



Cooperamos
para
crecer juntos

Contenido

1. Características	6
2. Alcance	6
3. Informe Representante Legal año 2022	7
5. Nuestro Enfoque Estratégico	10
5.1. Misión	10
5.2. Valores	10
5.3. Visión	10
5.4. Nuestra promesa de valor con nuestros públicos de interés	11
6. Nuestra Cooperativa	12
7. Nuestro Gobierno Corporativo	13
7.1 Asamblea General	13
7.2 Consejo de Administración	14
7.4. Junta de Vigilancia	14
8. Balance Empresarial	15
9. Impacto de nuestras operaciones	16
9.1. Unidad Comercial	16
9.1.1. Ejecución Presupuestal Año	16
9.1.2. Comportamiento de las ventas	17
9.1.3. Nuestros productos y canales de servicio clave en el proceso de recuperación	18
9.1.4. Canales de servicio	19
9.1.4.1. Servicio Presencial	19
9.1.4.3. Servicio Virtual	21
9.1.4.4. Servicio RAPPI	21
9.1.5. Nuestros clientes	22
9.1.6. Campañas Comerciales	23
9.1.6.1. Actividades de posicionamiento de MARCA	23
9.1.6.2. Actividades o Campañas por Categorías 2022	23

9.1.6.3 Apoyo Servicio 24 Horas	24
9.1.6.4. Apoyo ciudades críticas	25
9.1.6.5. Días sensacionales	25
9.1.6.7. Catálogos promocionales	25
9.1.7. Rebajas y Descuentos	27
9.1.8. Costo de venta	28
9.1.9. Otros Ingresos	28
9.1.10. Gastos de operación	31
9.1.11. Gastos Financieros	32
9.2. Resultados Unidad de Negocios Servicoop	33
9.2.1. Ingresos	33
9.2.2 Gastos de operación	34
9.2.3. Cartera	34
9.2.4. Hoja de ruta proyectos	35
11. Balance de compras y logística	36
11.1. Logística	38
11.1.1 Recepción y Almacenamiento	38
11.1.2 Despachos y Devoluciones	38
11.2. Costos logísticos	39
13. Sistemas de Riesgos	40
13.1 Sistema Integral de Administración de Riesgos - SIAR	40
13.2 Sistema de Administración de Riesgo Operativo - SARO	40
13.3. Sistema de continuidad del negocio	42
13.4. Sistema de Administración de Riesgo de Liquidez - SARL	43
13.4.1. KPI - Unidad de Negocio Comercial	43
13.4.2. KPI - Servicoop	44
13.5. Sistema de Administración de Riesgo de Crédito - SARC	44
13.6 Sistema de administración del Riesgo del Mercado - SARM	45
13.7 Sistema de Administración del Riesgo del Lavado de Activos y de la Financiación del Terrorismo - SARLAFT	46

13.7.1 Conocimiento del Cliente	46
13.7.4. Capacitaciones Sarlaft	47
13.7.5. Reportes a la UIAF (Unidad de Información y Análisis Financiero)	47
13.7.6. Plan de Mejoramiento SARLAFT	47
15. Balance Social	48
15.1. Desempleo: Panorama del 2022 y lo que viene para el 2023	48
15.2. Comportamiento de nuestros indicadores de planta de personal	48
Contrato fijos	49
15.3 Procesos de eficiencia de los recursos	50
15.4. Rotación de personal	50
15.5. Índice de desvinculación	52
	52
15.6. Ausentismo	53
15.7 Manejo de COVID	54
15.9. Pensionados y Prepensionados	55
15.10. Formación a los Trabajadores	56
Gestión Solidaria	56
Gestión Corporativa	57
Profesionalización del Talento Humano	57
15.11 Beneficio a los Empleados	58
15.11.1 Auxilio al Empleado	58
15.11.2 Estímulos y Reconocimiento	59
15.12. Beneficios a los Asociados	60
15.12.1. Convenio con el ICETEX	60
15.12.2. Fondo de solidaridad (fondo con apropiación de excedentes, no generan gasto)	60
15.12.3. Fondo de educación (fondo con apropiación de excedentes, no generan gasto)	61
15.12.4. Otros Fondos-Programa SEA	62
15.13. Sindicatos	63
16. Programas de Responsabilidad Social y Empresarial	64

16.1. Fundación Copservir	64
16.2. Fondo Mutuo de inversión MI FUTURO	67
19. Conclusiones	68

1. Características

Se presenta a los grupos de interés el Informe Anual correspondiente al año 2022 y que rinde cuentas sobre:

Los resultados obtenidos en la actividad socioeconómica de la cooperativa.

1. El avance en el desarrollo de la Cooperativa bajo los lineamientos establecidos en el Plan Estratégico.
2. El cumplimiento de la estrategia de satisfacer las necesidades de los clientes de manera diferencial por medio del crecimiento y desarrollo comercial.
3. Cumplimiento de leyes y normatividad incluyendo circulares y decretos de orden nacional y local para la atención de la emergencia sanitaria.
4. La participación de la Cooperativa en el bienestar y crecimiento humano y profesional de los asociados-trabajadores, cumpliendo con el propósito esencial de prevención y protección.
5. Principales impactos, prácticas, resultados y retos en el ámbito social, ambiental y económico.
6. Los posibles cambios en las perspectivas económicas para responder ante la nueva situación que vive la economía nacional.



2. Alcance

El informe comprende datos de la gestión corporativa durante el año 2022 en las unidades de negocio en las que se desarrollan operaciones: sedes administrativas, direcciones de zonas y puntos de venta. Se incluyen todas las variables relacionadas en los estados financieros, durante el periodo que abarca el reporte.

3. Informe Representante Legal año 2022



Apreciados Asociados, Clientes, Proveedores y Público en general, en el presente informe presento los hechos más relevantes de Copservir durante el año 2022.

El anterior fue un año lleno de retos para la cooperativa, diferentes circunstancias que nos afectaron también nos impulsaron a generar diferentes estrategias que tienen como objetivo garantizar la estabilidad del negocio y su continuidad, así como la

protección de los empleos de nuestros asociados trabajadores; El pasado 12 de julio de 2022 Tribunal Superior del Distrito Judicial de Bogotá decidió confirmar el fallo de primera instancia proferido en el año 2016, mediante el cual se dispuso la extinción de 880 establecimientos de comercio de la cadena La Rebaja Droguería y minimarkets.

De acuerdo con lo anterior, la SAE y Copservir inician formalmente el periodo de transición de 5 años tiempo en el que Copservir seguirá fiel a su modelo de administración permitiendo así mantener la solidez comercial y la protección de los empleos que a su vez benefician a cerca de 10.000 familias.

Así mismo, el pasado 23 de noviembre de 2022, la SAE y Minsalud suscribieron un *Memorando de Entendimiento* orientado a mejorar los procesos de administración de los activos de la sociedad distribuidora Drogas la rebaja S.A. un documento que busca *“fortalecer los vínculos y participación de todos los actores en el proceso e intercambio de información, para dar alcance a los objetivos del Gobierno Nacional en el interés de llevar servicios de salud donde vive la gente y a los lugares más alejados y vulnerados del país”*.

Nuestra Cooperativa Copservir, administradora de los establecimientos de comercio La rebaja droguerías y minimarkets, como actor principal de este proceso se encuentra realizando los acercamientos y gestiones necesarias con las entidades del Gobierno Nacional buscando participar y apoyar activamente sus iniciativas que constan en ofrecer nuevos planes de prestación de servicios dentro del marco de la regulación a la que actualmente se encuentra ajustada la cooperativa en la administración de los establecimientos farmacéuticos. Considerando que es una gran oportunidad para seguir poniendo al servicio de los colombianos nuestros 27 años de experiencia construyendo la cadena de droguerías más grandes del país, resaltando siempre que la salud y el bienestar de los colombianos también son nuestra razón de ser.

Dar continuidad a implementaciones tecnológicas de avanzada es para Copservir un desafío que ha asumido exitosamente a lo largo de su historia, es por ello que en este nuevo momento hemos avanzado en el proyecto de implementación de una **IPS virtual**, donde podemos ofrecer un ecosistema de salud digital al alcance de todos, permitiéndonos llegar a las poblaciones más apartadas del territorio colombiano.

Nuestra realidad cooperativa siempre ha estado acompañada de grandes cambios que nos han invitado a romper fronteras creando nuevos objetivos de posicionamiento y crecimiento horizontal en el mercado. Con éxito hemos logrado la apertura de **52 nuevos puntos de venta**, y la transformación de **puntos de venta tradicional al formato plus, inversión que alcanzó para este año la suma de \$11.800 millones**, consolidando así **1.011 puntos** de venta a nivel nacional con cobertura en 195 municipios.

Para el cierre del año la Cooperativa logró finalizar con un resultado superior en ventas al obtenido en el mismo periodo del 2021 registrando un **crecimiento del 8.1%**, permitiendo finalizar el año con una generación de **excedente de \$8.114 millones**, gracias al compromiso en el seguimiento del plan de austeridad en costos y gastos.

Nuestro crecimiento horizontal continua como un relevante planteamiento de posicionamiento y fortalecimiento de la marca.

La actualidad nos convoca a consolidar nuestra estrategia de omnicanalidad, fortalecer nuestros canales de ventas **lopido.com** y **larebajavirtual.com**, así como a ofrecer un óptimo servicio a nuestros clientes quienes realizan sus compras desde la comodidad de sus hogares o el lugar donde se encuentren, con la posibilidad de elegir diferentes opciones de pago.

Nuestra expansión digital se evidencia en el próximo lanzamiento de nuestra **app para Proveedores** que nos permitirá avanzar en el desarrollo colaborativo permitiéndole a sus usuarios tener al alcance de su mano información sobre, inventarios, vectorización, formulación, información de precios entre otros.

Continuando con el desarrollo de avances tecnológicos, se implementa **larebajavirtual.com Ventas Empresariales B2B** plataforma Ecommerce, una nueva vitrina comercial, para las marcas de nuestros aliados.

El servicio a nuestros clientes se ha convertido en una gran prioridad, es por ello que ahora cuentan con **conexión a red gratuita WiFi**. Un nuevo servicio que será el punto de enlace con estrategias a futuro, las cuales nos permitirán conocer mucho mejor a nuestros clientes, preferencias y gustos en tiempo real, además de interactuar con ellos, conocer opiniones y mejorar procesos

Se fortalece la entrega de beneficios, en un año que marca la diferencia otorgando la suma de **\$5.900 millones** a los asociados trabajadores en los diferentes programas de bienestar como auxilios, estímulos y contribuciones de los fondos de solidaridad y educación.

Con relación al Bienestar y fortalecimiento de los procesos de formación y profesionalización de nuestro talento humano, es de resaltar que Copservir mantiene su compromiso brindando los auxilios y contribuciones, que desde el año 2014 se otorgan desde el convenio con el **Icetex** adjudicando la suma de \$4.821 millones a 495 asociados e hijos. Este convenio tiene un saldo disponible de \$1.124 millones, para continuar con el apoyo al desarrollo profesional de los asociados y sus familias.

Ver el resultado en el cumplimiento de nuestro objetivo de Responsabilidad Social Empresarial nos llena de gran satisfacción, pues a través del desarrollo de múltiples actividades realizadas durante 14 años en todo el territorio colombiano, ejecutamos el propósito de brindar ayudas a las diferentes comunidades en situación de vulnerabilidad, además de aquellas que aún sienten los resultados negativos de una pandemia. Fue un gran reto que con agrado hoy vemos cumplido **111** familias afectadas por cáncer reciben nuestros auxilios. Realizamos **87.000** tamizajes para detección temprana de Cáncer de mama. Copservir como principal padrino aportó durante 14 años **la suma de \$1.475 millones**. *Nuestra Fundación Copservir se despide en el 2022 con una inversión total de \$9.700 millones* dando paso al nacimiento de un nuevo proyecto donde la experiencia de 14 años sea el mayor recurso para proyectar el nacimiento, crecimiento y fortalecimiento de un nuevo programa de responsabilidad social.

Para el 2023 llega nuestra **Fundación Abrazos del Alma**, que con sus dos programas bandera, Cáncer Infantil y Cáncer de Mama, busca reducir los factores de riesgo, impulsar la detección temprana, mejorar el acceso al diagnóstico, un tratamiento adecuado y cuidados paliativos amorosos.

Copservir sustentada en la base del trabajo colaborativo y la mirada de sus 6.587 asociados puesta en un mismo objetivo, seguirá logrando mantenerse posicionada en el mercado.

Es esta la oportunidad para invitar a todos los Asociados, al Grupo Directivo, al Consejo de Administración, la Asamblea de Delegados y la Junta de Vigilancia a continuar generando nuevas oportunidades de crecimiento que nos lleven a posicionar a este exitoso Modelo Cooperativo en los más altos y reconocidos rankings empresariales del país.

Cordialmente,

Mario Andrés Rivera Mazuera
Gerente General
Copservir Ltda

4. Nuestro Enfoque Estratégico

4.1. Misión

Fortalecer y generar relaciones comerciales con los grupos de Interés a través de un servicio diferenciador e innovador, soportado en un modelo cooperativo sostenible que contribuye al bienestar de los asociados y sus familias

4.2. Valores



Solidez



Excelente servicio



Innovación



Confianza

4.3. Visión

Ser la mejor cooperativa multiactiva con experiencia digital, para nuestros clientes y asociados.



N.	CANAL DE ATENCION	Modalidad de Ventas Origen		Modalidad de Ventas Asistidas	
		Ventas presenciales	Ventas No Presenciales	Ventas Asistidas	Ventas No Asistidas = ECommerce
1	Presencial Pos Web	si		si	
2	VAP venta asistida presencial	si		si	
3	Telefonico Numeros Unicos Ciudad		si	si	
4	VAM venta asistida móvil		si	si	
5	Telefarma (Centro Contactos)		si	si	
6	Número Único Nacional CC (Próximamente)		si	si	
7	Venta Nacional	si		si	
8	App lopido Go	si			si
9	Auto shop	si			si
10	Rappi	si			si
11	Páginas web lopido.com móvil y escritorio		si		si
12	Páginas web la rebaja virtual móvil y escritorio		si		si
13	App lopido		si		si
14	Chat Bot		si		si
15	Mercado Libre (Proximamente)		si		si

4.4. Nuestra promesa de valor con nuestros públicos de interés

Colaboradores	Nos esforzamos por consolidar nuestra cultura de servicio y clima organizacional. Nos comprometemos a generar crecimiento personal y profesional a nuestros trabajadores-asociados, garantizando bienestar y calidad de vida para ellos y sus familias.
Clientes	Ofrecer productos y servicios con variedad en el surtido para cumplir las necesidades originadas por ellos de forma inmediata, convirtiéndose en el centro de nuestras estrategias.
Proveedores	Relaciones comerciales con crecimiento y desarrollo económico bajo criterios de responsabilidad y lealtad.
Comunidad en general	Aportar al desarrollo de nuestro país, mediante el bienestar y la salud del pueblo colombiano con la prestación de nuestros servicios y los programas liderados a través de la Fundación Copsevir que impactan a la comunidad donde hacemos presencia.



Foto: Plus 12 Barranquilla- Villa Campestre

5. Nuestra Cooperativa

Copservir nació como un sueño de la cooperación y trabajo en equipo que nos ha impulsado a realizar innumerables esfuerzos por el bienestar de nuestros asociados trabajadores y sus familias.

Después de más de 27 años somos una Cooperativa Multiactiva conformada por 6.574 trabajadores, que comercializan productos y servicios bajo la marca comercial La Rebaja Droguerías y Minimarkets, como también a través de nuestro Marketplace Lopido.com y nuestra tienda La Rebaja virtual.com.

Hacemos presencia en 195 municipios del país, donde tenemos al servicio de la comunidad 1.011 Puntos de Venta.



Durante el año se realizó apertura de cincuenta y dos puntos de venta (pdv), la transformación de 8 puntos de venta a formato Plus conveniencia y el cierre de 9 puntos de venta por criticidad financiera, restitución negociada y mandato legal.

6. Nuestro Gobierno Corporativo

La estructura organizativa de la cooperativa, está conformada de la siguiente manera:



6.1 Asamblea General

Durante el año 2022 se llevaron a cabo dos asambleas de delegados, la ordinaria, que se llevó a cabo en 23 marzo en la ciudad de Medellín y una extraordinaria celebrada el 17 de noviembre en la ciudad de Bogotá, las conclusiones de las reuniones quedaron definidas en las actas.

6.2 Consejo de Administración

Los integrantes del Consejo de Administración, se observan en la siguiente imagen:



6.3. Junta de Vigilancia

La junta de Vigilancia de la cooperativa está conformada de la siguiente manera:



7. Balance Empresarial



Concepto	Año 2022	Año 2021	Año 2020	Año 2019
Ventas netas (\$ millones)	1.377.478	1.274.080	1.186.053	1.119.586
Crecimiento en ventas	8,12%	7,42%	5,90%	-0,60%
Costo de Venta (% participación)	70,31%	70,66%	70,39%	70,32%
Nivel de endeudamiento	47,33%	46,59%	46,87%	51,55%
Numero de registros	63.480.475	60.433.761	54.862.106	63.123.201
Promedio de compra por cliente (\$ pesos)	21,699	21,082	21,619	17,737
Puntos de venta a nivel nacional	1.011	968	943	945
Participacion venta no presencial	28,30%	27,00%	32,10%	25,60%
Indicador de satisfaccion de clientes	4,10	4,20	4,52	4,22
Participacion en el mercado	*11%	18,50%	19,00%	19,00%
Saldo en caja (\$ millones)	50.969	58.823	92.229	69.088
Inversiones en renta fija (\$ millones)	13.564	15.614	11.910	13.370
Inversiones en cartera colectiva (\$ millones)	12.407	12.407	47.026	14.353
Creditos otorgados a los asociados (\$ millones)	41.072	31.567	26.792	35.426
Auxilios asociados (\$ millones)	1.387	1.228	1.037	955
Ingreso de personal	66	-15	162	-46
Planta de personal	6.574	6.508	6.523	6.361
Excedente neto (\$ millones)	8.114	12.358	29.906	6.203
EBITDA (\$ millones)	18.135	21.443	38.014	13.310

*Según IQVIA



Cada logro cosechado es una motivación para seguir comprometidos con poner en cada acción el conocimiento y habilidad, pilares indispensables para seguir demostrando a los clientes y proveedores que Copsevir se adapta a los cambios y sus necesidades para seguir honrando la promesa de valor y cumplir nuestra misión de cooperados para crecer juntos.

8. Impacto de nuestras operaciones

La Cooperativa genera un excedente de de \$8.114 millones, una disminución 4.244 millones que representa un decrecimiento del 34.3%, este resultado obedece a un crecimiento en los gastos superior al de las ventas, generando un menor margen operacional de \$3.065 millones, a este resultado se suma el reconocimiento de los siniestros por valor de \$2.570 millones (fraudes recarga de contenidos, Tarjeta de Crédito, etc), siendo el de mayor impacto el caso de pines de contenido de recargas Spotify, Netflix, Free fire entre otros, presentados durante el mes de noviembre de 2021 a febrero de 2022 en dos puntos de Copsevir ubicados en de la ciudad de Cali

El resultado del año se distribuye un 22% del excedente generado por la unidad comercial y el 78% la unidad de servicoop (Servicio al Asociado).

8.1. Unidad Comercial

El excedente generado por la Unidad Comercial fue de \$1.772 millones, inferior en \$4.388 millones respecto al año 2021, decrecimiento que como se indicó estuvo afectado principalmente por los siniestros presentados en este período. Además otros factores, como el incremento del dólar que causa el incremento de insumos y servicios, el desabastecimiento de algunas referencias, desastres naturales que causaron cierre de vías y el alto IPC, que tuvieron un impacto importante, que se refleja en el decrecimiento del 27.3%, del excedente operacional.

8.1.1. Ejecución Presupuestal Año

ESTADO DE RESULTADOS										
ACUMULADO										
DICIEMBRE 2022										
Valores en millones \$										
CUENTAS	REAL		PTO		VARIACION		AÑO ANTERIOR		CRECIMIENTO	
	\$	% S/V	\$	% S/V	\$	%	\$	% S/V	\$	%
INGRESOS ORDINARIOS POR VENTAS	1.418.935	103,0%	1.411.540	103,0%	7.396	100,5%	1.319.161	103,5%	99.774	7,6%
DEVOLUCIONES EN VENTAS	20.714	1,5%	18.061	1,3%	-2.653	114,7%	21.074	1,7%	-360	-1,7%
REBAJAS Y DCTOS EN VTAS	20.744	1,5%	23.232	1,7%	2.488	89,3%	24.007	1,9%	-3.264	-13,6%
VENTAS NETAS	1.377.478	100,0%	1.370.247	100,0%	7.231	100,53%	1.274.080	100,0%	103.398	8,1%
COSTO DE VENTA	968.482	70,31%	966.109	70,51%	-2.372	100,2%	900.203	70,66%	68.279	7,6%
EXCEDENTE BRUTO EN VENTAS	408.996	29,7%	404.138	29,5%	4.858	101,2%	373.877	29,3%	35.119	9,4%
OTROS INGRESOS OPERACIONALES	45.413	3,3%	44.073	3,2%	1.340	103,0%	42.530	3,3%	2.883	6,8%
EXCEDENTE OPERATIVO	454.409	33,0%	448.211	32,7%	6.198	101,4%	416.407	32,7%	38.001	9,1%
GASTOS DE VENTA	332.333	24,1%	325.193	23,7%	-7.140	102,2%	301.448	23,7%	30.885	10,2%
EXCEDENTE BRUTO OPERACIONAL EN VENTAS	122.076	8,9%	123.018	9,0%	-942	99,2%	114.959	9,0%	7.117	6,2%
GASTOS DE ADMINISTRACION	113.911	8,3%	110.903	8,1%	-3.008	102,7%	103.730	8,1%	10.181	9,8%
EXCEDENTE NETO OPERACIONAL	8.164	0,6%	12.115	0,9%	-3.950	67,4%	11.229	0,9%	-3.065	-27,3%
OTROS INGRESOS	14.295	1,0%	8.948	0,7%	5.347	159,8%	12.254	1,0%	2.042	16,7%
INGRESOS POR SERVICIOS DIFERENTES DEL O.S.	1.856	0,1%	1.440	0,1%	416	128,9%	1.477	0,1%	379	25,6%
GASTOS FINANCIEROS	9.328	0,7%	9.154	0,7%	-174	101,9%	8.435	0,7%	893	10,6%
OTROS GASTOS	13.216	1,0%	8.576	0,6%	-4.640	154,1%	10.365	0,8%	2.851	27,5%
EXCEDENTE ANTES DE IMPTOS	1.772	0,1%	4.774	0,3%	-3.002	37,1%	6.160	0,5%	-4.388	-71,2%
IMPUESTO DE RENTA		0,0%		0,0%	0	0,0%		0,0%	0	0,0%
EXCEDENTE NETO	1.772	0,1%	4.774	0,3%	-3.002	37,1%	6.160	0,5%	-4.388	-71,2%

8.1.2. Comportamiento de las ventas

Las ventas de la unidad comercial en el año 2022 ascienden a 1.377.478 millones, aumentan 103.398 millones en relación al año anterior, lo que representa un crecimiento del 8.1%.

Para lograr este crecimiento, lleva a cabo la apertura de 52 nuevos puntos de venta y la transformación a formato plus conveniencia de otros 8.

El crecimiento en ventas estuvo soportado por un aumento en el precio de los productos y un aumento en las unidades por cliente alineado a la estrategia de diversificación del portafolio y transformación de formatos.

Factores que afectan los resultados:

- Decrecimiento en ventas en 52 municipios de los 195 que cubrimos a nivel nacional, siendo los de mayor porcentaje Los Patios (-23.22%), Pivijay (-19.65%), Ciénaga de Oro (-17.07%), Carepa (-16.15%), Moniquirá (-12.31%), Pacho (-11.60%), estos municipios con gran descenso cuentan con un punto de venta y Los Patios que tiene tres puntos de venta.
- El cierre de 9 puntos de venta, con impacto frente al presupuesto en menores ventas por \$5.376 millones.
- La aplicación de la circular 013 de 2022, de acuerdo con la circular, regulariza el precio para 639 de estos productos, afectando en 102 referencias a la cooperativa con un impacto en la disminución en ventas por la suma de \$2.169 millones.

Respecto al cumplimiento presupuestal de las ventas en el año, enero es el mes de mayor cumplimiento en ventas, generado por la continuidad en ventas de productos preventivos para el Covid-19 dado a un cuarto pico de la pandemia registrado en ese periodo, los meses posteriores ya se registra una normalidad en la salud pública, permitiendo entrar a un periodo de post-pandemia.

Cifras en millones \$\$\$

Unidad de Negocio	Real 2022	Presupuesto 2022	Cumplimiento %	Participacion %	Año 2021	Crec en Vta
ALIMENTOS Y BEBIDAS	\$ 156.668	142.172	110,2%	11,4%	\$ 133.471	17,4%
OTC	\$ 358.415	338.407	105,9%	26,0%	\$ 317.289	13,0%
CUIDADO PERSONAL	\$ 202.666	194.331	104,3%	14,7%	\$ 179.610	12,8%
UNIDAD RX	\$ 608.875	621.664	97,9%	44,2%	\$ 575.941	5,7%
HOGAR Y BIENESTAR	\$ 36.363	51.487	70,6%	2,6%	\$ 48.348	-24,8%
TECNOLOGIA E INTERES GENERAL	\$ 14.491	22.186	65,3%	1,1%	\$ 19.421	-25,4%
TOTAL	\$ 1.377.478	\$ 1.370.247	100,5%	100,0%	\$ 1.274.080	8,1%

El mayor crecimiento en pesos se presentó en la categoría OTC (13.0%) que corresponde a \$41.125 millones, seguido de RX con un crecimiento del 5.8% que corresponde a \$33.546 millones, frente al mismo periodo del año anterior, estas dos categorías representa el 71.8% del crecimiento que presentó la Cooperativa (\$74.671 millones), contrarresta este resultado la disminución en ventas de las categorías de Hogar y Bienestar -24.8% y Tecnología que decrece el 25.4%.

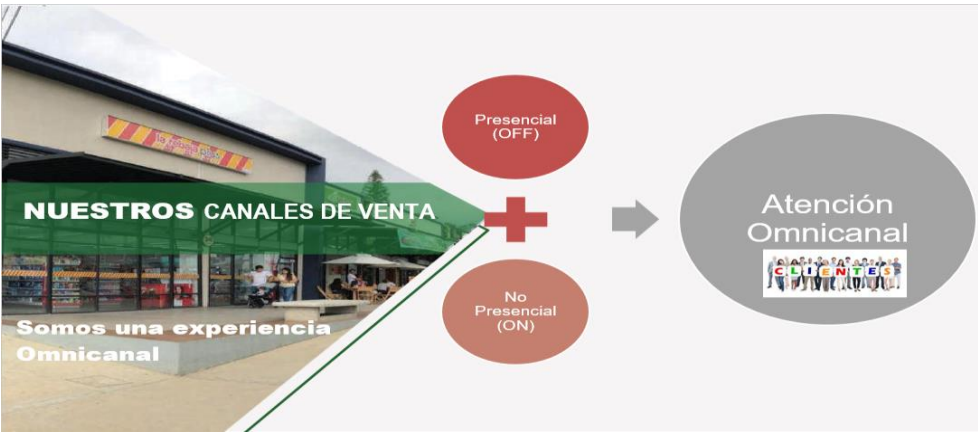
Después de la pandemia donde los productos preventivos al covid-19 fueron los de mayor demanda,

en la conciencia del consumidor quedó la prevención de virus en alergias respiratorias, es por esta razón que la continuidad en la venta de productos antigripales y de aparatos respiratorios siguen siendo de buena demanda, indudablemente junto a los tapabocas presenta en el último trimestre una tendencia al decrecimiento.

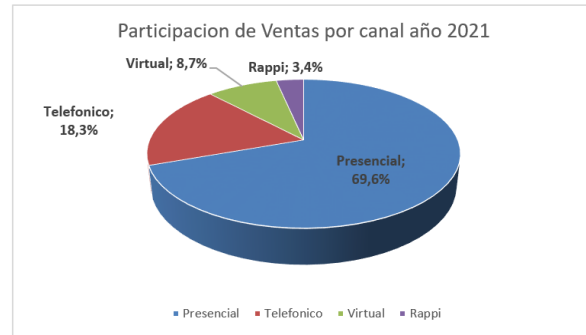
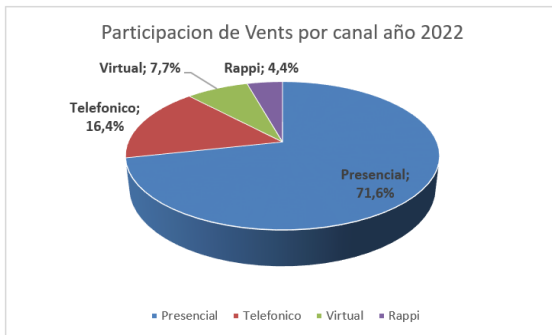
RANK	CATEGORIA	VENTAS			
		2021	2022	VAR	%CREC
1	APARATO RESPIRATORIO	40.810	52.288	11.478	28,1%
2	TOS	18.683	28.323	9.639	51,6%
3	ANTIGRIPALES	20.483	28.866	8.383	40,9%
4	APARATO DIGESTIVO Y METABOLICO	79.937	86.608	6.671	8,3%
5	ANTISEPTICO ORAL	13.676	20.134	6.458	47,2%
6	PAÑALES	33.306	39.287	5.981	18,0%
7	REHIDRATACION	18.053	23.763	5.710	31,6%
8	FORMULAS INFANTILES	43.544	48.853	5.309	12,2%
9	ANTIINFECCIOSOS	66.663	71.461	4.798	7,2%
10	DOLOR E INFLAMACION	56.417	61.123	4.707	8,3%

8.1.3. Nuestros productos y canales de servicio clave en el proceso de recuperación

Aunque tenemos tres canales de atención, nuestra estrategia de servicio va orientada a generar una conexión entre todos para atender al cliente de forma interconectada, no importa dónde se encuentre el cliente: en un dispositivo móvil o de escritorio, en un teléfono o en una tienda física, la experiencia será igual de excepcional.



8.1.4. Canales de servicio



Los canales de servicio que ofrece la Cooperativa se ajustan eficientemente a las necesidades o momentos del mercado; como era de esperarse debido a la post-pandemia, llevó a un ambiente de mayor confianza entre los consumidores, aumentando la participación de las ventas presenciales algo de esperarse a medida que se normalizo la movilidad y recuperando la libre circulación.

Se observa movimiento entre los diferentes canales de servicio que comprenden las ventas de la Cooperativa, respecto al año anterior.

8.1.4.1. Servicio Presencial



El servicio presencial (normal) registró ventas por \$985.918 millones, participando con el 71.6% del total de las ventas, crece este canal el 11.2% con respecto al mismo periodo del año anterior; la apertura de 52 puntos de venta fueron aportantes para el crecimiento en 1.9%

8.1.4.2. Servicio Telefónico

Registra una participación del 16.4%, presentando ventas por \$225.616 millones, decrece el 3.4% frente al año anterior; la participación sobre las ventas disminuye, producto de mayor presencia de los clientes en los puntos de venta físicos.

Estrategias adicionales que refuerzan el posicionamiento y comunicación del servicio a domicilio son:



- Continuamos con la comunicación del servicio a domicilio con divulgación en medios masivos como radio, prensa, revistas especializadas, televisión con comerciales de 5' y 10', en grandes eventos deportivos y de interés general, entre otros. Inversión: **\$2.423 millones**
- Durante el 2022 se realizó campaña nacional del número único en ciudades que cuentan con este número con participación de radio y televisión regional. Inversión: **\$210 millones**
- Reparto de Sticker imán a través de recibos de servicios públicos, en sectores de ciudades, donde los puntos de venta presentaban bajos resultados en la venta a domicilio o en nuevos sectores donde se quiere posicionar la marca y potencializar el mercado.
- Total Inversión de la estrategia con recibos públicos: **\$168 millones.**
- #421, los medios que participaron en esta campaña fueron TV Nacional y TV Regional. Inversión: **\$86 millones**
- **Estrategia CLIC TO CALL:**

Campaña de Comunicación Digital, asociada con los números telefónicos de La Rebaja; en donde se compran palabras relacionadas con: domicilio, La Rebaja domicilios, Drogas La rebaja, etc., visualizando el número Único de la ciudad donde se hace la búsqueda y se da la posibilidad que el cliente realice la llamada y se logre concretar una venta.

Ventajas de la estrategia:

- Aprovechar la búsqueda sobre la prestación del servicio en medios digitales.
- Convertir las búsquedas en una oportunidad de compra.
- Recordación de marca y del servicio a domicilio en la ciudad que se está buscando.

Mes	Impresiones	Clics	CPC	Inversion
Enero	353.747	63.651	\$275	17.543.030
Febrero	229.253	42.003	\$379	15.929.166
Marzo	158.256	26.667	\$493	13.159.803
Abril	204.413	34.371	\$504	17.543.505
Mayo	190.480	32.352	\$542	17.545.227
Junio	217.491	39.105	\$427	16.716.061
Julio	145.409	24.449	\$537	13.157.531
Agosto	269.711	63.231	\$277	17.544.978
Septiembre	242.581	58.801	\$298	17.544.853
Octubre	249.123	62.558	\$278	17.437.548
Noviembre	216.711	61.216	\$286	17.543.134
Diciembre	0	0	\$0	0
Total Año	2.477.175	508.404	\$358	181.664.836

* no se realizó esta actividad en el mes de diciembre.

Se puede observar los mejores resultados en los meses de mayo, septiembre, agosto, noviembre, abril, enero, y octubre (en orden descendente), por el aumento de la demanda en dichos meses.

El total de impresiones en el año fue de 2.477.175, el número total de clicks fue de 508.404, el costo promedio por clic (CPC) fue de \$358, mientras el total de la inversión en el 2022 alcanzó los \$181 millones.

- **Total Inversión de la estrategia: \$181 millones.**

8.1.4.3. Servicio Virtual

Se generan estrategias enfocadas en posicionamiento de marca, tráfico de clientes a las tiendas virtuales y promoción de actividades para impulsar la venta en el canal virtual. En Colombia, encontramos en el e-commerce un incremento de las visitas a las páginas web de cadenas, droguerías y aplicaciones de domicilios.

La tienda virtual alcanza ventas por la suma de \$105.790 millones, disminuye su participación en el 7.7% sobre el total de las ventas, respecto al mismo periodo del año anterior se presenta un descenso del 4.5%.

Para el fortalecimiento de las ventas no presenciales se continúa en constantes mejoras y estabilización de la transformación a nivel de arquitectura en términos de E commerce en el mes de septiembre se dio la salida de Mercado Libre, generando ventas de los sellers en el último por valor de \$120 millones, a la fecha contamos con 57 sellers, 29 sellers Vtex-Vtex y 28 Sellers Portal, con un total 8.899 referencias, esto nos permite con estos convenios ampliar el portafolio y mayor cubrimiento a las necesidades y requerimientos de los clientes.

El objetivo es continuar su expansión, desarrollando diferentes actividades que buscan mantener los clientes establecidos y captar la atención de nuevo público, impactado con actividades promocionales propias, de proveedores y sellers por medio de sms, mailing, Google smart, pmax, meta, criteo, tiktok y youtube asociado a contenidos en la tienda virtual.

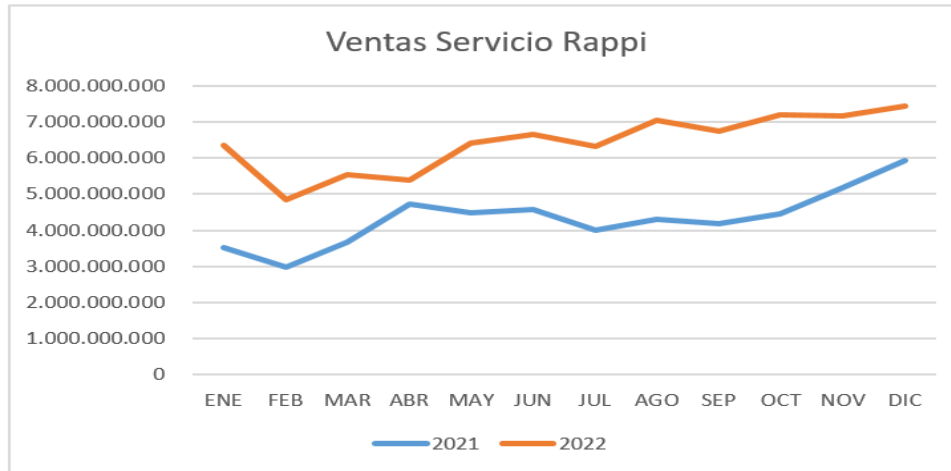


8.1.4.4. Servicio RAPPÍ



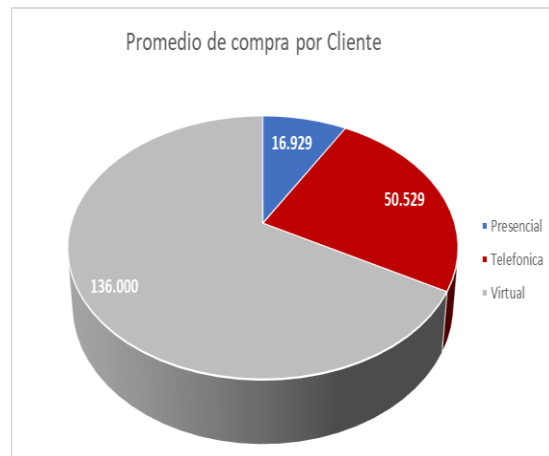
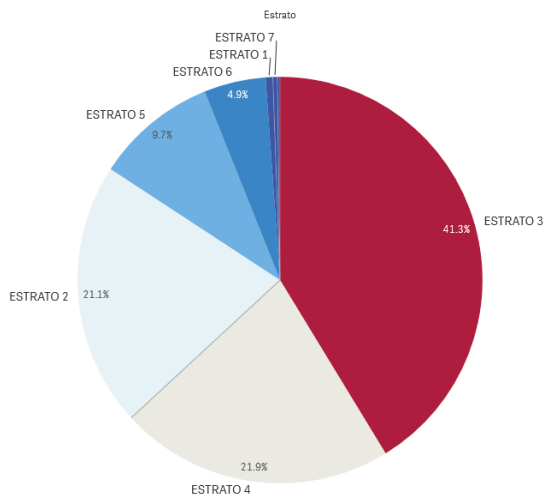
Es un canal que viene en crecimiento constante alcanzando una participación del 4.3% sobre el total de las ventas, superando el rango de venta de \$60.000 millones en el año

Su presencia en 60 ciudades principales o municipios con 685 puntos de ventas, ha significado para la marca La Rebaja una plataforma de gran desempeño con crecimientos exponenciales como se nota a continuación en términos de ventas:



8.1.5. Nuestros clientes

En el año 2022 se atiende un promedio de 5.290.040 clientes por mes, creciendo el 5.04% respecto al mismo periodo año anterior, el promedio de compras aumenta el 2.93%, pasando de un promedio de compra de \$21.082 a \$21.699, siendo el mayor promedio en el canal virtual y el menor en el canal presencial, en tal sentido la recuperación de clientes es la principal incidencia en el resultado de las ventas; por estratos las mayores concentraciones en participación se dan en el estrato 3 con el 41.3% , estrato 4 con el 21,9% y estrato 2 con el 21,1% de participación sobre el total de las ventas.



8.1.6. Campañas Comerciales

8.1.6.1. Actividades de posicionamiento de MARCA

En el año 2022 se reforzaron temas de exposición de la marca en medios masivos como la televisión nacional e internacional, la radio nacional, local y la prensa. Con estos medios también se integra la publicidad no convencional, expuesta en espacios como aeropuertos, con pantallas led y cajas de luz, adicionalmente se logra desarrollar actividades con proveedores que generan demanda en los PDV mediante promoción y comunicación radial.

CANAL	INVERSION
ECOMMERCE	3,193,397,789
PRESENCIAL	2,380,792,050
SAD (TELEFÓNICO)	1,352,252,861
COM. MARCA	1,112,952,855
RELACIONES CON LOS CLIENTES	238,450,794
CONVENIOS EMPRESARIALES	591,164
TOTAL MERCADEO + ECOMMERCE	8,278,437,513
APORTE PROVEEDORES	
FLETES	265,195,484
CARGO PDV	163,790,006
TOTAL	8,707,423,003

La inversión total de 8,707 millones representa el 0.63% de las ventas, sin el aporte de los proveedores representa el 0.60% sobre las ventas.

8.1.6.2. Actividades o Campañas por Categorías 2022

Durante el año 2022 se desarrollaron 13 Campañas por Categorías, las cuales contaron con presupuesto de Mercadeo y aportes de proveedores.

Estas campañas aportaron al desarrollo y crecimiento de las categorías y al conocimiento de las mismas.

ORDEN	CAMPAÑAS X CATEGORIAS	MES DE EJECUCION
1	CUIDADO EN CASA	Marzo
2	NUTRICION INFANTIL	Febrero y Junio
3	CAMPAÑA SALUD, NUTRICION Y BIENESTAR	Marzo y Julio
4	SEMANA DEL ADULTO MAYOR	Mayo, Julio y Septiembre
5	CAMPAÑA NATURALES	Mayo
6	SEMANA MUNDO DEL BEBE	Julio
7	CAMPAÑA CUIDADO DE LA PIEL Y CABELLO	Julio y Septiembre
8	COMUNICACION DERMOCOSMETICA	Julio y Septiembre
9	CUIDADO ORAL	Octubre
10	CUIDADO DE GRIPA Y TOS	Octubre
11	CAMPAÑA CUIDADO PERSONAL	Noviembre
12	CUIDADO DE DIABETES	Noviembre
13	CUIDADO DEL ESTOMAGO	Diciembre

Estrategias Presenciales para PDV



8.1.6.3 Apoyo Servicio 24 Horas

Se buscó reforzar el posicionamiento del Servicio 24 Horas, promoviendo diversas actividades como componentes de apoyo en cada inclusión a los puntos de venta.

Durante el año 2022, adicional al apoyo comunicacional que se ha direccionado a los puntos de venta que abrieron o reactivaron el servicio 24 horas, también se ejecutaron planes de medios enfocados a mejorar los resultados en aquellos puntos de venta o sectores que presentaban los más bajos resultados tanto en en ventas como en excedentes.

La inversión para esta estrategia corresponde a \$246 Millones.

8.1.6.4. Apoyo ciudades críticas

De acuerdo al análisis de los resultados en ventas, el área de Mercadeo en el 2022 apoyó en promedio 118 pdv que proyectaban decrecimiento, a las cuales se le ordenó plan de comunicación y material POP orientado a lograr revertir los resultados negativos.

Plan de Medios: Programación de Pauta Radial en las emisoras locales de más alto rating en las ciudades contempladas. Perifoneo en los PDV escogidos para ello.

Material POP: Se envía material a los 118 PDV con 2.000 Volantes Genéricos y 1.000 Sticker Imán o Volante + Imán para los puntos que cuentan con Servicio a Domicilio.

La inversión para esta estrategia corresponde a \$146.8 millones.

8.1.6.5. Días sensacionales

Para el año 2022, se propuso realizar la actividad Día Sensacional en ciudades y PDV que lo solicitaron a través del formulario Wrike y en donde se comprobó que los resultados en ventas no eran los mejores. La mecánica de la actividad consistió en que por compras iguales o superiores a \$20.000 los clientes participaban durante el día en el sorteo de premios como Electromenores.

La inversión para esta estrategia corresponde a \$361 Millones.

8.1.6.6. Participación fiestas nacionales

ORDEN	ACTIVACION FERIAS Y FIESTAS NACIONALES	MES DE EJECUCION
1	CARNAVALES PASTO	Ferero
2	CARNAVAL BQUILLA	Marzo
3	SEMANA SANTA	Abril
4	FESTIVAL VALLENATO	Mayo
5	REINADO DEL BAMBUCO NEIVA	Julio
6	FESTIVAL FOLCLORICO IBAGUE	Julio
7	FERIA DE LAS FLORES	Agosto
8	FERIA DE BUCARAMANGA	Septiembre

Participación de la marca en las fiestas nacionales, estas actividades atendiendo a un cronograma de eventos con el propósito de desarrollar momentos de contacto con los clientes que fijen la marca y creen futuros acercamientos por la referencia y el posicionamiento.

La inversión destinada para esta estrategia es de \$163 Millones.

8.1.6.7. Catálogos promocionales

El catálogo promocional es una herramienta de ventas en la cual se presenta un amplio portafolio de productos de todas las categorías, con descuentos especiales que se ofrecen en temporadas

específicas. Se elaboran 200.000 catálogos promocionales que se distribuyen en todos los PDV a nivel nacional.

Este catálogo cuenta con la participación e inversión total por parte de los proveedores.

Durante lo corrido del año 2022 se programó la publicación de ocho catálogos promocionales.

Inversión: \$1.033 Millones

8.1.6.8. Inversión en Medios Masivos Sector Farmacéutico

- La inversión en medios ATL (Sobre la línea) cierra el año 2022 con un leve crecimiento del 1% (\$12.524.935560) en la inversión publicitaria de todos los sectores en comparación al año 2021 (\$12.401.013.314).
- En el 2022, la Categoría de Droguerías tuvo un decrecimiento de inversión del -6%. El líder de la categoría es Cruz Verde quien hace inversión continua con mayor pico en septiembre y noviembre, seguido por Colsubsidio con inversión continua y un pico de inversión en el mes de noviembre y La Rebaja cuyo pico de inversión es en diciembre.
- El medio de mayor participación en el 2022 fue TV (TV Nal 31%, TV Reg 11%, TV Sus 4%) seguido de Radio 41%, Prensa 11%, Pub. Exterior 2% y Revistas 1%.
- La inversión presenta un comportamiento irregular durante el año 2022. Mostrando picos de inversión dependiendo de las campañas de cada anunciante.
- Los líderes de inversión publicitaria presentaron la siguiente participación en medios:
 - Cruz Verde: TV Nal 58%, Radio 34%, Prensa 8%
 - Colsubsidio: TV Nal 17%, Tv Reg 10%, Tv Sus 8%, Radio 23%, Prensa 19%, Pub Ext 4%, Revistas 3%.
 - La Rebaja: TV Nal 9%, Tv Reg 16%, Tv Susc 9%, Radio 57%, Prensa 6% Revistas 1%, Pb Ext 1%.

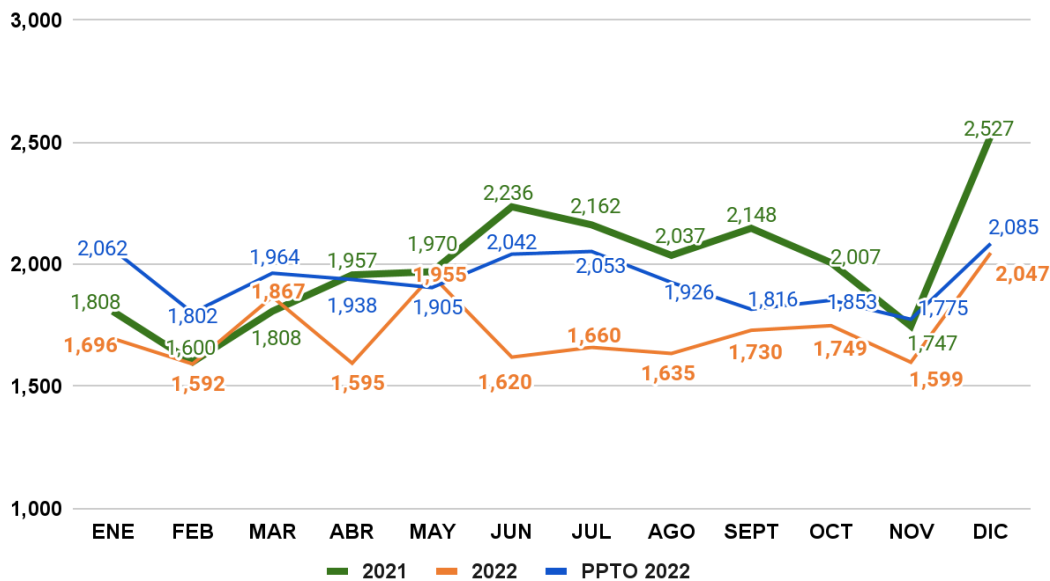


INVERSION POR ANUNCIANTE Ene-Dic

ANUNCIANTE	DIC. 2022	SOI	2022	SOI	2021	SOI	VAR
LA REBAJA + LOPIDO	\$ 1.191.921	23%	\$ 5.908.069	16%	\$ 6.204.865	16%	-5%
DROGUERIA C RUZ VERDE	\$ 1.178.752	23%	\$ 14.685.588	40%	\$ 14.389.442	37%	2%
CAFAM	\$ 1.024.700	20%	\$ 1.934.019	5%	\$ 2.297.623	6%	-16%
C OLSUBSIDIO	\$ 933.193	18%	\$ 8.144.184	22%	\$ 8.357.885	22%	-5%
FARMACENTER	\$ 302.627	6%	\$ 881.314	2%	\$ 817.870	2%	8%
FARMATODO	\$ 167.013	3%	\$ 686.646	2%	\$ 883.904	2%	-22%
DROGUERIA CUTS	\$ 162.116	3%	\$ 1.237.866	3%	\$ 1.103.871	3%	12%
LOCATEL	\$ 77.866	1%	\$ 738.071	2%	\$ 767.676	2%	-4%
MULTIDROGAS	\$ 63.993	1%	\$ 802.031	2%	\$ 1.278.916	3%	-37%
LA ECONOMIA DROGUER	\$ 56.615	1%	\$ 662.565	2%	\$ 1.048.967	3%	-37%
ALEMANA DROGUERIA	\$ 48.801	1%	\$ 626.927	2%	\$ 1.673.021	4%	-63%
DROGUERIA INGLESA	\$ 48.801	1%	\$ 518.815	1%	\$ 360.264	1%	44%
TOTAL	\$ 5.207.597	100%	\$ 36.827.035	100%	\$ 39.384.304	100%	-6%



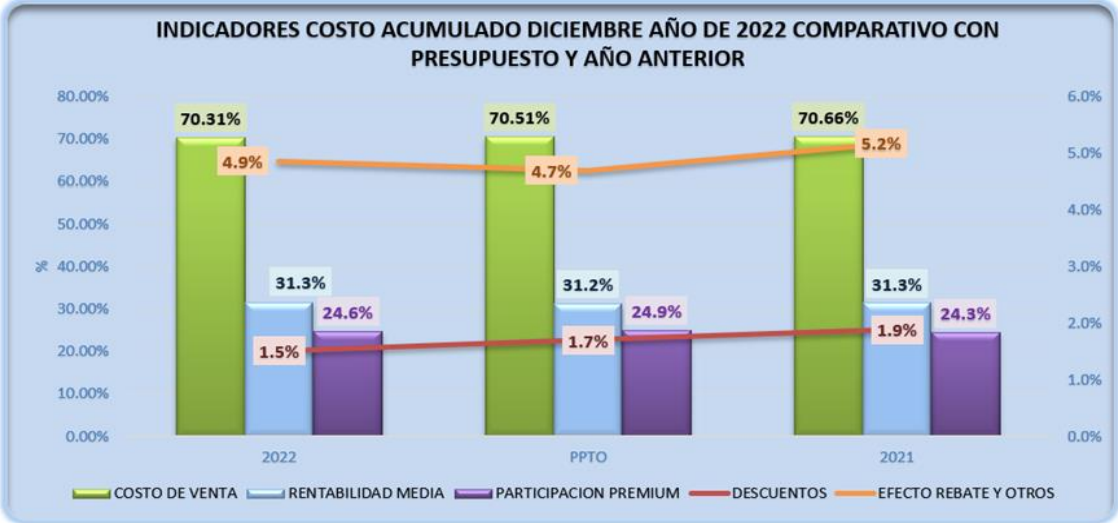
8.1.7. Rebajas y Descuentos



Las rebajas y descuentos presentan una ejecución de \$20.744 millones, un cumplimiento del presupuesto del 89.3% y un decrecimiento 13.6% frente al año anterior. La implementación de la herramienta de precios transformó la dinámica del precio, con el propósito de ser más competitivos, se trasladó el impacto directamente a la disminución del margen bruto del producto para ser más ágiles en la dinámica competitiva.

Entre los mecanismos de descuentos también se tiene la tarjeta MAS siendo un descuento presencial que se otorga a los clientes que compran en nuestros puntos de venta, pero desde el año anterior este beneficio solo se focaliza en puntos de ventas con dificultades comerciales al cumplimiento en venta, de otra parte la gestión comercial permite mayor apalancamiento por parte de los proveedores en los descuentos hacia los clientes, todo lo anterior inciden en la variación favorable de este indicador, además, el incremento en la venta reduce su participación.

8.1.8. Costo de venta



La Cooperativa logró ejecutar la participación del costo de venta por debajo del indicador presupuestado en el 0.20%, equivalente a \$2.726 millones y frente al año anterior disminuye 0.35%, incrementando los excedentes en \$4.784 Millones.

El presupuesto considerado para el año 2022, representaba un reto importante a nivel comercial y financiero, para cumplir las ventas, y así mismo, optimizar los recursos invertidos, para lograr decrecer en la participación del costo en 0.15 puntos, esto se logró gracias al trabajo conjunto de las áreas y el monitoreo constante a las variables que hacen parte del costo de ventas, tomando decisiones asertivas que permitieron alcanzar el objetivo, disminuyendo el indicador en 0.35 puntos. Los indicadores que aportaron mayor impacto positivo al resultado son la participación de los descuentos y los cumplimientos en Rebate y otros recursos recibidos de proveedores.

8.1.9. Otros Ingresos

Ascienden a 61.561 millones, que representan el 4.47% de las ventas, se cumple el presupuesto en el 113%, creciendo el 9.4% en relación con el año anterior.

Valores en miles de \$

NOMBRE DE LA CUENTA	REAL		PPTO		VARIACION		AÑO ANT		CRECIMIENTO	
	\$	% SV	\$	% SV	\$	% C.	\$	%SV	\$	% C
SERVICIO A DOMICILIO 19%	8.784.871	0,64%	9.560.475	0,70%	-775.604	91,9%	8.990.805	0,71%	-205.934	-2,3%
OTROS INGRESOS FINANCIEROS	27.243.881	1,98%	25.047.720	1,83%	2.196.141	108,8%	24.567.621	1,83%	2.688.340	10,9%
ING ESP POR ROTACION Y DINAMICA CCIAL	16.308	0,00%	0	0,00%	16.308	100,0%	0	0,00%	16.308	0,0%
VENTA DE MATERIALES VARIOS	26.189	0,00%	23.715	0,00%	2.474	110,4%	23.769	0,00%	2.420	10,2%
ESPACIOS	406.112	0,03%	460.730	0,03%	-64.618	88,1%	301.460	0,02%	104.652	34,7%
VENTA INFORMES ESTADISTICOS	10.903.178	0,79%	9.846.384	0,72%	1.056.794	110,7%	9.606.295	0,75%	1.296.883	13,5%
BASCULAS PDV	2.348	0,00%	119	0,00%	2.229	1974,9%	1.084	0,00%	1.265	116,7%
SERVICIOS LOGISTICOS	14.322	0,00%	106.355	0,01%	-92.033	13,5%	31.838	0,00%	-17.516	-55,0%
PARTICIPACION EN CAMPAÑAS	1.293.537	0,09%	793.342	0,06%	500.195	163,0%	884.649	0,07%	408.888	46,2%
DINAMICA COMERCIAL	12.093.531	0,88%	12.385.972	0,90%	-292.441	97,6%	11.791.359	0,93%	302.171	2,6%
CONVENIOS CREAR	2.488.336	0,18%	1.431.103	0,10%	1.057.232	173,9%	1.917.067	0,15%	571.268	29,8%
OTROS BIENES	7.676.933	0,56%	8.071.087	0,59%	-395.154	95,1%	7.665.900	0,60%	10.033	0,1%
PUNTA DE GONDOLA	7.675.933	0,56%	8.071.087	0,59%	-395.154	95,1%	7.665.900	0,60%	10.033	0,1%
COMISIONES	1.707.849	0,12%	1.393.388	0,10%	314.463	122,6%	1.316.649	0,10%	382.201	29,8%
VENTAS EN COLABORACION EMPRESARIAL	1.641.285	0,12%	1.360.597	0,10%	280.688	120,6%	1.284.305	0,10%	356.981	27,8%
CONCESION ESPACIO PDV	3.546	0,00%	0	0,00%	3.546	100,0%	300	0,00%	3.246	1081,6%
POLIZAS DE SEGUROS	63.016	0,00%	32.789	0,00%	30.230	192,2%	31.044	0,00%	31.874	103,0%
OTROS INGRESOS OPERACIONALES	45.412.514	3,3%	44.072.668	3,2%	1.339.846	103,0%	42.529.876	3,34%	2.882.639	6,8%
INGRESOS FINANCIEROS	9.921.525	0,72%	8.558.979	0,62%	1.362.546	115,9%	8.182.710	0,64%	1.738.815	21,2%
UTILIDAD EN VENTA DE PROP, PLANTA Y EQUIPO	107.347	0,01%	89.869	0,01%	17.478	119,7%	127.381	0,01%	-20.035	-15,7%
RECUPERACIONES	4.248.509	0,31%	299.794	0,02%	3.948.715	1416,1%	3.938.436	0,31%	307.073	7,8%
DIVERSOS	18.079	0,00%	0	0,00%	18.079	100,0%	4.974	0,00%	13.104	263,4%
OTROS INGRESOS	14.292.459	1,04%	8.948.441	0,65%	5.344.018	169,7%	12.253.502	0,96%	2.038.957	16,64%
ARRENDAMIENTO	722.636	0,05%	737.089	0,05%	-14.453	98,0%	682.520	0,05%	40.116	5,9%
INDEMNIZACIONES	632.729	0,05%	333.858	0,02%	298.871	189,5%	536.250	0,04%	96.479	18,0%
APROVECHAMIENTOS	476.330	0,03%	382.018	0,03%	93.312	124,4%	270.882	0,02%	204.448	75,5%
COMISIONES	25.334	0,00%	13.061	0,00%	12.273	194,0%	12.366	0,00%	12.968	104,9%
INGRESOS POR SERVICIOS DIFERENTES AL O.S.	1.856.029	0,13%	1.466.026	0,11%	390.003	126,6%	1.502.017	0,12%	354.012	23,57%
TOTAL OTROS INGRESOS	61.561.002	4,47%	54.487.136	3,98%	7.073.867	113,0%	56.285.394	4,42%	6.275.608	9,4%

Las principales variaciones positivas se registran en las siguientes cuentas:

Recuperaciones: se registra recuperación realizadas desde la planeación tributaria que permiten el ajuste de menores provisiones que contribuyen positivamente el resultado en \$3.945 millones.

Ventas Informes estadísticos: las negociaciones comerciales con los diferentes socios estratégicos permitieron generar un aporte superior al presupuesto de \$1.056 millones, creciendo el 13.5% respecto al año anterior.

Convenios Crear: Se genera un excedente en este convenio por la suma de \$1.057 millones, los cuales fueron invertidos en actividades con proveedores dirigido al canal Lopido, de esta manera esta variación positiva compensa en gran parte el desfase que registró los gastos con proveedores de 2.148 millones.

Ingresos Financieros por negociaciones de tesorería y portafolio de inversiones: Se generan \$9.922 millones producto de la maximización de los excedentes de liquidez, con una mayor ejecución presupuestal de \$1.362 millones.

En el siguiente cuadro se detallan estos ingresos de acuerdo con el tipo de inversión o negociación realizada:

Colocación	Saldo	Rendimiento Acum.	%EFECTIVA
Cartera Colectiva	15.210.607	1.322.113	16,88%
Inversiones	13.563.741	1.079.068	10,96%
Negociaciones Pronto Pago	10.258.850	5.048.610	19,56%
Rendimientos por Intereses de mora	4.094.962	2.470.438	15,29%
Recuperacion de otras cuentas por cobrar		1.297	0,00%
Total	43.128.160	9.921.525	15,58%

De otra parte **los ingresos por servicio a domicilio** registra una variación negativa de \$775.6 millones y decrece respecto al año anterior el 2.3%, que se presenta por la disminución de 651.746 entregas respecto al 2021, la gerencia de logística para contrarrestar este decrecimiento subió tarifas de cobro en el mes de diciembre, la planta domiciliaria solamente disminuyó en 8 personas frente al periodo comparado.

Se logra gestionar 363 acuerdos comerciales, registrando un crecimiento del 7.7% respecto al año anterior, presentando una mejor oportunidad en el recaudo, recursos importantes que aportan al excedente de la Cooperativa.

DIRECCION PROVEEDOR	AÑO 2020	AÑO 2021	AÑO 2022	VARIACION	CREC%
Proveedores Figital 1	122	153	162	9	5,9%
Proveedores Figital 2	149	184	201	17	9,2%
TOTAL GENERAL	271	337	363	26	7,7%

8.1.10. Gastos de operación

A nivel total se registraron gastos operacionales por valor de \$446.244 millones que representan el 32.40% de las ventas totales (74.4% como gastos de venta y 25.5% como gastos de administración).

EJECUCION GASTOS CONSOLIDADOS DIC -2022

Valores en millones \$

NOMBRE DE LA CUENTA	REAL		PPTO		VARIAC. PPTO		AÑO ANT		CRECIM. A.A.	
	\$	S/V	\$	S/V	\$	% CUMP	\$	S/V	\$	% CREC
BENEFICIO A EMPLEADOS	239.689	17,40%	238.163	17,38%	-1.525	101%	222.298	17,45%	17.390	7,8%
ARRENDAMIENTOS	58.825	4,27%	59.320	4,33%	495	99%	53.624	4,21%	5.201	9,7%
OTROS ARRENDAMIENTOS (MARCA-RAPPI)	17.308	1,26%	14.859	1,08%	-2.449	116%	14.031	1,10%	3.277	23,4%
IMPUESTOS (IVA y 4xMIL)	26.854	1,95%	26.915	1,96%	61	100%	25.644	2,01%	1.211	4,7%
SERVICIOS PUBLICOS	25.108	1,82%	22.395	1,63%	-2.713	112%	20.250	1,59%	4.857	24,0%
PUBLICIDAD	9.419	0,68%	9.200	0,67%	-219	102%	8.325	0,65%	1.094	13,1%
MANTENIMIENTOS Y REPARAC	8.095	0,59%	6.515	0,48%	-1.580	124%	6.848	0,54%	1.247	18,2%
AMORTIZACIONES Y PROVISIONES	6.693	0,49%	6.232	0,45%	-461	107%	5.825	0,46%	868	14,9%
FLETES Y ACARREOS	12.066	0,88%	10.188	0,74%	-1.879	118%	9.582	0,75%	2.484	25,9%
TRANSPORTE DE VALORES	1.937	0,14%	2.054	0,15%	116	94%	1.821	0,14%	117	6,4%
DEPRECIACIONES	7.826	0,57%	7.859	0,57%	33	100%	6.920	0,54%	905	13,1%
SUMINISTROS, EMPAQUES Y ASEO	4.315	0,31%	3.562	0,26%	-753	121%	3.265	0,26%	1.049	32,1%
RODAMIENTOS	7.589	0,55%	8.039	0,59%	450	94%	9.201	0,72%	-1.612	-17,5%
GASTOS DE VIAJE	1.682	0,12%	1.191	0,09%	-490	141%	1.332	0,10%	350	26,3%
COMBUSTIBLES	352	0,03%	453	0,03%	101	78%	374	0,03%	-23	-6,0%
SEGUROS	752	0,05%	1.006	0,07%	254	75%	659	0,05%	93	14,2%
TAXIS Y TRANSPORTE NOCTURNO	2.328	0,17%	2.309	0,17%	-19	101%	2.282	0,18%	46	2,0%
CAFETERIA	3.575	0,26%	3.535	0,26%	-40	101%	3.360	0,26%	215	6,4%
HONORARIOS	4.918	0,36%	5.278	0,39%	359	93%	4.580	0,36%	338	7,4%
GASTOS LEGALES	802	0,06%	1.038	0,08%	236	77%	879	0,07%	-77	-8,8%
VIGILANCIA	3.150	0,23%	2.941	0,21%	-209	107%	2.810	0,22%	340	12,1%
OTROS GASTOS	2.963	0,22%	3.045	0,22%	82	97%	1.268	0,10%	1.695	133,7%
TOTAL GASTOS OPERACIONALES	446.244	32,40%	436.096	31,83%	-10.149	102,3%	405.178	31,80%	41.066	10,1%

Los gastos operacionales acumulados registran un cumplimiento presupuestal del 102.3%, y un crecimiento del 10.1%, presentando un desfase de 10,149 millones, comportamiento que estuvo golpeado por el comportamiento de la economía nacional como el comportamiento del IPC incrementos afectados por los desabastecimientos e impactos por la tasa de cambio, alzas en las tarifas de energía especialmente en la región caribe, alzas en el combustible que afectó la logística, incremento de las ventas por el canal Rappi y factores de seguridad que requieren mayores servicios de vigilancia.

Los servicios públicos con un crecimiento del 24% y un desfase presupuestal de \$2.713 millones, fue uno de los gastos con mayor impacto negativo en los resultados del año 2022, siendo la energía eléctrica la de mayor afectación, comportamiento como se observa en el siguiente cuadro, es el resultado de lo aumentos en las tarifas de las empresas electrificadoras a nivel nacional:

	Octubre 2021	Septiembre 2022	Tasa de crecimiento %
ENEL	192,21	247,78	28,9
EPM	235,51	314,86	33,7
AIR-E	129,08	185,56	43,8
AFINIA	165,81	221,72	33,7
ESSA	235,51	314,85	33,7

Fuente: ibidem

Otros Arrendamientos: crecimiento del 23.4% generado por el pago de mensual respecto al contrato de preposicion (a partir de octubre del 2021) y el aumento de las ventas por el servicio de Rappi, que a pesar de aumentar el pago de comisiones, este servicio genera utilidad.

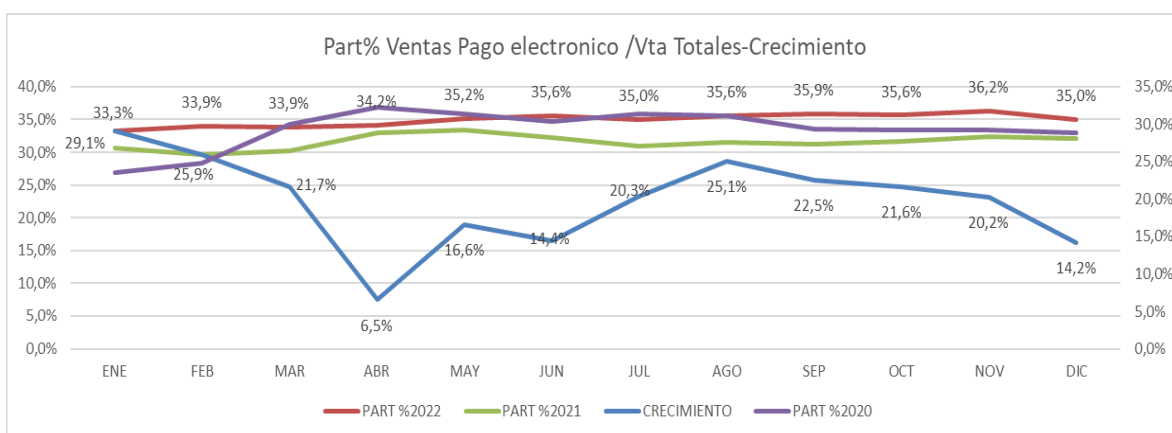
Mantenimiento y Reparaciones crecimiento del 18.2% y un desfase presupuestal de \$1.580 millones, de los cuales se destaca los desfases por reparaciones locativas en puntos de venta por \$801 millones y mantenimiento de los furgones por \$231. millones, en el mes de diciembre el desfase fue de \$636.6 millones.

Otros rubros de relevancia en estas variaciones negativas se presentaron en fletes y acarreos con un desfase presupuestal de \$1.879 millones, aumento en las tarifas, el precio de la gasolina, vías cerradas por derrumbes productos de la ola invernal y el mantenimiento de los vehículos internos que produjo mayor utilización de vehículos externos fueron las causas de este comportamiento.

8.1.11. Gastos Financieros

Cumplimiento del 101.9%, desfase presupuestal de \$174 millones, variación negativa por concepto de comisiones y aportes, afectado por el crecimiento en medios de pago electrónico, este impacto se presenta por las medidas de prevención de los clientes quienes han disminuido el uso de dinero físico por el uso de tarjetas, código QR, esta tendencia es creciente y sostenida, situación que se ha evidenciado en la post- pandemia.

La venta con medio de pago electrónico registra una participación promedio sobre el total de las ventas del 34.9% respecto al promedio 31.6% del año inmediatamente anterior y del 29.3% del 2020, generando un importante impacto en los gastos de las comisiones por corretaje de tarjetas. El avance en relaciones comerciales con el sector financiero permite para el año 2022 posibilidades de optimización en las comisiones de las entidades financieras para compensar la tendencia del crecimiento en estos medios de pago.



8.2. Resultados Unidad de Negocios Servicoop

ACUMULADO A DIC 2022

RUBROS	REAL 2022		PPTO		VARIACION		REAL 2021		CRECIMIENTO	
	\$	%SV	\$	%SV	\$	% cump	\$	%SV	\$	%
TOTAL INGRESOS	7.821.049,40	100,0%	7.860.608,20	100,0%	-39.558,80	99,5%	7.312.730,23	100,0%	508.319,17	7,0%
Ingresos Cartera de Creditos	6.563.093,82	83,9%	7.224.215,95	91,9%	-661.122,13	90,8%	6.590.456,37	90,1%	-27.362,55	-0,4%
Ingresos Por rendimientos Financieros	774.763,76	9,9%	300.000,00	3,8%	474.763,76	258,3%	234.507,47	3,2%	540.256,29	230,4%
Polizas y Seguros	319.483,17	4,1%	335.072,25	4,3%	-15.589,08	95,3%	391.990,87	5,4%	-72.507,70	-18,5%
Dcto Negociado Servicoop	5.946,34	0,1%	1.320,00	0,0%	4.626,34	450,5%	2.661,03	0,0%	3.285,31	123,5%
Recuperaciones Deterioro	157.762,30	2,0%	0,00	0,0%	157.762,30	0,0%	93.114,49	1,3%	64.647,82	69,4%
TOTAL GASTOS	1.478.599,70	18,9%	1.338.093,40	17,0%	140.506,30	110,5%	1.115.265,16	15,3%	363.334,54	32,6%
Gastos de Personal	651.742,48	8,3%	626.143,44	8,0%	25.599,04	104,1%	536.875,31	7,3%	114.867,17	21,4%
Gastos Generales	826.857,22	10,6%	711.949,96	9,1%	114.907,26	116,1%	578.389,85	7,9%	248.467,37	43,0%
TOTAL EXCEDENTES	6.342.449,70	81,1%	6.522.514,80	83,0%	-180.065,10	97,2%	6.197.465,07	84,7%	144.984,63	2,3%

La unidad Servicoop genera excedente por la suma de \$6.342 millones, fruto de los intereses en créditos otorgados, el rendimiento generado por el portafolio de inversiones y los retornos obtenidos con la generación de pólizas para los asociados.

8.2.1. Ingresos

Los ingresos registran la mayor participación en los intereses por créditos, que representan el 83.9% del total de los ingresos generados, cumpliendo el presupuesto para este grupo en un 90.8%, con un decrecimiento del 0.4% frente al año anterior. Pese a que el comportamiento en colocación de recursos en las diferentes líneas de crédito, que para este año presentó un incremento del 30%, los ingresos se ven afectados por la baja en tasas de interés aprobadas por el Consejo de Administración en junio 2021, situación que generó novación de créditos, principalmente en la línea libre inversión.

8.2.2 Gastos de operación

Los gastos tanto de ventas como de administración suma 1.479 millones, con un cumplimiento del 110.5% del presupuesto creciendo el 32.6% frente al año anterior, generado especialmente en los gastos administrativos, donde los rubros que más presentan crecimiento son: Amortización de software y la cuenta de gastos de papelería, esto se da por el registro del proyecto Tarjeta de crédito Coopcentral.

8.2.3. Cartera

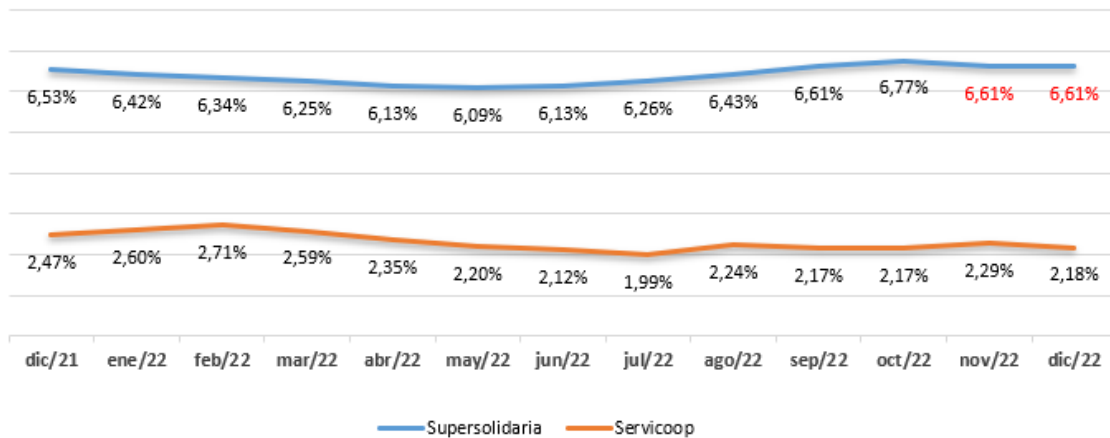
SALDOS DE CARTERA										
MODALIDAD	dic-20		dic-21		dic-22		CRECIMIENTO 2021 VS 2022			
	CANT	VALOR	CANT	VALOR	CANT	VALOR	CANT	VALOR	DIFERENCIA	
CALAMIDAD	3	747.688	1	2.593.944	6	9.285.576	500%	258%	5	6.691.632
EDUCACION	10	7.643.031	18	44.616.861	25	142.896.594	39%	220%	7	98.279.733
E. COMPUTO	7	2.334.631	3	2.393.943	5	7.589.975	67%	217%	2	5.196.032
SERVITIENDA	76	27.773.083	35	23.349.136	73	56.485.884	109%	142%	38	33.136.748
L. INVERSION	3.385	21.081.717.925	3.385	22.447.138.596	3520	25.593.492.221	4%	14%	135	3.146.353.625
COMPRA LOTE	16	634.660.526	20	707.308.274	23	804.445.344	15%	14%	3	97.137.070
VEHICULO	618	4.009.887.303	659	4.155.909.077	707	4.689.592.243	7%	13%	48	533.683.166
L. INV. G.H.	67	1.950.077.771	63	1.662.755.230	62	1.870.794.976	-2%	13%	-1	208.039.746
M. VIVIENDA	216	6.496.283.318	205	6.278.861.611	205	6.441.545.559	0%	3%	0	162.683.948
INV. PRODUCTIVA	1	3.466.858	0	0	0	0	0%	0%	0	0
VIVIENDA	339	12.487.970.999	288	10.542.686.477	255	10.352.132.433	-11%	-2%	-33	-190.554.044
MOTO DOMIC	11	9.646.205	10	8.405.515	9	8.110.303	-10%	-4%	-1	-295.212
L. INV - 30% VIV	12	54.008.599	8	43.574.906	5	37.140.827	-38%	-15%	-3	-6.434.079
SERVITIENDA 0,5%	7.632	987.201.454	5.428	883.636.605	3894	649.485.310	-28%	-26%	-1.534	-234.151.295
MOTO HURTO	5	8.360.955	3	2.926.247	1	731.364	-67%	-75%	-2	-2.194.883
CR. EXPRESS	346	83.116.656	48	5.183.392	0	0	-100%	-100%	-48	-5.183.392
TOTAL	12.744	47.844.897.002	10.174	46.811.339.814	8.790	50.663.728.609	-13,6%	8,23%	-1.384	3.852.388.795

El saldo de cartera a diciembre presenta un crecimiento de 8.23% frente al año anterior, las líneas que representan el mayor crecimiento en valor son libre inversión y vehículo.

El indicador de calidad de Cartera de Servicoop se ubica en el 2.18%, que comparado con el mismo indicador publicado por la Supersolidaria (6.61%), tiene un comportamiento favorable de más de 4 puntos porcentuales. la composición de la cartera en mora se clasifica:

- Ex-asociado con \$706 millones con una participación del 1,39% del total de la cartera
- Asociados con \$398 millones con una participación del 0,79% del total de la cartera

Calidad de Cartera

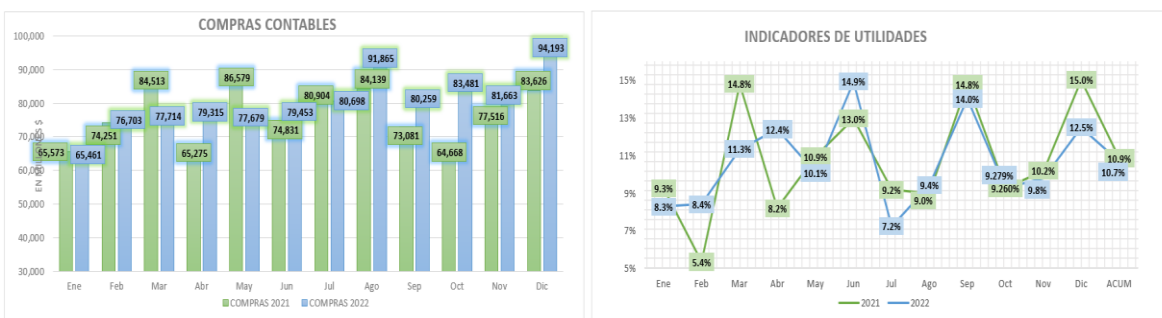


8.2.4. Hoja de ruta proyectos

WOG BANKING		DESARROLLOS TECNOLOGICOS		PROCESOS DE MEJORA		CRECIMIENTO DEL NEGOCIO	
Cuotas Extras	70%	Portal Web	10%	Tesoreria Wog	50%	Aliados entid. educativas	50%
Nivel de Endeudamiento	30%	Tarjeta Credito	50%	Calculo Perdida Esperada	30%	Aliados viajes	30%
Web Service Siicop	20%	Desmat. Pagares	75%	Digit Archivo Garantias	70%	Aliados en Comercio	20%
Modulo Contribuciones	42%	Desmat. Doc legales Creditos	75%	Actual. Doc cooperativa	10%	Aliados entid. de salud	10%
Fase III Wog	10%	Cobertura Tasa Frech	40%				
Anuncios							
Cupos							
Pagos PSE							
Billetera Digital							

Los proyectos del área se han trabajado acorde al cronograma planteado, afectados en algunos items por factores externos del proveedor aliado Wog . Se da prioridad al proyecto de tarjeta de crédito y billetera digital.

9. Balance de compras y logística



Las compras netas ascienden a \$968.484 millones, con un crecimiento del 5.85% frente a lo ejecutado en el mismo lapso del año anterior, crecimiento inferior al de las ventas (8.1%). comportamiento que se presentó por el bajo nivel de servicio que presentaron los proveedores en gran parte del año a raíz de situaciones mundiales como la congestión en el puerto de Shanghai y la guerra en Ucrania, que dificulta la consecución de materias primas y la importación de productos terminados. En aspectos nacionales, la ola invernal, paros armados e incertidumbre por elecciones.

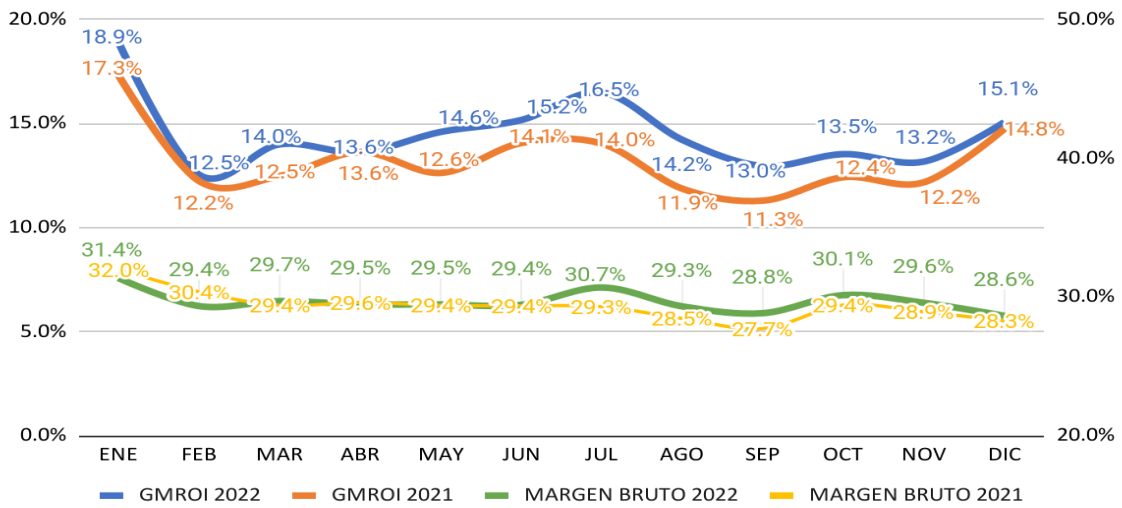


La cooperativa termina con un inventario de \$251.553 millones aumentando el 3.95% frente al año anterior y cerrando con 92 días de existencia, aumentando 12 días respecto al año anterior, a partir del mes de agosto las compras aumentan, mejorando el nivel de inventario respecto a los meses anteriores.

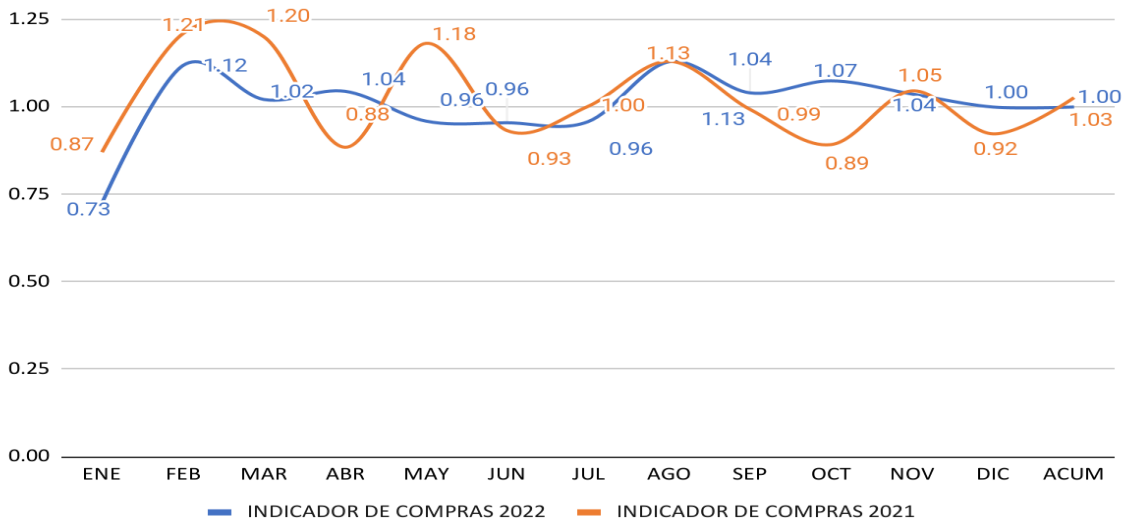
Uno de los controles que la Cooperativa realiza es el seguimiento del GMROI (medida de productividad del inventario que permite calcular cuánto se recibe por cada peso invertido. Se puede obtener a partir de un ítem, una categoría, una unidad o todo el negocio.

El indicador en el año 2022 fue superior al año anterior, resultado que se dio por un mejor margen bruto registrado en el transcurso del año y un coeficiente de la inversión de igual manera positivo al registrar un crecimiento en los inventarios inferior al crecimiento de las ventas.

GMROI MENSUAL



En el año 2022 las compras en el primer semestre específicamente en los meses de enero, mayo y junio registraron un volumen inferior al costo de venta, el segundo semestre se activa un mejor nivel de servicio por parte de los proveedores permitiendo un mayor abastecimiento de mercancía superando el costo de venta en esos periodos, al final se registra un indicador acumulado de 1.0 cumpliendo con el rango optimo.



9.1. Logística

9.1.1 Recepción y Almacenamiento

En el año se recibió en los Centros de Distribución mercancía adquirida a proveedores por un valor de \$984.608 millones (compras brutas), aumentando el valor recibido en el 5.87% con respecto al año anterior. Los CEDIS terminan con mercancía almacenada por \$86.877 millones representando 30 días de despachos y con incremento del 3.9% en el inventario final del año, frente al 2021.

Se presenta un índice de exactitud del inventario del 99.96%, medido como resultado de la toma física de inventarios, la cual arrojó resultados acumulados después de justificaciones en diferencias absolutas por \$391 millones (sobrantes + faltantes) con una variación de 129% y un valor neto de \$43 millones faltante, mejorando el 12% al ser comparado con el resultado del año anterior.

Diferencias de inventario CEDIS - Acumulado Año					
Indicador	Medición	Unidad	2020	2021	2022
Confiabilidad del inventario - Calidad	Diferencia Absoluta (sobrantes+faltantes)	Millones de \$	130	171	391
		Variación	-8%	31%	129%
Diferencias de inventario Pérdida	Diferencia Neta (Sobrantes-faltantes)	Millones de \$	-42	-49	-43
		Variación	31%	15%	-12%
Exactitud del inventario	Porcentaje de Error	porcentaje	0.02%	0.02%	0.04%
	Porcentaje de Exactitud	porcentaje	99.98%	99.98%	99.96%

9.1.2 Despachos y Devoluciones

En el mes de diciembre se atiende un total de 1.011 puntos de venta, 52 tiendas más que las atendidas en diciembre del año anterior, así mismo se observa un aumento en el valor de los despachos realizados, sumando \$1.013.165 millones en el año, con un incremento del 7% frente al año 2021 donde se presentó despacho por la suma de \$949.349 millones.

Las inconsistencias en despacho reportadas por los puntos de venta disminuyeron 5% en relación al año anterior, ubicando el porcentaje de error en un 0.04% y aumentando así el nivel de exactitud de los despachos frente al año 2021. En el mismo sentido, las pérdidas por inconsistencias no aceptadas acumularon durante el año 2022 un valor neto de \$64 millones, con una disminución favorable del 22% en este rubro, teniendo en cuenta que en el 2021 las pérdidas por este mismo concepto fueron de \$81 millones.

Durante el año 2022 se recibió devoluciones de puntos de venta en cedis por \$23.966 millones, que corresponde al 2.4% de los despachos realizados durante el periodo sin variación significativa frente al año anterior; así mismo fueron recibidos en Cedis \$29.535 millones como transferencia de excesos, éstas tuvieron un aumento considerable (210%) en comparación con 2021 debido al

programa de nivelación de inventarios que se ha venido desarrollando para reducir los excesos en puntos de venta.

Los cuartos de devoluciones cerraron el año con un inventario total de \$1,304 millones, disminuyendo 32% con respecto al cierre del año anterior debido a la gestión que se adelanta con los proveedores para no acumular devoluciones. El saldo del cierre del cuarto corresponde al 1.5% del valor total del inventario almacenado en los CEDIS.

9.2. Costos logísticos

Los gastos de operación de los CEDIS en el año 2022 presentan una ejecución del 111.6% frente al presupuesto, muestran un crecimiento de 16% con relación al año anterior y corresponden al 1.47% de las ventas. Los rubros que mayor desfase presentaron fueron los gastos de fletes (124%) por el aumento de frecuencias, empaques (194%) por el alza de precio de suministros y mantenimiento de vehículos (153%) por los mantenimientos correctivos necesarios a la flota. Por otro lado, las cuentas de combustibles y reparaciones locativas fueron las de menor ejecución.

	Barranquilla	Bogotá	Bucaramanga	Cali	Nacional
Gasto 2022 (millones de \$)	6,329	5,896	3,884	4,200	20,309
Gasto 2021 (millones de \$)	5,422	4,798	3,580	3,757	17,557
Crecimiento gasto %	17%	23%	8%	12%	16%
Relación gasto-venta 2021	1.59%	1.28%	1.50%	1.18%	1.38%
Relación gasto-venta 2022	1.82%	1.41%	1.46%	1.20%	1.47%

Resumen en cifras

Como resumen general se adicionan los siguientes datos comparativos en la operación de los CEDIS:

		Promedio Mensual					Acumulado Año Nacional	Variación 2022-2021
		Baq	Bog	Bga	Cal	Nal		
Despachos	Puntos de Venta	279	314	197	222	1,012	1,012	4.3%
	Valor (\$mill)	20,915	25,143	16,295	22,077	84,430	1,013,165	7%
Compras	A proveedores (\$mill)	20,348	24,411	15,780	21,512	82,051	984,608	5%
Devoluciones	A proveedores (\$mill)							-100%
Devoluciones	DB al CEDI (\$mill)	516	689	395	389	1,988	23,859	0%
	T- al CEDI (\$mill)	678	617	586	581	2,461	29,535	210%
Inventario promedio	Bodega (\$mill)	19,174	20,277	14,323	17,860	71,634	71,634	-13%
	Cuarto (\$mill)	426	317	201	325	1,268	1,268	-17%
	Días de despacho	28	24	26	24	25	25	-19%
Indicadores	Exactitud del despacho %	99.93%	99.97%	99.97%	99.96%	99.96%	99.96%	0.01%
	Pérdida por Inconsistencias (\$mill)	2.3	0.6	0.6	1.8	5.3	63.7	-27%
	Pérdida por diferencias Inv. (\$mill)	0.4	1.5	0.3	1.4	3.6	42.8	-12%
	Costo Logístico (\$mill)	527	491	324	350	1,692	20,309	16%
	Costo logístico / Ventas	1.82%	1.41%	1.46%	1.20%	1.47%	1.47%	7%

10. Sistemas de Riesgos

10.1 Sistema Integral de Administración de Riesgos - SIAR

Copservir Ltda procedió a realizar la actualización de los siguientes manuales que hacen parte del sistema de gestión integral del riesgo:

HOJA DE RUTA SIAR 2022		
Tarea	Solicitado por	Estado
Actualización Manual SARL	Sonia Rivas Ortiz	Actualizado
Actualización Manual SARM	Sonia Rivas Ortiz	Actualizado
Actualización Manual SARC	Sonia Rivas Ortiz	Actualizado
Charlas en riesgos y cumplimiento a las zonas	Sonia Rivas Ortiz	abarcado en el 50% de las zonas

Al cierre del año se logró un 70% de cumplimiento a los puntos propuestos en 2021 como hoja de ruta del 2022

TOTAL TAREAS 2022	20
CUMPLIDAS 2022	14
PENDIENTES 2023	6
% CUMPLIMIENTO 2022	70%

10.2 Sistema de Administración de Riesgo Operativo - SARO

El sistema de administración de riesgos Operativos en Copservir para el periodo evaluado en cumplimiento con lo estipulado en la Circular Básica Contable y Financiera en su capítulo IV se realiza actualización de los riesgos por parte de los líderes de procesos, quedando el siguiente mapa de riesgos corporativo:

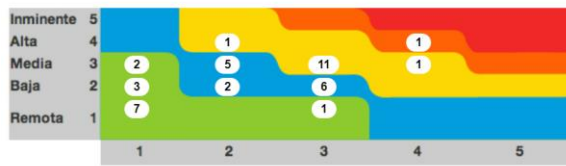
ID: 15578
 Fecha de creación: 2021-02-25 16:54:19
 Fecha de cierre: Abierto
 Creado por: SONIA RIVAS ORTIZ
 Nombre: GESTION SERVICIOS ADMINISTRATIVOS 2021
 Zona:
 Region:



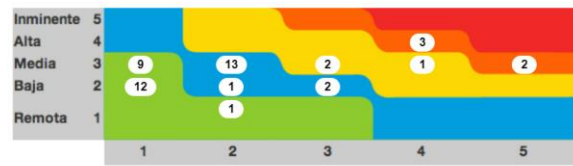
ID: 15499
 Fecha de creación: 2021-02-19 08:47:33
 Fecha de cierre: Abierto
 Creado por: SONIA RIVAS ORTIZ
 Nombre: GESTION DE TECNOLOGIA 2021
 Zona:
 Region:



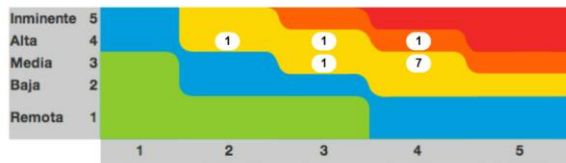
ID: 17504
 Fecha de creacion: 2022-04-18 13:20:42
 Fecha de cierre: Abierto
 Creado por: SONIA RIVAS ORTIZ
 Nombre: GESTION ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA 2021
 Zona:
 Region:



ID: 15623
 Fecha de creacion: 2021-03-03 15:47:19
 Fecha de cierre: Abierto
 Creado por: SONIA RIVAS ORTIZ
 Nombre: GESTION TALENTO HUMANO 2021
 Zona:
 Region:



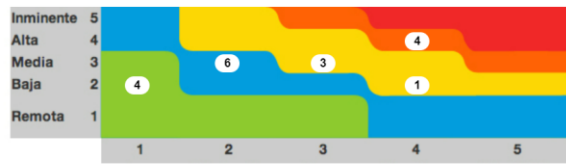
ID: 15622
 Fecha de creacion: 2021-03-03 15:42:30
 Fecha de cierre: Abierto
 Creado por: SONIA RIVAS ORTIZ
 Nombre: GESTION SERVICIOOP 2021
 Zona:
 Region:



ID: 15619
 Fecha de creacion: 2021-03-03 15:31:34
 Fecha de cierre: Abierto
 Creado por: SONIA RIVAS ORTIZ
 Nombre: GESTION AUDITORIA 2021
 Zona:
 Region:



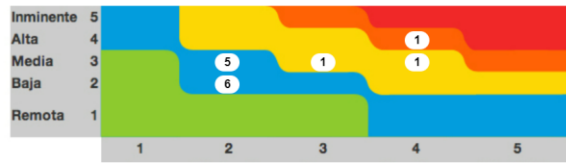
ID: 15618
 Fecha de creacion: 2021-03-03 15:19:09
 Fecha de cierre: Abierto
 Creado por: SONIA RIVAS ORTIZ
 Nombre: GESTION LOGISTICA 2021
 Zona:
 Region:



ID: 15616
 Fecha de creacion: 2021-03-03 14:53:48
 Fecha de cierre: Abierto
 Creado por: SONIA RIVAS ORTIZ
 Nombre: GESTION COMERCIAL 2021
 Zona:
 Region:



ID: 15615
 Fecha de creacion: 2021-03-03 14:30:31
 Fecha de cierre: Abierto
 Creado por: SONIA RIVAS ORTIZ
 Nombre: GESTION DE MERCADERO 2021
 Zona:
 Region:



ID: 15579
 Fecha de creacion: 2021-02-25 17:09:22
 Fecha de cierre: 2023-01-20 13:41:45
 Creado por: SONIA RIVAS ORTIZ
 Nombre: GESTION SARLAFT 2021
 Zona:
 Region:



Copservir, en el Sistema de Administración del Riesgo Operativo implementado incluye metodologías, procedimientos, políticas, registros de eventos y aplicaciones tecnológicas que contribuyen a generar mayor eficiencia y eficacia en los procesos, reflejándose en la prestación de los servicios y operatividad.

El sistema permite identificar, medir, y mitigar los riesgos a los que se ve expuesta la Cooperativa teniendo en cuenta la participación y el respaldo de todos los asociados y trabajadores.

En cumplimiento de lo establecido por la Superintendencia solidaria, la Cooperativa ha desarrollado la identificación de los riesgos en cada uno de los procesos, con base en la metodología establecida en el Manual de Riesgo Operativo y los Mapas de Riesgos, que incluyen la gestión integral de la evaluación y las medidas de control para asegurar que la empresa tenga niveles aceptables de riesgo.

En los comités y reuniones del consejo de administración periódicamente se abordaron los siguientes temas:

- Informe Seguros
- Gestión de Riesgos por Procesos
- Seguridad de la información.
- Informe de Seguridad Física
- Informe de Auditoría
- Informe de Seguridad y Salud en el Trabajo.

De dicha reunión surgieron compromisos para los líderes de procesos con el fin de realizar mejoras y estos deberán ser presentados en el comité del 30 de enero de 2023.

Compromiso
Generar con apoyo del área jurídica un documento con certificación de lectura que informe a los colaboradores las consecuencias de vulnerar o pasar por alto los procesos y controles establecidos para la seguridad Informática
Compartir a los miembros del comité SARO el informe de perdidas en Góndolas
Compartir relación de casos de mensajeros que hayan tenido accidentes con afectación de SOAT

10.3. Sistema de continuidad del negocio

Teniendo en cuenta la necesidad de implementar el sistema de gestión de continuidad del negocio durante este periodo se llevaron a cabo las siguientes actividades:

- Presentación a los líderes del desarrollo del proyecto
- Definición de los tres procesos: Gestión logística e inventarios, Gestión Comercial y Gestión

del asociado.

- Se realizaron algunas reuniones con los grupos de trabajo al igual que con los asesores del tema a fin de buscar una sincronía en los líderes de procesos y el tema a implementar.

Creación del estudio en la herramienta de Admira para llevar a cabo la continuidad del negocio a nivel corporativo.

10.4. Sistema de Administración de Riesgo de Liquidez - SARL

Copservir Ltda no está obligada por normatividad a llevar este sistema, sin embargo como parte de las buenas prácticas se tiene creado el comité de Riesgo de Liquidez para evaluar mensualmente todo lo referente a la gestión comercial de la cooperativa y la unidad de negocios – Servicoop en lo corrido del año 2022.

En el último comité realizado en diciembre del 2022, se definieron los siguientes compromisos para gestionar en el año 2023:

Compromiso
Revisar si el índice de liquidez inmediata refleja lo mismo que el indicador del IRL (Indicador de Riesgo de Liquidez), si no es así incluirlo en los KPI de comercial
En el cuadro "Top 20 de los proveedores con mayor volumen en ventas", tener en cuenta los otros ingresos por negociaciones con proveedores
Presentar seguimiento a la cartera morosa de servicoop
Para el flujo de caja presentar un subtotal comercial y sumarle los rubros de inversiones y servicoop para totalizar.

10.4.1. KPI - Unidad de Negocio Comercial

En términos generales la unidad comercial en el último semestre del año presentó un comportamiento positivo en los indicadores en los límites esperados y establecidos para dicho análisis de liquidez, sin embargo, para el cierre de diciembre 3 indicadores generan alerta porque está cerca del nivel de tolerancia.

NOMBRE INDICADOR	LÍMITES *		COMERCIAL								SEMAFORO ULTIMO MES	SEMAFORO AÑO
	APETITO	TOLERANCIA	JUL 22	AGO 22	SEP 22	OCT 22	NOV 22	DIC 22	PROMEDIO			
MARGEN FINANCIERO BRUTO	29,0%	25,00%	30,69%	29,33%	28,84%	30,14%	29,59%	28,65%	29,67%	VERDE	VERDE	
Razon Corriente	2,0	1,0	2,19	2,10	2,08	2,03	2,10	2,00	2,14	VERDE	VERDE	
Indicador Costo/ Compras	1,0	1,30	0,96	1,13	1,04	1,07	1,04	1,00	1,00	VERDE	VERDE	
GMROI	12%	10%	16,5%	14,2%	13,0%	13,50%	13,18%	15,10%	14,55%	VERDE	VERDE	
Rentabilidad de los Activos	2,5%	1,5%	2,73%	2,30%	1,75%	1,79%	1,59%	1,93%	1,71%	AMARILLO	AMARILLO	
Indice de liquidez inmediata	50%	40%	57,75%	49,67%	45,29%	43,10%	36,24%	42,40%	49,75%	AMARILLO	VERDE	
MARGEN EBITDA	2,50%	1,00%	2,11%	1,76%	1,43%	1,38%	1,25%	1,32%	2,20%	AMARILLO	AMARILLO	
Estructura del Balance*	>160%	=140%	224,07%	217,66%	216,45%	212,80%	218,36%	211,30%	220,32%	VERDE	VERDE	

Razón corriente: Este indicador que en promedio se viene registrando en 2.14 confirma que la cooperativa tiene efectivo y activos de alta liquidez suficiente para pagar sus deudas y seguir funcionando.

Costo/Compras: En el mes de diciembre el indicador fue de 1.0, manteniendo el promedio acumulado del 1.0.

El GMROI: El GMROI para el mes de diciembre es de 15.1%, superior al promedio óptimo (12%), el resultado positivo de este mes es generado por un coeficiente de inversión (53%) después de enero (60%) el segundo más alto, es decir el volumen de inventarios fue adecuado en el periodo frente a las ventas registradas, a pesar que el margen bruto disminuyó frente al mes anterior.

Índice de Liquidez inmediata: este indicador se ubica en promedio el 49.75% lo cual mide la capacidad que tiene la empresa para asumir sus obligaciones, siendo muy bueno y garantizando la atención de obligaciones en el mediano plazo.

10.4.2. KPI - Servicoop

NOMBRE INDICADOR	CONTENIDO	METODOLOGÍA	LÍMITES*								PROMEDIO	SEMAFORO MES	SEMAFORO ACUM
			APETITO	TOLERANCIA	JUL 22	AGO 22	SEP 22	OCT 22	NOV 22	DIC 22			
Retiro máx probable aportes	Volatilidad - historico de aportes ordinarios - nivel de retiros con nivel de confianza 99% y con horizonte de tiempo un mes	Delta Normal	631.155.568	1.509.476.373	415.051.455	265.408.407	463.529.787	400.157.516	229.568.488	368.929.950	464.156.113	VERDE	VERDE
Concentración depósitos persona natural	salidos individuales por asociado PN de los depósitos (ahorros a la vista, a plazo y aportes ordinarios) a fecha de corte. Aplicación metodología brown.	Gini	< 25%	= 35%	30.54%	30.90%	31.40%	31.10%	31.25%	31.96%	31.19%	VERDE	VERDE
Concentración cartera de credito persona natural	salidos individuales por asociado PN de la totalidad de la cartera de credito por cada individuo a fecha de corte. Aplicación metodología brown.	Gini	< 25%	= 35%	21.79%	25.98%	25.83%	25.52%	25.72%	24.54%	24.90%	VERDE	VERDE
Concentración CDATsegún días al vencimiento (CONCENTRACION CREDITOS)	Montos y plazos al vencimiento de CDAT (PJ PN) a la fecha de corte. Aplicación formulación de HERFINDHAL y HIRSHMAN	H&H	< 25%	= 35%	23.33%	23.87%	24.45%	25.19%	25.97%	33.03%	22.65%	VERDE	VERDE
Indicador de cartera por calificación (INDICADOR DE CARTERA VENCIDA)	Monto de la cartera vencida bajo nilf y cartera total bajo nilf a la fecha de corte	Modelo Interno NIF	N1	N1	2.03%	2.28%	2.21%	2.22%	2.34%	2.23%	2.37%	VERDE	VERDE
IRL Interno	Monto de ALN e ingresos esperados (recaudo de cartera, aportes, entre otros). Montos de salidas esperadas contractuales (SEC) y salidas esperadas no contractuales (SENC).	Modelo Interno	>2.0 Veces	= 1.5 Veces	3.0	2.6	3.7	3.8	4.2	4.0	3.5	VERDE	VERDE
Cobertura	Monto de ALN frente a salidas esperadas contractuales (SEC) y salidas esperadas no contractuales (SENC)	Modelo Interno	>2.0 Veces	= 1.5 Veces	3.2	3.8	3.4	4.1	4.4	4.3	3.8	VERDE	VERDE
Margen intermediación financiero (MARGEN FINANCIERO BRUTO PRODUCTIVO)	Ingresos por intereses de la cartera y saldos promedios de la cartera frente a intereses pagados por los depósitos y saldos promedios de depósitos. Margen financiero calculado en terminos E.A	Modelo estandar SES	> 12%	= 9%	14.03%	13.60%	13.76%	13.66%	13.30%	14.83%	14.25%	VERDE	VERDE
TASA PROMEDIO IMPLICITA ACTIVA PRODUCTIVO	Monto causación de intereses del mes/ el saldo de la cartera.	Modelo Interno	>14%	>12%	15.84%	15.24%	15.48%	15.45%	15.23%	16.90%	17.65%	VERDE	VERDE
TASA IMPLICITA PROM ACTIVOS PRODUCTIVO	Monto causación de intereses del mes/ el saldo de la cartera mas inversiones productivas	Modelo Interno	>12%	<10%	14.03%	13.60%	13.76%	13.66%	13.30%	14.83%	15.15%	VERDE	VERDE
INDICADOR DE PROFUNDIDAD	Cantidad de asociados con creditos/total asociados	Modelo Interno	>80%	<60%	66.82%	74.95%	72.94%	72.45%	71.68%	67.53%	74.44%	AMARILLO	AMARILLO
Calchon de liquidez		Modelo Interno	>1.10%	1.0	15.28	17.69	12.05	14.65	23.97	13.28	13.90	VERDE	VERDE

10.5. Sistema de Administración de Riesgo de Crédito - SARC

En cumplimiento con lo estipulado en la Circular Básica Contable y Financiera en su Capítulo II del Sistema de Administración de Riesgos de Crédito, la cooperativa ha estructurado sus indicadores de evaluación de cartera y crédito soportada en sus reglamentos y procedimientos.

VALORES EN MILLONES		CARTERA CORRIENTE			CARTERA CATEGORIA B A LA E										TOTAL CARTERA			
CONDICION	RECUPERACIÓN CARTERA	A		% PAR/ TOTAL CARTERA	B		C		D		E		TOTAL CARTERA MORA			TOTAL CARTERA		
		CANT	\$		CANT	\$	CANT	\$	CANT	\$	CANT	\$	% PAR/ TOTAL CARTERA	CANT	\$	% PAR/ T. CARTERA		
EX-ASOCIADO	CASA COBRANZA	-	-	0,00%	-	-	-	-	-	-	40	187,1	40	187,1	0,37%	40	187,1	0,37%
EX-ASOCIADO	SERVICOOP	45	590,7	1,17%	2	36,8	4	68,5	12	117,4	41	296,3	59	519,0	1,02%	104	1.109,8	2,19%
TOTAL CARTERA EX-ASOCIADOS		45	590,7	1,17%	2	36,8	4	68,5	12	117,4	81	483,4	99	706,1	1,39%	144	1.296,8	2,56%
ACTIVO	SERVICOOP	8.494	48.624,49	95,97%	15	208,06	-	-	1	4,13	5	34,73	21	246,92	0,49%	8.515	48.871,41	96,46%
INCAPACITADO	SERVICOOP	76	344,24	0,68%	11	29,98	-	-	12	59,41	32	61,86	55	151,25	0,30%	131	495,49	0,98%
TOTAL CARTERA ASOCIADOS		8.570	48.968,7	96,65%	26	238,0	-	0,0	13	63,5	37	96,6	76	398,2	0,79%	8.646	49.366,9	97,44%
TOTAL CARTERA COOPERATIVA		8.615	49.559,5	97,82%	28	274,8	4	68,5	25	180,9	118	580,0	175	1.104,3	2,18%	8.790	50.663,7	100,00%

Evaluando sus indicadores se puede concretar que la cartera de créditos en la unidad de negocio es muy sana, permitiendo así el cumplimiento normativo.

- La cartera termina el 2022 en \$50.663 millones, de los cuales el 97,82% es cartera corriente y el 2,18% es cartera en mora.
- La cartera en mora de asociados activos presenta un saldo a capital de \$48.871 millones en Dic/22, de 131 préstamos en 55 se presentan saldos en categorías de la B a la E por un total de \$151 millones con una participación del 0,30% del total de la cartera.
- La cartera de ex-asociados presenta un saldo a capital de \$1.109 millones en Dic/22, disminuye en \$9 Millones frente a Nov/22, de 104 préstamos en 59 se presentan saldos en categorías de la B a la E por un total de \$519 millones.

10.6 Sistema de administración del Riesgo del Mercado - SARM

Al mes de diciembre en gestión de tesorería la Cooperativa recibió rendimientos por la suma de \$766 millones, con un saldo total de \$7.273 millones. De igual manera, los negocios más rentables son lo que se hacen con las negociaciones de tesorería y actualmente las inversiones aportan un rendimiento importante teniendo en cuentas con las tasas del mercado por las medidas de política monetaria. del país.

Entidad	Especie	Mes Actual	Part%	Rendimientos	T.N	E.A
GOBIERNO REPUBLICA DE COLOMBIA	BONOS PENSIONALES IPC	401.207.813	2,96%	889.481	0,2%	2,66
GOBIERNO REPUBLICA DE COLOMBIA	BONOS PENSIONALES IPC	291.663.361	2,15%	2.962.123	1,0%	12,24
PATRIMONIO AUTONOMO ESTRATEGIA	TIT.CONT.CREDITICIO	145.229.298	1,07%	5.933.298	4,1%	0,00
BCO. DE LA REPUBLICA	CERTIFICADO DE REEM. TRIBUTARI	339.327.729	2,50%	2.152.366	0,6%	7,63
BCO. BANCOLOMBIA	CDT IPC	510.792.250	3,77%	6.587.093	1,3%	15,57
BBVA COLOMBIA ANTES BCO. GANAD	C.D.T. T. FIJA - SF	1.036.255.762	7,64%	3.865.961	0,4%	4,48
BCO. DE LA REPUBLICA	CERTIFICADO DE REEM. TRIBUTARI	484.260.178	3,57%	559.318	0,1%	1,39
EMP. GENER. DE ENER.	CDT IPC	1.085.535.871	8,00%	12.440.608	1,1%	13,82
BCO. DE LA REPUBLICA	CERTIFICADO DE REEM. TRIBUTARI	981.672.586	7,24%	655.855	0,1%	0,80
PROMIGAS	BONO ORDINARIO TV- SECTOR REAL	1.079.987.032	7,96%	12.225.165	1,1%	13,65
EMP. GENER. DE ENER.	CDT IPC	1.080.767.079	7,97%	12.569.210	1,2%	14,03
BCO. BANCOLOMBIA	CDT IPC	1.019.316.401	7,52%	13.745.278	1,3%	16,28
LA HIPOTECARIA FINANCIERA SA	C.D.T. T. FIJA - SF	503.496.446	3,71%	1.376.393	0,3%	3,28
BCO. DAVIVIENDA S.A	C.D.T. T. FIJA - SF	495.579.101	3,65%	3.166.748	0,6%	7,69
BCO. AGRARIO DE COL	C.D.T. T. FIJA - SF	9.942.691	0,07%	91.048	0,9%	11,03
GRUPO AVAL ACCIONES Y VALORES	C.D.T. T. FIJA - SF	969.227.292	7,15%	7.135.515	0,7%	8,86
BCO. DE OCCIDENTE	CDT IPC	501.756.817	3,70%	6.562.332	1,3%	15,79
BBVA COLOMBIA ANTES BCO. GANAD	C.D.T. T. FIJA - SF	501.391.029	3,70%	5.223.121	1,0%	12,56
LA HIPOTECARIA FINANCIERA SA	C.D.T. T. FIJA - SF	504.210.871	3,72%	4.385.429	0,9%	10,48
BANCO W	C.D.T. T. FIJA - SF	80.659.494	0,59%	627.894	0,8%	9,37
BCO. DE BOGOTA	C.D.T. T. FIJA - SF	508.864.069	3,75%	5.614.109	1,1%	13,31
BCO. POPULAR	C.D.T. T. FIJA - SF	1.016.294.782	7,49%	12.162.707	1,2%	14,44
FINANCIERA COMULTRASAN	ACC. DE BAJA BURSATILIDAD - SS	177.733	0,00%	0	0,0%	0,00
MERCADO DE INVERSIONES	ACC. DE MEDIA BURSATILIDAD -IF	16.124.973	0,12%	0	0,0%	0,00
TOTAL		13.563.740.655,98	100,00%	120.931.053,36	0,9%	10,74

- Al mes de diciembre se logró mantener el porcentaje de participación de todos los emisores por debajo del 20%, la mayor concentración se tiene en la inversión de Emp. General de energía con participación del 7,97%, le continua la inversión en Promigas con el 7.96%
- Todos los títulos obtuvieron rendimientos positivos, lo que le permitió a la Cooperativa recibir ingresos en el mes por la suma de \$120.9 millones con una tasa de interés del 10.74 E.A.

- Aproximadamente el 62.1% del portafolio de inversiones en CDTs en cuanto a vencimientos se ubica menor a dos años y el otro 37.9% en el largo plazo (2022-2030).

AÑOS	CANTIDAD DE TITULOS	VALOR VENCIMIENTOC	PART%
2022	0	0	0,0%
2023	8	2.801.435.773	20,7%
2024	7	5.609.893.035	41,4%
2025	5	4.651.552.115	34,3%
2030	4	500.859.732	3,7%
TOTAL	24	13.563.740.656	100%

10.7 Sistema de Administración del Riesgo del Lavado de Activos y de la Financiación del Terrorismo - SARLAFT

De acuerdo a la evaluación periódica que se realiza al sistema, las recomendaciones emitidas por la revisoría fiscal y en cumplimiento a lo dispuesto por la Circular Básica Jurídica en el título V, a continuación se detalla la gestión del sistema SARLAFT correspondiente al periodo 2022.

10.7.1 Conocimiento del Cliente

El procedimiento de conocimiento del cliente, tiene como fundamento el numeral 2 del art. 102 del Estatuto Orgánico del Sistema Financiero EOSF, a partir del cual Copservir implementa mecanismos y controles para un adecuado conocimiento de los trabajadores, asociados, clientes, proveedores, arrendadores y contratistas.

Dichos mecanismos cumplen con los siguientes propósitos relacionados con el conocimiento del cliente:

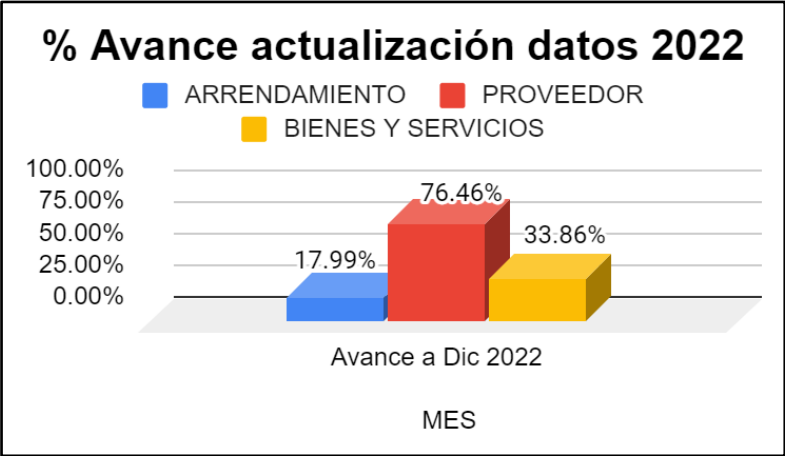
- Conocer adecuadamente la actividad económica que desarrollan.
- Conocer las características básicas de las transacciones que realizan los asociados, proveedores, contratistas y arrendadores..
- Reportar a la Unidad de Información y Análisis Financiero UIAF las transacciones u operaciones sospechosas que surjan.

10.7.1.1. Clientes

La cooperativa con herramienta tecnológica colaborativa cuenta con un formulario que permite conocer aquellas operaciones inusuales y/o sospechosas, ninguno se determinó sospechoso para reporte a la UIAF.

Del proceso de actualización de datos 2022, en los meses de junio a diciembre se realizaron 516 actualizaciones, es decir el 41,28% del total de datos que se esperan actualizar.

Se reforzó con los líderes de las áreas la realización de la actualización de datos por parte de los proveedores. Así mismo con el área de comunicaciones se enviaron campañas por medio de pieza gráfica para reforzar la comunicación a proveedores.



10.7.4. Capacitaciones Sarlaft

Al cierre del año 2022 5.681 asociados terminaron el curso de Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo en la plataforma CREAR con un porcentaje del 81,1%, 188 estan en curso y 1.139 aun se encuentran pendiente de realizarlo .

Por su parte en el mes de Abril de 2022 se incluyó un nuevo curso del área denominado “Código de conducta”, esto con el fin de hacerlo extensivo a todos los asociados de la cooperativa. Al cierre del 2022 un total de 3021 personas completaron el curso, es decir, el 43,1% del personal activo de Copservir.

Para intensificar la realización de estos cursos se han enviado mediante los diferentes medios de comunicación de la cooperativa, piezas gráficas que invitan a realizar dichos cursos.

10.7.5. Reportes a la UIAF (Unidad de Información y Análisis Financiero)

Durante el año 2022 la cooperativa cumple con el calendario de reportes establecidos por la UIAF.

10.7.6. Plan de Mejoramiento SARLAFT

En cumplimiento a una de las funciones como oficial de cumplimiento se ha presentado al Consejo de Administracion los planes de mejora para la mitigación del Lavado de Activos y Financiacion del Terrorismo.

11. Balance Social

11.1. Desempleo: Panorama del 2022 y lo que viene para el 2023

En diciembre del 2022 hubo más de 2,5 millones de desempleados, lo que significó que 111 mil personas salieron de la situación del desempleo frente al mismo mes de 2021.

El Departamento Administrativo Nacional de Estadística (Dane) reveló que la tasa de desempleo del 2022 fue de 11.2 por ciento. Las estadísticas oficiales mostraron también que mientras que la tasa de desempleo para los hombres se ubicó en promedio en 9 por ciento a lo largo de 2022, la desocupación femenina fue 14,3 por ciento, una brecha de género de más de 5 puntos porcentuales.

Solo en diciembre del 2022, la tasa fue de 10,3 por ciento, es decir, 1,2 puntos porcentuales por debajo de la que registró el país en el mismo mes de 2021. Y por ciudades, el menor indicador lo reportó San Andrés (6,9%), mientras que Arauca tuvo el mayor desempleo en 2022 (29,4%).

Según la Organización Internacional del Trabajo (OIT), para el 2023, tres millones de personas podrían caer en desempleo, aumentando así ligeramente a 208 millones de personas en todo el mundo.

Fuente:

<https://www.portafolio.co/economia/empleo/desempleo-en-colombia-como-le-fue-al-pais-en-2022-y-proyecciones-para-2023-577786>

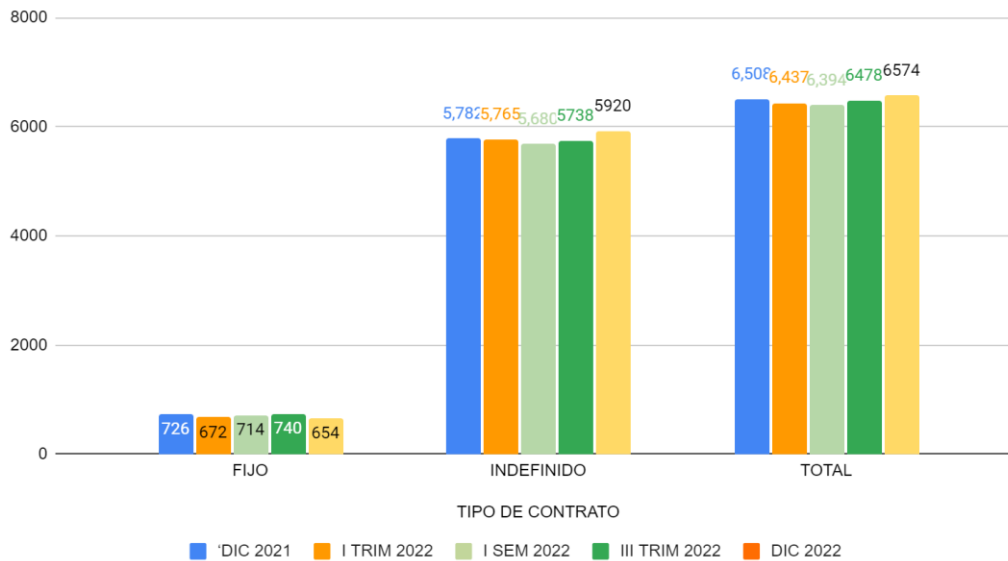
<https://colombia.as.com/actualidad/tasa-de-desempleo-en-colombia-de-cuanto-fue-para-el-2022-n/>

11.2. Comportamiento de nuestros indicadores de planta de personal

Finalizado el año del 2022 Copservir en su planta de personal cuenta con 5.920 trabajadores a término indefinido, 654 a término fijo, para un total de 6.574 trabajadores; comparado con el mismo periodo del año anterior, se presenta un incremento de 66 personas y 43 puntos de venta más.

Gracias al crecimiento comercial de la Cooperativa en el año 2022 (apertura de 52 puntos de venta, 9 cierres, 8 transformaciones, 11 implementaciones de servicio 24 horas y 64 aumentos de planta por resultados en ventas), se generaron 165 nuevos puestos de trabajo que nos permiten ubicar a los trabajadores que teníamos en proceso para optimización o ajuste de planta en dichos cargos.

Comparativo planta de personal por tipo de contrato



El comportamiento de la planta en comparación al mismo periodo del año 2021, se evidencia incremento de aumentos de planta e ingresos de personas con contrato término indefinido y disminución en los ingresos de contratos fijos, pues a mediados del año se ajustó la política de contratación permitiendo que se contratara nuevamente bajo la modalidad de indefinido, exceptuando los cargos de Mensajeros y Auxiliares Cedi. Según el plan de optimización establecido, se han cubierto las vacantes con cambios de contrato de fijo a indefinido. Como resultado total se presentaron 138 personas más a término indefinido y 72 menos a término fijo.

Contrato fijos

Al cierre del año 2022, los 654 trabajadores a término fijo se encuentran en los siguientes cargos:

- 378 Mensajeros a domicilio - 26.8% del total de Mensajeros (20 Flexi)
- 83 Auxiliares Comerciales - 17.5% del total de Auxiliares Comerciales
- 46 Asesores Comerciales - 2.7% del total de Asesores Comerciales
- 1 Subadministradores - 0.1% del total de Subadministradores
- 94 Auxiliares de Cedi - 28.7 % del total Auxiliares Cedi
- 27 Agentes de Centro de contactos - 71.1%
- 25 personas de otros cargos administrativos

11.3 Procesos de eficiencia de los recursos

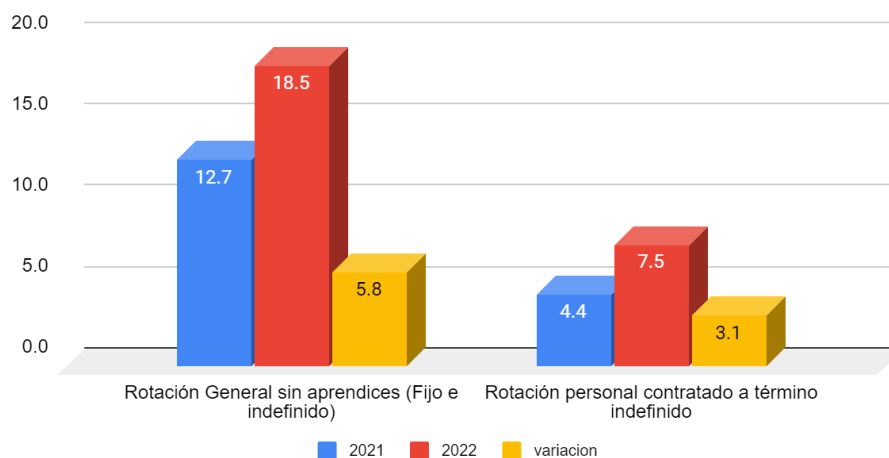
Teniendo en cuenta el compromiso financiero de productividad al corte al cierre del año 2022 se logró que con solo 13 personas más cubrir las necesidades de 42 puntos de venta nuevos, 8 transformaciones, 11 implementaciones de servicio 24 horas y 64 aumentos de planta, mediante las siguientes estrategias:

CORTE MES	PLANTA FIJA	VACANTES	MOVILES	TOTAL PLANTA REAL	TOTAL PDV
DICIEMBRE 2022	4.057	49	149	4.255	969
MARZO	4.015	79	140	4.234	974
MAYO	3.937	80	198	4.215	981
JUNIO	3.965	46	165	4.176	983
SEPTIEMBRE	4.005	79	160	4.244	997
DICIEMBRE	4.058	74	136	4.268	1011
DIFERENCIA DIC 2022 - DIC 2021				13	42

Ppto nuevos pdv, transformaciones y 24 h	114
Aumentos de planta	64
Total real + ppto nuevos	165
Justificación con Novedad Médica actual	88
Subtotal	253

11.4. Rotación de personal

Índice de rotación de personal de enero a diciembre 2021 - 2022



La rotación general de personal del 1 de enero al 31 de diciembre de 2022, tuvo una variación de 5.8% en relación al mismo periodo del año anterior, donde la planta final es superior a la planta

inicial en un 1% (66 personas), indicando con esto que los ingresos superaron los retiros en un 5.47%, sin embargo la planta promedio disminuyó en un -1.51%. En el último trimestre la política de contratación que se traía desde el año 2021, donde todos los ingresos debían ser a término fijo, quedando congelado temporalmente la contratación a término indefinido cambió, dinamizando de nuevo los ingresos a término indefinido, es por eso que el índice de rotación para esta modalidad de contrato, tuvo un aumento en su índice de 3.1% respecto al año 2021 ya que los ingresos aumentaron en 157 personas y de la misma manera los retiros aumentaron en 199. Los retiros son superiores a los ingresos en 1.2 personas.

Índice de rotación por áreas

El área con el índice de rotación más alto, es la de la flota de mensajeros a domicilio con un 38.7% teniendo en cuenta que para este periodo ingresaron 316 personas más, con relación al mismo periodo del año anterior, mientras que la planta inicial es inferior en 89 personas y los retiros aumentaron en un 50.7% (385 personas) dejando con esto la planta final con 7 personas menos que en el año 2021.

ÍNDICE DE ROTACIÓN DE PERSONAL POR ÁREAS AÑO 2022 vS 2021							
ÁREA	No de personas contratadas	Retiros	Jubilaciones y fallecimientos	Total Retiros Real	Trabajadores al inicio del periodo	Trabajadores al final del periodo	IRP
MSAD	628	467	1	466	1417	1410	38.7
ADMON	249	222	5	217	885	911	25.9
OPERATIVO	395	517	56	461	4206	4253	10.1
TOTAL 2022	1272	1206	62	1144	6508	6574	18.5
MSAD	312	297	2	295	1506	1417	20.8
ADMON	134	144	12	132	896	885	14.9
OPERATIVO	374	393	61	332	4121	4206	8.5
TOTAL 2021	820	834	75	759	6523	6508	12.1
VARIACIÓN	452	372	-13	385	-15	66	6.4

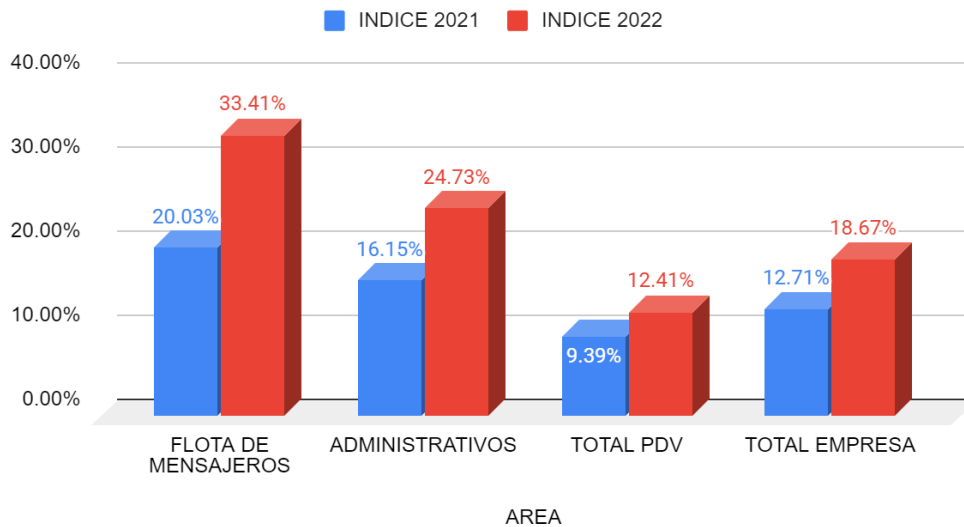
Índice de rotación por áreas sin retiros por pensión y fallecimientos

11.5. Índice de desvinculación

ÁREA	DATOS AÑOS 2021				DATOS AÑOS 2022				variación
	Ingresos 2021	Retiros 2021	Planta Prom 2021	ÍNDICE 2021	Ingresos 2022	Retiros 2022	Planta Prom 2022	ÍNDICE 2022	
FLOTA DE MENSAJEROS	312	297	1483	20.03%	628	467	1398	33.41%	13.38
ADMINISTRATIVOS	134	144	892	16.15%	249	222	898	24.73%	8.58
TOTAL PDV	375	393	4186	9.39%	395	517	4165	12.41%	3.02
TOTAL EMPRESA	820	834	6560	12.71%	1272	1206	6461	18.67%	5.95

El Índice de desvinculación tuvo una variación de 5.96 puntos respecto al mismo periodo del año 2021, donde de nuevo la flota de mensajeros tiene su mayor participación con una variación de 13.38 puntos, donde los retiros aumentaron en 170 mientras que la planta promedio disminuyó de un año a otro en 85 personas . A nivel empresa se puede reflejar una desvinculación del 18.67% con una relación de los retiros Vs los ingresos del 94% es decir que por cada 100 personas que ingresan se desvinculan 94.

INDICE DESVINCULACION POR AREAS 2022 VS 2021



Índice de desvinculación antes de cumplir el primer año de servicio

Contratados a término indefinido durante el último año (1 diciembre 2020 al 31 de diciembre 2021)	Retiros voluntarios con antigüedad menor a 1 año (1 de enero al 31 de diciembre 2021)	Indicador	Contratados a término indefinido durante el último año (1 diciembre 2021 al 31 de diciembre 2022)	Retiros indefinidos voluntarios con antigüedad menor a 1 año (1 de enero al 31 de diciembre 2022)	Indicador	Contratados a término fijo e indefinido durante el último año (1 diciembre 2021 al 31 de diciembre 2022)	Retiros fijos e indefinidos voluntarios con antigüedad menor a 1 año (1 de enero al 31 de diciembre 2022)	Indicador
11	5	45.45%	171	38	22.22%	1365	342	25.05%

Este indicador nos muestra la desvinculación laboral voluntariamente antes de cumplir el primer año de servicio del Asociado, tomando como año para las personas que ingresaron desde el 1 de diciembre del año anterior al 31 de diciembre de los años en comparación y los retirados del 1 de enero al 31 de diciembre.

A partir del segundo trimestre de este año, se determinó que para este indicador se debe tener en cuenta las personas contratadas a término fijo, ya que la política de contratación cambió, aumentando los ingresos bajo esta modalidad de contrato y congelando los ingresos a término indefinido.

11.6. Ausentismo

Para el período comprendido de enero a diciembre del 2022, se registraron en la Nómina 7.277 incapacidades, las cuales generaron 50.718 días de ausencia del personal.

CLASE DE INCAPACIDAD	FRECUENCIA 2021	FRECUENCIA 2022	VARIACIÓN FRECUENCIA	SEVERIDAD 2021	SEVERIDAD 2022	VARIACIÓN
Enfermedad general	5863	6157	5%	36245	35761	-1%
Maternidad/Paternidad	456	481	5%	8368	9701	16%
Accidente de trabajo	472	638	35,2%	3690	5254	42,4%
Enfermedad profesional	3	1	-66,7%	11	2	-81,8%
Total general	6794	7277	7,11%	48314	50718	4,98%

En términos generales, para el período Enero – Diciembre del 2022, el ausentismo en **Frecuencia** (No. de incapacidades) Aumentó en un **7.11%** frente al año anterior, y en **Severidad** (No. Días), se observa un Aumento de un **4.98%**; igualmente disminuyó los días de ausencia por enfermedad general en un **-1%** a pesar de que el número de incapacidades aumentó en un 5%, producto del aumento de 294 incapacidades, equivalentes a 484 días menos de incapacidad ; y las licencias de maternidad/paternidad aumentaron en un 16%. Tenemos un promedio de aumento en el año 2022 de severidad de **42.4%** en accidentes de trabajo. (TNL soportado por incapacidades).

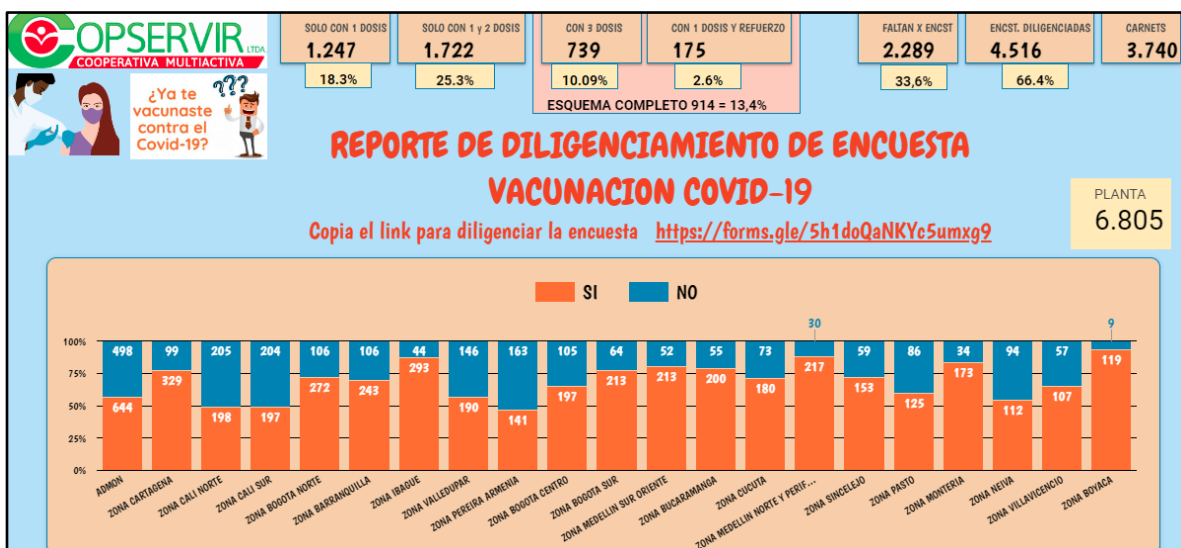
11.7 Manejo de COVID

En el año 2022, se reportaron 585 casos para seguimiento de los cuales se identificaron, 270 sospechosos que presentaron síntomas y aislamiento por 7 días pero no les realizaron prueba, 95 con resultado de prueba Negativo y 220 casos fueron positivos reportados en la plataforma de la ARL SURA por presunta Enfermedad Laboral para determinar el origen, dando cumplimiento normativo. (Res.692 de 2022, Dec. 1072/2015 Art. 2.2.4.1.7 Dec.2851/2015 Art. 3, Dec. 1295/1994 Art.4,6,2 y 67).

A la fecha se ha venido disminuyendo considerablemente el reporte de casos covid-19 y se identifica la disminución de casos positivos, de acuerdo a los casos presentados en el año 2022 se ha dado el manejo correspondiente.

En lo que respecta a la pandemia al finalizar el primer semestre del año el Gobierno Nacional el 21 de junio del 2022 anunció la terminación del estado de emergencia por covid-19 a partir del 30 de junio del 2022 declarada en el país desde marzo del 2020, es importante mencionar que esta no determina la finalización de la pandemia ni la desaparición de la enfermedad como tampoco de los lineamientos, resoluciones o decretos que suscitaron de la misma, por lo que emiten la Resolución 692 del 29/04/2022 emitida por el Ministerio de Salud y Protección Social, donde indica que el protocolo de Bioseguridad hace parte del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo.

Igualmente dando cumplimiento a la vigilancia y comportamiento del Covid-19 en Copsevir, desde el área de Seguridad y Salud en el Trabajo, se continúa en el seguimiento de reporte de síntomas respiratorios relacionados con Covid-19, así como el reporte a la vacunación de los trabajadores.



11.9. Pensionados y Prepensionados

Pensionados

Durante este año se finaliza con 5 trabajadores pensionados que continúan vinculados, manteniendo en igual número de trabajadores pensionados del año anterior presentando un aumento de 1 trabajador, lo cual es positivo respecto a la gestión realizada de seguimiento.

DESCRIPCIÓN	Acum Año 2.022	Acum Año 2.021	Var
Pensionados trabajando al inicio del periodo	4	4	0
Trabaj. que recibieron resolución de pensión vejez	59	52	7
Trabaj. que recibieron resolución de pensión por invalidez	4	7	-3
Pensionados que se retiraron en el periodo	62	59	3
Pensionados trabajando al final del periodo	5	4	1

Prepensionados

AÑO	PREPENSIONADOS QUE CUMPLEN PENSIÓN TRIM ENERO A MARZO 2022	PREPENSIONADOS QUE CUMPLEN PENSIÓN TRIM ABRIL JUNIO	PREPENSIONADOS QUE CUMPLEN PENSIÓN TRIM JULIO A SEPT 2022	PREPENSIONADOS QUE CUMPLEN PENSIÓN TRIM OCT	TOTAL PRE PENSIONADOS QUE CUMPLEN EXPECTATIVA DE PENSIÓN POR EDAD AÑO 2022	Var

		2022		DIC 2022		
2022	19	17	21	27	84	
Ejecutado	14	22	15	16	67	25%

Si observamos en este año a corte diciembre la expectativa era de 84 trabajadores y se lograron pensionar un total de 67 trabajadores, con una variación del 25% que no alcanzaron a pensionarse; sin embargo es preciso anotar que en esta estadística no se incluyen los trabajadores que se desvinculan voluntariamente antes o en el momento de recibir su resolución o se desvinculan por justa causa que en este año fueron 7 trabajadores.

11.10. Formación a los Trabajadores

En el año 2022, se posibilitaron 106.806 momentos de Formación en los diferentes escenarios y metodologías dispuestos por la Cooperativa, con una cobertura del 101% y 15,6 participaciones en programas por trabajador, con respecto al año 2021, se da un crecimiento del 51,4% con 36.258 impactos más. Se invierten \$694,5 Millones con una ejecución del 99% del presupuesto.

Plataforma de Formación CREAR - Móvil

Un total de 33.861 impactos de formación, con un promedio de participación de 2.822 usuarios mensualmente desarrollando programas de formación asociados a rutas de aprendizaje de cada cargo.

Gestión Solidaria

Curso básico de Economía Solidaria: Participaron 1.529 nuevos Asociados, lo que corresponde al 90% de los ingresos, 1.440 personas culminaron los dos capítulos (85%), mientras 89 lo están desarrollando (5%) y 174 más están pendientes por iniciarlo (10%). 1.965 trabajadores asociados realizaron los dos capítulos del curso básico de Economía Solidaria como proceso de Re-inducción, lo que lleva a un total de 5.404 personas que en la actualidad han finalizaron el capítulo I y 5.267 personas que terminaron el capítulo 2 de este programa, que corresponden al 77% de la planta total.

Curso medio de Economía Solidaria: Participaron 1.262 Trabajadores Asociados en el año 2022. De la población objetivo, 2.282 personas culminaron el curso (45,3%), mientras 552 más lo están desarrollando (11%)

Curso Avanzado de Economía Solidaria: 1,121 Trabajadores Asociados en el año 2022 finalizaron. De la población objetivo 1.386 personas lo culminaron en total (41,6%), mientras 141 lo están desarrollando (4,2%)

Curso Gestión Organizacional en Empresas Solidarias: Finalizan la formación un total de 40 participantes en el último cohorte de esta formación; este grupo compuesto por representantes en segundo renglón para la asamblea de asociados y directivos que estaban pendientes, con fortalecimiento de competencias gerenciales transversales con la Universidad Cooperativa de Colombia.

Gestión Corporativa

Programa de Inducción Corporativa: Desarrollo de los tres cursos virtuales que componen el programa por parte de 1.642 trabajadores nuevos en metodología virtual, para una cobertura del 97% de los ingresos del año 2022. De ellos, 1.406 finalizaron los 3 cursos que componen el programa (83%), 236 lo están desarrollando (14%) y 62 no los han iniciado (4%).

Inducción General Sincrónica: Sesiones sincrónicas desarrolladas vía Webinar con 912 nuevos trabajadores que ingresaron en el año 2022, con temáticas asociadas a los aspectos más representativos de Copservir, para una cobertura del 54%.

Re-inducción Corporativa: Un promedio de 3.326 Personas, desarrollaron los tres cursos del programa de Inducción Corporativa de Copservir en el año 2022.

Políticas Internas: 7.648 impactos en estos programas, que incluyen los cursos de Reglamento Interno de Trabajo, Uso del celular, Desvinculación Laboral, SIAR, seguridad de los datos y SARLAFT.

Programa de Inducción Específica Personal Operativo: 1.235 nuevos trabajadores y ascendidos de los Puntos de venta, desarrollaron el programa virtual y se llega a un cubrimiento del 84,9%, de los cuales 945, es decir el 77% finalizaron los cursos y 104 más que corresponde al 8% los están desarrollando. Adicionalmente 1.046 trabajadores lo realizaron como refuerzo, a continuación el resumen:

Profesionalización del Talento Humano

- **Técnico en Servicios Farmacéuticos (SENA):** Al año 2022 cierra con un total de 928 Certificados.
- **Técnico Auxiliar Laboral en Servicios Farmacéuticos (ELAF - COPSERVIR):** Programa apoyado con recursos de Copservir. Un total de 164 estudiantes continúan en formación en el año 2023. 2.149 certificados al corte.
- **Técnico Auxiliar Laboral en Servicios Farmacéuticos (CONVENIOS PROVEEDORES):** 111 estudiantes (HIGEN - GenFar) y 641 Certificados (GenFar: 208 - Abbott: 308, Siegfried: 108 Privado: 13)
- **Técnico Laboral Auxiliar en Servicios Farmacéuticos (OTRAS INSTITUCIONES):** 471 personas certificadas en diferentes instituciones técnicas laborales en todo el país.




11.11 Beneficio a los Empleados

11.11.1 Auxilio al Empleado

AUXILIOS A TRABAJADORES		
Auxilio	Número de beneficiarios o ocasiones	Valor ejecutado*
 Educativo hijos de trabajadores y trabajadores	1.173	\$ 331.745
 Traslado de Ciudad y Vivienda	22	\$26.624
 Movilización	20	\$ 18,842
 SOAT y Póliza Todo Riesgo a Mensajeros	2,596	\$473,116
 Casino Sedes Administrativas	759	\$ 258,405
 Conectividad	401	\$ 259,900
 Otros auxilios Ramo funebre, celular y club social	104	\$22.954


***Valores en miles.**

Durante el desarrollo del año 2022 los rubros en relación, tuvieron la siguiente ejecución:

OTROS AUXILIOS		
Auxilio	Número de beneficiarios o ocasiones	Valor ejecutado *
 Prima de Antigüedad	681	\$ 965,319
 Rodamiento PDV y Sede	1.992	\$7.593.498
 Reconocimiento 24 horas	1.349	\$ 420,333

***Valores en miles.**

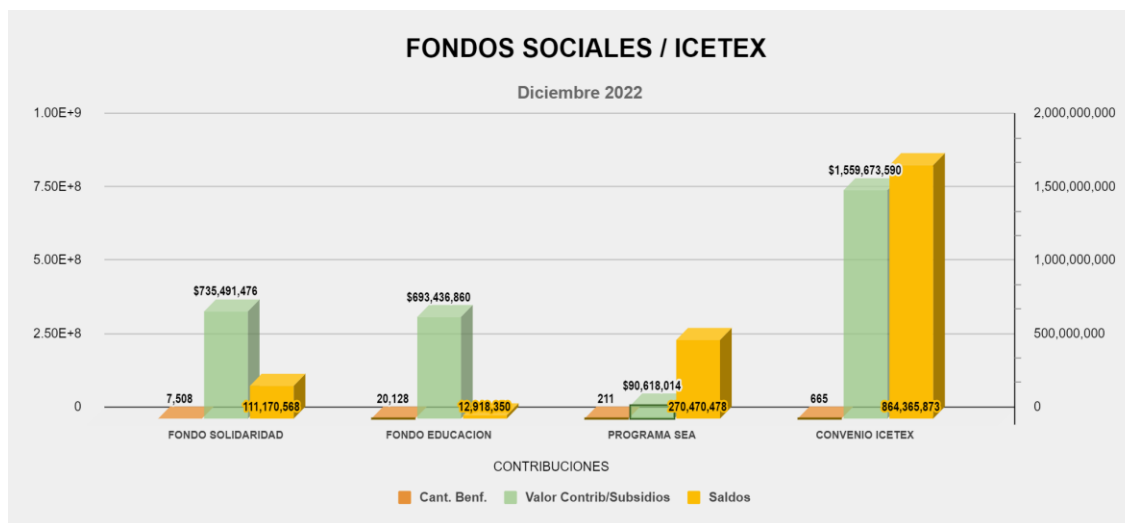
11.11.2 Estímulos y Reconocimiento

ESTIMULO Y RECONOCIMIENTO		
Concepto	Número de beneficiarios o ocasiones	Valor ejecutado
 Reconocimiento por Nacimiento hijos.	169	\$ 43,168
 Reconocimiento Matrimonio	54	\$ 13,248
 Reconocimiento Grado	107	\$ 25,020
 Celebración de Miércoles de Ceniza	1,032	\$ 2,355
 Homenaje a pensionados	74	\$ 15,620
 Celebraciones Especiales <small>CEDI, Fuerza de Ventas, Mensajeros, Halloween</small>	11,914	\$248.917
 Actividades Navideñas <small>Anchetas, Regalos Hijos y Fiestas</small>	16.231	\$1.038.020
 Obsequio Antigüedad y otros	1.371	\$45.997

***Valores en miles.**

11.12. Beneficios a los Asociados

Con la aplicación de los excedentes apropiadas se constituyeron:



La Cooperativa con el propósito de servicio al asociado, entrega subsidios en 28.512 ocasiones que acumulan en el año la suma de \$3.079 millones por parte de los fondos sociales e ICETEX.

11.12.1. Convenio con el ICETEX

Durante las dos convocatorias del año 2022 se tramitaron 512 renovaciones y 153 adjudicaciones para un total de 665 subsidios entregados por valor de \$1.560 millones

Distribuidos en la formación de educación superior a 260 asociados y 405 hijos de asociados

Actualmente se tiene un saldo en los fondos del convenio Copservir Icetex de \$864 millones para atender las convocatoria del primer periodo del año 2023.

11.12.2. Fondo de solidaridad (fondo con apropiación de excedentes, no generan gasto)

Al cierre del año 2022 queda un saldo del Fondo de Solidaridad por \$111.1 millones para ejecutar en el año 2023.

A Diciembre de 2022 se otorgaron 7.508 contribuciones por valor de \$735.4 millones, detallandose así:

COPSERVIR				
FONDO DE SOLIDARIDAD 2022				
EJECUCION ENERO 01 AL 31 DE DICIEMBRE 2022				
CONCEPTO	Año/ Exdte	Cant. Benf.	VALOR	
SALDO DE EXCEDENTES 2019 (Quedo al 31 Dic 2020)	2019	-	\$ 978.156.560	
TOTAL FONDO SOLIDARIDAD APROPIACION EXCEDENTES AL 31 DIC.2021			\$ 978.156.560	
EJECUCION AÑO 2022				
SALDO INICIAL DEL FONDO AL 01 ENERO 2022	2019		\$ 978.156.560	
DISTRIBUCION EXCEDENTES AÑO 2021 SEGUN ACTA 26 DE ASAMBLEA MARZO 2022 PARA EJECUTAR EN EL AÑO 2022	2021		\$ 635.000.000	
APROPIACION 2020 (Quedo al 31 Dic 2021)	2020		\$ 210.401.444	
REVERSION CONTRIBUCION POR EXCLUSION POLIZA DE VIDA	2022		\$ 1.260.600	
TOTAL RECURSOS ASIGNADOS			\$ 1.824.818.604	
MERCADOS SOLIDARIOS ENTREGADOS EN PRIMER TRIMESTRE DEL 2022 - APROPIACION SALDO AÑO 2019	2019	6470	-\$ 452.117.130	
POLIZA DE VIDA		3362	-\$ 85.377.500	
PROGRAMA COVIDA (EJECUTADO POR TALENTO HUMANO)		1466	-\$ 79.365.000	
CONTRIBUCIONES ENERO AL 31 DICIEMBRE/22 PAGADAS AL ASOCIADO		2275	-\$ 449.098.976	
CONTRIBUCIONES APOYO PANDEMIA "COVID-19" ENERO AL 30 NOVIEMBRE/22		405	-\$ 21.650.000	
DONACION FUNDACION ABRAZOS DEL ALMA			-\$ 100.000.000	
TRASLADO AL FONDO DE VIVIENDA (AUTORIZADO POR ASAMBLEA)	2019		-\$ 526.039.430	
TOTAL EJECUTADO DE ENERO 01 AL 31 DE DICIEMBRE/22		7508	-\$ 1.713.648.036	
SALDO FONDO SOLIDARIDAD PARA EJECUTAR EN AÑO 2022			\$ 111.170.568	
APROPIACION RECURSOS POR AÑO				
DETALLE				
RECURSOS	AÑO	RECURSOS	APROPIACION	SALDO
RECURSOS 2019 COMPRA DE MERCADOS (\$452.117.130) - SALDO PARA PROYECTO VIVIENDA	2019	\$ 978.156.560	-\$ 978.156.560	\$ -
APROPIACION 2020 (\$210.401.444) CON CONTRIBUCIONES EJECUTADAS DEL 01 ENERO AL 31 DICIEMBRE 2022	2020	\$ 210.401.444	-\$ 210.401.444	\$ -
APROPIACION 2021 PENDIENTE DE EJECUTAR	2021	\$ 636.260.600	-\$ 525.090.032	\$ 111.170.568
SALDO FONDO SOLIDARIDAD PARA EJECUTAR EN AÑO 2022		\$ 1.824.818.604	-\$ 1.713.648.036	\$ 111.170.568

- 3.362 Contribuciones por póliza de vida por valor de \$85.4 millones pesos
- 2.275 Contribuciones por diferentes tipos otorgadas a asociados por valor de \$449 mill.
- 1.466 Contribuciones Programa Covida por valor de \$79.3 millones.
- 405 Contribuciones por Calamidad Emergencia Sanitaria Covid-19 por valor de \$21.7 mill.
- Donación Fundación Copservir (Brigada Cúcuta, San Andrés, C/gena) por valor \$100 mill.

Entrega de mercados solidarios

Durante el mes de Marzo de 2022 se hizo entrega de 6.470 mercados solidarios a nuestros Asociados, la inversión total fue de \$452.117.130, la actividad contó con la participación y entusiasmo de algunos colaboradores que hicieron videos tik tok animando y agradeciendo este gesto solidario.



11.12.3. Fondo de educación (fondo con apropiación de excedentes, no generan gasto)

Se asignó para el Fondo de Educación en el año 2022 \$600.7 millones, que sumado a los 102.6 millones y 2.9 millones reintegrados al fondo, por la no participación de 5 solicitantes, quedando un saldo para ejecutar en el 2022 de 706.3 millones. Durante el 2022 se entregan 20.128 contribuciones por \$693.4 millones. Queda un saldo para el año 2023 de \$12.9 millones.

COPSERVIR		
FONDO EDUCACIÓN 2022		
EJECUCION ENERO AL 31 DICIEMBRE/22		
CONCEPTO	Nº CONTRIBUCIONE	VALORES
Saldo año 2021 para ejecutar en 2022		\$ 102,615,723
Excedentes 2021 para ejecutar en 2022 Acta 26 marzo/22 Asamblea general		\$ 600,776,325
Ingreso por no participacion (5) del solicitante "Retorno al Fondo"		\$ 2,963,162
Total ingresos para ejecucion 2022		\$ 706,355,210
Ejecutado por Capacitación y Desarrollo enero al 31 Diciembre/22	19904	\$ 454,714,608
Capacitacion Personal Administrativo Enero al 31 Diciembre/22	78	\$ 131,225,737
Regencia de farmacia primer semestre 2022	62	\$ 45,374,964
Regencia de farmacia segundo semestre 2022	84	\$ 62,121,551
Total Ejecutado al 31 de Diciembre/22	20128	\$ 693,436,860
Saldo Fondo al 31 Diciembre/22		\$ 12,918,350

11.12.4. Otros Fondos-Programa SEA

El programa SEA creado en pro de beneficiar a nuestros asociados con condiciones médicas especiales en su ejecución al mes de Diciembre 2022, se otorgó 211 contribuciones de beneficio económico e incapacidades por valor de \$90.6 millones, quedando un saldo de \$270.4 millones.

COPSERVIR		
PROGRAMA SEA		
EJECUCION ENERO 01 AL 31 DE DICIEMBRE/2022		
+ SALDO AÑO 2021		115,274,214
INGRESO CUOTA COOPERATIVA ENERO AL 31 DE DICIEMBRE/22		225,814,278
RECURSO APROBADO POR ASAMBLEA ABRIL/22		20,000,000
DISPONIBLE AÑO 2022		361,088,492
CONTRIBUCIONES BENEFICIO ECONOMICO ENERO AL 31 DICIEMBRE/22	104	83,321,700
CONTRIBUCIONES POR INCAPACIDAD SEPTIEMBRE A NOVIEMBRE/22	107	7,296,314
SALDO AL 31 DICIEMBRE/22		270,470,478

11.13. Sindicatos

Al cierre del año 2022 se cuenta con 3.820 trabajadores sindicalizados, el 58,11 % de la planta de personal. El Sindicato de Base tiene 3.777 afiliados y el Sindicato de Industria 92.

Durante el año 2022 se cumplió con la convención colectiva de trabajo suscrita en diciembre de 2021 con el Sindicato de Base (Asocopservir) y se sostuvo la convención colectiva suscrita con el Sindicato de Industria (Sintraincopmed) renovándose semestralmente.

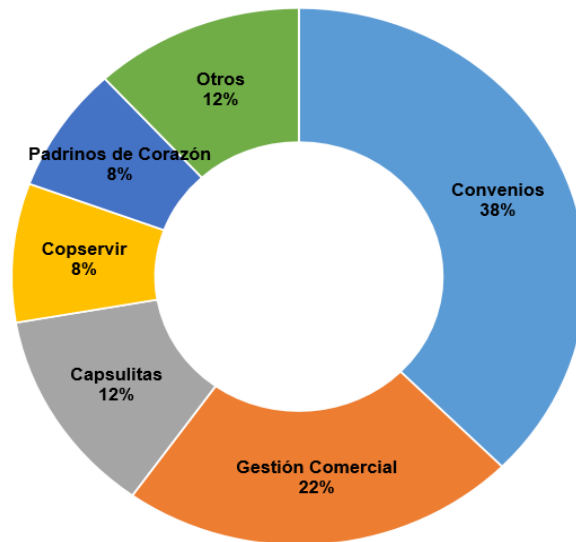
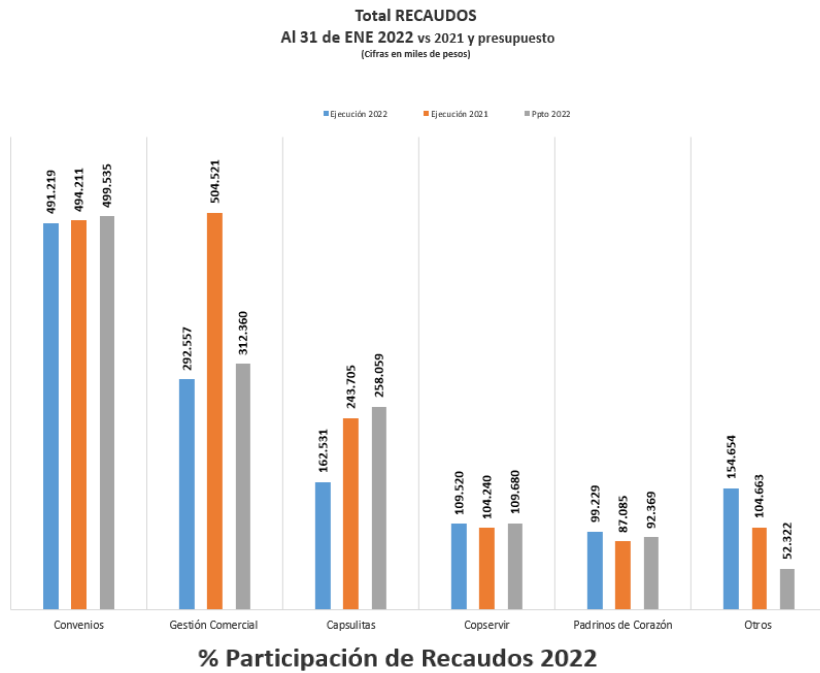
Al cierre del año, se superó una querrela que el Sindicato de Industria Sintraincopmed había puesto ante el ministerio del trabajo regional Santander por la supuesta violación al derecho de negociación por parte de Copservir, al negarse a negociar un pliego que ellos radicaron en Enero de 2022, y que a criterio de Copservir no cumplía con el debido proceso de trámite de denuncia ante el Ministerio; esta querrela generó unos procesos jurídicos de atención y gestión que finalizaron con una reunión de conciliación ante el Viceministro de Relaciones Laborales, basada en la cual, el sindicato interpuso recursos de reposición ante la resolución sancionatoria que había expedido el ministerio, la cual en Diciembre 23 fue revocada y archivada. A partir del 23 de enero de 2023 se inicia la etapa de arreglo directo de negociación del pliego de peticiones con el Sindicato de Industria Sintraincopmed.

El Pliego de peticiones a negociar está estimado con un impacto financiero negativo para la Cooperativa en \$196.723 millones de pesos.

12. Programas de Responsabilidad Social y Empresarial

12.1. Fundación Copservir

En el año 2022 la fundación recaudó la suma de \$1.309 millones, aporte generado con diferentes aliados patrocinadores, el cual le permitió desarrollar los diferentes programas dirigidos a la comunidad.



Balance Gestión Social 2022

8.500

Personas sensibilizadas en jornadas de promoción y prevención de cáncer.



180

Bonos nutricionales a pacientes con cáncer



7.855

Almuerzos, refrigerios y mercados solidarios.



500

Personas atendidas en asesoría médica y psicológica VITALMENTE



14.600

Personas atendidas en brigadas y jornadas de salud comunitarias.



5.960

Kits escolares y productos de aseo.



Total personas beneficiadas:

42.895

5.300

Regalos entregados en navidad.



Comunidades:

495

El poder de servir sin fronteras



3.500 HOMBRES y MUJERES sensibilizados frente al Cáncer de Mama y el VIH /SIDA a través de **70** jornadas a nivel nacional que beneficiaron **70** comunidades con una Inversión de \$16 millones.



180 Bonos de mercado para beneficiarios pacientes CA y VIH en todo el país y 30 talleres a nivel nacional con una inversión de \$4 millones.



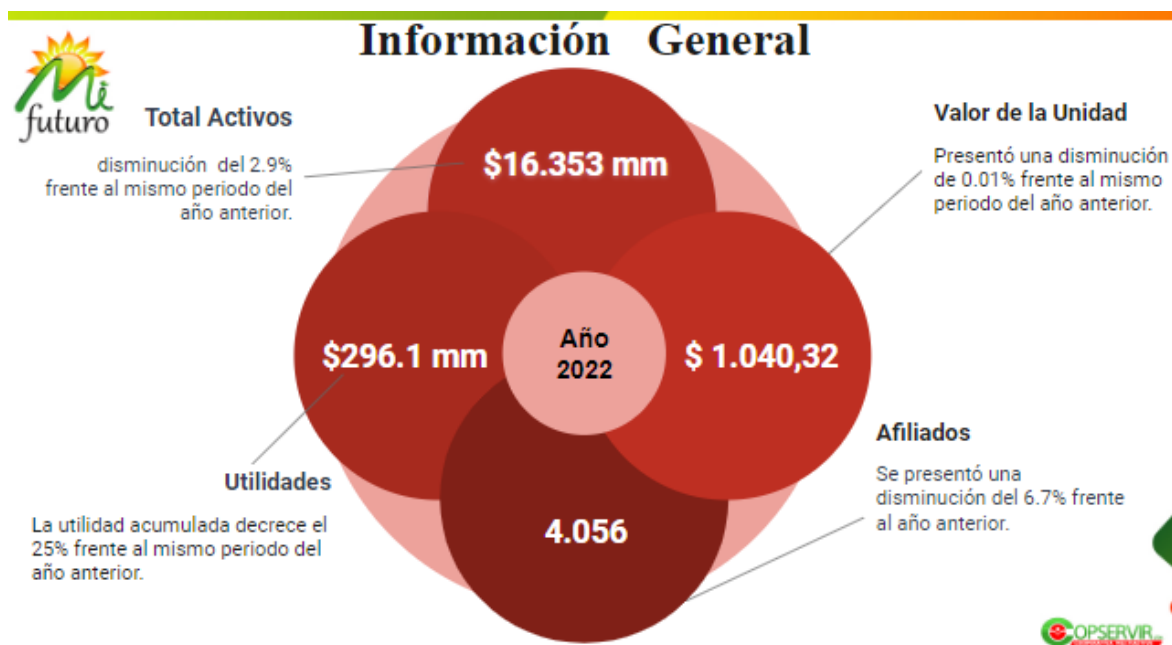
Día del Niño con Cáncer Caravana del Arte

Actividades de sensibilización por medio de 160 kits de pintura en aulas hospitalarias para conmemorar esta fecha con una inversión de \$8.1 millones.

Otras actividades como:

- **1.750 Kits Escolares** que beneficiaron a 42 poblaciones vulnerables del país, con útiles escolares que le permitan dar continuidad en su educación en los tiempos de pandemia con una inversión de \$41.2 millones.
- **1.045 Mercados Solidarios** que beneficiaron a comunidades brindando apoyo nutricional con el fin de contribuir al bienestar de los más vulnerables en momentos de pandemia con una inversión de \$116.6 millones.
- **2.760 Soportes Nutricionales** para apoyar nutricionalmente a cuidadores de pacientes que se encuentran hospitalizados con una inversión de \$6.1 millones.
- **2.550 Kits de aseo personal** para aportar a la higiene y salud de las poblaciones más vulnerables contribuyendo al autocuidado y la prevención.
- **14.600 Brigadas de Salud** Atención médica general, pediatría, enfermería, odontología, optometría, punto de vacunación y entrega de medicamentos han beneficiado a 22 comunidades, con una inversión de \$59 millones.
- **Inauguración Clínica de la Mama** Contamos con un consultorio Rosa en alianza con la Red Salud Norte de Cali, donde prestamos servicio de medicina general enfocada en el autocuidado para la prevención, detección temprana y tratamiento del cáncer de Mama, con una inversión de \$13.2 millones.
- **53.00 regalos** Crear espacios lúdicos acompañados de regalos para sorprender y llevar alegría a los niños en la época decembrina, con una Inversión de \$58 millones.

12.2. Fondo Mutuo de inversión MI FUTURO



Al cierre del año el fondo registra una utilidad de \$296.1 millones, resultado inferior respecto a lo registrado el año anterior cuando al cierre del mismo periodo se había presentado un excedente acumulado de \$394.5 millones, los ingresos presentan una disminución importante producto del cambio de valoración de los títulos PEI y TIN Valor los cuales pasaron de Patrimonial Neto a valor de mercado. (Circular externa 006 del 2021 SIFC), a esto se suma las volatilidad en el mercado bursátil que impactaron en algunos meses de manera negativa las inversiones que tiene el fondo, minimiza este impacto los rendimientos obtenidos en los créditos a los afiliados (a pesar del descenso en la cantidad de afiliados) y una buena administración de los gastos operativos.

13. Conclusiones

La notable recuperación que presentó la economía colombiana de la crisis del COVID-19, no fue suficiente para estabilizar los comportamientos de inflación, tasas de interés, volatilidad del dólar, un año 2022 de elecciones presidenciales, caracterizado por escenarios que generaron incertidumbre en los diferentes sectores económicos que hasta los analistas más especializados no atinaron en los indicadores económicos que el país presentaba..

Característica que también evidenció la Cooperativa, los factores externos jugaron un papel muy importante en el desarrollo de nuestras operaciones, un aumento del dólar no esperado, las alzas en los precios de insumos y servicios a causa de este y otros impactos por indicadores económicos como el IPC, los fenómenos naturales que afectaron vías de tránsito generando aumento en las tarifas de transporte, el alto valor en las tarifas de energía por parte de los operadores energéticos, fueron causales de un alto crecimiento en los gastos operacionales que reducen los excedentes esperados y afectan los indicadores de rentabilidad y liquidez.

Sumado a lo anterior los siniestros que afectaron a la Cooperativa durante el año, más de \$2.000 millones de pesos, las regulaciones de precios, con todos estos factores que incidieron negativamente, la Cooperativa contrarrestó con 52 aperturas que aportaron ventas por más de \$16.000 millones, estrategias de negociaciones con los socios estratégicos, compras anticipadas de insumo para contrarrestar las alzas estimadas, y oportunidad en negociaciones de tesorería e inversiones en títulos, permiten en el año 2022 generar un excedente de \$8.114 millones, , continúa generando valor y cumpliendo los objetivos trazados en el plan estratégico diseñado para el año que culmina.

Se destaca la gestión con proveedores y la gestión de los excedentes de liquidez por el aporte significativo en los conceptos de utilidades por negociaciones en compras e ingresos financieros.

Se cumplen los objetivos planteados en el contrato de preposición, no se presentan novedades con la marca e incrementa el número de PDV a 1.011.