



SUPLEMENTO ESPECIAL

# COOPERATIVISMO



**IDEAL**

 **cajamar**  
CAJA RURAL



# Las cooperativas, un pilar económico y un generador de empleo para Granada

**Cooperativismo.** Las empresas cooperativas son clave para generar empleo estable y de calidad en la provincia



Trabajadores de la cooperativa Granada La Palma. JAVIER MARTÍN

Con más de 650 cooperativas, la provincia de Granada es la tercera de Andalucía, solo por detrás de Málaga y Sevilla, con más empresas de este tipo

## ALBERTO FLORES

GRANADA. El cooperativismo es mucho más que un modelo empresarial. Se trata de todo un movimiento socioeconómico que está basado en la cooperación y la ayuda mutua de sus miembros, que se organizan en cooperativas para cubrir de forma más fácil y efectiva sus necesidades y para alcanzar objetivos comunes. Un tipo de organización económica y social en el que lo impor-

tante son las personas, que voluntariamente se unen para trabajar juntas y beneficiarse de los resultados del esfuerzo colectivo. Y este modelo basado en la cooperación y la ayuda mutua cada vez cuenta con mayor representación en España. De hecho, los datos no dejan dudas al respecto: solo en España hay más de 23.000 empresas cooperativas que dan trabajo a alrededor de 500.000 personas. De este modo, queda claro que el impacto laboral de las cooperativas de trabajo es enorme, destacando no solo en la cantidad de empleos que genera, sino también en la calidad. Porque con este modelo la persona está en el centro y se priman aspectos como la gestión democrática, la conciliación de la vida laboral con la familiar, la igualdad de género o la estabilidad en el puesto de trabajo. Aspectos que no solo son meros números, sino que son características que determinan el bienestar de la población.

Andalucía es la comunidad autónoma española con mayor número de cooperativas y en la que más empleo generan este tipo de empresas a nivel nacional. Según datos de la Federación Andaluza de Empresas Cooperativas de Tra-

bajo (FAECTA), en la región hay aproximadamente 6.200 cooperativas que generan 80.000 empleos directos y casi 200.000 indirectos. Y esos datos llevan a una facturación anual de 19.300 millones de euros, siendo más de un 11% del PIB andaluz. Asimismo, según datos del Ministerio de Trabajo y Economía Social, Andalucía duplica a la siguiente comunidad, que es el País Vasco, en el porcentaje de creación de empresas, siendo el andaluz un 23% y la media nacional un 11%.

Pero, ¿qué papel juega Granada en el cooperativismo andaluz y nacional? La provincia granadina juega un papel protagonista en ese sentido, siendo la tercera de Andalucía que cuenta con un número mayor de cooperativas, solo por detrás de Málaga y Sevilla, con un total de 659 según los datos de FAECTA. Entre todas ellas existe una gran diversidad de tipos de cooperativas distintos: de consumo, de ahorro y crédito, de trabajo, agrarias, sanitarias... Aunque, sin lugar a dudas, hay un tipo de cooperativa que cuenta con un mayor peso a tenor de su importancia en la provincia de Granada: la agroalimentaria. Y teniendo esto en cuenta, hay una federación que juega un

papel protagonista: FAECA-Cooperativas Agroalimentarias de Granada. Una federación integrada por 93 cooperativas granadinas que el pasado 2024, tal y como confirmaron recientemente en su asamblea anual, alcanzaron una facturación global de 891.143.246,44 euros. Unos datos que son un 5% inferiores a los del año anterior pero que no ofrecen una lectura negativa de 2024, ya que siguen muy cerca de los 900 millones de euros de facturación en un contexto especialmente exigente y de incertidumbre, por la sequía, la subida de costes energéticos y logísticos, la inestabilidad normativa derivada de la nueva PAC y una competencia creciente de terceros países. Además de la sequía, otros factores como la escasez de mano de obra en el sector o la caída del

precio del aceite de oliva, el segundo sector con mayor peso en la federación tras las frutas y las verduras, han afectado de forma directa a las cuentas de FAECA. A pesar de este panorama, el modelo cooperativo ha seguido demostrando su fortaleza. La respuesta ante la adversidad, el impulso de nuevas inversiones para mejorar la eficiencia energética y el esfuerzo para mantener empleo son algunos de los logros más destacados del último año.

Solo en Granada, esas 93 cooperativas que forman parte de la federación generan 9.000 empleos directos y 45.000 indirectos. En cuanto a las cifras por sectores, el de las frutas y las hortalizas, abanderado por las gigantes de la Costa Tropical como La Palma, El Grupo y Procám, son las que más facturación han obtenido, con 355,7 millones de euros. Y justo después se encuentran el sector del aceite de oliva (398,6 millones) y el de suministros (82,6 millones). Especialmente destacable, según explican desde Cooperativas Agroalimentarias, fue el año del sector lácteo que alcanzó 80,7 millones de euros de facturación y el sector ecológico que genera ya 34,3 millones.

Las empresas cooperativas andaluzas tienen una facturación anual en conjunto de 19.300 millones de euros

Según datos de FAECTA, el sector cooperativo genera en Andalucía 80.000 empleos directos y casi 200.000 indirectos



# Las Palmerillas: medio siglo de trabajo por la innovación en los cultivos

**Cajamar. Creada en 1975, la Estación Experimental es un espacio abierto al desarrollo tecnológico y el conocimiento agronómico**

## IDEAL

GRANADA. Cajamar está este año de celebración. Uno de sus programas de acción social más importantes y de referencia internacional, la Estación Experimental Las Palmerillas, está de aniversario. Cumple medio siglo trabajando por la innovación tanto en la producción como en la tecnología del sector agrícola. Cajamar, entonces la Caja Rural Provincial de Almería, invirtió en 1975 sus primeros resultados significativos en adquirir los terrenos para su Estación Experimental. Así los pioneros del campo, con la colaboración de Cajamar, a través de su financiación y la generación y transferencia del conocimiento sobre nuevas técnicas y herramientas en el sector agroalimentario, han logrado durante este tiempo convertir a Almería y la costa granadina en la huerta de Europa.

Durante estos 50 años, 'Las Palmerillas' ha sido el eje central del ecosistema de innovación de Cajamar, cuya actividad de análisis, divulgación, transferencia y formación aborda el conjunto de los retos del sector agroalimentario español. Logros todos ellos que Cajamar ha conmemorado recientemente por todo lo alto, con la inauguración de un nuevo edificio en la Estación Experimental, evento que contó con la presencia del ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas; el consejero de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural de la Junta de Andalucía, Ramón Fernández-Pacheco, además de otras autoridades, que acompañaron al presidente de Cajamar, Eduardo Baamonde, y al director de Sostenibilidad y Desarrollo Agroalimentario de la entidad, Roberto García Torrente.

Junto a ellos estuvieron unos 200 profesionales del sector de la agricultura intensiva que pusieron en valor la trayectoria de este centro desde su creación en 1975. El presidente de Cajamar

recordó los inicios de la estación experimental, «obra de unos visionarios que hicieron posible lo que parecía imposible: convertir el desierto de Almería en la huerta de Europa», y explicó que, «aunque pueda parecer un milagro, sabemos que fue el fruto del trabajo y el esfuerzo de unas personas que quisieron cambiar las cosas, apostando por la implantación de las nuevas tecnologías de la época, entonces desconocidas en nuestro país».

Rememoró, asimismo, cómo el proyecto de la entonces Caja Rural de Almería, hoy Cajamar, nació de la necesidad de evitar la exclusión financiera de los agricultores de la provincia, pero además, no solo se limitó a ofrecer financiación, ya que no sería suficiente para el desarrollo económico y social de la región, sino que había que cambiar hacia un nuevo modelo agrario, basado en la implantación de las nuevas tecnologías de la época, que se probarían en este centro de investigación para ponerlas a disposición de los agricultores al objeto de que las aplicasen después en sus explotaciones.

Así, 50 años después, valoró el presidente de Cajamar, «conti-

nuamos fieles a nuestro compromiso original de no limitarnos solo a proveer instrumentos financieros al sector agroalimentario, sino ser también una palanca de desarrollo social y económico en las zonas donde estamos implantados, usando como herramienta fundamental la generación y transferencia del conocimiento, y transmitiendo al sector agroalimentario un espíritu de innovación, de apertura, de cooperación, colaborando en la búsqueda permanente de nuevos retos y desafíos para poder crear una sociedad más avanzada y un reparto de la riqueza más equitativo y sostenible».

Eduardo Baamonde agradeció a los consejos rectores de Cajamar haber apostado por los dos centros experimentales de la entidad, ubicados en Almería y Valencia; la comunidad digital Plataforma Tierra; la aceleradora de empresas de base tecnológica Cajamar Innova; y la Escuela de Formación Agroalimentaria Cajamar y el departamento de estudios y publicaciones. Recursos con los que «en definitiva, hemos hecho posible lo que hoy muchos consideran uno de los ecosistemas del conoci-

miento agroalimentario más potentes de Europa», concluyó.

Roberto García Torrente repasó, por su parte, los hitos históricos del modelo hortícola de Almería y las aportaciones de la estación experimental a la continua incorporación de innovaciones y tecnologías de vanguardia a los invernaderos. Y, además, analizó los desafíos a los que se enfrenta la agricultura mundial para seguir alimentando a una población en crecimiento haciendo un uso cada vez más eficiente de los recur-

sos naturales, además de adaptar las técnicas de producción a las consecuencias del cambio climático.

El ministro de Agricultura, Luis Planas, puso en valor la Estación Experimental, lo destacó como centro tecnológico «que se ha convertido en referente internacional de la agricultura intensiva mediterránea». Además subrayó que «en estas cinco décadas ha propiciado el desarrollo de una agricultura moderna, sostenible, competitiva y de futuro, gracias al apoyo continuado a la innovación en este sector clave para Andalucía y para el conjunto de España».

El nuevo edificio ocupa más de 1.500 metros cuadrados, de los que aproximadamente 400 se dedican a un laboratorio de biotecnología equipado con todas las herramientas necesarias para ofrecer los mejores servicios especializados en desarrollo de bioproductos, análisis de biomasa, aguas y suelos, tecnología de alimentos y bioeconomía circular.



Instalaciones de la Estación Experimental Las Palmerillas. CAJAMAR



Directivos de Cajamar y representantes públicos durante el acto conmemorativo. IDEAL

## LA FRASE

EDUARDO BAAMONDE

«Cajamar ha hecho posible uno de los ecosistemas del conocimiento agroalimentario más potentes de Europa»



**BIDAFARMA.** La empresa está integrada por casi 9.000 farmacias socias, siendo el operador con más crecimiento del sector en toda España

# La cooperativa que llena de medicamentos las farmacias de toda la provincia de Granada

## GRANADA

**A. F.** Hacer que a nadie, ni a ninguna persona ni farmacia, les falten sus medicinas. Ese es el objetivo principal de Bidaforma, una cooperativa farmacéutica que gracias a su red logística garantiza que los fármacos lleguen a cualquier lugar, sean grandes ciudades, pequeñas o hasta pueblos alejados de los principales núcleos de población.

La empresa, que surgió en 2016 tras la fusión de doce cooperativas regionales, está integrada por más de 8.800 farmacias socias y se ha consolidado como el operador del sector con mayor crecimiento en España. Cuentan con 32 centros de distribución repartidos por 36 provincias y una cuota de mercado de casi el 29%, lo que les permitió alcanzar en 2024 unas ventas de 2.960 millones de euros. «Bidaforma aporta al sistema sanitario algo más que un canal de distribución: aporta cohesión, equidad y estabilidad», cuenta a IDEAL Jaime Ruíz Valero, consejero de Bidaforma. De este modo, gracias a su estructura cooperativa, la empresa contribuye a que todas las personas, vivan donde viva, puedan acceder a su medicación. «El sistema sanitario no termina en la consulta o en el hospital. Se completa cuando un paciente, en cualquier punto del territorio, puede recibir el mismo tratamiento que otro en la gran ciudad», explica Ruíz.

Y que eso suceda también en Granada es posible gracias al centro que tiene la cooperativa en la provincia, un centro que trabaja sin descanso durante todo el año para hacer que los medicamentos lleguen en tiempo y forma a todas las farmacias de Granada. En total, atienden a 565 farmacias en toda la provincia y suman también algunas de la zona limítrofe con Jaén como Pozo Alcón y Alcalá la Real. Y para ello cuentan con 38 rutas que les permiten repartir más de 50.000 líneas cada día, unas 33.000 en el turno de mediodía y alrededor de 20.000 en el de tarde. Cifras que les permitieron conseguir unas ventas cercanas a los 200 millones de euros durante 2024 solo en Granada.

«No nos movemos por rentabilidad, sino por servir a nuestros so-



Parte del equipo de Bidaforma Granada. BIDAFORMA

cios y a la sociedad. Servimos a todas las farmacias de Granada, independientemente de dónde estén, y trabajamos todos los días del año», cuenta Rocío Rojo Molina, gerente comercial de Bidaforma Granada. Según detalla, el funcionamiento diario de Bidaforma en Granada consiste fundamentalmente en abastecer medicamentos a las farmacias de la provincia, algo que hacen dos veces al día con repartos por las tardes y por las mañanas. Aunque si las farmacias tienen horarios ampliados ofrecen dos servicios adicionales de reparto para que nunca les falte nada.

«Estamos siempre disponibles por-

que lo que vendemos es algo fundamental. Si un domingo hay un problema y un medicamento se queda atrás movemos cielo y tierra para que pueda llegar a la persona que lo necesita», explica Rojo. Sin embargo, lo que hace Bidaforma en Granada va mucho más allá de vender y distribuir medicamentos: «Al final nuestro cometido como cooperativa es ayudar a las farmacias en todo lo que necesiten, desde poner una cruz, hasta proporcionarles un servicio par alas nóminas de los trabajadores. Nuestros socios son como familiares y les acompañamos todo lo que podemos». Y en lo relativo al

equipo comercial, que es la rama de la empresa a cargo de ella en Granada, comenta que sirven «como nexo de unión» entre las farmacias y la propia cooperativa.

Para Rojo trabajar en Bidaforma, debido a su misión, es «muy satisfactorio». «Ayudamos a muchísima gente, no solo al boticario que es nuestro socio, sino a todas las personas que hay detrás. Me siento muy orgullosa de trabajar aquí y de hacer lo que hago porque es algo totalmente útil y necesario», asegura. En esa línea, Jaime Ruíz argumenta que como empresa de economía social sanitaria, todos los recursos que ge-

**Bidaforma Granada atiende a un total de 565 farmacias, incluidas algunas de la provincia de Jaén, y cuenta con 38 rutas**

neran en Bidaforma «se reconvierten» con un único objetivo: cumplir su objetivo social para anticiparse a las necesidades de las personas y mejorar su calidad de vida. «Buscamos mantener vivo el espíritu cooperativo: pensar en todos, pensar a largo plazo y pensar en el territorio», explica. Y eso es algo que consiguen cuidando a las farmacias, que son un «verdadero recurso sanitario». «En muchos pueblos la farmacia es el único punto de atención de salud que queda. Protegerlas significa defender la salud pública, sobre todo en zonas más vulnerables».

«Todo confluye en el cuidado de la salud de las personas», dice Ruíz. De este modo, desde la primera decisión hasta la última está orientada a sostener un modelo de distribución pensando en «servir a quien lo necesita» y no solo a aquellos que generan más volumen. «Esto significa reforzar la equidad, asumir sacrificios cuando hace falta y mantener firme la vocación de servicio público. Porque detrás de cada medicamento que llega a una farmacia hay un derecho fundamental en juego, y Bidaforma trabaja cada día para hacerlo posible», finaliza.



Dos empleados de la cooperativa durante su jornada de trabajo. BIDAFORMA

## LA FRASE

JAIME RUÍZ VALERO

**«Bidaforma aporta al sistema sanitario algo más que un canal de distribución»**



**CONDE DE BENALÚA.** La cooperativa abrió hace un año AMA La Cocina de Amarga y Pica

# El restaurante que triunfa con el AOVE

## GRANADA

A. F. Conde de Benalúa es una de las cooperativas más importantes de la provincia de Granada. Sus inicios son muy humildes, comenzando como una pequeña empresa ubicada en Benalúa, un pueblo de poco más de 3.000 habitantes. Sin embargo, en sus 70 años de historia la cooperativa no ha parado de crecer ni un momento y en la actualidad está integrada por casi 2.000 socios, siendo un referente en la producción de aceite de oliva virgen extra de alta calidad y alcanzando facturaciones más propias de una multinacional que de una empresa de pueblo.

Lo que nació como la iniciativa de 24 agricultores para garantizar el futuro de sus tierras y familias ha crecido hasta convertirse en una entidad global comprometida con la excelencia y la conservación del medio ambiente. Y aunque su principal apuesta se basa en la producción de un AOVE sostenible y de la más alta calidad posible, hace justo un año que decidieron lanzar un innovador proyecto que, a tenor de los resultados, no les ha podido salir mejor: abrir el restaurante 'AMA La Cocina de Amarga y Pica', un lugar que, según la propia cooperativa, ofrece «una experiencia gastronómica que celebra el aceite de oliva virgen extra».

El restaurante se encuentra en la almazara de la cooperativa en Benalúa y ofrece algo único en la provincia: una propuesta culinaria que tiene como principal protagonista el aceite que ellos mis-

mos producen. Una fusión de gastronomía y oleoturismo que permite a sus comensales conectar de forma directa con la tradición mediterránea. Porque en AMA el AOVE no es un ingrediente más, sino que es el protagonista de cada plato, siendo el elemento central de todas sus elaboraciones.

De hecho, no solo utilizan el AOVE en sus cocinados, sino que también exploran todo lo que el olivo puede ofrecer. Y con el aceite de oliva de alta calidad como estrella, ofrecen desde aceitunas verdes fritas rellenas de queso feta, hasta un pan brioche de AOVE con tartar mixto. Sin olvidar el arroz 'monte olivo', el bacalao confitado o el yogur de AOVE con mermelada de Amarga y Pica.

«En la cooperativa siempre nos marcamos el mismo reto: cómo generar más para el agricultor. Y con ese plan reconsideramos diferentes acciones y propuestas para reformular la cooperativa», cuenta a IDEAL Eduardo Valverde, CEO de Conde de Benalúa. Buscaban un plan para «no mirar al cielo a ver si llueve o no» y que les permitiera hacer pedagogía del consumo del aceite de oliva. «Y no hay mejor manera de hacerlo que a través de un restaurante», detalla Valverde, que tiene claro que su aceite ofrece «cosas diferentes» y donde mejor se entienden esas cosas es en un plato y no en el lineal de un supermercado.

Así nació el restaurante, con la idea de en vez de competir bajando los precios para equipararse a los olivares superintensivos, ha-



Salón interior de AMA La Cocina de Amarga y Pica. CONDE DE BENALÚA

cerlo creando valor en torno su producto. «Teníamos que decidir si producir aceite barato o crear valor en torno al aceite de oliva virgen extra. Después de un año de trabajo con el restaurante nos ha cambiado la cultura y la forma de entender la profesión», asegura el CEO, que reconoce que esta estrategia les permite seguir con el aceite un camino similar al del vino, un camino que les lleva hacia la gastronomía y la restauración, no a «llenar bidones de aceite».

«AMA La Cocina de Amarga y Pica es un restaurante que tiene una almazara. Es una nueva forma de entender nuestra propuesta de valor, transformando aceitunas en gas-

tronomía, no aceitunas en aceite. No estamos pensando vender aceite en una tienda, sino en ofrecer propuestas de valor para el consumidor», explica. Y ese, considera, es un camino que da «más libertad al agricultor». Porque ahora han pasado de vender un producto a vender un servicio, lo que «genera más valor». «Así todo tiene más sentido y conseguimos diferenciarnos más. Ahora vender Amarga y Pica es más sencillo», asegura.

En cuanto a la cocina del restaurante, más allá de apostar por el aceite de oliva virgen extra de Conde de Benalúa y por buscar un aprovechamiento integral del olivo, usando su madera, hojas e incluso los huesos, todo gira en un concepto de economía circular y respeto por el entorno con una apuesta basada en productos locales y de temporada. Cada plato cuenta una historia de origen, de compromiso con el medio rural y del producto de cercanía. Y gracias a ello AMA no solo se ha consolidado como un restaurante más en la provincia, sino como un referente en el oleoturismo gastronómico andaluz. Porque no solo ofrecen una cocina saludable y de

**En la actualidad la cooperativa está integrada por casi 2.000 socios y es referente en la producción de AOVE**

calidad, sino que acercan a sus comensales a la esencia de la cooperativa, permitiéndoles conocer de primera mano sus prácticas sostenibles, su modelo de producción y, en definitiva, el alma del olivar.

Tras abrir sus puertas en mayo de 2024, el restaurante ya ha cumplido su primer aniversario y Valverde no puede estar más contento: «Hablas con los clientes y ves una sonrisa en sus caras. Ahora hablamos de lo que vale el aceite, no de lo que cuesta». «Gracias al restaurante ha pasado gente por aquí que de otra forma no habría conocido el pueblo ni la almazara. Nos ha ayudado mucho a hacer nuevos clientes que de otra manera nos habría costado mucho», finaliza.

## LA FRASE

EDUARDO VALVERDE

**«Teníamos que decidir si producir aceite barato o crear valor en torno al aceite de oliva»**



Algunos de los platos del restaurante. CONDE DE BENALÚA



Eduardo Valverde. CONDE DE BENALÚA



## GRANADA

**A. F.** El compromiso de la sociedad con la sostenibilidad es cada vez mayor. Y eso está generando que cada vez sea más común ver espacios verdes en las ciudades que permitan a las personas volver a conectar con la naturaleza, cuidar el medioambiente y, a la vez, conseguir entornos más saludables. Sin embargo, todavía queda mucho por hacer en este sentido.

Afortunadamente, hay empresas que luchan cada día para que esa transición hacia la sostenibilidad en las ciudades sea más rápida y efectiva. Y en Granada hay un ejemplo perfecto de ello gracias a Urban Green Club, una cooperativa que desde 2022 trabaja con un objetivo claro: acelerar la transición a la sostenibilidad en las ciudades a través de los huertos urbanos. Una empresa que nació como asociación en 2019, se formalizó como cooperativa en 2022 y que desde entonces no ha parado de crecer, hasta el punto de que fueron galardonados en la última edición de los premios de la Federación de Cooperativas de Granada. Además, su compromiso con las personas y el medioambiente es tal que es una empresa B Certificada, un reconocimiento que garantiza que Urban Green Club cumple con altos estándares de impacto social y ambiental.

«Somos una cooperativa que busca acercar el campo a la ciudad. Queremos reverdecer las ciudades a través de espacios verdes comestibles», cuenta a IDEAL Paula Díaz-Castany Llaguas, directora de proyectos de Urban Green Club, que reconoce que es una labor «muy importante» para las ciudades. Según detalla, en la mayoría de núcleos de población ya existen espacios verdes. Sin embargo, estos no son interactivos y no ofrecen mucho más que ser un espacio lleno de vegetación. «Nosotros buscamos crear espacios que sí que sean interactivos para que las personas puedan estar más conectados con ellos». Porque no es lo mismo ir a un parque a pasar el rato que estar en un huerto urbano que te permita después degustar el fruto de lo que haces. «Al final es una experiencia mucho más completa en la que pones todos los sentidos».

**URBAN GREEN CLUB.** La empresa tiene como objetivo fomentar la sostenibilidad desarrollando huertos urbanos en núcleos urbanos

## La cooperativa granadina que quiere acercar el campo a la ciudad



Miembros de Urban Green Club en 2022, año en el que se creó la cooperativa. U.G.C.

Sobre los inicios de Urban Green Club, Paula explica que todo comenzó en 2019 cuando crearon la asociación con la idea de hacer huertos urbanos en las azoteas de edificios y en comunidades de vecinos

en general. Unos espacios donde pudieran compartir, conectar con la naturaleza y cultivar sus propios alimentos. Poco a poco esa idea fue evolucionando y el proyecto no paraba de crecer. Y, además, se añadieron personas al equipo. «En 2022 nos dimos cuenta de que realmente nos queríamos profesionalizar y decidimos hacernos cooperativa», una fórmula empresarial que eligieron porque las cooperativas «son entidades de economía social» y «era lo que más sentido tenía».

«Nosotros creemos que las empresas también pueden tener una causa social y ambiental. No por ser empresa tienes que estar enfocada solo al beneficio económico. Las empresas tienen que evolucionar y pensar también en el enriquecimiento social y en la regeneración ambiental», argumenta la directora de proyectos de la cooperativa. El proyecto que marcó un punto de inflexión en Urban Green Club fue el de dinamizar el huerto municipal de Armilla: «Era un espacio abandonado en el parque comercial Al-

bán que conseguimos transformar por completo para que fuera un lugar gratuito para la gente». Uno en el que ofrecerían formaciones sobre agricultura ecológica y ayudarían a los usuarios a plantar y cosechar alimentos ecológicos.

Los resultados del proyecto de Armilla fueron tan buenos que desde entonces no han parado recibir

**Están desarrollando un programa de formación en agroecología para personas sin empleo que pondrán en marcha muy pronto**

llamadas. Desde otros huertos municipales hasta colegios que buscaban fomentar el desarrollo de huertos urbanos a través de su programa educativo, como es el caso del Colegio Sierra Elvira, con el que llevan trabajando ya tres años con dos clases de huerto a la semana a todos sus alumnos. Y además de todo eso, no han abandonado la asociación que crearon en 2019, ya que ha pasado a ser «una rama más» de la cooperativa. «Un porcentaje de los beneficios de la cooperativa se donan a la asociación y con ese dinero financiamos proyectos de huertos urbanos como el del Palacio de Quinta Alegre», explica Paula, un espacio del que consiguieron la concesión y que ahora financian a través de su trabajo en la cooperativa.

Pese a los buenos resultados que están cosechando, la directora de proyectos de Urban Green Club tiene claro que todavía están despegando como empresa, aunque ya tienen otros proyectos al margen del desarrollo de huertos urbanos en marcha. Por ejemplo, cuentan con una tienda online en la que venden productos fabricados por ellos con materiales reciclados para huertos urbanos que permiten cultivar en cualquier espacio. Y muy pronto lanzarán un programa de formación en agroecología para personas desempleadas: «Queremos que haya más personas que se dediquen a esto y generen más canales cortos de comercialización. La ciudadanía no consume ecológico y local porque no hay suficiente oferta, así que queremos ayudar a aumentar esa oferta y a que los precios sean más asequibles». Un proyecto que comenzará, si todo marcha como tienen previsto, en septiembre y que les tiene «muy emocionados e ilusionados». «Este tipo de proyectos son una forma de trasladar la financiación privada hacia lo social. Así podemos reducir intermediarios y disminuir la emisión de gases de efecto invernadero», finaliza.



Huerto urbano del Palacio de Quinta Alegre. U.G.C.



Proyecto en la Escuela de hostelería de Salobreña. U.G.C.



**COVIRÁN.** La cooperativa granadina celebró el pasado fin de semana su Asamblea General de Socios de 2025

# Año de récord para Covirán: llega a 1.846 millones de euros en ventas brutas



José Antonio Benito junto a Esteban Gutiérrez durante la asamblea de la cooperativa. COVIRÁN

## GRANADA

**A. F.** Un 2024 de récord. Esa es la conclusión que se pudo extraer tras la celebración el pasado fin de semana de la Asamblea General de Socios de Covirán. Los datos son demoledores: la cooperativa granadina alcanzó el año pasado los 1.846 millones de euros en ventas brutas, un 0,13% más que el año anterior, que fue el mejor de su historia. Unos datos que han sido posibles gracias a la apertura de 148 nuevas tiendas repartidas por España y Portugal, así como a la modernización de sus establecimientos.

Además de repasar las cifras de 2024, la asamblea ha servido para dar el visto bueno a la gestión del Consejo Rector y de su presidente, José Antonio Benito. Y lejos de centrarse únicamente en los buenos resultados conseguidos, también se dieron a conocer los principales proyectos del futuro de la cooperativa, con los que esperan conseguir un impulso notable durante los próximos años.

A nivel económico, Covirán ha reforzado su solidez financiera con un crecimiento estable en las ventas du-

rante el último año, alcanzando 1.846 millones de euros (1.632 millones provenientes de España y 214 de Portugal). Para conseguir esos datos, pese a que la situación del mercado se vio marcada por la presión inflacionista, la optimización de su red de tiendas ha jugado un papel clave, concentrando recursos en aquellos establecimientos que mejor se alinean con las necesidades actuales del mercado y los desafíos del relevo generacional. Gracias a ello han podido mejorar la rentabilidad y eficiencia de sus 2.472 establecimientos en España y Portugal.

De este modo, en un contexto desafiante, la cooperativa ha reforzado su solidez financiera y ha apostado por el futuro con una inversión de 3,86 millones de euros en tecnología avanzada, energías renovables y mejora en los puntos de venta, junto con un 'cash flow' social de 816,28 millones, reflejando su compromiso con la comunidad.

## Más tiendas

Para conseguir esas cifras récord, Covirán abrió casi un 60% más de

tiendas que el año anterior, inaugurando un total de 148 nuevos supermercados (136 en España, con Andalucía y Cataluña a la cabeza, y 12 en Portugal) frente a las 93 aperturas de 2023, lo que es un reflejo de la solidez de sus nuevos modelos de tiendas y la excelente aceptación que están teniendo, tanto para los socios que están transformando sus negocios hacia este nuevo modelo, como por los nuevos que se incorporan a la cooperativa y también por parte de los clientes.

Durante la asamblea la cooperativa presentó el proyecto estratégico 'Covirán Contigo', que es el encargado de vertebrar y dar forma a la modernización de su red de tiendas, con un objetivo claro: reforzar su competitividad y adaptabilidad al mercado. En 2024, el formato Covirán Plus creció hasta 38 supermercados (33 en España y 5 en Portugal), con 29 nuevas aperturas o adaptaciones. Este modelo, que combina espacios abiertos y tecnología avanzada, ha elevado la experiencia de compra sin perder la cercanía con el cliente. Covirán comenzó a implementar a principios de este año también 'Covirán Origen', diseñado para supermercados de menor tamaño, ofreciendo imagen renovada, tecnología eficiente y mejoras operativas.

En paralelo, la Cooperativa ha aumentado su cuota de supermercados medianos (entre 151 y 400 metros cuadrados) en casi un punto -32,6%- esenciales para un crecimiento sostenible, sin perder la hegemonía en las tiendas de menos de 300 metros cuadrados, que con un 89,5% de su parque de tiendas, mantienen a Covirán como líder de la proximidad en España y Portugal. Y más tiendas significa también más empleo y desarrollo económico. La plantilla de la cooperativa y su red de tiendas roza los 15.000 trabajadores, con 12.980 empleados en España y 1.795 en Portugal, reflejando la estabilidad laboral que brinda a sus trabajadores.

## Eficiencia y sostenibilidad

Covirán continúa modernizando su red logística, mejorando la eficiencia operativa y reduciendo costes, sin perder de vista la sostenibilidad. En 2024 reordenó sus plataformas logísticas implementando tecnología avanzada en los almacenes para agilizar procesos y reducir costos, transformando además la cultura laboral de la cooperativa.

Además, la sostenibilidad es un pilar fundamental para su estrategia. Durante el año pasado la cooperativa avanzó hacia un modelo más responsable con el medio am-

biente, centrándose en energías limpias, restauración de espacios naturales y reducción de residuos. Uno de sus proyectos más destacados ha sido la participación en la restauración ambiental del anillo verde de Granada, con la plantación de 1.800 árboles de especies autóctonas, recuperando 6,36 hectáreas de terreno, un esfuerzo clave en la regeneración de ecosistemas según la Fundación Plant-for-the-Planet.

En materia energética, la empresa instaló placas fotovoltaicas en cinco plataformas logísticas en Casabermeja (Málaga), El Ejido (Almería), Puerto Real (Cádiz), San Sebastián (Guipúzcoa) y Santander, sumando 780,06 kWp, lo que reduce 237.295 kg de CO2 al año. Y la cosa no termina ahí, ya que también avanzan en lo relativo a la economía circular: en 2024 recicló 85% de sus residuos y redujo 5,2% de residuos plásticos gracias a mejoras en embalaje y venta a granel.

## Futuro

La Asamblea General también sirvió para que Covirán reafirmara su compromiso con un modelo cooperativo que apuesta por un futuro sostenible e inclusivo, alineándose con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030. Este modelo fomenta la inclusión y la solidaridad, impulsando el crecimiento local y apoyando a sectores vulnerables. Covirán fortalece la estabilidad económica de sus Socios y contribuye activamente al desarrollo territorial.

En 2024, recibió el Premio Economía Social de la Junta de Andalucía, y varias distinciones en Portugal, consolidando su liderazgo en el sector. El respaldo de los gobiernos autonómicos evidencia el interés creciente en Covirán como una alternativa eficiente para la integración social y el desarrollo económico. La cooperativa sigue ampliando su red de supermercados y promoviendo un modelo empresarial basado en cooperación, responsabilidad social y respeto al entorno, consolidándose como un referente en la distribución alimentaria.



Una de las tiendas de Covirán que han abierto este 2025. IDEAL

**La empresa apuesta por la eficiencia energética instalando placas solares en cinco de sus plataformas logísticas**

**En 2024 Covirán abrió 148 nuevas tiendas en España y Portugal, además de modernizar sus establecimientos**



# NO ES LO MISMO.

ES TRABAJAR CON... Y PARA NUESTRA GENTE.  
ES TRABAJAR EN... Y PARA NUESTRO TERRITORIO.  
ES TRABAJAR POR... Y PARA NUESTRO FUTURO.

# ES COOPERATIVISMO.

ES LO NUESTRO.



**cajamar**  
CAJA RURAL