

informe gestión 2010

Nuestra MISIÓN

Liderar y conducir el cambio de modelo hacia una cooperativa de futuro y generar riqueza para sus cooperativas participativas, los clientes, los trabajadores/as y la comunidad en la que se desenvuelve.

enfoque

La evolución del Grupo Intercoop en el entorno del ejercicio 2010, y que va a ser objeto de un detallado análisis en los párrafos que siguen, viene marcada en sus líneas generales por un entorno peculiar, bastante diferente en muchos aspectos al existente, si no más, en las dos décadas anteriores. Estos condicionantes, si bien ya se mostraron de forma incipiente en los ejercicios 2008 y 2009, es en el ejercicio que nos ocupa cuando son generalmente percibidos y asumidos, aceptando su realidad y dimensión extraordinaria por las empresas y sociedad en general.

El convencimiento de que se ha producido un cambio profundo en el entorno, más allá de turbulencias pasajeras y causas coyunturales, ha llevado a las organizaciones empresariales, al igual que a las de cualquier otro tipo e incluso familias, a introducir nuevos parámetros en los escenarios manejados para la definición de estrategias y planes de negocios futuros. Dichos condicionantes son, de forma casi invariable, más restrictivos: menor consumo, más competencia, más morosidad, mayor dificultad de acceso a la financiación .

El Grupo Intercoop no es, evidentemente, ajeno al proceso descrito, por tanto, también introdujo en la planificación del ejercicio las líneas generales consecuentes con el nuevo entorno, y que impregnan todas sus actuaciones empresariales. Concretamente se introducen las siguientes líneas maestras en las planificaciones:

- Preferencia por sectores de actividad tradicionales y conocidos para la organización sobre nuevas actividades.
- Preferencia por sectores de actividad “defensivos”, de corte más de primera necesidad, si bien nuestro grupo ya está muy centrado en los mismos.
- Crecimiento de volumen con aumento de la red comercial, intensificando relación comercial con las cooperativas socias preferiblemente.
- Reducción en áreas no eficientes o que resulten más eficientes situadas en cooperativas socias o aliados estratégicos.
- Nuevas inversiones preferiblemente dirigidas a sectores ya conocidos, con importes reducidos, con la mayor liquidez posible y preeminencia de recursos internos.
- Renovación de estructuras internas orientada a la simplificación y estandarización, buscando en última instancia, mayor eficiencia y rapidez de actuación.

La mayor atención a las directrices mencionadas se lleva a cabo sobre una base que, en lo fundamental, no cambia ya que se mantiene inalterable tanto la Misión que el Grupo Intercoop se ha definido como su razón de ser, como los Valores que inspiran al mismo e incluso los objetivos cualitativos.



**nuevo entorno:
líneas maestras**

contexto

El entorno económico y social del ejercicio 2010, tanto a nivel internacional, como español está marcado fundamentalmente por tratarse de un periodo de recesión económica en gran parte del globo, ya que las grandes zonas económicas a nivel mundial han sufrido estancamientos o disminuciones de sus niveles de producción. Sólo algunas economías emergentes del entorno BRIC se han librado de la situación, y dentro del resto Japón y Estados Unidos han tenido problemas por diversas razones relacionadas con la crisis financiera y de deuda. En el caso de Europa los efectos sobre el crecimiento han sido desiguales, pero los grandes países se han visto afectados sin excepción por recesiones.



escenario 2010

Dentro de las economías europeas han sido los llamados países periféricos y del sur los más afectados por crisis financiera aunque en diversa medida, que va desde el caso de Grecia con un hundimiento financiero a nivel del propio estado y que requirió un gran apoyo por el resto de países socios del euro para su sostenimiento, aun con resultados inciertos, hasta el caso de España donde, aunque los efectos no han sido ni de lejos tan graves, sí se han hecho sentir con problemas serios en gran parte del sistema financiero que han llevado a la reestructuración del mismo con ayudas públicas en forma del FROB.

Todos estos efectos se han filtrado a la sociedad en general y empresas de diferentes modos, pero con toda seguridad es el fenómeno de restricción del crédito el que más ha dificultado la actividad económica, haciendo inviables muchos proyectos empresariales que con una financiación fluida hubieran sido beneficiosos para toda la sociedad.

El efecto sobre la actividad ha sido demoledor y la consecuencia de destrucción de tejido empresarial y puestos de trabajo imparable. Esto ha llevado a un crecimiento enorme del paro que ha pasado a ser el principal problema a nivel nacional y que no hace más que retroalimentar el proceso.

Este sombrío panorama no es mejor cuando nos fijamos en el entorno inmediato de nuestro grupo, ya que la provincia de Castellón es proporcionalmente de las más castigadas por este proceso al estar muy especializada en economía relacionada con el sector de la construcción que fue el primer y más afectado.

A nivel sectorial, la situación es afortunadamente bastante mejor, ya que nos movemos en sectores de producción y comercio muy defensivos al tratarse de producción agrícola y suministros para la misma o de tipo energético y de consumo doméstico, todos casi de primera necesidad, por lo que sus variaciones están mucho más desligadas de los ciclos económicos que la mayoría.

Se produjo un aumento moderado de los precios de la campaña citrícola, la principal producción de nuestra zona, y los descensos en frutos secos y aceite, si bien afectan negativamente, no llegan a los mínimos de otros ciclos bajistas bastante recientes.

perspectiva financiera

En el análisis agregado de los datos económicos del ejercicio 2010 de todas las empresas del Grupo, la primera mención la merece la magnífica cifra del importe de negocio, que ha alcanzado un volumen de 54.484 miles de euros, con un aumento de más de 11 millones de euros respecto al alcanzado por las mismas empresas en el ejercicio precedente, lo cual supone un incremento superior al 26% en facturación.

El análisis más detenido de estas ventas, nos muestra que dicho aumento procede prácticamente en su totalidad de los aumentos del área comercial, formada por Intercoop Comercial Agropecuaria, con el mayor aumento en facturación (más de 6,7 millones de incremento) y Agrotaula (4,3 mill más), suponiendo el 99% del aumento de ventas. El resto de empresas, con mucho menor peso en esta magnitud, prácticamente se compensan entre ellas aumentos y disminuciones, arrojando un saldo neto de 169 mil euros de aumento.

El gran aumento del área comercial, que en conjunto representa ya el 76% de las ventas, se ha producido tanto por incrementos de actividad como de precios unitarios.

El positivo comportamiento de las ventas, no se ha traducido en un aumento paralelo de los resultados del ejercicio, pero sí ha permitido al menos mantener los mismos, con tan solo una pequeña variación del -4% respecto al ejercicio precedente, debido a la bajada de atípicos. Sí se mejora en la composición, aumentando en importancia los resultados recurrentes y dependiendo menos de los extraordinarios.

La cifra de Cash Flow generado en el ejercicio asciende a 645 miles de euros, siendo, una vez más, su origen más importante las Cooperativas I. Comercial Agropecuaria e I. Fruits Secs.

Un último indicador agregado que manejamos y que da una visión muy amplia de la actividad es el denominado Creación de Riqueza, y que recoge el valor generado por las empresas y su distribución a la sociedad mediante salarios, tributos, formación, bonificaciones y retornos a socios y retenido como reservas en las sociedades.

El importe en 2010 de Creación de Riqueza asciende a 6.400 miles de euros, suponiendo un aumento de 1.247 miles respecto al año anterior (24% más).



**incremento
del 26% en
facturación
respecto a 2010**

perspectiva de clientes

Las relaciones comerciales del Grupo se han seguido centrando en el ejercicio 2010, al igual que en ejercicios precedentes, y como resulta además lógico en una organización como la nuestra, en el trabajo con nuestras cooperativas socias, jugando tan sólo un papel incipiente los clientes terceros en determinadas áreas de actividad, normalmente de reciente creación y relacionadas con la línea estratégica de diversificación. Esta diversificación en clientes no se ha visto favorecida, aunque sin renunciar a la misma, por el nuevo entorno y las líneas directrices que nos condiciona.

La mayor parte de la actividad con las cooperativas socias se centra en el suministro de productos y servicios, tanto puramente agrarios o agroindustriales (fertilizantes y fitosanitarios, riego, gasóleo agrícola y servicios de asesoramiento técnico especializado en cultivo y gestión de industrias como almazaras y centrales hortofrutícolas) como en otros cada vez ya más relacionados también con actividades de consumo agroalimentario y de consumo en general (línea Charter, combustibles no agrícolas, servicios empresariales y seguros generales, formación). El otro gran eje de trabajo con los socios es el relacionado con la comercialización conjunta de las producciones agrarias, centrado en el área de frutos secos fundamentalmente y otras producciones, aumentando rápidamente el área hortofrutícola, fundamentalmente cítricos, y disminuyendo progresivamente la comercialización de aceite al traspasar dicha actividad a su realización directa por las cooperativas productoras. Se persigue en esta área una constante búsqueda de diversificación tanto en los productos como en los clientes.

La distribución de clientes enunciada es similar a la situación histórica del Grupo, produciéndose continuamente ciertas evoluciones y que en este ejercicio guardan marcadas coincidencias con los últimos ejercicios:

- En el caso de suministros, la actividad de sigue concentrando en el grupo de cooperativas socias firmantes del convenio VIP, aumentando el peso de este grupo, tanto por su mayor actividad como por la incorporación de nuevos socios al grupo. Se ha producido en este entorno una intensificación de la actividad en el área de carburantes muy intensa, como principal factor a mencionar.
- En el área de agroalimentación, se sigue produciendo una concentración de la actividad en el grupo de cooperativas que se han sumado al acuerdo estratégico con Consum, con un aumento vertiginoso de actividad, siendo en esta área especialmente destacable la llegada a clientes finales con el establecimiento de puntos de venta propios, marcando una novedad cualitativa respecto a la situación anterior.
- En los casos de comercialización conjunta de producción, la evolución es dispar, mientras se mantiene una gran cohesión de las cooperativas socias en los frutos secos, se produce el efecto contrario en aceite, dando lugar a otro concepto de actividad ya más relacionado con los servicios, que lleva incluso a la integración de la cooperativa Olival con I. Comercial Agropecuaria, por la reducción de su actividad. Se ha producido al final de ejercicio, coincidiendo con la campaña citrícola un importante aumento de la actividad comercial hortofrutícola, iniciando una actividad con perspectivas de crecimiento importante en próximas campañas y con gran potencial en cuanto a los clientes conseguidos en el ejercicio.
- Respecto a la actividad con clientes no socios, se centra en líneas de servicios o suministros a usuarios que tienen actividades similares a las de nuestros socios, aprovechando nuestra especialización para captar este negocio y ayudar con ello a crear economías de escala.

perspectiva de procesos

**contrato vip
nuevos centros
de ventas
gestión almacén
descascaradora
ERP**

En el ejercicio se ha llevado a cabo aunque de forma paulatina un cambio profundo en la estructura de funcionamiento en el Grupo. Partiendo de la estructura basada en un Consejo de Dirección a modo de Consejo Delegado del Grupo que se había utilizado en ejercicios precedentes, apoyado en un Consejo Ampliado con la participación de los directivos implicados directamente en la gestión diaria de todas las áreas de negocio, se ha ido cambiando a un modelo mucho más simple basado en una Dirección General, que se ve apoyada para cada área, sea transversal o de negocio, por el equipo implicado en la misma, de forma totalmente flexible.

El mismo esquema se ha seguido de forma paulatina durante el ejercicio respecto a los grupos específicos de trabajo para temas concretos a implantar o reforzar iniciados en años anteriores, pasando a depender de un responsable concreto, con el apoyo necesario simplificando el esquema de funcionamiento basado en comisiones.

El Fondo Central de Intercooperación sigue funcionando para el apoyo a iniciativas de las cooperativas socias que permitan evolucionar las estructuras y negocios tradicionales a otros innovadores, en línea con la misión del grupo.

En el área comercial, se ha seguido aumentando la importancia del grupo de cooperativas con vinculación completa a través del Contrato de Ventas de Intermediación Programada, fundamentalmente en el área de hidrocarburos y con la incorporación generalizada del área de pesca en prácticamente todos los puertos de la provincia. Se ha incidido aunque a menor escala en la diversificación de referencias en las secciones de jardinería y varios.

Como complemento en el área comercial, Agrotaula ha llevado a cabo un aumento de la red de centros de venta, y como novedad se han incorporado centros propios gestionados directamente. A finales de año, se produjo una renovación del convenio con Consum para la regulación del contrato de Franquicia, introduciendo ciertas modificaciones en la línea de simplificar el modelo evitando duplicidades pero manteniéndolo en lo esencial.

Paralelamente se llevó a cabo el traspaso o cese de actividades en las que el Grupo no había conseguido una adecuada eficiencia y no se preveía a corto plazo al menos su consecución, como en la actividad de elaboración de vinos y de gasolinera abanderada.

En el aspecto interno, se finalizó la implantación de un nuevo Sistema de gestión de Almacén en las instalaciones de logística de Almazora, ya iniciado el ejercicio anterior, con una mejora cualitativa en el tratamiento de la información y funcionamiento interno del almacén, informatizando el proceso de preparación de pedidos y reduciendo el plazo de respuesta a los clientes.

perspectiva de procesos

En el área de frutos secos, y tras la puesta en marcha en el ejercicio anterior de las instalaciones de Vall d'Alba de la repeladora de Frusecs, ésta sociedad, ya con gestión autónoma durante todo el 2010, culminó el proceso previsto de traslado de la línea de repelado que permanecía en nuestros locales de Cabanes en mayo, posibilitando el inicio de la instalación de la nueva maquinaria descascaradora en la misma ubicación, cuyas obras se iniciaron a finales de año y culminarán a mediados del 2011. Esta renovación a fondo de la maquinaria, junto al cambio de ubicación, constituyen en el área de frutos secos y en todo el grupo, la inversión cuantitativamente más importante de las acometidas en 2010 y ha de permitir una mejora en la eficiencia del área que la sitúe en posición competitiva respecto a su competencia.

A nivel más transversal y ubicado en los servicios centrales, se ha iniciado un proceso de evaluación del actual sistema informático-administrativo, con el objetivo de determinar sus posibles líneas de mejora así como identificar en caso necesario la mejor opción para su sustitución por un nuevo ERP que integre los procesos comerciales, contables, fiscales así como que aporte de forma rápida y fiable toda la información que se requiera de las diversas áreas de negocio, tanto a nivel aislado como agregado.

perspectiva de desarrollo interno

A los efectos de favorecer la integración social, Intercoop ayuda a los jóvenes a encontrar su primer empleo y establece los mismos criterios laborales para hombres y mujeres.

Del total de los 180 trabajadores del Grupo Intercoop a 31 de diciembre de 2010, 141 (78%) son de nacionalidad española, mientras que de los 39 restantes (22%), 38 son de nacionalidad argentina y uno, nacional peruano. Los trabajadores argentinos prestan su trabajo en la finca que la organización posee en la Provincia de Mendoza, República Argentina.

Durante el ejercicio 2010, al igual que en los anteriores, Intercoop ha promovido la formación de su plantilla laboral como eje fundamental para el desarrollo profesional de la misma.

Así, durante el indicado ejercicio, para una plantilla de 180 trabajadores/as, se han realizado 11.186 horas de formación, distribuidas en 145 acciones formativas. El número de participantes ha sido de 171 personas para un total de 392 participaciones. Del personal participante, el 43% han sido hombres y el 57%, mujeres.

El siguiente cuadro demuestra gráficamente lo expuesto:

	2010
Horas de formación	11.186
Nº acciones ejecutadas/en ejecución	145
Participaciones en formación	392
Nº de personas que han realizado formación	171
Porcentaje de participación por sexo	43 % (hombres) 57 % (mujeres)

De los anteriores indicadores resultan 62 horas de formación por persona de media sobre una plantilla de 180 personas.

**mantenimiento
de empleo
formación de los
trabajadores**

análisis por áreas de negocio

área de distribución

incremento de 26% en ventas

Las entidades que forman esta área son Intercoop Comercial Agropecuaria como cooperativa de segundo grado de referencia en el Grupo Intercoop y una sociedad participada mayoritariamente por ésta, Agrotaula, dedicada al área de alimentación y suministro de tiendas de productos de consumo doméstico. A lo largo del ejercicio se ha producido la integración de la Cooperativa de segundo grado Olival, dedicada a la comercialización conjunta de aceite producido por sus asociadas en I. Comercial, pasando a ser una sección en el seno de la misma. Esta incorporación no es previsible que genere un aumento de negocio en su nueva ubicación, ya que precisamente se simplifica su estructura societaria como consecuencia de su menguante actividad comercial.

INTERCOOP COMERCIAL AGROPECUARIA, COOP.V.

Durante la campaña 2010 la facturación de **INTERCOOP COMERCIAL AGROPECUARIA** ha ascendido a un total de 32.546 miles de euros lo que significa un incremento respecto de la anterior campaña de un 26%, repartido en seis secciones de actividad con la siguiente distribución porcentual: fertilizantes 17,76%, fitosanitarios 14'07%, carburantes 61,38%, jardinería 1'71% y suministros varios 4,55% y aceite 0,53%.

Los centros de Almenara y Segorbe comenzaron con buen pie su andadura dentro de la estructura de Intercoop Comercial, incrementando su volumen de ventas en un 1% y un 11'5% respectivamente, logrando una facturación total de 1.425 miles de €.

Este año la XIII Convención de Cooperativas de suministros de Castellón se celebró en las nuevas instalaciones del Polígono SUPOI-8 de Almassora con la asistencia de un gran número de representantes de las cooperativas. Durante el transcurso de la misma se informó a los asistentes de las diferentes participaciones que mantiene Intercoop Comercial en otras empresas del grupo. Además tuvo lugar la presentación de la empresa multinacional del sector de fitosanitarios Syngenta-Agro, como adelanto al acuerdo que más adelante se formalizaría con esta firma. Al final los asistentes tuvieron ocasión de visitar las instalaciones y observar in situ el funcionamiento de las mismas.

Los **fertilizantes**, experimentaron un incremento en kilos consumidos de aproximadamente 1.000 Tm. quedando el consumo total en 33.687.472 Kg. pero sin embargo se produjo un descenso en la facturación del 8'9% quedando el total de facturación en 5.766 miles de euros. Este descenso se debe al factor de bajadas en los precios de los fertilizantes y que sin duda contribuyeron a la pequeña recuperación de este mercado.

En este segmento volvió a jugar un papel muy importante el uso de las marcas propias "MAGIC" en su labor de regulador de precios del mercado.

análisis por áreas de negocio

área de distribución

La sección de **fitosanitarios** es la tercera en peso específico de Intercoop Comercial Agropecuaria con una facturación de 4.567 miles de euros, lo que representa un descenso del un 3'5% respecto al pasado ejercicio. Este descenso vino propiciado por la escasa recuperación de la renta agraria y también por el incremento en el precio de algunos productos de gran consumo que hicieron que se resintiera el consumo.

Hay que destacar el acuerdo de distribución logrado con la empresa "Syngenta Agro" que se hizo efectivo a partir del mes de Agosto. Este acuerdo tuvo una gran aceptación por parte de las cooperativas ya que supone el acceso directo a uno de los fabricantes de mayor prestigio y calidad en el sector de los fitosanitarios. También contribuirá a incrementar el porcentaje de compras en distribución directa y por lo tanto elevará la competitividad de nuestras cooperativas socias.

El esfuerzo de las cooperativas se volvió a centrar en las compras directas al fabricante, y esto hizo que se pudieran lograr acuerdos puntuales con diversos proveedores para la compras de algunos productos. Este esfuerzo comercial concluyó con el dato de que por primera vez se supera el porcentaje del 50% en compras directas, concretamente el 51'36% frente al 44'27% del año anterior.

La sección de **carburantes** con 19.930 miles de euros de facturación es la de mayor facturación de Intercoop Comercial, con un incremento respecto al año anterior del 52'6%. Esta sección sigue con su ritmo de crecimiento continuo. Este año, el incremento de la facturación se debe fundamentalmente al espectacular incremento de los precios sobre todo en la segunda parte de la campaña. Hay que tener en cuenta que el precio medio de los carburantes que en el año 2009 fue de 0'503 €/Lt, en el 2010 ha sido de 0'613 €/Lt, es decir, ha sufrido un incremento del 21'9%.

No obstante, los litros de carburante vendidos se han visto también incrementados en un 25,1% respecto al anterior ejercicio siendo el total de litros vendidos en todos los segmentos de 31.786.282 Lts.

El departamento de carburantes de Intercoop Comercial continuó con su labor de información a las cooperativas usuarias del servicio de los aspectos comerciales, técnicos y legales necesarios para el buen funcionamiento sus instalaciones.

La sección de **suministros varios**, con 1.478 miles de euros de facturación, presenta un incremento del 62% respecto al ejercicio anterior. Los incrementos de esta sección se deben de manera importante a los frutos obtenidos por la incorporación de un comercial que nos ha permitido cerrar acuerdos con empresas para la introducción de nuevas líneas de negocio en los segmentos de ferretería y detergentes con muy buena aceptación por parte de las cooperativas.

análisis por áreas de negocio

área de distribución

La sección de **jardinería** con unas ventas de 554 mil euros presenta un muy moderado descenso respecto al año anterior del 3'3% ya que son los productos de esta sección los que más han notado los efectos de la crisis en general.

Durante el ejercicio 2010, y siguiendo la línea estratégica marcada ya desde hace más de cinco años, se ha llevado a cabo un retorno cooperativo, consistente en la bonificación a las cooperativas socias y firmantes del contrato Ventas de Intermediación Programada, de la totalidad del margen de negocio de la Cooperativa, por un importe total de 236 mil euros. Para el ejercicio 2011 se prevé seguir aumentando tanto el número de cooperativas socias como el número de operaciones acogidas al convenio.

A nivel societario, el hecho más destacado del ejercicio ha sido la integración por absorción de la Cooperativa de segundo grado Intercoop Olival Coop.V., como sección de aceite dentro de Intercoop Comercial, la integración se produjo tras el proceso de aprobación de las Asambleas Generales de ambas cooperativas y está motivada fundamentalmente por la reducción de actividad de la cooperativa fusionada, que hacía innecesario y costoso su mantenimiento como entidad independiente, produciéndose un aumento de eficiencia por reducción de costes con la fusión y siendo Intercoop Comercial como entidad de referencia en el grupo la ubicación óptima para incorporar el resto de actividad y patrimonio de la fusionada.


En cuanto a las empresas participadas, lo más destacable del ejercicio ha sido la ampliación de capital llevada a cabo en Agrotaula S.L. por importe de 400 mil euros con la finalidad de que ésta llevara a cabo la puesta en marcha de una nueva línea de negocio, consistente en la adquisición y explotación de supermercados franquiciados por Consum Coop.V. bajo la enseña Charter como una actividad muy relacionada con la gestión que ya se venía haciendo de asesoramiento y apoyo a los supermercados de las cooperativas socias. Las inversiones concretas se han llevado a cabo con las aperturas en 2010 de las tiendas en Borriol y Vilafranca.

INTERCOOP OLIVAL CAMPAÑA 2009/2010

Durante el transcurso del año, se ha continuado con el Plan establecido por el Consejo Rector para el funcionamiento de Intercoop Olival, con la adaptación de cambios y reformas para la continuidad de Olival como sección de aceite en otra entidad del grupo.

Los hechos más relevantes de la campaña han sido:

- El asesoramiento técnico a todas las cooperativas socias, se ha seguido realizando con personal de INTERCOOP OLIVAL y de forma cada vez relevante de QUALITAT I SERVEIS.



**integración
en intercoop
comercial
coop. v.**

análisis por áreas de negocio

área de distribución

- El volumen de envasado a Agrotaula ha sido aproximadamente de 90.000 lts. de Oli DOR, y la gestión de venta es realizada por Agrotaula, S.L., con la colaboración del personal de Olival.
- Propuesta de prejubilación para el próximo ejercicio dentro de la sección de aceite en comercial agropecuaria, del único empleado existente.
- Petición de devolución de las aportaciones voluntarias, pertenecientes a las Cooperativas asociadas, o aquellas que han causado baja en Olival.
- Formalización de compra/venta de la maquinaria de envasado de Olival a la Cooperativa de Villar de Arzobispo, sita en las instalaciones de esta última.
- La actual campaña ha sido normal a nivel nacional, con una producción de 1.400 miles Tm. En la comunidad Valenciana ha sido baja, situándose en unas 18.000 Tm, aunque baja en Valencia y Castellón y alta en Alicante.
- Con respecto a Intercoop Olival, ha sido aprox. entre 2.300 Tm y 2.500 Tm., la cantidad producida por las cooperativas asociadas
- En cuanto a los precios de aceite envasado, después de los ajustes a la baja del precio de los gráneles a lo largo del año, han tenido una cierta estabilidad a lo largo de la campaña.

AGROTAULA, S.L.

La actividad de la sociedad se ha centrado en la comercialización de productos de alimentación en general y lotes de navidad, así como de suministro a tiendas de productos de consumo doméstico, básicamente los supermercados y tiendas de las cooperativas socias. Se ha finalizado durante el ejercicio el proceso de externalización y traspaso de las actividades que no son propiamente las mencionadas. Después de la reubicación ya culminada de los almacenes de suministros agrarios en Intercoop Comercial, se ha finalizado el traspaso de la gasolinera de Agroclot y se han externalizado todos los procesos productivos que se venían desarrollando por cuenta propia y que se centraban en la elaboración de vinos y de patés de aceituna y otros derivados del aceite.

El volumen de facturación en el ejercicio ha sido de 9.529 miles de € lo que representa un incremento sobre el ejercicio anterior del 92,5%, prácticamente se han doblado las ventas.

Cabe destacar entre estas actividades el desarrollo del convenio con Consum para la instalación de tiendas Charter en las cooperativas. Partíamos de 11 tiendas, Viver, Atzeneta, Agricoop, Benicarló, Burriana, Almazora, Moncofar, Villafamés, Vall D'Uixó, Jérica y Cabanes. En el año 2010 se han abierto las tiendas de Borriol y de Villafranca y ampliado de forma considerable la de Jérica.

**nuevas tiendas
charter**

análisis por áreas de negocio

área de distribución

aumento de un 22% de facturación en el área distribución alimentaria

El volumen de facturación en este apartado ha sido de 7.231 miles de euros, siendo el año anterior de 2.904 miles, por tanto supone un 148% de incremento. La diferencia corresponde a un mayor número de tiendas operativas durante todo el ejercicio, más que a un incremento de precios o ventas por tienda, aunque las mismas aumentan en casi todos los casos.

Al final del año, y tras llegar a la finalización del convenio firmado en su día, se ha renovado y firmado uno nuevo con Consum Coop. V., con ligeras modificaciones sobre el anterior buscando más simplicidad en la operativa comercial pero manteniendo en lo esencial la filosofía del mismo inalterada a la vista del desarrollo conseguido en los últimos ejercicios.

En lo referente a la campaña de Lotes de Navidad las ventas han alcanzado 742 miles de euros, lo que supone una disminución respecto al ejercicio anterior entorno al 20%, produciéndose una reducción en el importe medio de los lotes, aunque se han mantenido los clientes y las ventas en unidades. Este año se ha notado una reducción de los presupuestos para esta partida, ya que el regalo de navidad no es de los gastos imprescindibles en las empresas y por tanto es de los primeros a la hora de ajustar el presupuesto.

La otra actividad importante desarrollada durante el ejercicio ha sido la gestión del producto con marca propia, vino, aceite y derivados, quesos, etc. Se han gestionado en los mercados naturales: tiendas cooperativas de la provincia, Consum, distribuidores, horeca y exportación, manteniendo pese a la crisis una actividad con desarrollo y proyección de futuro. Junto con las distribuciones nos ha permitido incrementar las cifras de ventas hasta los 1.100 miles de euros, lo que ha supuesto un incremento del 22% con relación al año anterior.

Dentro de las nuevas actividades de este ejercicio destaca la comercialización de cítricos en mercados internacionales, con unas ventas de alrededor de los 250.000€.

análisis por áreas de negocio

área de frutos secos

modernización planta descascaradora

INTERCOOP FRUITS SECS, COOP.V.

En la campaña que se analiza en el presente informe de gestión, el volumen de almendra en grano comercializado por los socios de Intercoop Fruits Secs fue de 1.278 Tm., con un valor de 3.753 miles de €.

Intercoop Fruits Secs y la Cooperativa Agrícola "San Isidro" de Cuevas de Vinromá Coop.V., prorrogaron el contrato de intercooperación por el cual se le compra toda su producción, siendo el volumen comercializado de 307 Tm. de almendra en grano. Con la empresa Almendras Vinroma S.A. se han efectuado compras por un total de 74.795 Kg de almendra en grano. Las compras a terceros de almendra descascarada en Cabanes, han sido el equivalente a 137.834 Kg de almendra en grano, con lo que el volumen total de almendra en grano comercializado por Intercoop Fruits Secs durante el ejercicio fue de 1.798 Tm. por un importe total de 6.148 miles de €.

En lo relativo a la producción de algarrobas, el volumen total comercializado fue de 1.267 Tm., con un valor total de 228 miles de €.

La principal novedad en el área de frutos secos se refiere a la finalización del traslado de las instalaciones de repelado de modo que en mayo quedaron libres las naves donde se ubicaba, permitiendo el inicio de un ambicioso proyecto de renovación de las instalaciones de descascarado que va a modernizar la planta, permitiendo tanto una mayor cantidad de producto procesado por rapidez y menos mantenimientos, como un aumento en la calidad del acabado, lo cual debe repercutir en satisfacción de los clientes y mayores precios. La inversión, planificada con detalle en 2010, se inició a finales de año por la fase de selección y secado y se completará en 2011 con la fase de descascarado, y va a suponer una inversión total de más de 1.200 miles de euros.

SUBVENCIONES:

No se ha recibido ningún tipo de subvención a través de la OPFH, por lo que durante esta campaña se ha aplicado la cuota periódica anual a los frutos de cáscara y algarrobas, aprobado en Consejo Rector de 17 de junio, en concepto de servicios prestados a los socios por asistencia técnica, formación y confección de expedientes por un importe de 15,50 €/Ha.

DATOS OPFH:

El número de socios productores de la Organización es de 2.551. La superficie queda prácticamente igual que en el ejercicio anterior, y se sitúa en 11.961 hectáreas.

análisis por áreas de negocio

área de frutos secos

DESARROLLO DE PROYECTOS, FRUSI:

Durante esta campaña se ha continuado con el cultivo de la finca de FRUSI, sociedad participada por Intercoop Fruits Secs en Argentina, alcanzándose un desarrollo vegetativo adecuado para la zona, cumpliéndose los objetivos de cuadro de mando y desarrollo interno de la empresa marcados en el proyecto. Se ha cumplido asimismo el presupuesto de inversiones y gastos según lo planificado y siguiendo con el correcto desarrollo agrario de la plantación, se espera la entrada en producción de la parte de la finca plantada en primer lugar para el próximo año 2011. El entorno financiero dificulta la consecución de recursos para la finalización del proyecto, de modo que éstos se aportan, fundamentalmente por los socios, lo cual hace a la empresa muy sólida pero supone un gran esfuerzo para éstos.

análisis por áreas de negocio

área de servicios

INTERCOOP QUALITAT I SERVEIS, COOP. V.


Es la entidad del grupo Intercoop de referencia en el área de servicios, como cooperativa de segundo grado que asocia a un mayor número de cooperativas. Presta servicios profesionales y técnicos, dando cobertura a las necesidades que requiera la gestión empresarial de las cooperativas socias.

Al igual que en ejercicios anteriores, se ha estado trabajando en el contenido de los servicios y en su desarrollo, con el objetivo de lograr, tanto una anticipación en la prestación del servicio, como el logro de la satisfacción del cliente. Para ello, es fundamental seguir apostando por la formación de los profesionales que prestan los servicios, la utilización de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, todo ello para ir adaptándonos a un entorno sumamente cambiante, y poder actualizar nuestra oferta, a lo que realmente los socios y clientes esperan de nosotros.

El volumen de facturación alcanzado se sitúa en 1.935 miles de euros, que si bien representa un descenso del 5% sobre el alcanzado en el ejercicio precedente, está por encima del planificado, ya que dada la situación general del sector de actividad con descensos generalizados de clientes y facturación, hubiera sido lógico un descenso mayor. Se ha conseguido, pues, neutralizar en gran parte la bajada general con el desarrollo de nuevos servicios. Pese a la ligera disminución en la cifra de negocio, el excedente del ejercicio ha sido de 16.665 miles de €, lo cual, si bien sigue siendo modesto, ha supuesto un incremento respecto al del ejercicio anterior del 5%.

Se encuentra estructurada a través de las siguientes áreas de servicios:

- El Área los servicios JURIDICOS Continúa la participación del Letrado asesor, en su calidad de miembro del Consejo Valenciano del Cooperativismo, en la tramitación y resolución de arbitrajes cooperativos, así como en las reuniones del Consejo Económico y Social de la Comunidad Valenciana (CES). En el sistema de iguales para la prestación de los servicios jurídicos, se han acogido a este sistema de servicio 77 cooperativas
- Por lo que respecta al Área LABORAL se han confeccionado nóminas y seguros sociales a 87 entidades. Se ha dado cobertura a los diversos cambios normativos acontecidos en materia laboral.
- En relación al SERVICIO MANCOMUNADO DE PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES se ha alcanzado la cifra de 130 cooperativas adheridas. Se sigue colaborando con la Federación de Cooperativas Agrarias de Cataluña en la prestación del servicio a 29 cooperativas catalanas. Se han impartido 309 horas de formación al personal de las cooperativas adheridas al servicio.
- En el Área de CALIDAD se ha estado trabajado con 76 entidades, desarrollando e implantando normas de calidad en 32, asesoramiento en temas de seguridad



estabilidad en
ventas
satisfacción
cliente
nuevos
servicios

análisis por áreas de negocio

área de servicios

alimentaria en y 17 en certificación de producción integrada, a través de la ECC. Se han impartido 249 horas de formación a cooperativas en materia de manipulación de alimentos, APPCC y auditorías internas.

- En el Área de SUBVENCIONES se han llevado la gestión de 17 programas operativos y se han trabajado con un total de 60 cooperativas, habiéndose gestionado y tramitado 45 expedientes de ámbito local, autonómico, estatal y europeo. Asimismo se han tramitado renovaciones en el Registro oficial de establecimientos y servicios plaguicidas, así como renovaciones en el Registro Sanitario de Industrias.
- Por lo que respecta al Área de ASESORIA Y CONSULTORIA CONTABLE-FISCAL, se ha prestado servicio a un total de 71 entidades, participando en sesiones de formación dirigidas a Consejos Rectores de cooperativas.
- En relación al Área de SEGUROS AGRARIOS se ha trabajado con 47 cooperativas. Se sigue prestando especial dedicación al capítulo de la formación, tanto a los gestores de las cooperativas como a los socios. Se han contratado 5.481 pólizas. Se sigue participando activamente tanto en las Comisiones Territoriales como en los grupos de trabajo de normativa, tanto en la Consellería como en el Ministerio, junto con Enesa y Agroseguro. Por primer año se ha dado inicio a la contratación de la línea nueva por módulos para explotación de cítricos con 400 pólizas
- En cuanto al Área de SEGUROS GENERALES, a través de la entidad participada Coopalicas, Correduría de Seguros, S.L., se ha trabajado con 47 Cooperativas. Este ejercicio se ha realizado un gran esfuerzo en la venta de productos como salud, hogar y otros.
- En cuanto al Área de INGENIERIA se han realizado el seguimiento de los planes de mejora de cultivo en común a las 10 cooperativas del año anterior. Asimismo se ha seguido trabajando en trámites de legalización de proyectos de seguridad industrial, licencias de actividad, reconocimientos de O.P.F.H., así como diversos estudios y proyectos en 20 clientes.

En el área de servicios, se ha incorporado con fuerza tras su redefinición Intercoop Promotora y Gestora de Negocios, como sociedad prestadora de servicios comerciales de momento orientada a la apertura y consolidación de mercados exteriores para sus socios, entre los cuales y de forma mayoritaria se encuentra nuestro grupo junto con empresas de primer nivel de nuestro entorno. 2010 ha sido el año de lanzamiento y ya se han iniciado algunas concreciones fruto de su actividad. Se trata, no obstante, de una carrera de fondo cuyos resultados no pueden ser inmediatos y para los cuales hay que perseverar al menos varios ejercicios.

análisis por áreas de negocio

área representativa

UNIONES Y FUNDACION INTERCOOP

El proceso iniciado hace ya varios años, de transformación de las entidades representativas del cooperativismo agrario, ha llegado a buen fin a lo largo de este ejercicio, y la nueva entidad única de carácter representativo ha pasado a ser la federación "Cooperatives agro-alimentàries Comunitat Valenciana" siendo una organización de adscripción directa de las sociedades cooperativas, de modo que las Uniones provinciales se han integrado en la misma desapareciendo como entidades independientes.

En parte como previsión de lo anteriormente expuesto, así como también por el convencimiento de que va a ser de utilidad para el desarrollo cooperativo y territorial de nuestro entorno, el Grupo ya constituyó la Fundación Intercoop anteriormente, pero en este año 2010 y en el próximo va a tener un aumento extraordinario de actividad, ya que aparte de iniciar su actividad ordinaria, el proceso culminado en las Uniones, le reportará nuevas áreas de actividad que hasta ahora llevaban a cabo éstas, fundamentalmente en todo lo relacionado con la formación.

La creación de la Fundación Intercoop, comporta muchas ventajas para el grupo, pues, fundamentalmente, amplía la base de trabajo y la posibilidad de hacer actividades de interés general.

La Fundación se plantea, como líneas estratégicas de trabajo, por una parte la mejora de las actividades existentes, y por otra la búsqueda incesante de otras, nuevas, que nos den una perspectiva de innovación y de futuro.

Para ello se ha dotado de unos instrumentos durante el ejercicio que nos van a ayudar a desarrollar su función : La configuración de proyectos, tanto piloto con carácter medioambiental como de cooperación internacional, la inversión en formación y en promoción cooperativa, acciones en el área de desarrollo rural, trabajos nuevos con cooperativas a través de la asistencia técnica, nuevas actividades de energías alternativas y también estudios sobre frutos secos, aceite y productos minoritarios alternativos de zonas desfavorecidas a través del Centro tecnológico.

A partir de todo ello se pretende llegar a lo que serían los objetivos básicos de esta Fundación:

- Generación de suficientes recursos (autofinanciación)
- Fortalecimiento del conocimiento
- Generalizar la autoestima de lo rural y agrario
- Apertura al exterior (cooperación)

Con ello la idea es ir fraguando una evolución y mejora en la concepción de la cooperativa agrícola actual, así como ir conceptualizando la cooperativa rural del futuro en muchas zonas de nuestro territorio.

retos para 2011 y siguientes

Al tener situada la previsión de entorno para el próximo o próximos ejercicios en una fase similar del ciclo, las consideraciones hechas para 2010 siguen siendo válidas, por lo que las grandes líneas se van a mantener y por tanto los objetivos van a ser consecuentes.

- Centrar los esfuerzos de crecimiento en los sectores actuales, ampliando, si es posible, su base de clientes y referencias.
- Simplificación en lo posible de las estructuras a todos los niveles, reforzando en todo caso la vertiente comercial y de atención al cliente/usuario.
- Aprovechamiento al máximo de los recursos disponibles para aumentar eficiencia conjunta.

información financiera

A continuación se presentan los datos más significativos de la información financiera de las empresas del grupo, a nivel conjunto para las entidades:

- Grupo Intercoop – sociedad cabecera
- Intercoop Comercial Agropecuaria Coop.V. (Incluida Olival) con Agrotaula S.L.
- Intercoop Qualitat i Serveis Coop.V. con Coopalicas S.L., Intercoop Promotora y Gestora de Negocios S.L., y AyC Consultoría
- Intercoop Fruits Secs Coop.V.
- Frusi, S.L.

cifras relevantes



generación de cash flow

645.412€



información financiera

ventas por áreas

54,48 mill.€



clientes

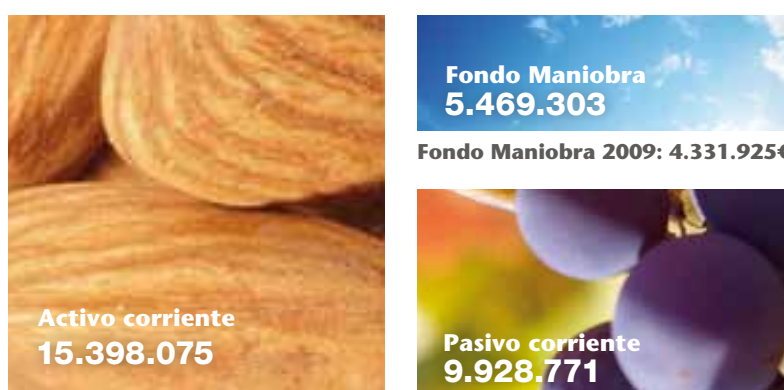
Concentración

% de cooperativas que suponen el 80% sobre márgenes y sobre ventas



información financiera

Destacar que, como se observa en los datos, las sociedades del grupo a nivel conjunto presentan una alta proporción de patrimonio neto respecto al total de balance (59%) así como un fondo de maniobra de más de 5,4 millones de euros.



En cuanto a las principales cifras de la actividad, y respecto a las mencionadas sociedades, detallamos por empresas las principales magnitudes.

AÑO 2010

Empresas*	Cifra de negocio	Resultados de la explotación	Resultados del ejercicio
GRUPO INTERCOOP	1.385.266	31.882	22.414
I.C.A.	32.546.738	-40.231	92.429
I.Q.S.	1.935.904	22.358	15.936
AGROTAULA	9.485.622	8.695	2.745
I.F.S.	7.485.958	483.053	14.053
COPALICAS	440.599	5.136	3.855
U.P.C.	98.594	-3.748	-1.692
I.P.G.N.	0	3.889	1.890
U.P.A.	111.460	3.523	502
AYC	150.544	1.008	663
FUNDACION INTERCOOP	0	3.383	1.933
TOTAL	53.640.685	518.948	154.728

AÑO 2009

TOTAL	43.232.529	267.417	165.024
--------------	-------------------	----------------	----------------

* No incluye a I. Olival absorbida por ICA el 30/09/10

información financiera

El valor generado por las empresas del grupo en el ejercicio se distribuye según el siguiente detalle a nivel conjunto, y recoge no solo el excedente que se va a destinar a reforzar el patrimonio del grupo sino el valor aportado a la sociedad mediante salarios, tributos, formación a trabajadores y bonificaciones y retornos a socios fundamentalmente. El indicador ha aumentado un 24% respecto al ejercicio anterior.

creación de riqueza

Creación de riqueza	6.399.543	100,00%
Salarios de los trabajadores	3.692.410	57,70%
Formación socios y trabajadores	29.031	0,45%
Retornos a socios	573.031	8,95%
Intereses capital de socios	93.171	1,46%
Atribuido a reservas (empresa)	135.347	2,11%
Provisiones/amortizaciones (empresa)	975.800	15,25%
Tributos y Seg. Social (comunidad)	900.753	14,08%

Creación de riqueza 2009: 5.152.680€



Pol. Ind. SUPOI-8, C/ Dels Ibers, 24
12550 Almassora (Castelló)
Tel. 964 503 250 · Fax. 964 563 950
intercoop@intercoop.es
www.intercoop.es