso al mercado laboral de colectivos desfavorecidos mediante acuerdos con instituciones y asociaciones sin ánimo de lucro.

La colaboración que existe con organizaciones como el Movimiento por la Paz, el Banco de Alimentos y Cruz Roja permitieron en 2021 formar a 45 jóvenes, en su mayoría mujeres en riesgo de exclusión, que pudieron adentrarse en el funcionamiento del trabajo diario de un supermercado.

Además de la formación teórica que recibieron de forma presencial en la Escuela de Comercio, el alumnado realizó sus prácticas para desenvolverse en distintas tareas que se llevan a cabo en un punto de venta, centrándose el trabajo en las secciones de frescos sin olvidar la importancia del trabajo en equipo, la atención al cliente, el manejo del Terminal del Punto de Venta (TPV) o el *merchandising*.

### ACUERDO CON LA FUNDACIÓN ONCE

En 2021 se renovó el acuerdo de colaboración que la Cooperativa mantiene con la Fundación ONCE para tratar de mejorar el servicio a las personas con diversas capacidades que necesitan autonomía personal y calidad de vida, además de facilitarles el acceso al mercado laboral.

El pasado año se incorporaron a Covirán cuatro personas:

tres en las plataformas de distribución de la Cooperativa y la cuarta, en uno de sus supermercados.

El compromiso de la Cooperativa es integrar a personas con discapacidad dentro de la organización, en el marco de su política de gestión de la diversidad.

### COLABORACIÓN CON CRUZ ROJA

En Covirán ayudamos también a que se cumplan los sueños. Gracias al acuerdo de colaboración con Cruz Roja, un refugiado que llegó a nuestro país en busca de una oportunidad ha podido formarse y trabajar en una de las plataformas logísticas de la Cooperativa.

Fue derivado al plan de empleo de Covirán, donde realizó un curso de preparación de pedidos. Gracias a su actitud, ganas e interés, se le hizo un contrato indefinido.

### COMPROMISO DE COVIRÁN PORTUGAL

La Cooperativa también ha impulsado en Portugal varios programas de colaboración con entidades sociales e instituciones para formar en distintas materias a colectivos en riesgo de exclusión social.

Al acuerdo suscrito con la Santa Casa de la Misericordia, que ofrece tratamiento y apoyo a enfermos y personas con algún tipo de discapacidad, se suma la colaboración con el Ayuntamiento de Sintra y la Asociación Padres en Red para formar también a jóvenes con diversidad funcional.



# 04

## Medio Ambiente

### UN PASO HISTÓRICO EN LA REDUCCIÓN DE LOS RESIDUOS

Luchar contra el cambio climático implica adoptar medidas para reducir el consumo de residuos y realizar un control y seguimiento de las instalaciones para que sean más eficientes, una tarea que Covirán viene desarrollando con intensidad en la última década, tanto en los centros de trabajo como en los supermercados gracias a la complicidad de los Socios.

La Cooperativa mantiene varias líneas de trabajo para hacer de su modelo de negocio un referente en sostenibilidad, un compromiso que lleva implícito la modernización de las instalaciones de sus plantas logísticas y la transformación de las tiendas en puntos de venta responsables.

Los datos de 2021 confirman los progresos que se vienen realizando en la gestión de los residuos, logrando batir un año más el récord en cuanto a residuos no peligrosos que se reciclan: un total de **1.842 toneladas** de cartón, plástico, palets, chatarra y restos cárnicos.

La Cooperativa trabaja a diario para servir de ejemplo de modelo de economía circular y tender hacia el residuo cero. Además de mejorar el sistema de recogida de residuos, centra buena parte de la estrategia medioambiental en el fomento de medidas de eficiencia energética, la utilización de una flota de transporte menos contaminante y la reducción del consumo de material utilizado en el embalaje de mercancías.



## MENOS CONSUMO DE ENERGÍA Y MENOS GASES CONTAMINANTES

Las mejoras técnicas introducidas en los últimos años en los centros de trabajo de Covirán, sobre todo en las plataformas logísticas, han permitido reducir el consumo eléctrico en 2021. En concreto se ha logrado disminuir en 89,681 kw/h.

En ello ha influido el plan de modernización y eficiencia energética desarrollado hasta ahora, con iluminación de alto rendimiento mediante LED y un sistema de climatización para grandes superficies VRV, de refrigeración variable, que permite el ahorro, el control avanzado y la climatización por zonas de forma independiente.

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

	2020	2021
<b>Combustible no renovable en (Gj)</b>	<b>4.191</b>	<b>5.066</b>
Gasoil vehículos renting	4.174	5.052
Gas Natural (Propano)	3,31(*)	3,33(*)
Gasoil grupos electrógenos	14	11
Combustible renovable	0	0
<b>Electricidad comprada para consumo (Gj)</b>	<b>52.280</b>	<b>51.957</b>
Consumo de refrigeración	36.596	36.370
Consumo de Electricidad	15.684	15.587
<b>Consumo energético total</b>	<b>56.471</b>	<b>57.023</b>
<b>Electricidad vendida (Gj)</b>	<b>568</b>	<b>490</b>
Electricidad No Renovable	568	490
Electricidad Renovable	0	0
<b>Consumo energético vendido</b>	<b>568</b>	<b>490</b>

Fuente: Guía técnica de diseño de centrales de calor eficientes.

Se mantiene la tendencia a la baja de los últimos años en el consumo de electricidad y de refrigeración, y aumenta el de gasoil en vehículos renting debido a la necesidad de atender la demanda de los Socios durante el periodo de confinamiento, muchos de ellos con tiendas en zonas rurales.

Sobre el uso de refrigerantes en las instalaciones frigoríficas, necesarios para mantener los productos congelados en buen estado, la Cooperativa ha optado por refrigerantes con bajo PCA (potencial de calentamiento atmosférico) y refrigerantes naturales, reduciendo el efecto invernadero, entre 60% y 85% y el consumo en energía en un 4%.

Siempre que el estudio del proyecto lo permita, se opta por gases refrigerantes naturales que tienen un menor impacto sobre el medio ambiente.

## EMISIONES DE GASES

Con todas estas mejoras incorporadas en los últimos años, Covirán ha conseguido reducir las emisiones de gases contaminantes.

Se estima que se han dejado de emitir **1,465 toneladas de CO2 menos a la atmósfera en el año 2021.**

Precisamente, en 2021 no se ejecutaron obras nuevas, lo que permitió aumentar el nivel de rigor del mantenimiento preventivo en las instalaciones, asegurando su correcto funcionamiento ante esta situación tan especial como la pandemia.

## CONVENIOS PARA LOS SOCIOS

Ante el encarecimiento del precio de la luz en el último año, Covirán ha redoblado los esfuerzos para negociar con Endesa y otras empresas de suministro convenios que ofrezcan mejores condiciones a sus Socios.

Los propietarios de los supermercados interesados pueden informarse a través del portal del Socio (<https://portalsocio.coviran.es/>), el CASC o el en el Departamento de Gestión y Control. También disponen del siguiente correo:

**convenioelectricidad@coviran.es**



## COVIRAN CUMPLE CON EL RECICLAJE DE RESIDUOS



Un año más se batió el récord de residuos no peligrosos que se reciclan para su reutilización. Los restos recogidos de cartón, plástico, palets, residuos cárnicos, chatarra, equipos eléctricos y tóner para impresoras sumaron en total 1.842 toneladas, 784,5 más que en 2020.

Especialmente significativo fue el aumento del cartón y palets recuperados, más de 95 y 383 toneladas respectivamente en comparación con el año anterior.

También se ha prestado más atención a los residuos cárnicos o subproductos de origen animal no destinados al consumo humano, que se emplean en plantas de biográs y compostaje. El año pasado se destinaron a este fin más de 297 toneladas.

Asimismo, se ha logrado reciclar más plástico al igual que otros residuos que genera la actividad de la empresa, ya sea chatarra, aparatos eléctricos o tóner.

	2021	2020	2019	2018	2017	2016
CARTÓN	945.84	850.50	781.446	727.85	779.495	688.80
PLÁSTICO	175.51	170.71	190.745	180.56	197.124	170.68
PALETS	420.95	37.18	34.245	30.30	30.908	29.78
RESIDUOS CÁRNICOS	297.28					
CHATARRA	1.94					
PILAS	3.45	2.5				
M2 PLATAFORMAS	176.255	176.255	176.255	176.255	176.255	165.611

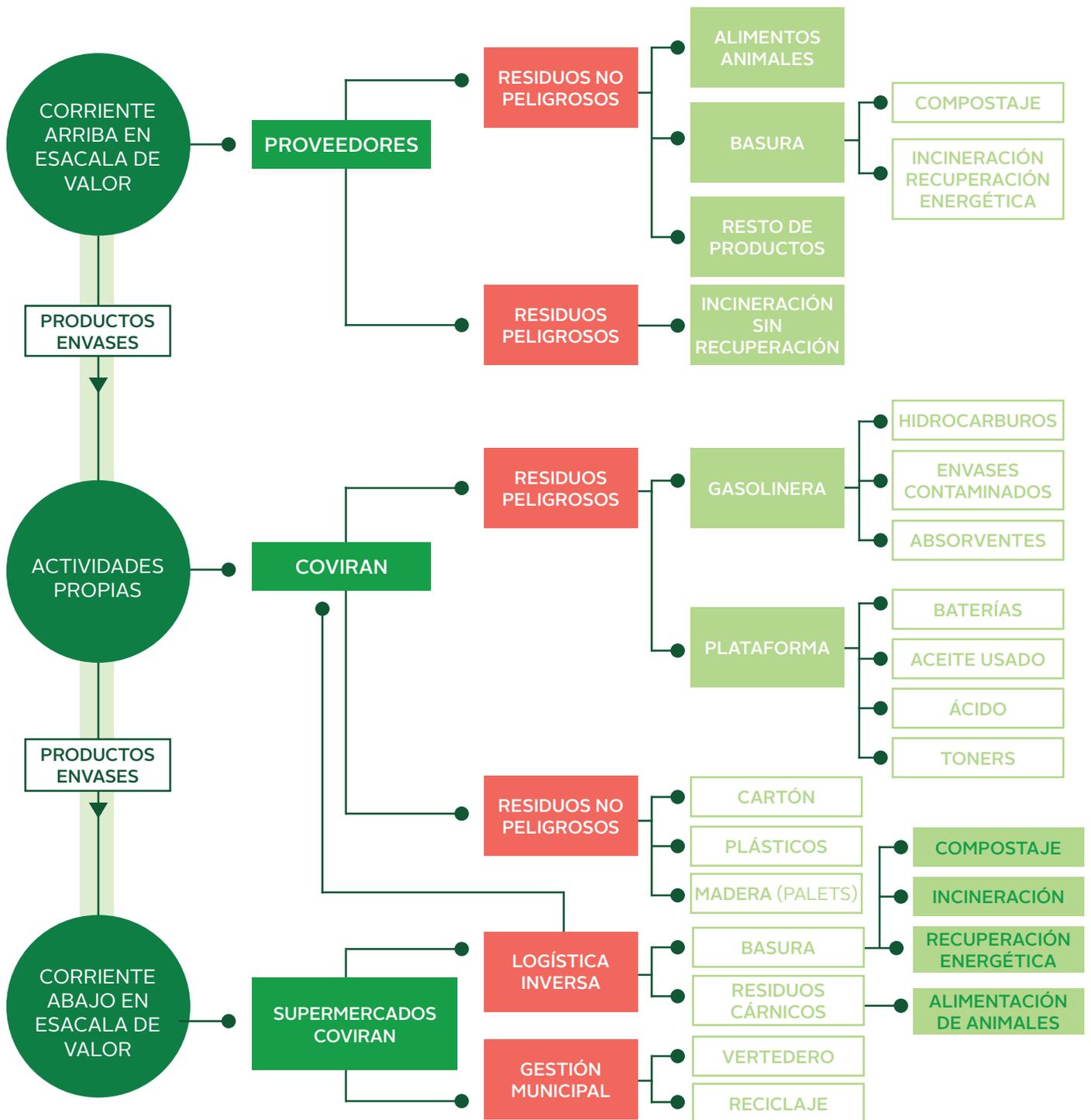


# DIAGRAMA DEL FLUJO DE RESIDUOS

El siguiente diagrama proporciona una perspectiva integral de la generación de residuos y permite a la Cooperativa identificar sus posibles causas para prevenir y adoptar medidas que favorezcan un modelo de economía circular. La cantidad, el tipo y la naturaleza de los residuos que genera la enseña son consecuencia de las actividades relacionadas con la ad-

quisición de productos y la prestación de sus servicios a los Socios y su consumo posterior por parte de los clientes.

Covirán mantiene su política de transparencia a través de las herramientas de los informes GRI, y su compromiso por el cuidado del medio ambiente en la gestión de sus residuos.





## UN AÑO PARA PONERSE LAS PILAS

El servicio de recogida de pilas usadas que Covirán ha puesto en marcha en los Puntos de Venta Responsable de sus supermercados y en las plataformas logísticas permitió en 2021 recopilar **3.140 kilos** de este material tóxico para su posterior reciclaje, casi una tonelada más que en el año anterior.

El método de recogida ya funciona en 65 de los 75 Puntos de Venta Responsable que dispone Covirán, donde se facilita a los clientes la posibilidad de depositar las pilas usadas en contenedores instalados en los establecimientos.

La mayor parte de este componente eléctrico altamente contaminante se recogió en los supermercados gracias a la implicación de los clientes, en concreto 2.718 kilos, a lo que hay que sumar los 422 kilos que se recopilaban en las plataformas logísticas.

**3,1** Tn

DE PILAS PARA  
RECICLAR

**2,7** Tn

DE PILAS  
RECOGIDAS  
EN TIENDAS





## RECOGIDA DE APARATOS ELÉCTRICOS, LUMINARIAS Y TÓNER

La Cooperativa mantiene varias líneas de trabajo para hacer de su modelo de negocio un referente en sostenibilidad, un compromiso que lleva implícito la reducción de la huella ambiental que genera su actividad diaria.

En el balance anual de recogida de residuos de 2021 destacan las 2,6 toneladas de aparatos eléctricos y electrónicos que se recogieron para su reciclaje.

También se contabilizó el pasado año la recogida de 353,84 kilos de luminarias que depositan los trabajadores, Socios y sus clientes en contenedores de supermercados y centros de trabajo, y los 400 kilos de cartuchos de tinta de impresora o tóner para su posterior recuperación.

En las plataformas logísticas también se hace acopio de la chatarra para reutilizarla y darle una segunda vida. Solo el pasado año se recogieron 1,94 toneladas.

## CADA GOTA DE AGUA IMPORTA

Covirán aplica desde hace seis años un programa de eficiencia en el consumo de agua que le ha permitido obtener un ahorro acumulado del 28,70%. Luchar contra el cambio climático también implica adoptar medidas para reducir el consumo y realizar un control y seguimiento de las instalaciones, una tarea que se viene desarrollando desde 2016 en los centros de trabajo y plataformas logísticas.

### REDUCCIÓN CONSUMO DE AGUA DENTRO DE LA ORGANIZACIÓN

2016	2017	2018	2019	2020	2021
17%	4%	2,5%	1,6%	1,8%	1,9%

En los últimos años se ha hecho una inversión importante en mejoras para ahorrar agua mediante la instalación de economizadores y cisternas de descarga reducida; pero también en formación a los propios trabajadores sobre el uso y consumo responsable de agua.

El esfuerzo ha tenido su recompensa en la factura del agua: el mayor ahorro se produce en 2016 cuando se da el paso para modernizar las instalaciones. El consumo se ha ido reduciendo en los años posteriores hasta llegar a 2021, año en el que se gastó un 1,9% menos de agua.

La situación de pandemia ha condicionado el mantenimiento de algunas instalaciones, aunque persiste el interés por el aprovechamiento del agua y por garantizar un sistema de producción sostenible.





## CRUZADA CONTRA EL PLÁSTICO DE UN SOLO USO

En el último año, Covirán ha dado un paso al frente en su estrategia de reducir el plástico de un solo uso de los supermercados. Se trata de un objetivo compartido por la sociedad para contribuir en la solución del problema de la contaminación que ocasionan los envases que no son biodegradables.

La Cooperativa ofrece a sus Socios alternativas que resulten de interés para sus clientes, cada vez más sensibilizados con la necesidad de cuidar el medio ambiente.

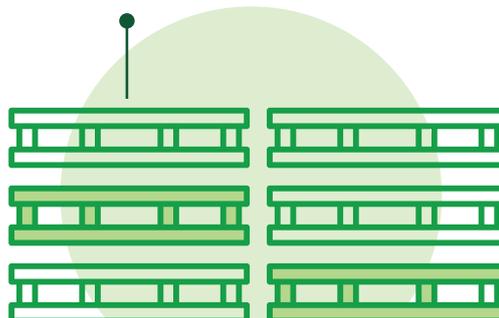
Una de las últimas novedades es la de ofrecer una gama de menaje desechable y biodegradable que cuenta con todas las garantías y cumple con los requisitos de embalaje que exige la Unión Europea. De este modo, Covirán mantiene su compromiso con la economía circular que persigue la reducción de los residuos, su reutilización y posterior reciclaje.

Entre las medidas que se han adoptado figura la sustitución de doce de las trece referencias de menaje de plástico por artículos sostenibles.

A ello se suma la aplicación en 2021 del uso de bolsas de plástico ligeras y muy ligeras en todos los supermercados. Solo se permite el uso de bolsas de material compostable que no generan residuos tóxicos o de cualquier otro material que sustituya al plástico.

Los supermercados Covirán ya son una referencia en la utilización de las bolsas de rafia de la colección 'El arte de comprar' y en las de papel bio-reutilizable. Se mantienen igualmente las bolsas de malla reutilizables para frutas y verduras con gran aceptación entre los clientes.

**3.251** PALETS DIARIOS



### MENOS CONSUMO DE FILM

El encarecimiento de las materias primas ha tenido su efecto en las compras de materiales como el film, utilizado en las plataformas logísticas para embalaje de las mercancías que se transportan en los palets.

El coste total del consumo de film en España y Portugal en 2021 fue de 455.279 euros, un 1,67% menos que en 2020. La mejora en el consumo se cuantifica en 25.713 euros respecto al ejercicio anterior.

Teniendo en cuenta que se acentuará el incremento del coste de las materias primas en 2022, la Cooperativa realiza pruebas con un nuevo proveedor que ofrece un film de calidad y más económico.



## POR UN TRANSPORTE QUE DEJE LA MENOR HUELLA

Los avances tecnológicos en el transporte de mercancías han permitido en los últimos años realizar un seguimiento y control del proceso de reparto y entrega de pedidos, contribuyendo a reducir de forma importante las emisiones de CO<sub>2</sub> y los costes de combustible. Se mantienen el programa telemático de Webfleet Solutions para aumentar la eficiencia, ganar en productividad y ahorrar costes.

De forma paralela, las plataformas logísticas han buscado la manera de optimizar mejor la carga en los palets y vehículos para aprovechar al máximo el espacio y realizar menos viajes.

En 2020, Covirán incorporó un vehículo ecológico con depósito de gas licuado que reduce la contaminación, y también cuenta con un vehículo eléctrico para el reparto.

Todas estas medidas han repercutido positivamente en el cuidado de medio ambiente.



## BUENAS PRÁCTICAS PARA REDUCIR EL USO DE PAPEL

En 2021 se ha avanzado igualmente en el proceso de digitalización para agilizar las tareas administrativas y ahorrar papel, y se ha apostado decididamente por el formato de folletos promocionales versión digitalizada que incluye códigos QR con información adicional. Se imprimen menos ejemplares de folletos porque cada vez son más los clientes de Covirán que acceden a las ofertas y promociones desde la versión digital de la web o a través de las redes sociales.

De igual modo, la transformación digital que se ha producido en los últimos años en los centros de trabajo ha contribuido a reducir el uso de papel con las consiguientes mejoras: ahorro de dinero, consulta de documentos más rápida y sencilla, y protección del medio ambiente.



## UN SERVICIO ESENCIAL PARA REFORZAR LA REPUTACIÓN Y FOMENTAR LA IMAGEN DE MARCA

La comunicación es una de las piezas claves en la estrategia corporativa de Covirán, una herramienta fundamental para reforzar la imagen de marca y fomentar el diálogo permanente entre Socios, empleados y otros grupos de interés.

Se ha convertido en un servicio esencial para acercarse al cliente, pero también para mantener una relación fluida con todos los colectivos que forman parte de la realidad de la empresa.

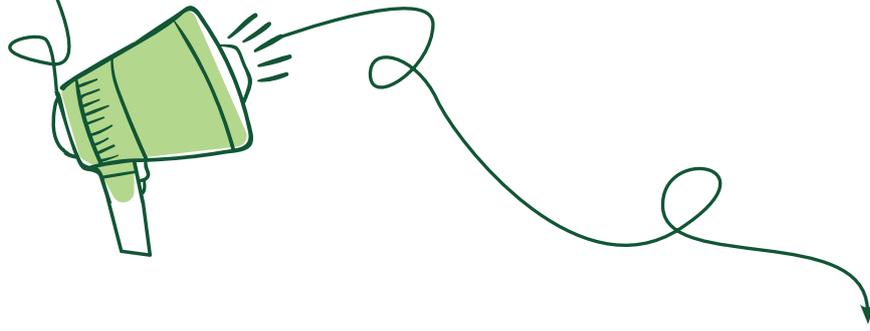
2021 fue un año de intensa actividad informativa: por un lado, los actos del 60 aniversario de la fundación de Covirán que tuvieron una gran repercusión mediática y, por otro, la gestión de la crisis provocada por el coronavirus que, al igual que en 2020, obligó a mantener un canal abierto para informar a Socios y empleados de las medidas preventivas que adoptaron las autoridades sanitarias para evitar los contagios.

Tan importante ha sido la comunicación hacia el exterior, como refleja el balance anual que se ofrece a continuación, como el intercambio de información que se ha canalizado por vía interna, aprovechando la incorporación de nuevas herramientas digitales que facilitan el acceso a circulares internas, comunicados y avisos.

Sigue cumpliendo un papel esencial el buzón de sugerencias a disposición de los trabajadores que quieran formular propuestas, un método que incentiva a los empleados y los implica de forma activa en las labores de la Cooperativa. Un ejemplo de ello es la metodología Lean, que ha permitido que los trabajadores puedan aportar sus sugerencias para mejorar la eficiencia en las tareas que se desarrollan en las plataformas logísticas.

Con los Socios, la comunicación se mantiene abierta de forma permanente a través de los canales que tienen a su disposición, siempre con el objetivo de mejorar la rentabilidad del negocio. Tampoco se puede descuidar 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 información para mantener un diálogo constante y proyectar la imagen de marca de Covirán al máximo público posible.



Grupos de interés	Herramientas de diálogo	Desempeño
<p><b>SOCIOS</b></p> 	<p>Asamblea Anual  Reuniones anuales por plataforma de distribución  Visitas personalizadas equipo de ventas  Canales de comunicación directos personales  Revista Infocovi  Eventos corporativos  Canales digitales:      Intranet segmentada por países, España y Portugal      Software de gestión personalizado      E-mailing personalizado  Encuentros anuales  Creación de un Departamento Específico de Comunicación Interna con Socios</p>	<p>Seguimiento personalizado.</p>
<p><b>TRABAJADORES</b></p> 	<p>Revista Infocovi  Formación  Eventos corporativos  Canales digitales:      Intranet exclusiva empleados      E-mailing personalizado  Reuniones interdepartamentales  Entornos colaborativos M365</p>	<p>Consultas sobre acciones concretas.  Seguimiento comunicaciones e-mailing.</p>
<p><b>CLIENTES</b></p> 	<p>Línea de atención telefónica / web  Web Club Familia  Pantallas en tienda  Canal radio exclusivo tienda  Folleto promocional  Cartelería en tienda  Redes sociales</p>	<p>Seguimiento post test de las campañas,  escucha activa de los clientes acerca de la marca.</p>
<p><b>PROVEEDORES</b></p> 	<p>Reuniones individuales  Eventos exclusivos y compartidos  Web  Jornadas profesionales</p>	<p>Participación plena de los invitados.</p>
<p><b>ASOCIACIONES Y ENTIDADES</b></p> 	<p>Firmas de acuerdos y convenios  Eventos corporativos  Foros  Encuentros profesionales</p>	<p>Participación plena de los convocados.  Encuestas de satisfacción.</p>
<p><b>SOCIEDAD</b></p> 	<p>Web corporativa España <a href="http://www.coviran.es">www.coviran.es</a>  Web corporativa Portugal <a href="http://www.coviran.pt">www.coviran.pt</a>  Web corporativa Fundación Covirán <a href="http://www.fundacioncoviran.org">www.fundacioncoviran.org</a>  Web corporativa Escuela de Comercio Covirán  Web corporativa espacio deportivo Ilusión Sport <a href="http://www.ilusionsport.com">www.ilusionsport.com</a>  Salas de prensa y encuentros con los medios de comunicación  Redes sociales: Facebook, Twitter, Youtube, Instagram, LinkedIn y TikTok  Nueva estrategia de Comunicación Externa y Relaciones Públicas</p>	<p>Datos tráfico web.  Datos de crecimiento.  Datos redes sociales.  Datos informe de comunicación.  Datos relaciones públicas.</p>

## UN AMBICIOSO PLAN DE *Comunicación para festejar 60 años*

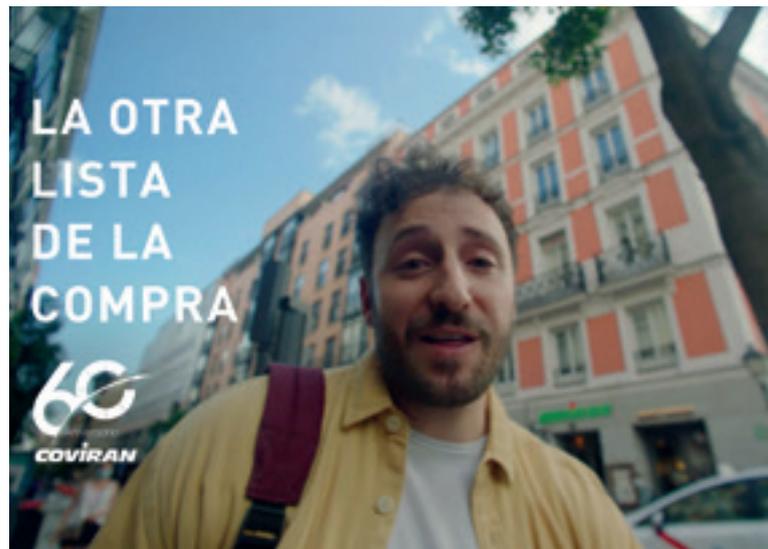


Estando cerca, llegamos lejos

Covirán se enfrentó al reto de celebrar una efeméride tan especial, como fue el 60 aniversario de su fundación como Cooperativa, en unas circunstancias excepcionales a causa de la pandemia. En un contexto de restricciones y confinamientos, la empresa desarrolló un ambicioso plan de comunicación para que la fecha no pasara desapercibida.

La primera de las medidas fue redefinir la imagen de marca para reforzar los valores que la identifican. Se realizó un desarrollo integral de la imagen corporativa, jugando con el logotipo y el imagotipo. El resultado permitió disponer de una marca de innovador y elegante diseño que respondía al claim '*Estando cerca, llegamos Lejos*', en alusión a la conexión emocional con los clientes y a la proyección de futuro de la Cooperativa de la mano de sus Socios.

En una de sus primeras acciones, Covirán logró aunar los aniversarios de la Cooperativa, el Granada CF (90 años) y el Festival de Música y Danza (70 ediciones) en un emocionante video que sirvió de homenaje a Granada y que tuvo como protagonistas a grandes músicos de la ciudad que interpretaron la canción "*Granada*", de Agustín Lara. El video tuvo una amplia repercusión en medios nacionales y se hizo viral en las redes sociales gracias a los miles de clientes que lo compartieron



entre amigos y conocidos. Fue también un año de campañas publicitarias para acercarse al cliente. '*La otra lista de la compra*' fue el título elegido para lanzar un spot con un enfoque muy social donde, a modo de alegato, se compartían los problemas reales del día a día de los consumidores.

El 60 aniversario se cerró con otro original spot de Navidad donde se invitaba a la comunidad de Covirán a elegir el final del anuncio, una nueva forma de comunicar y de convertir al espectador en protagonista de la historia para agradecer su confianza.

Durante este aniversario tan especial también se quiso compartir con la ciudadanía dos grandes eventos en distintos momentos claves del año. Tras más de un año sin pirotécnica en Granada, Covirán decidió celebrar en abril el día de su cumpleaños con un gran espectáculo de fuegos artificiales en la vega de Granada.

Como colofón de año, y a modo de agradecimiento a la sociedad granadina, se organizó en Navidad una Gran chocolatada gratuita y abierta al público, amenizada con diversas actuaciones musicales y actividades deportivas.





## GRAN IMPACTO MEDIÁTICO POR EL 60 ANIVERSARIO

Con motivo del 60 aniversario, las apariciones en medios digitales y tradicionales (prensa, radio y televisión) fueron constantes. Entrevistas, presencia en foros de debate y amplios reportajes en diarios de máxima audiencia sirvieron para reconocer la trayectoria de la Cooperativa, su aportación a la salida de la crisis, su papel esencial en zonas rurales y su compromiso con el empleo, el territorio y la sostenibilidad.

2021 fue un año de intensa actividad informativa que quedó reflejado en casi 9.000 inserciones en prensa relacionadas con Covirán, un 32,8% más que en 2020. El impacto económico de las apariciones en prensa escrita (31,9%) y digital (68,1%) alcanzó casi los 31 millones de euros, teniendo hueco en la mayoría de las ocasiones en prensa regional (53,1%), deportiva (23,7%), generalista (15,7) y económica (7,5%).

Tuvieron gran repercusión las entrevistas en 'Hoy por Hoy' de la Cadena Ser, el programa de radio más escuchado en España y dirigido por Ángels Barceló; y en 'Herrera en COPE', que presenta y dirige Carlos Herrera, entre otras.

ESTIMACIÓN ECONÓMICA DEL IMPACTO  
**30.963.000€**

### INSERCIONES TOTALES

**8.963**

INSERCIONES EN PRENSA A LO LARGO DE 2021



**+32,8%**

AUMENTO EN COMPARACIÓN CON 2020

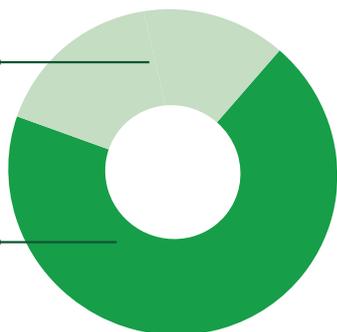
### PAPEL VS DIGITAL

**31,9%**

PAPEL

**68,1%**

DIGITAL



### TIPOLOGÍA DE PRENSA

**7,5%**

SECTORIAL

**15,7%**

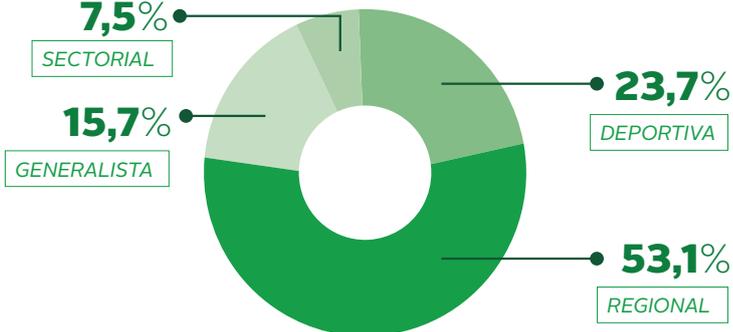
GENERALISTA

**23,7%**

DEPORTIVA

**53,1%**

REGIONAL



## LAS REDES SOCIALES, EN CONTINUO CRECIMIENTO

En Covirán se está en continuo movimiento en las redes sociales, respondiendo en tiempo real a las dudas, ofreciendo contenidos de interés para el cliente y difundiendo ofertas y promociones beneficiosas para los Socios. En definitiva, son acciones que generan una relación de confianza con los distintos grupos de interés.

Como dato significativo, Covirán cerró 2021 con **más de 205.000 seguidores** en el cómputo global de todas las redes, un 29,4% más respecto a 2020.

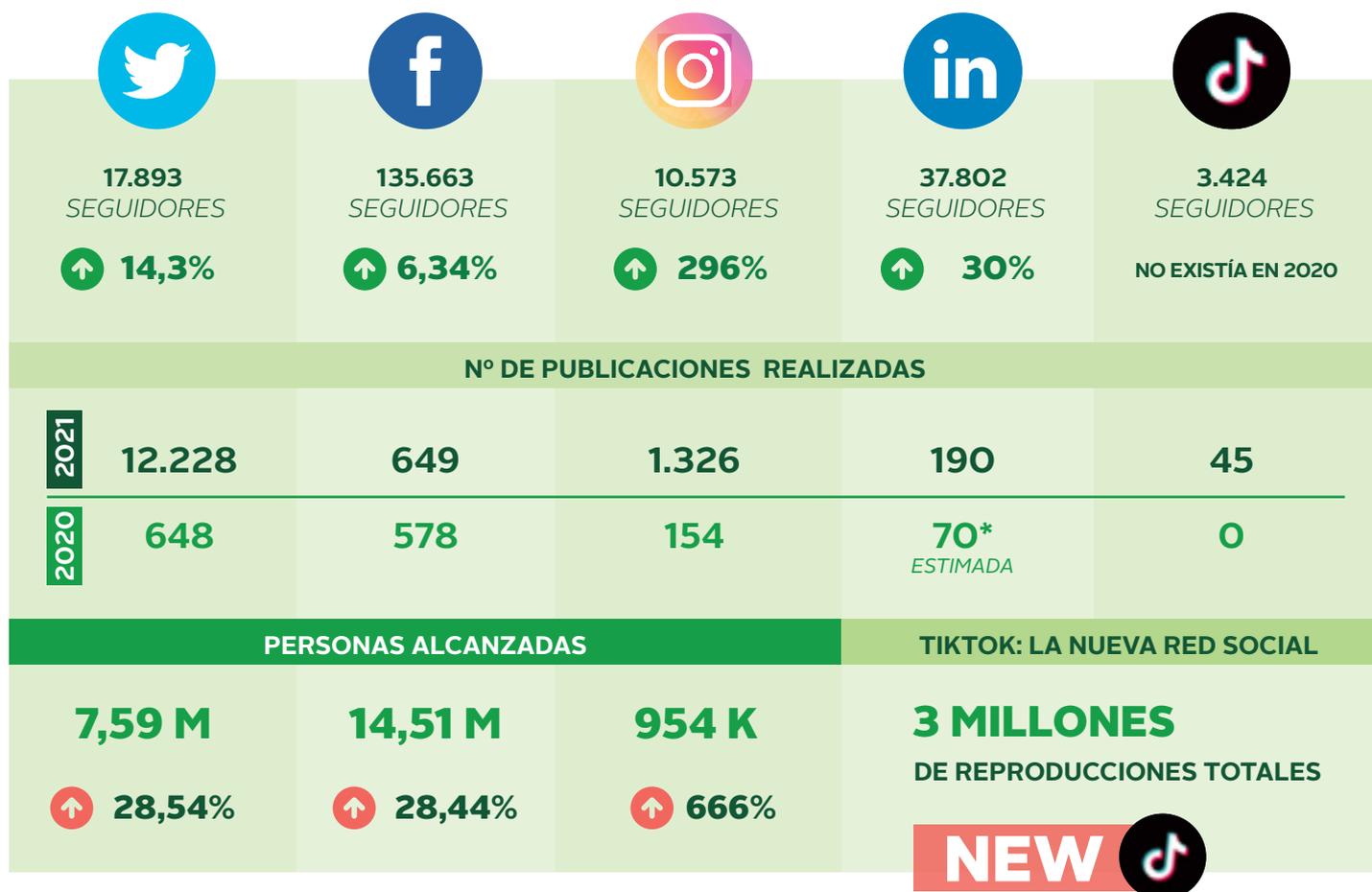
Como principales magnitudes, cabe destacar el número de personas a las que llegaron los contenidos y publicaciones en redes sociales: en **Facebook** se alcanzó la cifra de 14,51 millones de personas, un 28,44% más respecto al año anterior; en **Twitter**, las publicaciones las vieron 7,59 millones, un incremento del 28,54%; en **Instagram**, que vio la luz en 2020 con la intención de acercar el mensaje a un público más joven, se finalizó la etapa de lanzamiento llegando a un total de 954.000 personas, es decir, un 666% más; y en **LinkedIn**, orientado a un target profesio-

nal, se consolidaron todas las magnitudes.

En Febrero de 2021 se desembarcó en una nueva red social, **TikTok**, en la que la Cooperativa no podía dejar de estar presente. Un espacio dinámico y diferente para usuarios de todos los rangos de edad, con la correspondiente variedad de contenidos, que finalizó su primer año de vida con 3 millones de reproducciones totales.

En el año del 60 aniversario de Covirán se han publicado más de 3.430 posts en redes sociales, lo que se traduce en un aumento del 138% en la producción de contenidos digitales respecto a 2020. Sin olvidar, por supuesto, la actividad de los Socios y empleados, cuya presencia en las redes sociales hace que los contenidos de interés se dinamicen en mayor medida.

Son datos que sitúan a Covirán en un escenario futuro de crecimiento continuado, convirtiendo las redes sociales en una vía para alcanzar a más público. En definitiva, humanizar la marca para conseguir la fidelidad del usuario.



## COVIRAN PORTUGAL AFIANZA SU CONEXIÓN CON LOS CLIENTES

Las acciones de comunicación de Covirán Portugal giraron en torno al décimo aniversario de su implantación en el país luso, para lo cual se creó un logotipo identificativo que contribuyó a reforzar la reputación de marca.

La celebración del aniversario sirvió para fidelizar a los clientes y conectar con nuevos consumidores a través de las distintas campañas que desarrolló el Departamento de Marketing.

En 2021 contó con mucha más presencia en los medios de comunicación. En total se publicaron 140 noticias y entrevistas en medios económicos, regionales y locales, principalmente digitales, alcanzado una audiencia de más de 7,1 millones de personas si se suman los potenciales lectores de prensa escrita. Destacaron las distintas entrevistas que se concedieron a los medios especializados 'Grande Consumo' e 'Hipersuper'.

Las redes sociales también resultaron claves para fortalecer la presencia de Covirán Portugal entre los consumidores. El canal de Facebook sumó el pasado año 6.501 seguidores, alcanzando al cierre de 2021 la cifra de 9.176. En Instagram creció en 857 fans, manteniendo una audiencia de 1.128 personas, mientras que en LinkedIn el número de seguidores se situó en 801, mayoritariamente de Lisboa (48,45%) y de Oporto (15,61%), interesados en información relacionada con temática institucional y con la apertura de nuevas tiendas.



### UN SPOT PARA REFORZAR EL RECONOCIMIENTO A LA MEJOR TIENDA DE PROXIMIDAD

Un año más, Covirán Portugal recurrió a la televisión para promocionar el sello obtenido por ser la Mejor Tienda de Portugal 2021-2022, que otorga la revista Grande Consumo a través de la opinión de los propios consumidores. Para ello emitió el spot '*Covirán, tu amigo de al lado*' que tan buena difusión obtuvo en 2020, donde se destacan los principales valores de los supermercados, su cercanía y el servicio personalizado al cliente.



# Asociaciones

## LA ALIANZA EN DEFENSA DE LOS INTERESES DEL SECTOR AGROALIMENTARIO

En 2021, Covirán mantuvo su presencia en las principales organizaciones que defienden los intereses del sector agroalimentario español y portugués.

La única novedad vino protagonizada por la incorporación de Covirán Portugal a la Asociación Empresarial de la Región de Lisboa (AERLIS), que apoya a empresas que quieren acercarse a nuevos mercados y que presta una gran labor formativa.

Buena parte de las organizaciones empresariales de las que Covirán forma parte destacaron el compromiso social y económico que la Cooperativa ha venido desempeñando a lo largo de sus 60 años de historia, un aniversario que ha permitido estrechar la relación con dichas asociaciones.

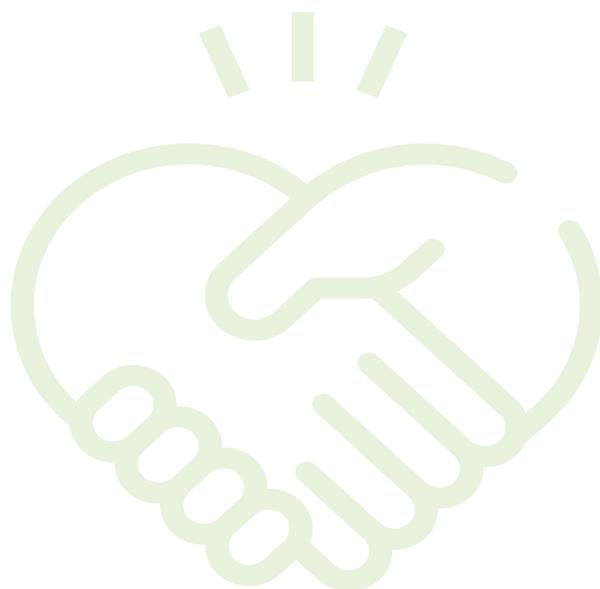
Covirán sigue teniendo voz en aquellas asociaciones que lideran ámbitos de trabajo relacionados con la competitividad del sector, la seguridad alimentaria o la sostenibilidad en la producción de alimentos.

La pertenencia de Covirán a determinadas organizaciones empresariales como la asociación de fabricantes y distribuidores AECOC, con un papel activo en los comi-

tés de desperdicio alimentario y carnes, o la Asociación Española de Distribuidores, Autoservicios y Supermercados (ASEDAS), con presencia en su junta directiva, le legitima para participar en la toma de decisiones de proyectos e iniciativas que permiten impulsar mejoras en el sector de la agroalimentación.

La Cooperativa forma parte de las juntas directivas de la central de compras Euromadi en España y Portugal, de la Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA), de la que también se está al frente de la vocalía de supermercados; de la Confederación Empresarial de la Economía Social (CEPES), la Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA), la Confederación Empresarial de Madrid (CEIM), el Consejo de Empresas Distribuidoras de Alimentación de Cataluña y el Consejo Empresarial Andalucía Portugal (CEAP).

Además, Covirán tiene representación en el pleno de la Cámara de Comercio de Granada y Madrid, y tiene un papel relevante en el Consejo Ejecutivo y la Secretaría General de la Cámara de Comercio Hispano Portuguesa para velar por los intereses del sector y de los Socios de la Cooperativa.



ORGANIZACIONES EN LA QUE ESTAMOS PRESENTES EN ESPAÑA



ORGANIZACIONES EN LA QUE ESTAMOS PRESENTES EN PORTUGAL





# Relaciones institucionales

## COVIRAN RECIBE EL APOYO DE LAS INSTITUCIONES Y DEL EMPRESARIADO EN SU 60 ANIVERSARIO

Los encuentros institucionales celebrados en 2021 sirvieron para reforzar la presencia de Covirán en el sector de la distribución alimentaria, tal y como se desprenden de las manifestaciones públicas de los distintos líderes políticos y empresariales.

El **ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas**, reconoció la importancia del modelo de cercanía y emprendimiento de la Cooperativa, que acompaña y forma a los detallistas que se suman a ella.

En la misma línea se pronunció el **presidente de la Junta de Andalucía, Juanma Moreno Bonilla**, quien destacó en su visita a las instalaciones de Covirán en Atarfe (Granada) el modelo de economía social de la Cooperativa que tiene en cuenta a las personas, el arraigo y la igualdad de oportunidades.

Desde Portugal, su **embajador en España, João Mira Gomes**, además de felicitar a Covirán por su sesenta aniversario, que coincidió con el décimo del inicio de su expansión en el país luso, confió en poder alcanzar

acuerdos con la Cooperativa que dinamicen la economía en su país.

En la ronda de contactos con los presidentes de las ocho  **diputaciones andaluzas**, Patro Contreras presentó las estrategias de emprendimiento de la Cooperativa para frenar el despoblamiento en zonas rurales. Los máximos responsables de las instituciones provinciales coincidieron en destacar el papel vertebrador de Covirán en zonas rurales, donde crea empleo y facilita el equilibrio territorial.

Por su parte, el **alcalde de Granada, Francisco Cuenca**, en su visita al supermercado Covirán en el barrio de La Chana, se refirió a la excelencia, la cercanía y la capacidad creadora de empleo como mejores virtudes de la Cooperativa.

### El empresariado aplaude el modelo de cercanía

Las principales organizaciones empresariales ensalzaban de igual modo la trayectoria de Covirán en sus 60 años



de historia. Tanto la patronal española (**CEOE**) como la madrileña (**CEIM**) aplaudieron el proceso de expansión de la Cooperativa, convertida en motor de desarrollo y riqueza en los territorios donde se asienta.

El **presidente de la Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA), Javier González de Lara**, celebró que Covirán sea ejemplo de solvencia y compromiso.

El presidente de la **Confederación Empresarial Española de la Economía Social (CEPES), Juan Antonio Pedreño**, hizo una defensa del modelo cooperativo de Covirán a la hora de afrontar la recuperación económica y social tras la crisis causada por la pandemia.

No faltaron tampoco los encuentros con asociaciones empresariales de las que Covirán forma parte, como son los casos de la **Asociación Española de Distribuidores de Autoservicio y Supermercados (ASEDAS)** o la **Asociación de fabricantes y distribuidores AECOC**; citas que sirvieron para demostrar que el cooperativismo es una fuente de riqueza y progreso.







# Premios y distinciones

CAPÍTULO 5



6-4-2021

## LA FUNDACIÓN MUTUALIDAD DE LA ABOGACÍA PREMIA LA LABOR DE COVIRAN CON LAS PERSONAS MAYORES

La Fundación Mutuality Abogacía, organización sin ánimo de lucro del Grupo Mutuality de la Abogacía, concedió a Covirán el premio Escuela de Pensamiento por su contribución para mejorar la calidad de vida de las personas mayores.

El jurado reconoció el trato personalizado y los servicios que ofrecen los supermercados Covirán, que se adaptan a las necesidades de las personas de edad avanzada para que puedan realizar la compra de forma satisfactoria.

Se tuvo en cuenta el esfuerzo que la Cooperativa ha realizado en los últimos años para modernizar sus tiendas y ofrecer el servicio «Asiste», “ideado para ayudar a realizar la compra a todas aquellas personas con necesidades especiales”. También se destacó el compromiso de Covirán con la accesibilidad universal en sus tiendas piloto. En ambas se cuenta con cajas con elevadores de cestas que evitan que las personas mayores tengan que agacharse, además de dispositivos para mejorar la señal auditiva de los clientes que llevan audífonos o implantes cocleares.



15-10-2021

## CRUZ ROJA DISTINGUE A LA COOPERATIVA POR EL PLAN DE EMPLEO QUE PERMITIÓ CONTRATAR A UN REFUGIADO

Cruz Roja distinguió el pasado año a Covirán por la ejecución de un plan de empleo que permitió la contratación de una persona refugiada que llegó a España en busca de una oportunidad.

El reconocimiento se enmarca en el proyecto de Cruz Roja 'El bolígrafo que escribe el futuro', una iniciativa de inserción laboral que fomenta la igualdad de oportunidades y que cuenta con el apoyo de las empresas.

La persona seleccionada por Cruz Roja fue derivada al plan de empleo de Covirán, donde realizó un curso de preparación de pedidos en una de las plataformas logísticas.

Gracias a su actitud, ganas e interés, la Cooperativa le ofreció un contrato para la campaña de verano que pasó a ser indefinido.





21-10-2021

## COPE GRANADA RECONOCE EL COMPROMISO DE LA COOPERATIVA CON UNO DE LOS PREMIOS POPULARES

La Cooperativa Covirán fue distinguida con uno de los Premios Populares de COPE Granada por su trabajo y compromiso con la provincia de Granada, coincidiendo con el 60 aniversario de su fundación.

El acto tuvo lugar en la sede de Caja Rural Granada con más de 200 invitados, entre ellos representantes de las principales instituciones.

29-11-2021

## COVIRAN PORTUGAL LOGRA SER LA MEJOR TIENDA DE PROXIMIDAD POR SEGUNDO AÑO CONSECUTIVO

En 2021, Covirán logró por segundo año consecutivo ser la Mejor Tienda de Portugal en la categoría de Supermercados de Proximidad que otorga la revista Grande Consumo, tras una votación en la que participaron los consumidores del país luso.

El reconocimiento coincidió con el décimo aniversario de la llegada de Covirán a Portugal, una década de experiencia en el mercado luso que ha permitido dar respuesta a las necesidades de los consumidores con un alto nivel de calidad, valorando lo mejor que hay en cada región.

El sello '*La Mejor Tienda de Portugal*' refleja el arduo trabajo de Covirán Portugal, sus Socios y sus empleados, comprometidos en seguir dando lo mejor a los portugueses donde quiera que estén ubicados.

Sin duda, un reconocimiento al trabajo de los Socios y un incentivo más para seguir creciendo en los 18 distritos de Portugal y en las dos regiones autónomas insulares, los ar-



chipielagos de las Azores y de Madeira.

La importancia del premio radica precisamente en que son los propios consumidores los que deciden con su voto la mejor tienda de proximidad, dándose la circunstancia de que repite premio por segundo año consecutivo.

Se tuvieron en cuenta aspectos como la calidad del surtido, la usabilidad y el servicio, la especialización e información, la facilidad de compra, el precio y la imagen.

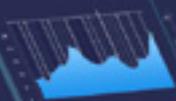
El hecho de que los premios se hayan producido en un contexto muy difícil a causa de la pandemia, otorga más valor al trabajo que se viene desarrollando en Portugal.



## Dashboard

### Overview

- Client order
- Stockcheck
- Replenishments
- Machine State



32.04%



23



25%



# Informe económico -financiero

**CAPÍTULO 6**



# EVOLUCIÓN DE Negocio

Covirán cierra 2021 como un año marcado por la pandemia, la crisis energética y la subida de las materias primas, hechos que se reflejan en el resultado del ejercicio, pero poniendo cada vez más de manifiesto su compromiso con la sociedad, la creación de valor compartido y una orientación plena hacia la rentabilidad del asociado.

La cifra de negocio del grupo encabezado por Covirán ha superado los 585 millones de euros, lo que supone un crecimiento del 7,3% sobre 2019. El modelo de negocio de Covirán se asienta en sus pilares estratégicos de cercanía, sostenibilidad e innovación que impulsan el crecimiento de la compañía y garantizan su rentabilidad.

El resultado antes de impuestos del ejercicio 2021 se eleva hasta los 1,6 millones de euros, alcanzando un beneficio neto de 0,96 millones de euros por el efecto fiscal. Dicho resultado se encuentra acentuado por la situación económica de inestabilidad y la capacidad de respuesta que ha tenido Covirán y sus Socios a las necesidades de la sociedad en la coyuntura actual. El EBITDA, por su parte asciende en 2021 a un importe de 7,97 millones de euros, lo que supone un decremento del 31% sobre el ebitda del ejercicio anterior.

Las ventas brutas bajo enseña alcanzaron los 1.644 millones, una cifra que evidencia la estabilidad financiera y solvencia de Covirán y sus Socios y que garantiza un futuro de estabilidad para el grupo cooperativo. Atendiendo a los dos mercados donde Covirán está presente, 1.445 millones de euros corresponden a España y más de 199 millones, a las ventas de Portugal.

El Activo se sitúa en 218 millones de euros, un crecimiento del 2% con respecto al ejercicio anterior motivado por la mejora en la gestión de las necesidades operativas de financiación y la eficiencia en las operaciones sin que se vea perjudicado el nivel de servicio. Este crecimiento del Activo y su tamaño es sinónimo de la fortaleza y estabilidad del grupo Covirán.

En el capítulo destinado a la inversión, 2021 ha destacado principalmente por la consolidación de importantes proyectos en el ámbito tecnológico, el mantenimiento operativo de las plataformas y la modernización del Punto de Venta, apuntando todos a la mejora de la gestión y de la rentabilidad de los establecimientos. Durante el ejercicio



se destinaron 4,20 millones de euros.

Durante 2021 el Cash Flow Social ha ascendido a 777 millones de euros, reduciéndose un 4% con respecto al año anterior, pero suponiendo un crecimiento del 10% sobre 2019. Datos que avalan, que un año más, la Cooperativa contribuye de manera decidida al desarrollo social y económico de las comunidades en las que opera. Su actividad empresarial genera riqueza que se revierte a través de la creación de puestos de trabajo, de la compra de bienes y servicios a los proveedores locales, la puesta en marcha de programas con fines sociales, el desarrollo de iniciativas medioambientales, el apoyo a la cadena de valor o la inversión en innovación.

Nuestra visión como Cooperativa, ser el grupo cooperativo líder de los supermercados de proximidad en los mercados donde estamos presentes, se consolidada en 2021 en España

**Los datos del Cash Flow Social avalan un año más que la Cooperativa contribuye de manera decidida al desarrollo social y económico de las comunidades en las que opera**

y Portugal en establecimientos menores de 300 m2. 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.

Covirán se ha convertido en un modelo de supermercado sostenible que ofrece la única opción comercial en más de trescientos municipios de menos de 10.000 habitantes y que fomenta el emprendimiento femenino con la práctica paridad de Socias/Socios.

Con más de 2.850 supermercados, Covirán se mantiene como referente de la distribución ibérica con un modelo de negocio sostenible desde el punto de vista de la Cooperativa, del Socio y de la sociedad donde la empresa se arraiga.

**ACTIVO**  
**218 M€**

**↑ 2%**

**INVERSIÓN EN  
TECNOLOGÍA Y  
MODERNIZACIÓN**

**4,2 M€**

**CASH FLOW  
SOCIAL**

**777 M€**





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

Adaptarse a los nuevos retos en el sector de la agroalimentación implica apostar por la modernización e innovación permanentes no solo en los puntos de venta y en las plataformas logísticas sino también en el desarrollo de productos más saludables que satisfagan las necesidades de los consumidores.

El único camino para alcanzar la excelencia pasa por avanzar en la transformación en la que Covirán lleva inmersa los últimos años para consolidar a la Cooperativa como referente en el comercio de proximidad, situando al Socio en el centro de la estrategia.

En el último año se ha seguido trabajando en la optimización de los procesos de venta y suministro, en la responsabilidad social y medioambiental, en la selección de productos más saludables del surtido de marca propia y en el proyecto de innovación constante del punto de venta a través del Pun-

to de Venta Responsable, una iniciativa iniciada en 2017 que cuenta ya con 75 tiendas en activo en todo el país.

En definitiva, buscar la eficiencia para mantener la capacidad de liderazgo como comercio de cercanía e impulsar el crecimiento para consolidar los negocios de nuestros Socios. Contamos con su implicación y la confianza de los consumidores.

**Covirán es la suma de esfuerzos de cada uno de sus Socios y empleados, entendiéndose este doble pilar como el secreto de su éxito, al que se une una vocación de esfuerzo continuado**

## PERSPECTIVAS DE

# Futuro

Durante el próximo ejercicio 2022, las previsiones apuntan a un entorno socioeconómico complicado con el agravamiento de la crisis económica motivada, además de por los efectos de la pandemia, por la importante subida de precios relativos al coste energético (eléctrico y combustibles) y a las materias primas, todo ello acentuado con la tensión en la cadena de suministro y la inestabilidad geopolítica por el conflicto armado de Rusia contra Ucrania.

En este entorno Covirán, referente en la compra de proximidad, trabaja para seguir dando la confianza y servicio necesario al consumidor, para amortiguar el impacto, en este contexto regresivo de consumo, donde la Cooperativa prevé seguir consolidando su proyecto en el mercado ibérico.

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

Covirán continuará los próximos ejercicios preparando a las siguientes generaciones para ser gestores responsa-

bles. Para tener un espíritu emprendedor es imprescindible contar con la formación necesaria y profesional para que el relevo se produzca de manera voluntaria y con visión de futuro. La Cooperativa está preparada para ofrecer un modelo de negocio rentable a sus Socios aplicando las políticas comerciales y de marketing, con una importante red de servicios.

La evolución de las tendencias sociales contribuye a que los consumidores adopten estilos de vida cada vez más saludables y sostenibles, siendo más conscientes y exigentes sobre el origen, la composición y el impacto ambiental y social de los productos. Para darles respuesta, continuamos adaptando nuestro surtido y la cualificación de nuestra marca propia hacia los ejes de salud, innovación y sostenibilidad, siguiendo la estrategia Naos, y potenciando nuestra marca, así como los productos específicos para personas con intolerancias alimentarias.

Los objetivos de este modelo de negocio son generar en el cliente una experiencia de compra agradable, al socio un proyecto de vida laboral rentable e ilusionante con modelos de tienda adaptados a sus necesidades, y a los empleados una empresa que fomenta el talento y un lugar atractivo donde desarrollar su carrera profesional.



**BALANCE SITUACIÓN**

BALANCE AL 31 DE DICIEMBRE DE 2021 (EUROS)

ACTIVO	Notas de la memoria	Ejercicio 2021	Ejercicio 2020
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>		<b>83.255.033</b>	<b>85.308.261</b>
<b>Inmovilizado intangible</b>	<b>5</b>	<b>7.736.007</b>	<b>7.767.926</b>
Concesiones		1.448.814	1.471.390
Patentes		28.417	43.417
Aplicaciones informáticas		6.258.776	6.253.119
<b>Inmovilizado material</b>	<b>6</b>	<b>59.729.891</b>	<b>61.794.463</b>
Terrenos y construcciones		49.405.186	49.406.943
Instalaciones técnicas y otro inmovilizado material		10.324.705	11.566.093
Inmovilizado en curso y anticipos		-	821.427
<b>Inversiones inmobiliarias</b>	<b>7</b>	<b>11.134.933</b>	<b>11.110.152</b>
Terrenos		1.670.809	1.592.968
Construcciones		9.464.124	9.517.184
<b>Inversiones en empresas del grupo y asociadas a largo plazo</b>	<b>8</b>	<b>3.550.000</b>	<b>3.550.000</b>
Instrumentos de patrimonio		3.550.000	3.550.000
<b>Inversiones financieras a largo plazo</b>	<b>9</b>	<b>701.931</b>	<b>778.173</b>
Instrumentos de patrimonio		223.914	216.726
Créditos a terceros		93.035	173.465
Otros activos financieros		384.982	387.982
<b>Activos por impuesto diferido</b>	<b>16</b>	<b>402.271</b>	<b>307.547</b>
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>		<b>123.848.690</b>	<b>117.404.282</b>
<b>Existencias</b>	<b>10</b>	<b>51.296.930</b>	<b>46.409.233</b>
Comerciales		51.296.930	46.409.233
<b>Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar</b>		<b>67.205.083</b>	<b>64.545.019</b>
Clientes por ventas y prestaciones de servicios	9	1.043.450	1.009.312
Clientes, empresas del grupo y asociadas			
Empresas del Grupo	9 Y 18	1.640.460	1.055.228
Socios deudores	9	37.682.639	36.985.016
Deudores varios	9	26.531.139	24.321.966
Personal	9	13.811	5.105
Activos por impuesto corriente	16	150.380	1.024.918
Otros créditos con las Administraciones Públicas	16	143.204	143.474
<b>Inversiones en empresas del grupo y asociadas a corto plazo</b>	<b>9 Y 18</b>	<b>2.429.512</b>	<b>2.759.745</b>
Otros activos financieros		2.429.512	2.759.745
<b>Inversiones financieras a corto plazo</b>	<b>9</b>	<b>179.321</b>	<b>202.204</b>
Créditos a terceros		82.951	110.523
Otros activos financieros		96.370	91.681
<b>Periodificaciones a corto plazo</b>		<b>313.787</b>	<b>313.967</b>
<b>Efectivo y otros activos líquidos equivalentes</b>	<b>11</b>	<b>2.424.057</b>	<b>3.174.114</b>
Tesorería		2.424.057	3.174.114
<b>TOTAL ACTIVO</b>		<b>207.103.723</b>	<b>202.712.543</b>

**BALANCE SITUACIÓN**

PATRIMONIO NETO Y PASIVO 31 DE DICIEMBRE DE 2021 (EUROS)

PATRIMONIO NETO Y PASIVO	Notas de la memoria	Ejercicio 2021	Ejercicio 2020
<b>PATRIMONIO NETO</b>		<b>37.430.023</b>	<b>37.292.402</b>
<b>FONDOS PROPIOS-</b>		<b>37.387.160</b>	<b>37.230.817</b>
<b>Capital</b>	12.1	<b>17.934.000</b>	<b>18.291.000</b>
Capital suscrito cooperativo		17.934.000	18.291.000
<b>Reservas</b>	12.2	<b>18.392.987</b>	<b>16.096.485</b>
Fondo de reserva obligatorio		15.039.864	14.330.336
Reservas estatutarias		2.341.592	754.618
Reservas voluntarias		1.011.531	1.011.531
<b>Resultado del ejercicio</b>	3	<b>1.060.173</b>	<b>2.843.332</b>
<b>SUBVENCIONES, DONACIONES Y LEGADOS RECIBIDOS-</b>		<b>42.863</b>	<b>61.585</b>
Subvenciones, donaciones y legados recibidos		42.863	61.585
<b>PASIVO NO CORRIENTE</b>		<b>36.010.286</b>	<b>38.065.293</b>
<b>Deudas a largo plazo</b>	15	<b>16.992.693</b>	<b>20.027.608</b>
Deudas con entidades de crédito		16.769.991	19.821.456
Otros pasivos financieros		222.702	206.152
<b>Deudas con empresas del grupo y asociadas a largo plazo</b>	15	<b>18.505.503</b>	<b>17.644.055</b>
Deudas con Socios		18.505.503	17.644.055
<b>Pasivos por impuesto diferido</b>	16	<b>345.429</b>	<b>393.630</b>
Fondo de formación y sostenibilidad	14	166.661	-
<b>PASIVO CORRIENTE</b>		<b>133.663.414</b>	<b>127.354.848</b>
Fondo de formación y sostenibilidad	14	152.280	248.773
Provisiones a corto plazo	13	935.313	193.271
<b>Deudas a corto plazo</b>	15	<b>9.742.194</b>	<b>12.739.027</b>
Deudas con entidades de crédito		9.448.502	12.382.238
Otros pasivos financieros		293.692	356.789
<b>Deudas con empresas del grupo y asociadas a corto plazo</b>	15 Y 18	<b>12.713.964</b>	<b>12.075.841</b>
Deudas con empresas del grupo a corto plazo		3.850.833	3.213.938
Deudas con Socios		8.863.131	8.861.903
<b>Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar</b>		<b>110.109.303</b>	<b>102.097.936</b>
Proveedores	15	96.854.583	87.172.613
Proveedores, empresas del grupo y asociadas	15 Y 18	1.526.020	1.634.934
Acreedores varios	15	9.403.139	9.427.952
Personal	15	675.945	917.305
Otras deudas con las Administraciones Públicas	16	1.649.616	2.945.132
<b>Periodificaciones a corto plazo</b>		<b>10.360</b>	<b>-</b>
Periodificaciones a corto plazo de pasivo		10.360	-
<b>TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO</b>		<b>207.103.723</b>	<b>202.712.543</b>

## CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

### DEL EJERCICIO 2021

Notas de la memoria

Ejercicio 2021

Ejercicio 2020

#### OPERACIONES CONTINUADAS

<b>Importe neto de la cifra de negocios</b>	17.1	<b>530.836.167</b>	<b>566.645.845</b>
Ventas		517.210.922	552.615.478
Prestación de servicios		13.625.245	14.030.367
<b>Aprovisionamientos</b>		<b>(456.446.198)</b>	<b>(489.089.084)</b>
Consumo de mercaderías		(525.843.195)	(559.391.455)
Ingresos por descuentos de proveedores	17.2	69.728.956	70.604.386
Consumo de materias primas y otras materias consumibles	17.3	(331.959)	(302.015)
<b>Otros ingresos de explotación</b>		<b>3.695.634</b>	<b>3.690.990</b>
Ingresos accesorios y otros de gestión corriente		3.669.398	3.673.398
Subvenciones de explotación incorporadas al resultado del ejercicio		26.236	17.592
<b>Gastos de personal</b>		<b>(32.986.407)</b>	<b>(32.395.701)</b>
Sueldos, salarios y asimilados		(25.883.688)	(25.303.020)
Cargas sociales	17.4	(7.102.719)	(7.092.681)
<b>Otros gastos de explotación</b>		<b>(38.966.170)</b>	<b>(39.438.477)</b>
Servicios exteriores	17.5	(38.238.080)	(37.128.505)
Tributos		(535.244)	(464.922)
Pérdidas, deterioro y variación de provisiones por operaciones comerciales	9.1	(192.846)	(1.845.050)
<b>Amortización del inmovilizado</b>	5, 6 Y 7	<b>(5.010.495)</b>	<b>(5.430.519)</b>
<b>Imputación de subvenciones de inmovilizado no financiero y otras</b>		<b>23.402</b>	<b>30.595</b>
<b>Deterioro y resultado por enajenaciones del inmovilizado</b>	5 Y 6	<b>(400.578)</b>	<b>(241.552)</b>
Deterioro y pérdidas		(409.526)	(239.532)
Resultados por enajenaciones y otros		8.948	(2.020)
<b>Fondo de formación y sostenibilidad</b>		<b>(152.280)</b>	<b>(248.773)</b>
Dotación		(152.280)	(248.773)
<b>Otros resultados</b>	17.7	<b>(331.529)</b>	<b>(376.685)</b>
Gastos e Ingresos excepcionales		(331.529)	(376.685)

#### RESULTADO DE EXPLOTACIÓN

261.546

3.146.639

<b>Ingresos financieros</b>	17.8	<b>1.743.419</b>	<b>1.695.356</b>
De participaciones en instrumentos de patrimonio		2.969	2.402
- En terceros		2.969	2.402
De valores negociables y otros instrumentos financieros		1.740.450	1.692.954
- En empresas del grupo y asociadas		15.266	22.090
- En Socios		65.672	92.341
- En terceros		1.659.512	1.578.523
<b>Gastos financieros</b>	17.9	<b>(469.051)</b>	<b>(608.976)</b>
Por deudas con empresas del grupo y asociadas		(36.108)	(64.210)
Por deudas con terceros		(432.943)	(544.766)
<b>Deterioro y resultado por enajenaciones de instrumentos financieros</b>	9	<b>7.188</b>	<b>(325.923)</b>

#### RESULTADO FINANCIERO

1.281.556

760.457

#### RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS

1.543.102

3.907.096

Impuestos sobre beneficios

16

(482.929)

(1.063.764)

#### RESULTADO DEL EJERCICIO PROCEDENTE DE OPERACIONES CONTINUADAS

1.060.173

2.843.332

#### OPERACIONES INTERRUMPIDAS

Resultado del ejercicio procedente de operaciones interrumpidas neto de impuestos

#### EXCEDENTE DE LA COOPERATIVA

1.060.173

2.843.332

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

A los socios de Covirán, Sociedad Cooperativa Andaluza:

### Opinión

Hemos auditado las cuentas anuales de Covirán, Sociedad Cooperativa Andaluza (la Sociedad), que comprenden el balance a 31 de diciembre de 2021, 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 2021, 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 2.1 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.

**BALANCE SITUACIÓN**

BALANCE CONSOLIDADO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2021 (EUROS)

ACTIVO	Notas de la memoria	Ejercicio 2021	Ejercicio 2020
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>		<b>85.386.337</b>	<b>87.706.651</b>
<b>Inmovilizado intangible</b>	4	<b>10.612.604</b>	<b>11.300.675</b>
Fondo de Comercio de Consolidación		2.298.875	2.692.868
Concesiones		1.448.815	1.471.391
Patentes		28.417	43.416
Fondo de comercio		95.968	110.968
Aplicaciones informáticas		6.740.529	6.982.032
<b>Inmovilizado material</b>	5	<b>65.306.557</b>	<b>67.052.969</b>
Terrenos y construcciones		53.659.008	53.304.126
Instalaciones técnicas y otro inmovilizado material		11.647.549	12.927.416
Inmovilizado en curso y anticipos		-	821.427
<b>Inversiones inmobiliarias</b>	6	<b>7.850.250</b>	<b>7.760.433</b>
Terrenos		330.632	252.791
Construcciones		7.519.618	7.507.642
<b>Inversiones financieras a largo plazo</b>	7	<b>1.095.781</b>	<b>1.120.627</b>
Instrumentos de patrimonio		234.624	227.435
Créditos a terceros		348.849	442.064
Otros activos financieros		512.308	451.128
<b>Activos por impuesto diferido</b>	14	<b>521.145</b>	<b>471.947</b>
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>		<b>132.915.851</b>	<b>125.671.600</b>
<b>Existencias</b>	8	<b>55.947.081</b>	<b>50.747.203</b>
Comerciales		55.889.530	50.738.188
Anticipos a Proveedores		57.551	9.015
<b>Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar</b>	7	<b>73.421.159</b>	<b>70.652.916</b>
Clientes por ventas y prestaciones de servicios		42.724.170	41.927.477
Deudores varios		30.319.360	27.489.900
Personal		15.005	9.153
Otros créditos con las Administraciones Públicas		362.624	1.226.386
<b>Inversiones financieras a corto plazo</b>	7	<b>523.262</b>	<b>489.525</b>
Créditos a terceros		141.762	208.403
Otros activos financieros		381.500	281.122
<b>Periodificaciones a corto plazo</b>		<b>317.569</b>	<b>315.217</b>
<b>Efectivo y otros activos líquidos equivalentes</b>	9	<b>2.706.780</b>	<b>3.466.739</b>
Tesorería		2.706.780	3.466.739
<b>TOTAL ACTIVO</b>		<b>218.302.188</b>	<b>213.378.251</b>

**BALANCE SITUACIÓN**

PATRIMONIO NETO Y PASIVO CONSOLIDADO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2021 (EUROS)

PATRIMONIO NETO Y PASIVO	Notas de la memoria	Ejercicio 2021	Ejercicio 2020
<b>PATRIMONIO NETO</b>		<b>36.280.445</b>	<b>36.244.259</b>
<b>FONDOS PROPIOS-</b>	<b>10</b>	<b>36.237.583</b>	<b>36.182.675</b>
Capital		17.934.000	18.291.000
Capital suscrito cooperativo		17.934.000	18.291.000
<b>Reservas</b>		<b>17.913.804</b>	<b>15.617.303</b>
Reservas no distribuibles		17.417.150	15.120.649
Reservas distribuibles		496.654	496.654
<b>Reservas en sociedades consolidadas</b>		<b>(568.961)</b>	<b>(344.269)</b>
<b>Resultado del ejercicio atribuido a la sociedad dominante</b>		<b>958.740</b>	<b>2.618.641</b>
Pérdidas y ganancias consolidadas (Beneficios)		958.740	2.618.641
<b>SUBVENCIONES, DONACIONES Y LEGADOS RECIBIDOS-</b>		<b>42.862</b>	<b>61.584</b>
Subvenciones, donaciones y legados recibidos		42.862	61.584
<b>PASIVO NO CORRIENTE</b>		<b>38.000.668</b>	<b>40.398.305</b>
<b>Provisiones a largo plazo</b>	<b>11</b>	<b>52.000</b>	<b>116.472</b>
Otras provisiones		52.000	116.472
<b>Deudas a largo plazo</b>	<b>13</b>	<b>17.687.555</b>	<b>21.034.514</b>
Deudas con entidades de crédito		17.450.317	20.865.062
Otros pasivos financieros		237.238	169.452
<b>Deudas con Socios cooperativistas y otros de la Sociedad dominante</b>	<b>13</b>	<b>19.742.019</b>	<b>18.842.545</b>
<b>Pasivos por impuesto diferido</b>	<b>14</b>	<b>352.433</b>	<b>404.774</b>
<b>Fondo de formación y sostenibilidad</b>		<b>166.661</b>	<b>-</b>
<b>PASIVO CORRIENTE</b>		<b>144.021.075</b>	<b>136.735.687</b>
<b>Provisiones a corto plazo</b>	<b>11</b>	<b>1.424.388</b>	<b>586.085</b>
<b>Fondo de formación y sostenibilidad</b>	<b>12</b>	<b>152.280</b>	<b>248.773</b>
<b>Deudas a corto plazo</b>	<b>13</b>	<b>10.384.663</b>	<b>13.078.636</b>
Deudas con entidades de crédito		9.809.272	12.736.497
Otros pasivos financieros		575.391	342.139
<b>Deudas con Socios cooperativistas y otros de la Sociedad dominante</b>	<b>13</b>	<b>10.259.589</b>	<b>9.812.036</b>
<b>Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar</b>		<b>121.789.795</b>	<b>113.010.157</b>
Proveedores		107.233.908	97.378.728
Acreedores varios	<b>13</b>	11.164.998	10.728.156
Personal (remuneraciones pendientes de pago)		833.445	1.034.561
Pasivos por impuesto corriente		13.914	36.044
Otras deudas con las Administraciones Públicas	<b>14</b>	2.208.638	3.649.756
Anticipos de clientes		334.892	182.912
<b>Periodificaciones a corto plazo</b>		<b>10.360</b>	<b>-</b>
<b>TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO</b>		<b>218.302.188</b>	<b>213.378.251</b>

## CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS CONSOLIDADA

### DEL EJERCICIO 2021

Notas de la memoria

Ejercicio 2021

Ejercicio 2020

#### OPERACIONES CONTINUADAS

<b>Importe neto de la cifra de negocios</b>	<b>15</b>	<b>585.445.574</b>	<b>624.831.790</b>
Ventas		569.349.787	608.478.445
Prestación de servicios		16.095.787	16.353.345
<b>Trabajos realizados por la empresa para su activo</b>		<b>16.488</b>	<b>72.295</b>
<b>Aprovisionamientos</b>		<b>(501.926.396)</b>	<b>(538.407.285)</b>
Consumo de mercaderías		(577.864.703)	(615.548.910)
Consumo de materias primas y otras materias consumibles	15	(326.860)	(340.631)
Ingresos por descuentos de proveedores	15	76.584.682	77.762.653
Trabajos realizados por otras empresas		(319.515)	(277.341)
Deterioro de mercaderías, materias primas y otros aprovisionamientos.		-	(3.056)
<b>Otros ingresos de explotación</b>		<b>2.892.196</b>	<b>2.925.303</b>
Ingresos accesorios y otros de gestión corriente		2.865.960	2.907.711
Subvenciones de explotación incorporadas al resultado del ejercicio		26.236	17.592
<b>Gastos de personal</b>		<b>(40.503.697)</b>	<b>(40.157.658)</b>
Sueldos, salarios y asimilados		(31.782.476)	(31.376.746)
Cargas sociales	15	(8.721.221)	(8.780.912)
<b>Otros gastos de explotación</b>		<b>(39.336.527)</b>	<b>(39.380.568)</b>
Servicios exteriores	15	(38.446.803)	(36.742.971)
Tributos		(643.625)	(561.481)
Pérdidas, deterioro y variación de provisiones por operaciones comerciales		(246.099)	(2.076.116)
<b>Amortización del inmovilizado</b>		<b>(6.039.652)</b>	<b>(6.365.931)</b>
Imputación de subvenciones de inmovilizado no financiero y otras		23.402	30.595
Excesos de provisiones		116.472	153.372
<b>Deterioro y resultado por enajenaciones del inmovilizado</b>		<b>(399.483)</b>	<b>(255.842)</b>
Deterioro y pérdidas	4	(409.526)	(239.532)
Resultados por enajenaciones y otros		10.043	(16.310)
<b>Fondo de formación y sostenibilidad</b>		<b>(152.280)</b>	<b>(248.773)</b>
Dotación		(152.280)	(248.773)
<b>Otros resultados</b>		<b>(319.215)</b>	<b>(367.349)</b>
Gastos excepcionales		(480.370)	(569.015)
Ingresos excepcionales		161.155	201.666
<b>RESULTADO DE EXPLOTACIÓN</b>		<b>(183.118)</b>	<b>2.829.949</b>
<b>Ingresos financieros</b>	<b>15</b>	<b>2.262.064</b>	<b>2.153.924</b>
De participaciones en instrumentos de patrimonio		12.164	2.442
De valores negociables y otros instrumentos financieros		2.249.900	2.151.482
<b>Gastos financieros</b>	<b>15</b>	<b>(464.442)</b>	<b>(621.173)</b>
Por deudas con Socios cooperativistas y otros de la Sociedad dominante		(10.087)	(53.938)
Por deudas con terceros		(454.355)	(567.235)
<b>Deterioro y resultado por enajenaciones de instrumentos financieros</b>	<b>7</b>	<b>7.189</b>	<b>(325.923)</b>
<b>RESULTADO FINANCIERO</b>		<b>1.804.811</b>	<b>1.206.828</b>
Participación en beneficios (pérdidas) de sociedades puestas en equivalencia		-	(98.195)
<b>RESULTADO CONSOLIDADO ANTES DE IMPUESTOS</b>		<b>1.621.693</b>	<b>3.938.582</b>
Impuestos sobre beneficios	14	(662.953)	(1.319.941)
<b>RESULTADO DEL EJERCICIO</b>		<b>958.740</b>	<b>2.618.641</b>
<b>RESULTADO CONSOLIDADO DEL EJERCICIO</b>		<b>958.740</b>	<b>2.618.641</b>
Resultado atribuido a la Sociedad dominante		958.740	2.618.641
Resultado atribuido a los Socios externos		-	-

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

A los socios de Covirán, Sociedad Cooperativa Andaluza:

### Opinión

Hemos auditado las cuentas anuales consolidadas de Covirán, Sociedad Cooperativa Andaluza (la Sociedad dominante) y sus sociedades dependientes (el Grupo), que comprenden el balance a 31 de diciembre de 2021, 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 2021, 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 2.1 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.

**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 2021, 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 04 de Mayo de 2022.

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 2021

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 2021, 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.





Anexo: Tablas y  
criterios GRI  
paginados

CAPÍTULO 7

# La calidad del informe

La memoria del ejercicio 2021 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 2021. 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, se ha pasado a la memoria basada en los indicadores **GRI Standards**, que da mucha más importancia a los enfoques de gestión.

En cumplimiento de la ley 11/2018, de 28 de diciembre, COVIRAN S.C.A. ha presentado el Estado de Información No Financiera (EINF) Consolidado que forma parte de su informe de gestión consolidado y que ha sido verificado por Deloitte, S.L., como prestador independiente de servicios de verificación quien con fecha 1 de junio de 2022 emitió su informe de verificación sin salvedades.

En este trabajo, Deloitte ha verificado una parte importante de los indicadores que se integran, entre muchos otros, en la presente memoria corporativa.

AGRADECEMOS EL  
TRABAJO Y EL ESFUERZO  
DE TODOS LOS QUE HAN  
HECHO POSIBLE EL  
DESARROLLO DE ESTA  
MEMORIA COVIRAN  
EJERCICIO 2021





## SISTEMA DE REPORTE

La presente memoria de Sostenibilidad ha sido elaborada por el Área de Comunicación en colaboración con el resto de los 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 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 ratificado en 2021 su compromiso con el Pacto Mundial de Naciones Unidas. En el presente documento se destacan aquellas acciones y actividades orientadas hacia la sostenibilidad y enmarcadas en dichos Objetivos.



# Índice con todos los indicadores GRI recogidos, y página

## GRI 101: FUNDAMENTOS

### CONTENIDOS GENERALES 2021

#### PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN

INDICADOR	DESCRIPCIÓN	PÁGINA O RESPUESTA DIRECTA
102-1	Nombre de la organización	COVIRAN S.C.A. 22, 24
102-2	Actividades, marcas, productos y servicios	<a href="https://www.coviran.es/productos-coviran">https://www.coviran.es/productos-coviran</a> 47, 59, 70, 82, 88, 107
102-3	Ubicación de la sede	24
102-4	Ubicación de las operaciones	España y Portugal 22, 48-49, 57
102-5	Propiedad y forma jurídica	Cooperativa de Servicios COVIRAN S.C.A. 20
102-6	Mercados servidos	40-41, 47
102-7	Tamaño de la organización	Las ventas brutas bajo enseña alcanzaron los 1.644 millones euros 40-41, 92
102-8	Información sobre empleados y otros trabajadores	53, 92
102-9	Cadena de suministro	42-43, 71, 77, 107, 116
102-10	Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro	Integración de la plataforma de Hernani 47, 74
102-11	Principio o enfoque de precaución	106-107, 110, 115
102-12	Iniciativas externas	Prevista actualización Complyce 30-33, 150-151
102-13	Afiliación a asociaciones	30, 148-151

## ESTRATEGIA

INDICADOR	DESCRIPCIÓN	PÁGINA O RESPUESTA DIRECTA
102-14	Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones	Presentación del nuevo plan estratégico 12-15
102-15	Impactos, riesgos y oportunidades principales	Presentación del nuevo plan estratégico 12-15, 22-23, 31-32

## ÉTICA E INTEGRIDAD

INDICADOR	DESCRIPCIÓN	PÁGINA O RESPUESTA DIRECTA
102-16	Valores, principios, estándares y normas de conducta	20-21, 30-33 Incluido en los Estatutos Sociales, Reglamento de marca y Código de buen gobierno corporativo y buenas prácticas.
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. Actualización de Estatutos, celebraciones vía telemática, Asambleas y reuniones del Consejo Rector
102-18	Estructura de gobernanza	25-29 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 La presidenta del Consejo Rector dejó el cargo de Consejera Delegada en la Asamblea de 2021
102-23	Presidente del máximo órgano de gobierno	26-27 Art. 28 EESS Título IV, art. 16 Código Buen Gobierno
102-24	Nominación y selección del máximo órgano de gobierno	El capítulo III de los Estatutos Sociales de la Cooperativa regula el proceso de elección y nombramiento de los integrantes del Consejo Rector.
102-25	Conflicto de intereses	En la sección 5ª del Capítulo III (artículos 38 a 40, ambos inclusive) de los Estatutos Sociales se contienen las normas de gestión y resolución de los posibles conflictos de intereses. Adicionalmente, esta materia también se encuentra regulada, con carácter supletorio, en el Código de Buenas Prácticas de Covirán (art. 4.7).
102-26	Función del máximo órgano de gobierno en la selección de propósitos, valores y estrategia	Art. 28 EESS El Consejo Rector es el órgano de gobierno, gestión y representación de la sociedad cooperativa, estando sujeto a la Ley, los Estatutos y a la política fijada por la Asamblea General y Capítulo II art. 13 Código de Buen Gobierno Corporativo.

INDICADOR	DESCRIPCIÓN	PÁGINA O RESPUESTA DIRECTA
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.
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 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 y el Consejo Rector se reúne al menos una vez cada dos meses, para la evaluación de la gestión de la Cooperativa, incluida la Responsabilidad Social.
102-32	Función del máximo órgano de gobierno en la elaboración de informes de sostenibilidad	La Presidenta y el Director General revisan y aprueban 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.
		Diálogo con grupos de interés 142-143
102-34	Naturaleza y número total de preocupaciones críticas	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. Indicador omitido por motivos de confidencialidad.
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	33, 142-143
102-41	Acuerdos de negociación colectiva	100-101 El III convenio colectivo se negoció de forma telemática.
102-42	Identificación y selección de grupos de interés	33, 142-143
102-43	Enfoque para la participación de los grupos de interés	33, 142-143
102-44	Temas y preocupaciones claves mencionados	33, 142-143

## PRÁCTICAS PARA LA ELABORACIÓN DE INFORMES

INDICADOR	DESCRIPCIÓN	PÁGINA O RESPUESTA DIRECTA
102-45	Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	24
102-46	Definición de los contenidos de los informes y las Coberturas del tema	33, 175
102-47	Listas de temas materiales	30-33, 175
102-48	Reexpresión de la información	No ha habido reexpresiones de información.
102-49	Cambios en la elaboración de informes	No ha habido cambios en la lista de temas materiales y coberturas. 30
102-50	Periodo objeto del informe	Esta memoria de sostenibilidad de carácter anual, y correspondiente al ejercicio económico 2021 del Grupo Covirán (del 1 de enero de 2021 al 31 de diciembre de 2021).
102-51	Fecha del último informe	Ejercicio 2020
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. 165, 169, 171
102-55	Informe de contenidos de GRI	30, 175
102-56	Verificación externa	Este informe de sostenibilidad 2021 ha sido verificado externamente por los auditores Deloitte S.L. 165, 169, 171

## ENFOQUE DE GESTIÓN

INDICADOR	DESCRIPCIÓN	PÁGINA O RESPUESTA DIRECTA
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	30, 33
103-2	Enfoque de gestión y sus componentes	30, 33, 107
103-3	Evaluación del enfoque de gestión.	30, 33

## DESEMPEÑO ECONÓMICO 2021

INDICADOR	DESCRIPCIÓN	PÁGINA O RESPUESTA DIRECTA
201-1	Valor económico directo generado y distribuido	36-37
201-2	Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades derivados del cambio climático	162-164
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	92, 102-103-104

## IMPACTOS ECONÓMICOS INDIRECTOS 2021

INDICADOR	DESCRIPCIÓN	PÁGINA O RESPUESTA DIRECTA
203-1	Infraestructuras y servicios apoyados	59, 74 68, 123
203-2	Impactos económicos indirectos significativos	Coviran genera un impacto económico positivo en el entorno mediante un modelo sostenible que genera empleo, favorece el tejido empresarial y pone el foco en los colectivos más vulnerables..

## PRÁCTICAS DE ADQUISICIÓN 2021

INDICADOR	DESCRIPCIÓN	PÁGINA O RESPUESTA DIRECTA
204-1	Proporción de gasto en proveedores locales	114, 116-118

## ANTICORRUPCIÓN 2021

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 2021

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 2021 no se han recibido denuncias relacionadas con la defensa de la competencia.

## MATERIALES 2021

INDICADOR	DESCRIPCIÓN	PÁGINA O RESPUESTA DIRECTA
301-1	Materiales utilizados por peso o volumen	135-138, 140-141
301-2	Insumos reciclados Economía circular	135-138, 140-141
301-3	Productos reutilizados y materiales de envasado	135-138, 140-141

## ENERGIA 2021

INDICADOR	DESCRIPCIÓN	PÁGINA O RESPUESTA DIRECTA
302-1	Consumo energético dentro de la organización	134, 137-138
302-2	Consumo energético fuera de la organización	El consumo energético se calcula dentro de la organización únicamente. 134
302-3	Intensidad energética	134
302-4	Reducción del consumo energético	134 Corresponde al cálculo con el factor mix que publica la CNMC correspondiente al año 2021 y a las facturas.
302-5	Reducción de los requerimientos energéticos de productos y servicios	134

## AGUA 2021

INDICADOR	DESCRIPCIÓN	PÁGINA O RESPUESTA DIRECTA
303-1	Extracción de agua por fuente	139
303-2	Fuentes de agua significativamente afectadas por la extracción de agua	139 No hay captación de aguas (extraída).
303-3	Agua reciclada y reutilizada	139 No se realiza ningún proceso de reciclado o reutilización de aguas.

## BIODIVERSIDAD 2021

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 2021

INDICADOR	DESCRIPCIÓN	PÁGINA O RESPUESTA DIRECTA
305-1	Emisiones directas de GEI (alcance 1)	134
305-2	Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	134
305-3	Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	134
305-4	Intensidad de las emisiones de GEI	134
305-5	Reducción de las emisiones de GEI	134
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 2021

INDICADOR	DESCRIPCIÓN	PÁGINA O RESPUESTA DIRECTA
306-1	Vertido de aguas en función de su calidad y destino	136, 139, 141 Se vierte al alcantarillado público por ser considerada agua residual de tipo doméstico.
306-2	Residuos por tipo y método de eliminación	136, 139, 141
306-3	Derrames significativos	Durante el ejercicio no hubo derrames significativos. 136, 141
306-4	Transporte de residuos peligrosos	136
306-5	Cuerpos de agua afectados por vertidos de agua y/o escorrentías	136 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 2021

INDICADOR	DESCRIPCIÓN	PÁGINA O RESPUESTA DIRECTA
307-1	Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental	No se han recibido ninguna multa.

## CUMPLIMIENTO AMBIENTAL DE PROVEEDORES 2021

INDICADOR	DESCRIPCIÓN	PÁGINA O RESPUESTA DIRECTA
308-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con los criterios ambientales	115, 119
308-2	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	115, 119

## EMPLEO 2021

INDICADOR	DESCRIPCIÓN	PÁGINA O RESPUESTA DIRECTA
401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	65, 69, 94
401-2	Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	65, 69, 97, 100 A los empleados temporales y con jornada parcial se ofrecen las mismas prestaciones que a los empleados a jornada completa.
401-3	Permiso parental	65, 69, 101, 103-104

## RELACIONES TRABAJADOR-EMPRESA 2021

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 2021

INDICADOR	DESCRIPCIÓN	PÁGINA O RESPUESTA DIRECTA
403-1	Representación de los trabajadores en comités formales trabajador-empresa de salud y seguridad	100
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	100
403-3	Trabajadores con alta incidencia o alto riesgo de enfermedades relacionadas con su actividad	100
403-4	Temas de salud y seguridad tratados en acuerdos formales con sindicatos	100

## FORMACIÓN Y ENSEÑANZA 2021

INDICADOR	DESCRIPCIÓN	PÁGINA O RESPUESTA DIRECTA
404-1	Media de horas de formación al año por empleado	80, 93
404-2	Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	80, 93
404-3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones	93

## DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES 2021

INDICADOR	DESCRIPCIÓN	PÁGINA O RESPUESTA DIRECTA
405-1	Diversidad en órganos de gobierno y empleados	25-29
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 2021

INDICADOR	DESCRIPCIÓN	PÁGINA O RESPUESTA DIRECTA
406-1	Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	No se ha reportado ningún caso

## LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y NEGOCIACIÓN COLECTIVA 2021

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 2021

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 2021

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 2021

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 2021

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

## EVALUACIÓN DE DERECHOS HUMANOS 2021

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 2021

INDICADOR	DESCRIPCIÓN	PÁGINA O RESPUESTA DIRECTA
413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	125-129, 131
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 2021

INDICADOR	DESCRIPCIÓN	PÁGINA O RESPUESTA DIRECTA
414-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales	107, 119
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 2021

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

## SALUD Y SEGURIDAD DE LOS CLIENTES 2021

INDICADOR	DESCRIPCIÓN	PÁGINA O RESPUESTA DIRECTA
416-1	Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios	107, 111
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 2021

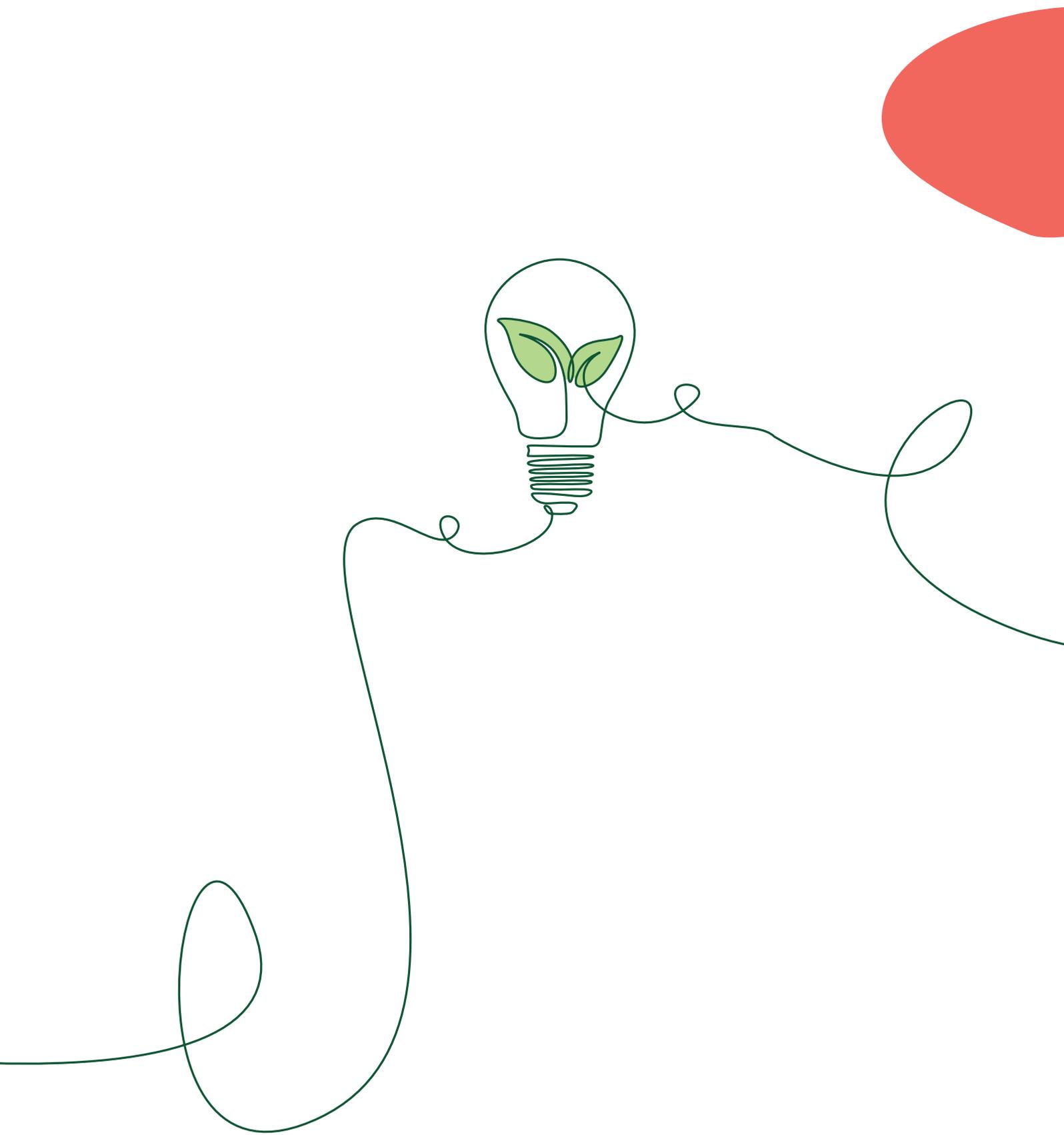
INDICADOR	DESCRIPCIÓN	PÁGINA O RESPUESTA DIRECTA
417-1	Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios	107-108, 111
417-2	Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios	
417-3	Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing	

## PRIVACIDAD DEL CLIENTE 2021

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 2021

INDICADOR	DESCRIPCIÓN	PÁGINA O RESPUESTA DIRECTA
419-1	Incumplimiento de las leyes y normativas en los ámbitos social y económico	Ninguno





Estando cerca, **llegamos lejos**



## Sede Central

COVIRAN S.C.A

Ctra. Nac. 432, km 432 18230 Atarfe, GRANADA

T +34 958 808 300 | F +34 958 808 303

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





*60 anos desde as nossas origens*