

## Pep Saperas Aymar

DIRECTOR GENERAL  
COVALCO

“Tenemos una firme vocación de liderazgo en todos los canales”



**C**ovalco ha cerrado el ejercicio 2018 con una facturación de 575 millones de euros, cifra que “mantiene la tendencia de crecimiento robusto y sostenido de los últimos años”, recalca el nuevo director general de la compañía, Pep Saperas, que accedió al cargo en enero de 2018, dando paso a la tercera generación familiar al frente de la empresa.

“Cualitativamente estamos muy satisfechos con el trabajo de nuestro equipo, que se ha esforzado al máximo para consolidar diversos proyectos, lo que nos permite ser ambiciosos con respecto a las previsiones de 2019, en el que esperamos crecer en todos nuestros canales de venta y seguir construyendo valor para nuestros clientes”, añade Saperas.

Durante 2018, al igual que había ocurrido un año antes, Covalco abrió 90 nuevas franquicias. “Nuestro objetivo es seguir manteniendo ese crecimiento e ir consolidando nuestro liderazgo en la creación de negocios rentables para el franquiciado, al tiempo que también realizaremos alguna apertura de nuestra línea Comercio durante 2019”, avanza el director general.

“EL PRINCIPAL PILAR ES CONTAR CON UN EQUIPO ILUSIONADO Y MOTIVADO QUE ASUME LOS RETOS

La historia de la compañía se remonta a 1930, cuando Josep Saperas comenzó la actividad en un pequeño establecimiento de ultramarinos de Granollers (Barcelona). Aquella fue la génesis de una empresa que, con el paso de los años, comenzó a crecer, unificando, en 1979, todas las tiendas de Comercial Saperas bajo la marca Coaliment. También llegarían las adquisiciones de cadenas (Centi, Curiel y Díaz, 7 Alimentación 7 y Caro Ruiz, entre otras) y Covalco inició su desarrollo en toda España.

“Durante los últimos años hemos mantenido un crecimiento que ha venido determinado tanto por el desarrollo de nuestros modelos de negocio tradicionales como por la incorporación de empresas regionales que complementan nuestra huella geográfica”, analiza Pep Saperas.

### VALOR DEL NEGOCIO

Además del crecimiento, Covalco también quiere “generar y mantener el valor del negocio”, trasladando esta filosofía a todos sus clientes y ayudándolos a tener empresas más competitivas y rentables. “Para ello, estamos invirtiendo recursos en di-

“PONEMOS EL FOCO EN EL ÉXITO DEL NEGOCIO DE LOS CLIENTES, EN CONSTRUIR VALOR PARA ELLOS



Los productos frescos constituyen para Covalco "una gran oportunidad de crecimiento".



ferentes proyectos que apuntan en esa dirección y que nos están permitiendo conocer mejor las necesidades y retos a los que hay que dar respuesta dentro del comercio de proximidad, al tiempo que hemos avanzado en nuestra agenda digital, especialmente en el canal *cash & carry*, en el que nuestro equipo ha conseguido unos resultados buenisimos a través de la gestión de la información", desvela Pep Saperas.

Preguntado el directivo sobre los valores fundamentales de Covalco, responde que "el principal pilar es contar con un equipo ilusionado y motivado que asume los retos de futuro con entusiasmo", añadiendo que "el hilo conductor de nuestra estrategia es el foco en el éxito del negocio de nuestros clientes, por lo que estamos convencidos de que cada vez más deberemos ofrecer servicios añadidos a nuestra actividad tradicional, como, por ejemplo, una mayor implicación de nuestro equipo comercial en la gestión del punto de venta de nuestros clientes".

Por otra parte, Saperas también destaca el "papel fundamental" que juegan los productos frescos en el proyecto de Covalco, constituyendo una "gran oportunidad de crecimiento; estamos convencidos de que ofrecer una solución integral de productos a nuestros clientes contribuirá a simplificar la gestión de sus puntos de venta".

Asimismo, la compañía barcelonesa también se está volcando en mejorar la experiencia de compra, para lo que, entre otras medidas, ha asumido directamente la gestión de algunas franquicias pa-

ra entender mejor qué espera el cliente final y poder introducir, en breve, mejoras en el modelo Coaliment Compra Saludable.

### NUEVAS ENSEÑAS

A lo largo de su historia, Covalco ha lanzado varias enseñas al mercado (Cronos, Bon Mercat, Tradys, Comercio y Comarket, entre otras), siendo Vitem&Co la última en aparecer. Se trata de un nuevo concepto de supermercado, cuya primera tienda abrió sus puertas en 2018, que "nos ha permitido acercarnos al comercio de proximidad con un foco especial en los frescos y una presencia importante de productos biológicos y de proximidad", explica el directivo, al tiempo que adelanta que "no tenemos previstos nuevos lanzamientos de enseñas, ya que con Vitem&Co y la actualización de Coaliment Compra Saludable completamos un amplio abanico de soluciones para los emprendedores que quieran dedicarse a la alimentación, al tiempo que, dentro del *cash & carry* tampoco lanzaremos nuevas enseñas, pues estamos muy cómodos con el posicionamiento y reconocimiento de nuestras marcas". Y lanzando la mirada al futuro, Saperas asegura que "tenemos una firme vocación de liderazgo en todos los canales en los que operamos, con una posición privilegiada como líderes nacionales en número de *cash & carry* y segundo operador de franquicias dentro del canal de proximidad". Y muestra su convencimiento en los proyectos en los que está trabajando Covalco, ya que "nos ayudarán a consolidar aún más nuestro liderazgo". ●