

Covirán

Cooperativa del sector distribución



Joaquín Carceller
Director División Comercial Covirán

Jaén 5 de Octubre de 2017

COVIRAN

Covirán, empresa de economía social que contribuye al desarrollo en todos los territorios donde se asienta.



Las empresas cooperativas

ayudan a construir

**un mundo
mejor**

Covirán, 56 años bajo el modelo cooperativo



Nuestros **Socios**
son detallistas de
alimentación

Desde nuestro origen, en 1961, nuestra vocación ha sido estar presentes en otros territorios.

Año	Plataforma
1961	Codema (Madrid)
1969	Cobest (Baza)
1971	COI (León)
1974	Cerde (Cádiz)
1974	Cida (Chiclana)
1977	San Eduardo (Andalucía)
2002	Secuc (San Sebastián)
2003	Alcosant (Santander)
2004	San Miguel (Vitoria)
2004	Zamora
2005	Gesdu - Villena (Alicante)
2009	Codeal - Narón (A Coruña)
2013	Euroada - Ponferrada (León)

Otras Cooperativas

Hemos crecido
gracias a la confianza de muchos

COVIRAN

Presencia Portugal

Nº SUPERMERCADOS BAJO ENSEÑA Y ADHERIDOS (Portugal)

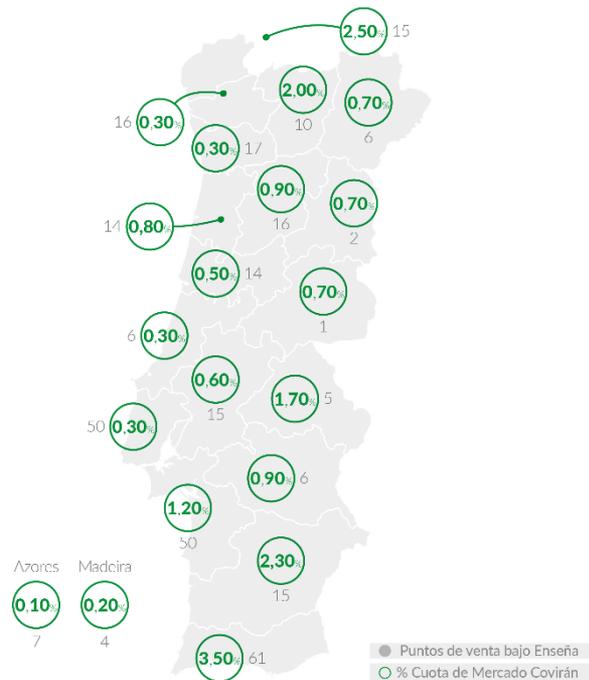
Aveiro 14	Lisboa 50
Beja 15	Portalegre 5
Braga 16	Porto 17
Bragança 6	Santarem 15
Castelo Branco 1	Setúbal 50
Coimbra 14	Viana do Castelo 15
Evora 6	Vila Real 10
Faro 61	Viseu 16
Guarda 2	Açores 7
Leiria 6	Madeira 4

TOTAL
NEGOCIOS
ADHERIDOS
330

CUOTA MERCADO BAJO ENSEÑA Y ADHERIDOS (Portugal)

Aveiro 0,8%	Lisboa 0,3%
Beja 2,3%	Portalegre 1,7%
Braga 0,3%	Porto 0,3%
Bragança 0,7%	Santarem 0,6%
Castelo Branco 0,1%	Setúbal 1,2%
Coimbra 0,5%	Viana do Castelo 2,5%
Evora 0,9%	Vila Real 2,0%
Faro 3,5%	Viseu 0,9%
Guarda 0,7%	Açores 0,1%
Leiria 0,3%	Madeira 0,2%

TOTAL CUOTA
MERCADO PORTUGAL
0,84%



Presencia en 18 Distritos y dos regiones autónomas

Red logística: cercanía y eficiencia



España

25

plataformas

Superficie:

420.230 m²

Portugal

3

plataformas

12 DE ELLAS EN ANDALUCÍA

COVIRAN

La cercanía de sus supermercados, llegando donde otros no llegan.



CERCANÍA GEOGRÁFICA Y EMOCIONAL

Socios (España, Portugal y Gibraltar)



2.775 socios



2.543

232

CERCANÍA GEOGRÁFICA Y EMOCIONAL

Supermercados (España, Portugal y Gibraltar)



Total supermercados

3.300



2.970



330

Generamos más
riqueza en la
**ECONOMÍA
LOCAL**
442 MILLONES €
EN COMPRAS

COMPRAS A PROVEEDORES



85% DE COMPRAS EN ORIGEN

56 PROVEEDORES SON COOPERTIVAS AGROALIMENTARIAS

RELACIONES ESTABLES A LARGO PLAZO

LOS PRODUCTOS QUE EXIGIMOS DEBEN CUMPLIR LOS ESTANDARES DE CALIDAD REQUERIDOS EN COVIRAN Y CUMPLIR CON LA NORMATIVA TÉCNICO SANITARIA VIGENTE.

DEMANDAMOS FLEXIBILIDAD EN LOS FORMATOS DE CONFECCIÓN QUE SE ADAPTEN A LAS NECESIDADES DE VENTA Y ROTACIÓN DE NUESTRAS TIENDAS

Y en Andalucía:



- 1.170 Socios
- 1.337 súper
- 6.500 empleados



Compras a **337** proveedores andaluces por valor de **93 millones de euros – 27% son cooperativas**

TENDENCIAS EN CONSUMO DE ALIMENTOS

1

NATURAL Y SALUDABLE

2

BUSQUEDA DE CONVENIENCIA Y COMODIDAD DEL
CLIENTE

3

PREOCUPACION POR LA SOSTENIBILIDAD

4

IRRUPCIÓN DE LA TECNOLOGÍA

5

APUESTA POR EL PRODUCTO PREMIUM

NATURAL Y SALUDABLE

INTERÉS POR LA SALUD

CRECIMIENTO DE PRODUCTOS ORGÁNICOS Y ECOLÓGICOS

NUEVOS ESTILOS DE VIDA

- Nutrición positiva

INCLUSIÓN DE VERDURAS EN LA DIETA

- Desarrollo de nuevas fórmulas veganas, vegetarianas

LA VARIABLE SALUDABLE NO ESTÁ REÑIDA CON EL PLACER – EL CONSUMIDOR QUIERE

DISFRUTAR DE LOS ALIMENTOS SIN SENTIRSE CULPABLE

- Postres 0 % materia grasa,
- sin azúcares añadidos, aperitivos elaborados con verduras

NATURAL Y SALUDABLE

INNOVACIÓN PARA CREAR ALIMENTOS SALUDABLES A BASE DE FRUTAS Y PLANTAS

Premio Fundación COVIRAN



Nuestra apuesta por promover la investigación y la innovación vinculadas a la alimentación saludable

COVIRAN

NATURAL Y SALUDABLE

FOMENTO DE LOS ALIMENTOS SALUDABLES A BASE DE FRUTAS Y PLANTAS

Principales acciones:

- **2 Semanas de la Alimentación:** charlas y talleres para 450 personas
- **Puntos de consejo saludable en tienda.** Sensibilizamos al cliente.
- **Frutoteca:** acción en colaboración con 5 al Día, en colegios: 1.500 escolares
- Colaboración en **153 eventos deportivos** con escolares, de promoción de nutrición y deporte. De ellos, 46 han tenido un fin social.



NATURAL Y SALUDABLE

ALIMENTOS PARA CLIENTES CON NECESIDADES ESPECIALES

SIN
GLUTEN
SEM GLÜTEN



PRODUCTOS
PARA CELÍACOS



PRODUCTOS
VERDES



COVIRAN

BUSQUEDA DE CONVENIENCIA Y COMODIDAD DEL CLIENTE

- El tiempo que se tarda en recibir, preparar y consumir un producto supone una razón de peso en la toma de decisiones de compra.
- Los productos listos para llevar y listos para consumir han aumentado el último año un 54%
- En estos productos la calidad, tanto en la elaboración como el aporte nutricional es un valor fundamental
- Vuelta a lo rural, a lo local ,giro hacia lo familiar – el consumidor quiere saber mas de los productos que compra



PREOCUPACIÓN POR LA SOSTENIBILIDAD



Supermercados Responsables

Eficiencia energética

Contratación responsable

Cero desperdicios

Colaboración con
entidades del entorno

Accesibles

IRRUPCIÓN DE LA TECNOLOGÍA

- Tecnologías de fabricación avanzada
- Ampliación de canales de compra para el consumidor
- Personalización de la oferta alimentaria mediante el big data



APUESTA POR EL PRODUCTO PREMIUM

Desarrollo de la gama Coviran Exquisité.



COVIRAN



Covirán una cooperativa con proyección
internacional de origen andaluz



Muchas gracias

Joaquín Carceller

Director División Comercial Covirán

COVIRAN