

**JOSÉ FRANCISCO MUÑOZ**  
**DIRECTOR GENERAL DE COVIRÁN**

## “La gestión sin honestidad ni humildad no tiene recorrido”

El actual escenario inflacionista presiona para que las empresas del sector se centren más que nunca en el consumidor y se ganen su confianza, desarrollando productos y servicios diferenciadores, pero, también, informando transparentemente de cómo se construyen los precios. “Tenemos una gran oportunidad para ser los mejores aliados de nuestros clientes”, afirma el directivo de la cooperativa de origen granadino.

### Balace de la última década

El gran consumo ha experimentado, durante la última década, grandes cambios que probablemente se podrían resumir con un denominador común: ha cambiado en la misma medida en que lo han hecho los consumidores, para seguir acompañándolos en su modo de vida. En este aspecto, las empresas de gran consumo se están dirigiendo a los diferentes segmentos de población de manera más personalizada. El consumidor es cada día más exigente y pide transparencia; también, es más responsable, decantándose por el modelo de supermercado de proximidad, y planifica más las compras. Salud, servicios y valores son las tendencias que están marcando la dirección del sector. Asimismo, el *e-commerce* es una realidad que, aunque no ha ganado en España la tracción que tiene en otros países, ha llegado para quedarse y convivir con la compra física más tradicional.

### Desafíos futuros

Todos quienes formamos parte de este sector nos enfrentamos a un gran reto, a una gran oportunidad, ya que el mercado nos va a obligar a reforzar nuestra esencia: debemos centrarnos más que nunca en los clientes, ganarnos su confianza, poner en valor la alianza construida en estos dos años de pandemia y desarrollar productos y servicios más atractivos y diferenciadores. Ante el actual escenario inflacionista, nos compete formar e informar a la sociedad de cómo se construye el precio, condicionado por costes tan esenciales como las materias primas y gastos energéticos, que junto a un marco regulatorio que sigue creciendo, repercute directamente en la gestión y en la supervivencia de los supermercados que se mueven en márgenes muy estrechos. En esta situación, tenemos una gran oportunidad para ser los mejores aliados de nuestros clientes y facilitarles una excelente experiencia de compra.

### Claves de la gestión

La gestión empresarial ha de estar enfocada en transformar la organización, fortalecer los supermercados y asegurar la relevancia de la empresa con un proyecto solvente que asegure el futuro. Siempre con transparencia y respetando los valores que nos definen. Una gestión sin honestidad

ni humildad no tiene más recorrido que el corto plazo. En Covirán, que es una empresa socialmente responsable desde su creación hace más de seis décadas, trabajamos para conocer a nuestros clientes, adelantarnos a sus necesidades, generando una experiencia de compra positiva y diferenciadora que nos ayude a fidelizarlos. Nuestro modelo de proximidad, donde la cercanía física y emocional nos permite la personalización de productos y servicios, es clave para atraer a los clientes.

### Relevancia del factor humano

El mayor activo de cualquier empresa es el equipo humano, tanto por experiencia como por la información y el conocimiento con el que cuentan. Y esto incluye también a proveedores, operadores logísticos y otras personas que interactúan en distintos niveles de la cadena. En Covirán apostamos por la formación del equipo como palanca estratégica para lograr una cualificación excelente de socios y trabajadores, lo que se materializa en nuestras dos Escuelas de Comercio, situadas en Granada y Sintra (Portugal), que buscan transformarse para ser verdaderas Escuelas de Negocio especializadas en *retail*.

### Conceptos esenciales

Nuestro propósito corporativo aúna 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, creando empleo estable y de calidad, especialmente en zonas rurales afectadas por el despoblamiento. Creo que ello resume bien cómo se enfrenta Covirán al futuro a corto y largo plazo. Cooperativa y socios trabajamos para ofrecer supermercados más sostenibles, enfocados en la modernización para favorecer la mejor experiencia de compra.

