Informe de Gestión Económica y Administrativa Cotrafa Social

Señores Miembros de la Asamblea de COTRAFA SOCIAL

Resiliencia, adaptabilidad, liderazgo, empatía y don de servicio fueron las características demostradas por el equipo de trabajo de COTRAFA SOCIAL en este duro año 2020. Ninguno de los indicadores, proyecciones o cálculos de prospectiva, incluían o preveían las circunstancias que tuvimos que enfrentar en este año. Los cálculos económicos de crecimiento, financieros, presupuestos, etc. quedaron en un segundo plano cuando lo que se tuvo que hacer fue sacar lo mejor del equipo para salir de la dificultad que se presentó de manera inesperada, pero que nos llevó a resolver y afrontar.

De nada sirven las predicciones o los movimientos previamente planeados ante las crisis inesperadas y que no dependen en absoluto del ser humano, cuando no se tiene el control de un sinnúmero de factores externos que definitivamente afectan y si no se reacciona, puede destruir lo que ha costado muchísimo durante tantos años, como en no pocas empresas ocurrió con esta pandemia.

Este año se caracterizó por un trabajo arduo a diario, esperando cada día un nuevo acontecimiento que nos llevara a replantear lo del día inmediatamente anterior; circunstancias cambiantes y un estado de alerta constante para prever el camino más acertado posible y reaccionar ante la nueva realidad y más importante aún, la disposición de un grupo de personas para adaptarse rápidamente.

Tenemos toda la convicción que la gestión realizada en este 2020 fue el mejor proceso de aprendizaje por el que hayamos podido pasar, las necesidades de una gestión rápida, eficiente, recursiva, innovadora y al mismo tiempo humana, nos llenó de fuerza, optimismo y de confianza. La seguridad que nos dio este proceso nos llevó a proyectar mucho más nuestra entidad Cooperativa, con el convencimiento de que tenemos el material y el equipo suficiente para afrontar los procesos de cambio que se vienen estructurando.

Y es que si quedaba alguna duda de la importancia de lo humano, de rescatar lo realmente significativo de las relaciones, con lo ocurrido este año queda completamente despejada. Son nuestras relaciones las que moldean el comportamiento ante las situaciones que se nos presentan, la bondad hace que en momentos y circunstancias adversas, podamos disponer toda nuestra fuerza y actitud para afrontarlas de manera conjunta. La solidaridad con el otro es al fin y al cabo beneficiosa para todos, el bienestar individual depende del colectivo y esto nos hace asumir un compromiso y entender a cada uno y su real aporte a la solución de cada problema. Las personas son y seguirán siendo el centro de nuestra atención; los medios, canales y la tecnología, deben ponerse al servicio de esas relaciones y no al contrario.

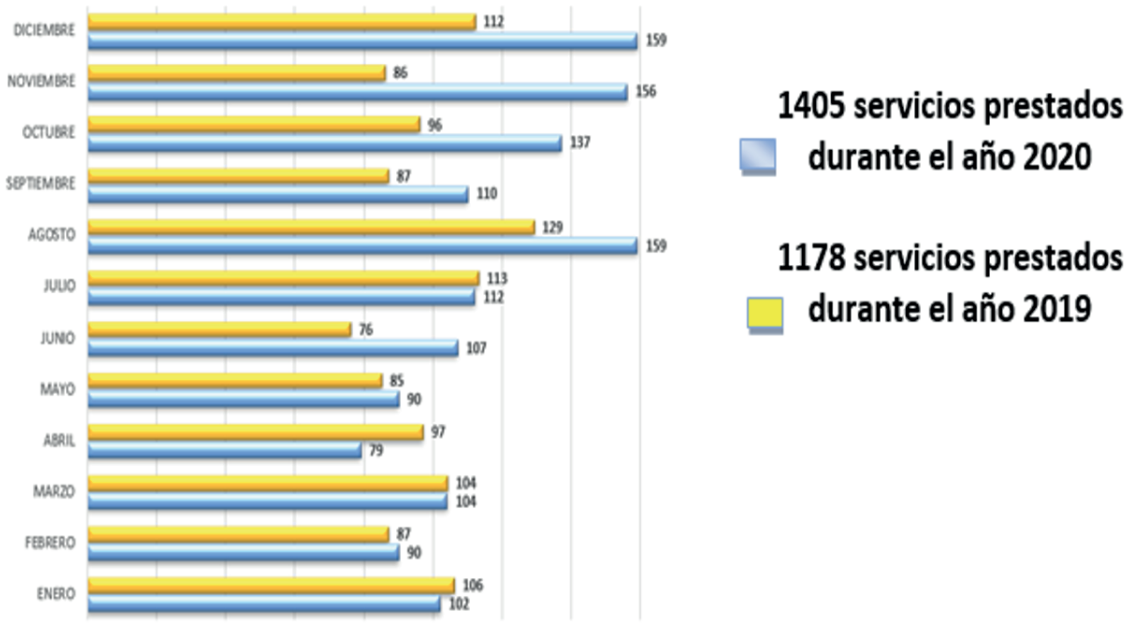
Somos tan frágiles que cualquier adversidad como la que vivimos este año 2020 y que aún persiste, resalta la importancia del ser, de cada humano con quien compartimos y las herramientas no dejan de ser solo eso, herramientas.

En este informe no vale la pena profundizar mucho en las cifras del Dane y proyecciones de economistas, las cifras nacionales y mundiales nos hablan de una crisis que costará mucho revertir, la pobreza se profundizó, unas empresas quebraron, otras quedaron en una situación difícil, el desempleo creció y el PIB nacional e internacional quedó en rojo y todo esto afectó severamente la población local, nacional y mundial y

definitivamente, acentuó problemáticas sociales y de manera muy significativa de salud; aspectos que trascendieron a un incremento considerable de los indicadores de personas fallecidas, que en nuestro caso en meses, se superó en más del 50% con respecto al año inmediatamente anterior, con todo lo que esto conlleva, no solo en costos administrativos y financieros, sino en el impacto que tiene en nuestra sociedad y el efecto en los comportamientos y decisiones de las personas. Muchos patrones cambiaron y eso nos obligó a revisarnos y reinventarnos ante las nuevas realidades y retos que trajo esta transición.

Vale la pena resaltar el gran trabajo realizado por nuestro equipo, aquellos que asumiendo algunos riesgos por nuestra actividad en servicios funerarios, con entereza, mucho compromiso y profesionalismo, le hicieron frente a las dificultades y pusieron toda su capacidad al servicio de la gente, de aquellas personas que sufrieron la pérdida de sus seres queridos y que en muchas ocasiones no pudieron hacerle una despedida. En esos momentos, fue nuestro equipo el que se esforzó por dar una esperanza, un trato cálido que de alguna manera aliviara la angustia que produjo esta situación.

El esfuerzo de nuestro equipo se vio reflejado en el aumento considerable de servicios atendidos, sobre todo en el segundo semestre del año, por el efecto directo de la pandemia y por los demás factores asociados a dicha situación, con un impacto bastante significativo en las personas mayores de 60 años. A continuación, exponemos un cuadro comparativo con el incremento del número de personas fallecidas:



De igual manera pudimos adaptarnos a las circunstancias y brindar el acompañamiento y las herramientas para lograr acercar a las personas en momentos tan difíciles como el fallecimiento de sus seres queridos, creando salas virtuales para velación, despedida y rituales; pudimos brindar a las personas la alternativa remota por canales digitales para su proceso de duelo, además del acompañamiento psicológico no solo a aquellos que por motivos de duelo lo necesitaron, sino que, adecuamos la Línea Vida, donde las personas encontraron asesoría para sobrellevar otras dificultades derivadas del encierro y el aislamiento.

A continuación, vamos a presentar las gestiones realizadas y los logros obtenidos por nuestro equipo de trabajo, del cual nos sentimos orgullosos y confiados para asumir los retos que se nos vienen en el futuro cercano.

ACTIVIDADES REALIZADAS	CANTIDAD DE ACTIVIDADES	PERSONAS ATENDIDAS
Eventos mensuales presenciales	2	687
Eventos mensuales virtuales	5	
Charlas empresas virtuales	3	120
Grupo de apoyo (Duelo) presenciales	5	30
Asesorías Psicológicas virtuales	483	483
Asesorías Acompañando virtuales	130	200
Visitas Acompañando virtuales	8	32
Ceremonia de despedida virtual	104	8.840
Rituales presenciales	9	500
Velaciones virtuales	18	480
Rituales virtuales Acompañando	5	75
Acompañamiento a Servicios Funerarios telefónico y presencial	1.402	1.402
TOTAL ACTIVIDADES REALIZADAS Y PERSONAS ATENDIDAS	**2.174**	**12.849**

GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y GESTIÓN HUMANA

El año 2020, fue un año atípico en todos los países del mundo, afectando en gran medida a las diferentes entidades públicas y privadas de nuestro país, con grandes contrastes y negativos efectos económicos en los distintos sectores productivos. A causa de una inesperada pandemia por COVID-19, que tuvo origen en el continente asiático, situación que no solo afectó al sector Salud como se hubiese esperado, si no a todos los sectores, como el Industrial, Agrícola y de Servicios, hasta el Comercial y Transporte. Esta realidad no fue ajena a nuestra entidad COTRAFA SOCIAL, que tuvo la necesidad de generar grandes cambios en sus procedimientos e incluso en el alcance de sus objetivos, estrategias administrativas, organizacionales y tecnológicas.

El principal esfuerzo administrativo, estuvo en mantener activa la operación de las distintas áreas de la organización, situación que exigió adaptarse al uso indispensable de la infraestructura tecnológica, haciendo uso de las herramientas y plataformas digitales (formularios y encuestas por Google y otros), así como la forma en que se debían realizar los diferentes procedimientos, manteniendo abierta nuestra gestión de servicio y atención al cliente interno y externo.

Con los procesos coordinados desde la Dirección Administrativa y de Talento Humano, se hizo énfasis en la construcción y adaptación de procedimientos encaminados al teletrabajo, trabajo en casa y la alternancia laboral, mediante espacios u oficinas compartidas tipo coworking y a la estandarización del proceso del

servicio al cliente, éstas encaminadas en buscar el cumplimiento de las normas en términos de aforos y distanciamiento en todos los espacios, especialmente durante los tiempos decretados por el Gobierno Nacional como Toque de Queda, teniendo en cuenta que nuestra actividad económica siempre estuvo exenta de las ya mencionadas restricciones en materia de movilidad y el desplazamiento a los sitios de trabajo. Estas excepciones se presentaron dado nuestro objeto social y actividad económica.

Todo esto permitió que desde nuestra infraestructura tecnológica, se pudieran aplicar y designar labores no presenciales para todo el recurso humano de COTRAFA SOCIAL, logrando mantener al personal al tanto de cualquier eventualidad generada por las diferentes medidas normativas que se establecieron como Decretos, Resoluciones o circulares expedidas por las distintas entidades del orden nacional, departamental y municipal. Entre las más rigurosas se encuentran las normas y actos administrativos expedidos por el Ministerio del Trabajo y de la Protección Social y el Ministerio de Salud. Estas últimas, enfocadas en administrar la información necesaria, para que desde nuestro Sistema de Gestión en Seguridad y Salud en el Trabajo (SGSST), se diera una efectiva aplicación de los protocolos de bioseguridad, los cuales estuvieron encaminados en prevenir, administrar y mitigar los riesgos de contagio por COVID-19.

SOSTENIMIENTO CONTRACTUAL EN TIEMPOS DE CRISIS ECONÓMICA

Uno de los puntos a destacar sobre la gestión administrativa y el recurso humano, fue el gran esfuerzo de la empresa, por mantener activos y vigentes todos los contratos de trabajo, descartando cualquier posibilidad de generar despidos o suspensiones temporales de contratos durante los primeros meses de la emergencia económica y sanitaria. A pesar de las restricciones gubernamentales y la afectación a la industria y el comercio por la recesión económica, COTRAFA SOCIAL, priorizó mantener con normalidad todos los pagos de las prestaciones sociales y salariales y conservar todos los beneficios existentes (con las políticas definidas para mejorar las condiciones del personal). Para ello se aplicaron estrategias a nivel general, tales como: el otorgamiento de vacaciones anticipadas para el personal que conforme a su cargo y funciones, permitían una flexibilidad y una suspensión temporal de sus actividades, sin que ello afectara la operación de la empresa; así mismo, se optó por suspender de manera temporal el reconocimiento de algunos beneficios no constitutivos de salario y que por mera liberalidad de la empresa se otorgaban, como primas de antigüedad por años de labor y auxilios para lentes de los empleados.

Todos estos beneficios se fueron retomando de manera gradual, situación que dentro del desarrollo emocional y económico de los empleados, se convirtió en un referente para mantener estable la disposición y la actitud, de todos aquellos que hacen parte de la organización.

Para el año 2020, el incremento salarial fue del 6.5% para los empleados. Se vincularon con COTRAFA SOCIAL, 8 personas con contrato laboral, se renovaron contratos a 5 empleados y se firmó contrato de aprendizaje con 5 estudiantes para el desarrollo de sus prácticas. Durante el año se desvincularon 2 empleados en el mes de noviembre; adicionalmente, 2 empleados accedieron al reconocimiento de pensión, uno por vejez y el otro por invalidez. Se finalizó el año 2020 con 114 empleados y 5 aprendices.

PROGRAMA DE BENEFICIOS PARA EMPLEADOS 2020 *Cifras expresadas en miles de pesos*		
BENEFICIO	**PERSONAL BENEFICIADO**	**INVERSIÓN**
Prima de vacaciones	88 empleados	86.846
Prima extralegal de Navidad	120 empleados	219.161
Auxilios de anteojos	8 empleados	3.824
Auxilios por enfermedad	60 empleados	22.996
Prima de antigüedad	16 empleados	16.507
Auxilio por maternidad	1 empleado	88
Prima por matrimonio	2 empleados	321
Seguro de vida voluntario	Todo el personal	15.929
Intereses subsidiados créditos de vivienda	10 empleados	27.153
TOTAL		**392.824**

PROGRAMAS DEPORTIVOS Y CULTURALES PARA LOS EMPLEADOS		
Gimnasio	21 empleados	725
TOTAL		**392.824**

CELEBRACIÓN DE DÍAS ESPECIALES		
Día de la Mujer	64 empleados	481
Día de Hombre	56 empleados	130
Años de Labor	16 empleados	560
Día del Contador	6 empleados	33
Participación de excedentes	Todo el personal	108.795
Fondo Destinar	65 empleados	172.739
TOTAL		**282.737**
GRAN TOTAL		**676.286**

TRABAJO CONJUNTO

Se realizó un trabajo con todas las áreas de la empresa, con comunicación y la capacitación respectiva de las medidas de autocuidado, manejo adecuado del uso de los elementos de protección personal, lavado frecuente de manos, distanciamiento social, uso permanente de la mascarilla o tapabocas, comprensión y adaptación de los protocolos y señalizaciones de bioseguridad. A su vez, COTRAFA SOCIAL, siempre ha ejecutado estrategias de control y comunicación de la información con todos los empleados en general, con el fin de manejar datos claros respecto al estado y las condiciones de salud, verificando e identificando, aquellos casos que de acuerdo a la información dada, requieran un seguimiento especial, diferenciando las afectaciones de salud de carácter general u origen común, con aquellas que se presentan de carácter laboral. Esta gestión trazada a nivel organizacional, permitió hacer un seguimiento a los factores de sintomatología específica para COVID-19 separando esta enfermedad de cualquier otra que se pudiera presentar, puesto que

esta requiere la identificación temprana de casos sospechosos o positivos, con la finalidad de realizar un aislamiento preventivo y un cerco epidemiológico, para evitar que otros miembros de la organización se contagien.

Parte de este esfuerzo se vio reflejado en el número de resultados positivos para COVID-19, que sumados nos dan una cifra de tan solo 17 casos positivos, los cuales, en su mayoría, fueron asintomáticos y sin precedente de algún caso grave o que hubiera requerido hospitalización. Esto da cuenta que las campañas de sensibilización, concientización y culturización de la enfermedad con las diferentes áreas de la organización fueron acertadas.

ACOMPAÑAMIENTO PSICOSOCIAL

El acompañamiento del personal de psicología organizacional, fue bastante importante, en la medida que su propósito se enfocó en disminuir el impacto generado por las diferentes manifestaciones emocionales y psicológicas que se presentaron a causa de todos los efectos secundarios no solo por la enfermedad del COVID-19, sino también, por el temor producido por los medios de comunicación y las redes sociales; identificando con más frecuencia, altos niveles de estrés y ansiedad, angustia e inconformidades en el proceso de adaptación relacionado con las nuevas modalidades de trabajo, como el teletrabajo y el trabajo en casa, que permitieron darle a las diferentes situaciones de angustia, un manejo propositivo, encaminado específicamente a procurar el bienestar común de todos los empleados, durante el tiempo de la jornada laboral y el espacio destinado a compartir con sus familias, enfatizando en el aprovechamiento de las adversidades vividas en 2020 y resaltando la importancia de afianzar los lazos y las relaciones interpersonales entre empleados.

Este acompañamiento logró que la frustración producida por los diferentes factores de riesgo psicosocial, fueran más llevaderos, al entender la diversificación de los cambios y la necesidad de adaptarse, es por ello que podemos confirmar que con todo esto, se logró ejecutar y evaluar el trabajo iniciado en 2019, con respecto a las jornadas flexibles y la alternancia laboral; demostrando resultados satisfactorios en 2020, en cuanto a la optimización del tiempo, diligencia, compromiso, trabajo en equipo y eficiencia del personal, conforme a los diferentes perfiles técnicos y operativos de cada empleado y su respectivo manual de funciones, logrando así un alto nivel de desempeño.

El plan de gestión del SGSST, estuvo orientado a la construcción y ejecución de actividades dirigidas para acompañar el personal y sensibilizar frente a los posibles impactos de la pandemia, mediante material audiovisual, plegables informativos, recomendaciones, protocolos de bioseguridad, correos electrónicos, afiches y el respectivo acompañamiento por parte del personal enviado por la ARL La Equidad Seguros, quienes capacitaron al personal sobre la emergencia sanitaria del COVID-19.

En la medida en que se fue adquiriendo mayor conocimiento en el manejo de la pandemia del COVID-19, se fueron definiendo otras acciones permanentes como el acompañamiento telefónico y constante para todo el personal, buscando de esta manera, identificar el estado de salud físico y emocional así como evidenciar otro tipo de dificultades o enfermedades que podrían llegar a requerir un seguimiento especial.

GESTIÓN DE CALIDAD

Los cambios realizados siempre fueron pensados sin perder de vista la calidad, se hicieron los ajustes necesarios en las diferentes áreas, encaminados al mejoramiento continuo de los procesos, respondiendo a las necesidades generales y específicas de cada operación.

Se desarrollaron actividades enfocadas en la construcción, mejoramiento y socialización del procedimiento del teletrabajo, los perfiles y competencias para el desarrollo y el cumplimiento de funciones designadas para ello, así como los medios, herramientas y canales de comunicación a utilizar; garantizando la eficiencia y continuidad de la operación en cada una de las áreas, y la supervisión por parte del personal involucrado y responsable de verificar que se cumpliera con la normatividad relacionada en la modalidad de teletrabajo.

El Sistema de Calidad se ha constituido en COTRAFA SOCIAL, como un medio sustancial que ha permitido simplificar a través del tiempo, la forma en que servimos a nuestros clientes y respondemos a sus requerimientos y necesidades.

PREVENCIÓN DE ACTIVIDADES ILÍCITAS Y CORRUPCIÓN

Con el fin de dar cumplimiento a todos los lineamientos normativos expedidos por las entidades gubernamentales y los diferentes entes de control, COTRAFA SOCIAL, ha realizado un esfuerzo sumamente grande para implementar medidas de administración, prevención y control de riesgo en materia de lavado de activos y financiación del terrorismo.

Este logro se ha dado, gracias al esfuerzo de todas las personas que hacen parte de la entidad, a través de mecanismos y herramientas, que han permitido evitar que organizaciones criminales involucren directa o indirectamente a COTRAFA SOCIAL en actividades fraudulentas, o en la trazabilidad de dineros de dudosa procedencia. Todo esto mediante el desarrollo y actualización de las políticas internas, manuales de gestión y control de operaciones sospechosas, enfocado en fortalecer el sistema de SARLAFT, a tal punto de definirlo como un sistema sólido, organizado y comprometido en generar una cultura de prevención de riesgos y materia de LA/FT, en todas nuestras transacciones de compra y venta de bienes o servicios. Canalizando así, adecuadamente los intereses de COTRAFA SOCIAL por adoptar medidas y responsabilidades estrictas, que permitan evitar incumplimientos o situaciones complejas de corrupción, conflictos de intereses o actividades que pongan en riesgo reputacional a la organización; lo que sin duda alguna, pondría en riesgo el crecimiento institucional, afectando los objetivos estratégicos y misionales de posicionamiento de COTRAFA SOCIAL, además de sus intereses económicos, operativos y competitivos, los cuales se decantan en el Sistema de Administración de Riesgos de Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo, SARLAFT, como un pilar de buenas prácticas empresariales, generadoras de confianza, que se traduce en la transparencia de todos sus procesos, y en la disminución de los posibles impactos negativos y las probabilidades de materialización de riesgos en situaciones presentes y futuras.

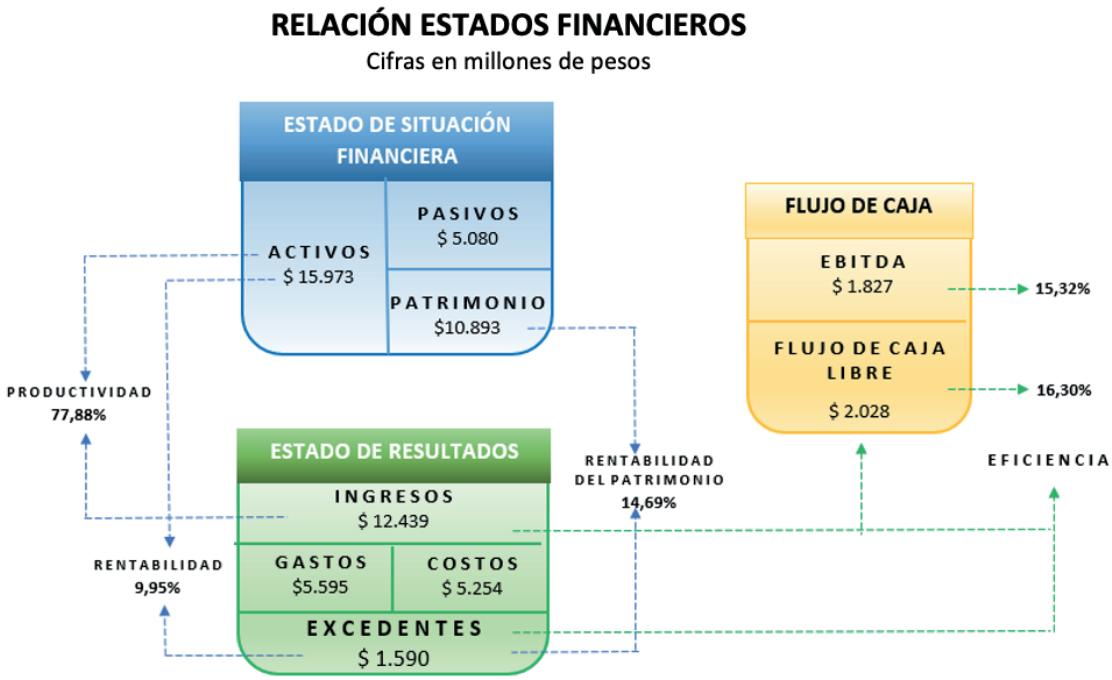
Claramente podemos señalar que, el contar con un sistema adecuado como el que a la fecha tiene COTRAFA

SOCIAL, nos ha permitido consolidarnos como una entidad de riesgo bajo frente a situaciones de LA/FT conforme a la actividad que desarrolla, y que permite que todo esto, haya sido posible gracias al Reglamento Interno de Trabajo y a las Políticas de Ética y Conducta que caracterizan a COTRAFA SOCIAL.

GESTIÓN FINANCIERA

El año 2020 fue sin lugar a dudas un año de nuevos retos para todos, y el tema financiero no fue la excepción, nos acoplamos a la nueva forma de trabajo alternando trabajo en casa con trabajo en oficina, sin dejar de lado la optimización de nuestros procesos, aumentando su eficiencia y continuando así, con la entrega oportuna de informes contables y financieros (esenciales en la toma de decisiones), planeación de los pagos y oportunidad de respuesta ante los requerimientos internos y externos que nos realizaron.

A continuación, encontramos las cifras más relevantes de los Estados Financieros, determinadas bajo la aplicación contable de las NIIF:

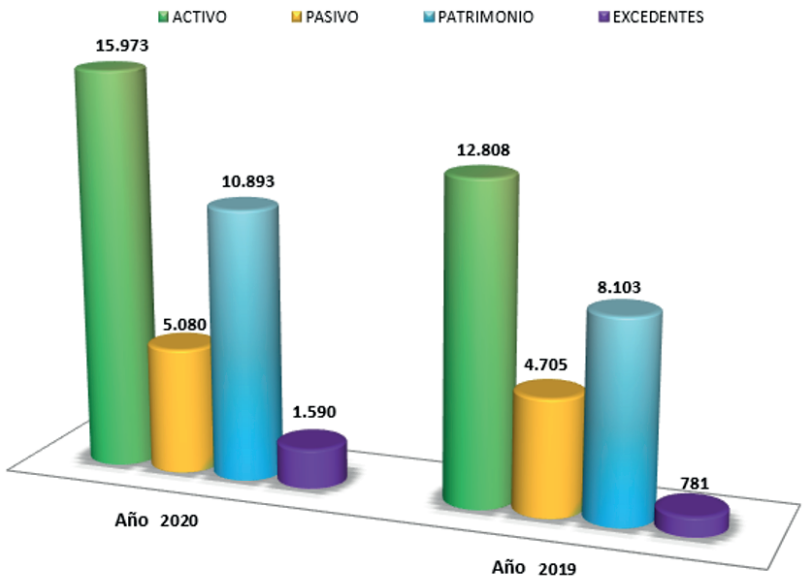


La capacidad de los activos para generar ingresos es del 77,88% y para generar excedentes es del 9,95%
El patrimonio ha producido el 14,69%
La capacidad para convertir ingresos en excedentes es del 15,32% e ingresos en caja del 16,30%

Nuestro resultado es la muestra del trabajo realizado y los frutos de hacerlo bien hecho, con entusiasmo, pertenencia y solidaridad. Las cifras solas son solo eso, cifras, números fríos que hablan de un desempeño económico, pero cuando miramos más allá de ellos, encontramos que son la manifestación del trabajo y la entrega de muchas personas que intervienen y hacen que sea posible obtener resultados positivos en tiempos de dificultad.

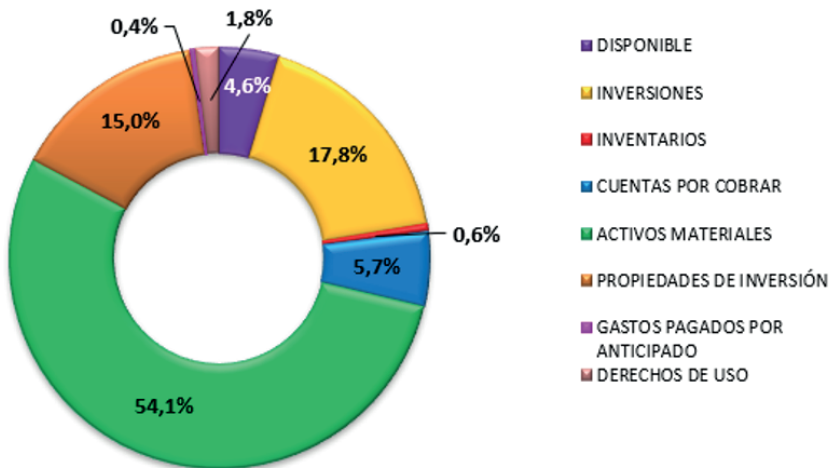
SITUACIÓN FINANCIERA

Cifras en millones de pesos



En el año 2020, los activos totales aumentaron con respecto al año 2019 en $3.165 millones; es decir, un 24,71%. La proporción del pasivo frente al activo pasó del 37% al 32% y la del patrimonio pasó del 63% al 68%.

COMPOSICIÓN DEL ACTIVO



Los activos aumentaron en un 24,71%, que representan $3.165 millones, para un saldo total del activo de $15.973 millones, variaciones presentadas por aumento originado principalmente por la adquisición del lote destinado a la creación de una nueva inversión en proyectos de vivienda por $2.250 millones; aumento en terrenos y edificios por avalúo de propiedades en el mes de abril por $1.300 millones; disminución por la cancelación de la cuenta por cobrar a nombre de Constructora Buenavista por $1.334 millones; adicionalmente, aumento en inversiones por compra de CDT'S en la COOPERATIVA FINANCIERA COTRAFA por $280 millones, compra de acciones en Cooperación Verde por $100 millones y en la Equidad Seguros de Vida por $100 millones más. Las inversiones en CDT´S y las participaciones en otras sociedades, sumadas a los activos materiales y a las propiedades de

inversión, representan el 86,9% de los activos.
En el tema de cartera por Servicios Funerarios, dadas algunas restricciones por temas de bioseguridad en Colpensiones, que es la entidad donde se nos presenta la mayoría de reclamaciones de auxilios por cobrar, se vio afectada por la imposibilidad de hacer trámites para agilizar el reconocimiento de los auxilios funerarios de esta entidad; sin embargo, aunque el primer semestre estuvieron lentos los procesos de pago, para el segundo semestre éstos se fueron normalizando un poco y se lograron gestionar.

En los casos de servicios particulares, desde el mes de marzo y hasta el mes de agosto, no se realizaron llamadas de cobro dada la situación económica que se presentó por esos meses; esto se retomó de nuevo en el mes de septiembre y se lograron algunos pagos o acuerdos de pago; aun así, con todas las circunstancias presentadas y el alto número de servicios prestados durante este año, solo tuvimos un incremento con respecto al año 2019 del 8,85% correspondiente a $10 millones.

Durante el año 2020, se continuó con la aplicación a la NIIF 16, la cual elimina el modelo de contabilidad dual para arrendatarios financieros que se registran dentro del balance y los arrendamientos operativos para los que no se exige el reconocimiento de las cuotas de arrendamiento futuras. En su lugar, se desarrolla un modelo único dentro del balance, que es similar al de arrendamiento financiero actual, expresando los arrendamientos de bienes inmuebles como derecho de uso.
Para el corte del 31 de diciembre de 2020, se realizó nuevamente la proyección para los años 2021 y 2022 terminando con un saldo por este rubro de $289 millones que representa un 0,4% del activo total.

INVERSIONES EN OTRAS ENTIDADES

Para el año 2020 tuvimos mucho movimiento en nuestras inversiones, tomamos 17 nuevos CDT'S en la COOPERATIVA FINANCIERA COTRAFA por valor total de $591 millones; recibimos dividendos por parte de Rituales Funerarios por $24 millones, y de la Constructora Buenavista de $255 millones; adicionalmente, el Grupo Funerario Solidario, nos realizó descuento en los costos de servicios funerarios por $33 millones. Se aumentaron las inversiones en Cooperación Verde y en la Equidad Seguros de Vida por $100 millones en cada entidad.

Así entonces, al corte de diciembre 2020 y de acuerdo con la medición posterior que bajo norma NIIF debemos realizar a las inversiones, éstas están clasificadas así:

- **Medidas al Costo Amortizado**

Terminamos con un saldo en CDT´S al diciembre 31 de 2020 de $938 millones, títulos invertidos en la COOPERATIVA FINANCIERA COTRAFA.

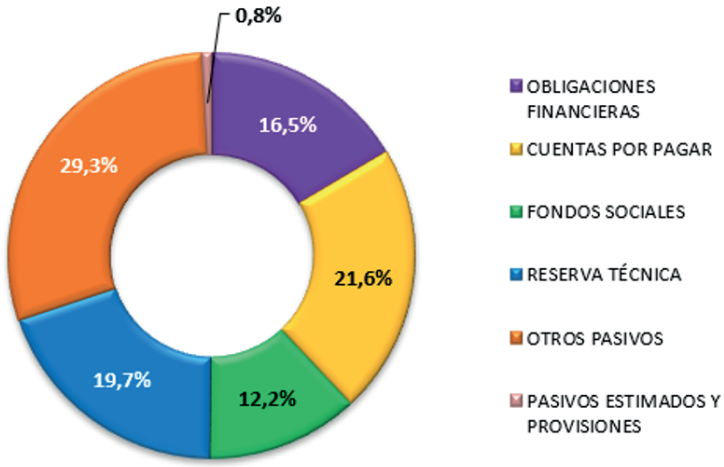
- **Medidas al Costo**

En La Equidad Seguros, terminamos con aportes sociales por $171 millones y en CONFECOOP ANTIOQUIA, un aporte equivalente a un salario mínimo legal mensual vigente de $877.803 pesos. Además de Rituales Funerarios, por $389 millones con una participación del 15,56% y en Cooperación Verde, compañía dedicada a la reforestación comercial y compensación ambiental, con $200 millones en acciones.

- **Valor Razonable con Efectos en el ORI**

En Constructora Buenavista S.A.S. con $67 millones en acciones, Grupo Funerario Solidario S.A.S, con una inversión de $500 millones; ambas con una participación del 33,33%.

COMPOSICIÓN DEL PASIVO

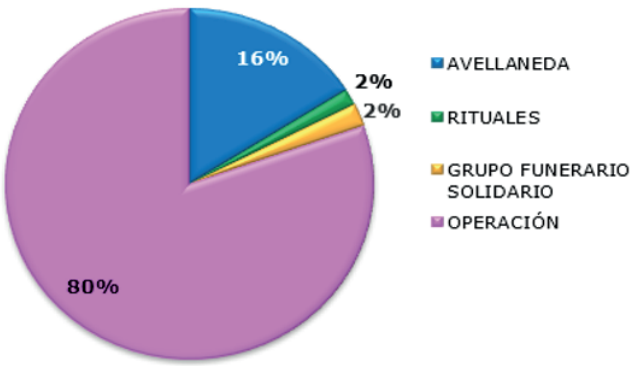


Los pasivos totales tuvieron un aumento del 7,97% con respecto al año 2019, equivalentes a $375 millones, representados en obligaciones financieras, fondos sociales, reserva técnica, ingresos recibidos por anticipado, correspondientes a cuotas de planes exequiales; recaudos para terceros por la prestación de servicios turísticos y pasivos por beneficios a empleados.

En el mes de diciembre de 2020, luego de pasar por varias instancias, y dada la alta probabilidad de sanción por el envío extemporáneo de información en el año 2016 a la Supersolidaria, se realizó provisión por $20 millones más, quedando así un valor provisionado para esta sanción de $40 millones.

En cuanto al patrimonio, las variaciones presentadas mostraron un incremento del 34,43% con relación al año 2019, dadas por aumentos en las reservas y el capital social, valorizaciones por los avalúos realizados y los excedentes, que para el ejercicio 2020, fueron de $1.589’964.590, superiores en un 103,67% a los obtenidos en el año 2019, y un cumplimiento del presupuesto del 154,51%.

Esta es la composición de los excedentes acumulados del año 2020:



EXCEDENTES ACUMULADOS AÑO 2020 *Cifras expresadas en miles de pesos*			
AVELLANEDA	**RITUALES**	**GFS**	**OPERACIÓN**
254.854	24.073	33.333	1.277.704

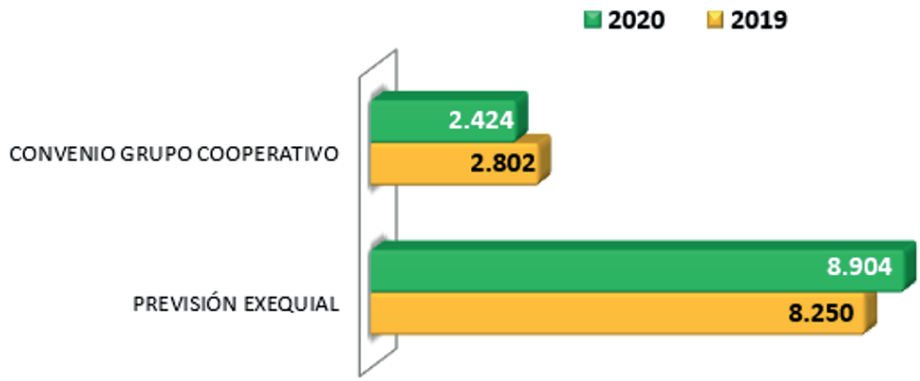
• TOTAL EXCEDENTES DEL AÑO

$1.590 millones aproximadamente que corresponden al 154,51% de cumplimiento sobre el presupuesto de $1.029 millones.

• TOTAL EXCEDENTES POR LA OPERACIÓN

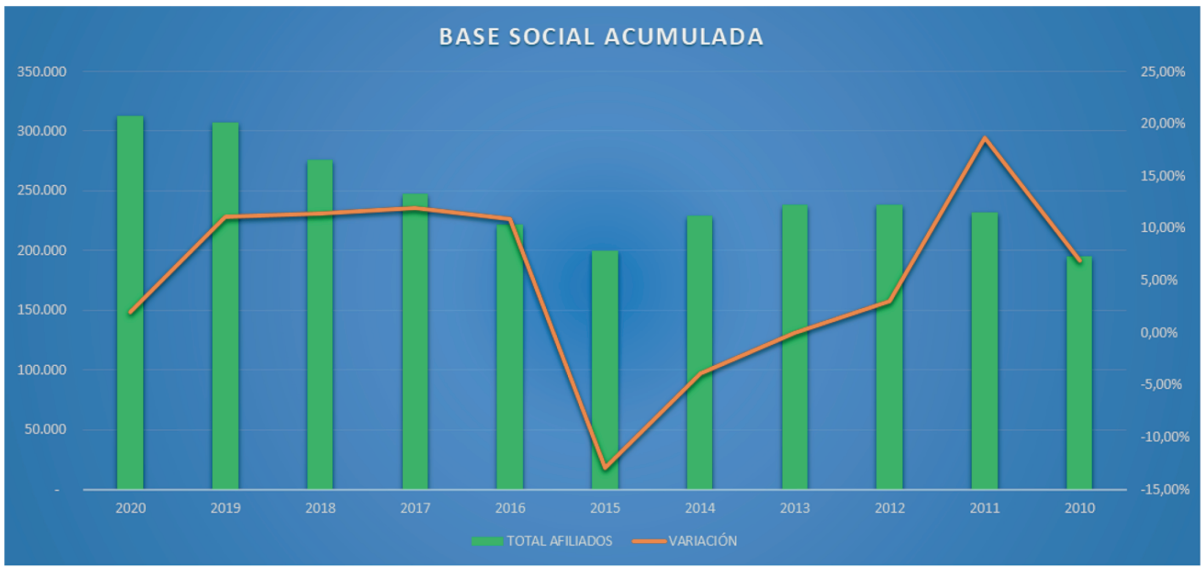
$1.277 millones aproximadamente que corresponden al 124,17% de cumplimiento sobre el presupuesto de $1.029 millones.

La variación en el total de los ingresos presentaron un aumento del 0,22% con relación al año 2019. Para este año, los ingresos más representativos conformaron la previsión exequial que aumentó en $655 millones y la disminución del convenio con el Grupo Cooperativo por $378 millones. Siendo ésta la proporción entre estos dos rubros para los años 2019 y 2020 (cifras en millones de pesos):



Por su parte, los gastos totales ascendieron a $5.595 millones un 7,16% menos que el año 2019 que fueron de $6.026 millones, y los costos totales por $5.294 millones representaron una disminución del 6,27%, equivalente a $351 millones menos de costos para este año, dado por la disminución en los costos para el cubrimiento tanto de planes exequiales como del convenio con el Grupo Cooperativo.

GESTIÓN COMERCIAL



AÑO	2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010
TOTAL AFILIADOS	312.964	306.958	276.190	247.797	221.422	199.664	229.323	238.590	238.720	231.716	195.318
VARIACIÓN	1,96%	11,14%	11,46%	11,91%	10,90%	-12,93%	-3,88%	-0,05%	3,02%	18,64%	6,91%
PROMEDIO RECAUDO MENSUAL (CIFRAS EN MILES DE PESOS)	742.018	687.475	629.974	593.963	538.017	500.456	469.065	430.764	391.702	355.427	317.765

Para el año 2020, se estableció una meta de 69.000 afiliados para los planes de previsión exequial, con esto se buscaba un crecimiento del 12% en la base de afiliados. Las estrategias definidas para cumplir esta meta daban cuenta en un principio de la alta posibilidad de darle cumplimiento.

En los resultados del año 2020 no se puede dejar mencionar lo desafiante que fue para cada una de las áreas de COTRAFA SOCIAL y en especial para el Área Comercial. Esta labor se vio impactada completamente debido a las acciones que tuvimos que tomar para proteger la salud de nuestros empleados y sus grupos familiares. Fueron acciones que generaron altos niveles de estrés e incertidumbre sobre la forma en que realizaríamos nuestro trabajo.
Los retos fueron altos, las dinámicas de trabajo completamente diferentes, la forma de contacto y logro de objetivos varió sustancialmente de la forma habitual en la que primaba el contacto personal; sin embargo, el reto fue bien recibido después de asimilar que las cosas habían cambiado para todos. En pocos días nos fuimos adaptando, usamos la tecnología, se implementó el modelo de teletrabajo y herramientas de la suite de Google para adaptarnos y seguir cumpliendo nuestro objetivo. A través del equipo se estableció la nueva estrategia del Área Comercial: la recuperación de clientes que se encontraban atrasados en sus cuotas, con la idea de condonarles siempre y cuando, realizaran el pago de un número de cuotas determinando de acuerdo con el plan exequial que tuvieran.

Así comenzamos a enfocarnos en dos estadios, mantener la base social y tratar de contrarrestar los retiros como efecto de la coyuntura existente. Los equipos comerciales se adaptaron y recuperaron alrededor de 4.772 afiliados, una cifra que en esos momentos de incertidumbre laboral y económica era considerable, el mayor pico de recuperación se dio en los meses de abril con 1.321 afiliados y en mayo con 1.033 afiliados.
En el mes de julio se hizo el intento de retomar nuestra labor comercial en la calle, se suspendió por el aumento de contagios; nuevamente para el mes de agosto se volvió a la labor de teletrabajo. Para el mes de septiembre, se fue alternando el teletrabajo con la labor comercial en calle; en el mes de octubre nos atrevimos a enfrentar la labor comercial en la calle nuevamente con resultados positivos y desde ese momento se continuó el proceso comercial con todos los protocolos necesarios de bioseguridad.

Es de resaltar el compromiso del Área Comercial que durante el tiempo de confinamiento siempre estuvo dispuesta a salir a la calle a realizar su labor. La decisión de la Dirección de la empresa estableció que continuaran desde sus casas, primando en ese momento el bienestar y la salud de las personas y sus familias.

Otro elemento importante fue la relación comercial con las empresas, las cuales siguieron confiando en nosotros, conservando los convenios que se tenían, alrededor de 29 empresas solicitaron realizar el alivio del pago de las cuotas; para que posteriormente cuando se estabilizarán económicamente, comenzarán a pagar. La mayoría de nuestras empresas continuaron con el pago oportuno de las cuotas.
El número de convenios cerrados no fue tan significativo; por el contrario, en medio de la pandemia realizamos la apertura de 18 convenios empresariales nuevos, demostrando el compromiso de las empresas por la protección y generación de bienestar para sus empleados y grupos familiares.

Hoy en este año 2021, podemos mirar atrás y reconocer que los retos que nos trajo el año 2020 fueron superados de la mejor manera para la empresa, además del aprendizaje y el desarrollo de las competencias en tecnología de personas que se vieron enfrentadas a procesos que nunca habían realizado, dando así su mayor esfuerzo al adaptarse

a la nueva dinámica de trabajo.
La estructura comercial continuó con los equipos de trabajo que hemos tenido, las estrategias comerciales cambiaron, no se realizaron actividades presenciales en las zonas definidas como habitualmente se hacían. Los ejecutivos comerciales no realizaron visitas empresariales, por el contrario, se implementaron las asesorías virtuales a través de llamadas telefónicas a los clientes de planes personales; así como la utilización de las redes sociales, como Facebook, Instagram y WhatsApp.

La publicidad generada para publicar en los estados de WhatsApp y redes sociales fue la mejor alternativa de comunicación con las personas interesadas en adquirir un plan de previsión exequial. WhatsApp fue la herramienta principal de afiliación en planes personales y de comunicación con las empresas.

Ahora vamos a revisar los resultados numéricos para el año 2020:

La gestión del equipo comercial de ejecutivos se vio reflejada en las siguientes cifras:
La apertura de 18 convenios nuevos, terminando el año 2020, con 262 empresas activas vinculadas a través de los convenios empresariales.

El número de afiliados para el año 2020 decreció, cerramos el año 2019 con 70.985 afiliados, en diciembre del 2020 terminamos con 69.645, que corresponde a un decrecimiento de 1.340 afiliados; es decir, un porcentaje del 1.88% frente al año 2019. El decrecimiento no fue tan significativo frente al impacto de la pandemia y la incertidumbre económica.

En los planes personales, la gestión realizada por los equipos de asesores y promotores comerciales con el acompañamiento de los coordinadores de promotores presentó un desarrollo comercial así:

Para el año 2019 terminamos con 235.973 afiliados a planes personales, en diciembre de 2020 cerramos con 243.319, con un crecimiento de 7.346 afiliados, un porcentaje de 3% de crecimiento.

La meta establecida para el año 2020 fue de 69.000 afiliados, donde se logró contar con 36.465 afiliados nuevos, correspondiente a un cumplimiento del 52.84%. No se cumplió la meta establecida; sin embargo, la labor permitió que en términos generales se lograra un crecimiento aproximado del 2%.

El crecimiento acumulado de la empresa fue de 1.96% en afiliados, terminamos el año 2019 con una base de afiliados de 306.958 y para el año 2020, se cerró con una base de afiliados de 312.964 con un crecimiento de 6.006.

El portafolio de turismo, fue el servicio que mayor impacto tuvo debido a todas las restricciones generadas a causa de la emergencia de salud pública, entregando los siguientes resultados:

La ocupación del Centro Vacacional se dio en los meses de enero, febrero y la primera quincena de marzo, retomando desde septiembre hasta diciembre. En este tiempo se realizaron 104 reservas impactando aproximadamente 408 personas y generando unos ingresos de $41.327.560 millones.

En el año 2020, se presentó de nuevo el cierre de la vía para el acondicionamiento (desde el mes de octubre al mes de diciembre) causando así una disminución en el número de reservas por la incomodidad y el sobrecosto para el afiliado o cliente. Este sobrecosto es originado por el costo del acceso en lancha al Centro Vacacional y para el caso de personas con vehículo particular, el pago de parqueadero.

GESTIÓN ESTRATÉGICA

Venimos experimentando cambios significativos derivados de las nuevas tecnologías, en especial la convergencia de tecnologías digitales, que afirman cambiarán la forma en que vivimos, trabajamos, nos comunicamos y nos relacionamos.

En este entorno, hemos planteado objetivos estratégicos que apuntan a que la empresa genere valor a través de un portafolio de servicios equilibrado; mantenga un crecimiento constante en su base social, mejore la eficiencia y eficacia en sus procesos y cree valor mediante personas motivadas, satisfechas y comprometidas con el logro de nuestros objetivos.

Es así como nuestro plan estratégico avanzó un año más en su ejecución en medio de unas condiciones complejas de mercado, con más actores presentes. La pandemia, estratégicamente, nos dio la oportunidad de medir nuestra capacidad adaptativa, creativa y de liderazgo. Confiamos en que la estrategia que hemos definido como pilar transversal, nos permita adaptarnos a la dinámica cambiante presentada en el 2020 - 2021.

A continuación repasamos las bases estratégicas de nuestra gestión y los avances obtenidos, así como la proyección del direccionamiento que continuamos desarrollando:

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

Estructurar portafolio de Servicios adicionales, en la búsqueda de mayores ingresos.

Incrementar el valor de la Empresa

Mantener una eficiencia operacional competitiva

Innovar en materia de Proyectos Sociales y Responsabilidad Ambiental, teniendo como premisa la Vida y nuestro entorno

Mantener un crecimiento constante en la base social, utilizando las estrategias acordes con las necesidades del mercado de hoy

Mantener un crecimiento constante de afiliados en el segmento familiar y empresarial

Diversificar canales de distribución de servicio y de recaudo

Incursionar en nuevos canales de comunicación, que permitan un mayor contacto y retroalimentación con nuestros clientes

Diversificar productos: teniendo en cuenta las fortalezas existentes, la experticia y el conocimiento. Debemos ofrecer productos que fortalezcan y diferencien nuestra propuesta de valor.

Mejorar la eficiencia, eficacia y calidad de los procesos de la organización

Ejercitar y fortalecer la destreza operacional

Gestionar procesos para clientes y mercados

Gestionar riesgos

Crear valor mediante personas idóneas, motivadas, satisfechas y comprometidas con el logro de los objetivos institucionales

Gestionar el conocimiento

Facilitar el desarrollo integral de los empleados, para afrontar los retos y proyectos organizacionales y personales

Adaptar la arquitectura organizacional, de acuerdo con las necesidades del negocio

Fortalecer la capacidad de innovación

Fortalecer las Tecnologías de la Información y Comunicación - TICS, para apoyar el desarrollo y crecimiento organizacional

COTRAFA SOCIAL se prepara para enfrentar e incorporar las nuevas tecnologías en nuestros procesos, cambiar paradigmas y capacitar el recurso humano para enfrentar los retos digitales.

En 2020 se incursionó en diversos ejercicios estratégicos que permitieron establecer la estrategia 2020 - 2021 **VIDA.** Esta visión plantea iniciativas concretas relacionadas con el medio ambiente, la innovación, el desarrollo y la automatización, que nos permiten definir el alcance, las iniciativas y los proyectos a desarrollar. Dicha estrategia está ajustada a nuestros objetivos corporativos, compuestos por cuatro pilares y acompañada del ciclo de renovación; lo que nos permite estar validando el mercado, las condiciones y las tendencias tecnológicas, facilitando de esta manera, una oportuna y temprana toma de decisiones.

El modelo se soporta en cuatro (4) pilares: **Verde** relacionado con nuestro medio ambiente; **naranja** con la innovación; **azul cielo** con el desarrollo y automatización, con **azul rey**. Esto nos da pie para definir el alcance, las iniciativas y los proyectos a desarrollar. Sus objetivos se encuentra orientados a:

Verde: mejoramiento del medio ambiente en busca de:

1. Minimizar los impactos ambientales en nuestros servicios y productos, así como en nuestro día a día.
2. Promover iniciativas que generen impacto ambiental positivo.
3. Desarrollo comunitario y participación social activa.
4. Cultura ambiental: liderar iniciativas para la sensibilización ambiental de nuestros empleados y su formación en temas ambientales.

Innovación: integración de la digitalización en nuestros procesos, apuntando a:

1. Mejorar y crear nuevos procesos con las tecnologías actuales.
2. Aprovechar las oportunidades del mercado derivadas de la evolución tecnológica y las tendencias.

Desarrollo: orientado al desarrollo de nuestros líderes para afrontar retos adaptativos y de tecnología, en busca de:

1.Gestión de recursos internos y externos para desarrollar las iniciativas propuestas que generen impacto positivo en nuestros procesos.
2.Modelación y alineación de CS 2020: desarrollo de nuevos y mejores modelos de negocio que permitan aumentar la efectividad, eficiencia, flexibilidad y agilidad en las operaciones de nuestro negocio.

Automatización: orientado a la integración tecnológica, para:
1.Racionalizar y optimizar nuestra infraestructura, alineando la misma con nuestros procesos.
2.Integrar un portafolio equilibrado.
3.Implementar decisiones basadas en datos, Big Data y control automático de procesos.

Para garantizar nuestro cumplimiento seguiremos fortaleciendo como aceleradores:

Para el cumplimiento de los objetivos, se formularon los siguientes proyectos que nos permitirán acercarnos al cumplimiento de la estrategia **VIDA**:

Proyectos VIDA

Verde

- Aprovechamiento de agua lluvia
- Manejo de residuos orgánicos y/o cultivos hidropónicos en el centro vacacional
- Huerta en el centro vacacional para consumo
- Cofre biodegradable para cenizas
- Crear impacto social y ambiental
- Paneles Solares
- Carros eléctricos

Innovación

- La realidad virtual para ofrecer nuestros servicios actuales y nuevas experiencias
- Comunidad de Amigos en todo momento
- Centro de desarrollo: para todos los empleados, donde de manera deliberada se construyan programas para el desarrollo de habilidades en idiomas, toma de decisiones, colaboración, capacidad adaptativa, entre otras
- Aula virtual

Desarrollo

- Aprendizaje y Gestión del conocimiento
- Centro de Liderazgo para desarrollar en los líderes y talentos clave, habilidades definidas en la marca de liderazgo de la empresa que apalanque el logro de la estrategia
- Centro de conocimiento: Para mantener y desarrollar el conocimiento central de la empresa

Automatización

- Sistematizar el proceso de afiliaciones a los planes exequiales personales. Sistema biométrico
- Asesoría Virtual desde oficinas
- Digitalización Servicio exequial y gestión de documentos
- Bodega de datos y analítica
- Gestión y recuperación de Cartera Planes Personales
- Transformación digital procesos

Partiendo de esta estrategia y teniendo en cuenta que la pandemia aceleró la necesidad de pensar diferente, ser ágiles en la toma de decisiones y de adaptarnos fácilmente a los cambios; logramos impactar de manera exitosa en 4 dimensiones: clientes y mercadeo, valor, aprendizaje y trabajo interno.

Estas 4 dimensiones, nos permiten destacarnos como una empresa que se adapta fácilmente a los cambios, a los retos; una empresa que rompe paradigmas e innova en procesos y métodos sencillos; que de igual forma, brinda resultados, enfrentando el reto del trabajo en casa y generando así, vínculos de confianza con los empleados.

Durante el 2020, primer año de implementación de la estrategia VIDA, avanzamos en proyectos, estrategias y actividades que nos dieron paso al acercamiento y cumplimiento de nuestros objetivos.

Es así como para asegurar la continuidad de nuestro negocio dado el desafío de la pandemia, comenzamos la implementación efectiva de la estación laboral para el teletrabajo, habilitando en tiempo récord nuestra atención al cliente tanto interna como externa.

Esta estrategia fue diseñada para conectar, comunicar, crear y definir partiendo de estas actividades:

1. Virtualización de la planta telefónica, garantizando de esta manera la comunicación telefónica con clientes y empleados. Conectamos todas las líneas telefónicas en teléfonos y móviles, quedando habilitadas tanto la planta física como la virtual.
2. Proporcionamos todas las herramientas necesarias para la conexión remota, desde

dispositivos como diademas para la conexión, hasta equipos de cómputo, entre otros.
3. Creamos y configuramos las conexiones a nuestros sistemas de información a través de VPNS, garantizando de esta manera, el acceso a los datos confidenciales por conexiones seguras y controladas.
4. Definimos horarios de conexión por equipos de trabajo y prioridades, acompañados de los respectivos procedimientos y estándares de trabajo.
5. Definimos los requerimientos técnicos, tecnológicos, organizacionales y jurídicos para el trabajo en casa y el teletrabajo, al igual que las respectivas políticas de trabajo.

Es así, que como resultado final de esta estrategia, logramos:

1. Consolidar el modelo de trabajo virtual de COTRAFA SOCIAL, denominado COTRAFA SOCIAL Virtual.
2. Desarrollar y poner a disposición de todos los colaboradores la Intranet, considerada nuestro portal de autoservicio interno. En ella se integra la información correspondiente a las gestiones operativas, de comunicaciones y de conocimiento. Ahora contamos con una herramienta digital que incorpora metodologías y estándares; donde así nuestros equipos pueden acceder a la información de forma autónoma y ágil a un click.
3. Automatizar el flujo de actividades que se adelantan entre las áreas Comercial, Informática, Contable y de Servicio al Cliente, agilizando así los tiempos de respuesta.

Así también nuestro pilar Verde, tuvo resultados positivos como:

1. Reducir de forma significativa el consumo de papel, como elemento fundamental de nuestra publicidad.
2. Contribuir en el tema ambiental, con la reducción del consumo de energía y agua, debido a la baja asistencia de nuestros personal en las instalaciones.

En relación al desarrollo comunitario y a la participación social activa, logramos en el 2020:

1. **COMITÉ DE EDUCACIÓN:** En el 2020 todo fue diferente, aprendimos que se puede cambiar la forma como hacemos nuestra labor, aunque nos pareció difícil salimos avantes y logramos lo que parecía imposible. Nuestros cursos presenciales pasaron a la virtualidad, un tema nuevo para nosotros y para nuestros afiliados.
Se realizó una convocatoria entre los afiliados que reunieran el perfil necesario para ser profesores y dictar el curso ofertado, la cual fue todo un éxito. Los cursos ofertados fueron: Manualidades, croché, rumba aeróbica, Office, inglés, mercadeo y ventas en dispositivos móviles, marketing digital, animé, teatro y origami; la inversión fue de $10.944.674
Realizamos una encuesta para calificar la percepción de los afiliados y sus observaciones de los cursos y de los profesores, dando como resultado una alta calificación para los docentes en cuanto a sus conocimientos, habilidades y la manera de transmitir los conocimientos.
2. **CULTURA Y RECREACIÓN:** Apoyamos a la Fundación Festival Infantil Cuyabrito de Oro y a la Asociación Amigos por la Música Colombia Canta por un valor total de $3.500.000
3. APOYO A LA COMUNIDAD: COTRAFA SOCIAL apadrinó dos niños del Colegio Mano Amiga con el pago de la mensualidad, valor total $3.960.000. Donaciones a la comunidad por valor de $18.991.000
4. ENTREGA DE CUADERNOS: Se entregaron 16.200 cuadernos en las instituciones educativas públicas en los Municipios de Bello, Rionegro y La Ceja
5. **GRUPO ADULTO MAYOR:** Por causa de la pandemia por coranavirus COVID-19 no fue posible continuar con las actividades presenciales para el

grupo Adulto Mayor, se les ofreció la actividad física virtual los días lunes y miércoles, valor total $1.476.000

6. **DECRETO 2880:** Continuamos con el apoyo de sostenibilidad económica para los estudiantes de la Universidad de Antioquia por valor de $18.912.500

7. **BELLO SOLIDARIO:** Con el objetivo de mejorar las condiciones sociales y humanitarias que se presentaron en el municipio a causa de la pandemia por coranavirus COVID-19, COTRAFA SOCIAL, en coordinación con el Municipio de Bello emprendió la campaña Bello Solidario, para la cual se habilitaron dos cuentas bancarias, una en la Cooperativa Financiera Cotrafa y otra en el Banco de Occidente. COTRAFA SOCIAL se vinculó con $50.000.000 para un recaudo total de $167.378.786; los cuales fueron distribuidos de la siguiente manera: $133.140.000 compra de bonos de mercados, $510.786 compra de mercados y $33.728.000 compra de tablets.

Además se recibieron donaciones en especie por parte de la ciudadanía y de varias empresas: 400 bonos de mercado y 703 mercados.

8. **NAVIDAD CON COTRAFA:** Se compraron $4.901.040 en juguetes los cuales fueron entregados en el Municipio de Bello a los niños que más lo necesitaban.

9. **PRIMA SOLIDARIA** Beneficiamos a 40 afiliados con tarjetas débito por $250.000 pesos cada una, en el mes de diciembre, haciendo un aporte a estas personas para una Navidad más llevadera.

Nuestros avances en Innovación: Dimos inicio a nuestro Plan de Transformación Digital, donde definimos cuatro frentes de trabajo: Optimización Digital, Analítica, Ciberseguridad y Transformación Cultural.

1. Avanzamos en la digitalización en el servicio exequial, donde desde el mes de abril del 2020, los formularios de las afiliaciones se encuentran online a través de nuestro sistema de información.

2. Iniciamos en la implementación de nuestro nuevo modelo de negocio, la Comunidad de Amigos en Todo Momento; plataforma tecnológica construida con tecnología de punta. A diciembre de 2020 contamos con una versión inicial para pruebas.

Nuestros avances en Desarrollo: Comenzamos con la revisión de nuestros procesos en pos de aumentar nuestra efectividad, flexibilidad y agilidad, logrando:

1. Definir y estandarizar nuestro servicio integral de atención al cliente, contemplando los niveles de servicio, los procesos y políticas, el almacenamiento y registro; lo anterior haciendo uso de nuestra herramienta digital, la Intranet.

2. Estandarizar el proceso de respuesta mediante protocolos de comunicación para: Línea única, chat web, correo electrónico, WA y redes sociales; así mismo, se determinaron los componentes, el equipo responsable y los tiempos de respuesta, acordes al tipo de solicitud.

3. Implementar la gestión del conocimiento, orientada a proporcionar respuestas detalladas a las preguntas frecuentes, así como conocimiento e información básica de nuestro quehacer empresarial; facilitando de esta forma, la respuesta inmediata a las consultas realizadas por nuestros clientes.

4. Asesorías virtuales, tanto internas como externas, para disposición de nuestros clientes, en materia comercial, jurídica y psicológica.

5. Velaciones virtuales.

6. La centralización de los requerimientos operativos.

7. El mejoramiento de nuestra infraestructura tecnológica para soportar todos los modelos anteriores.

8. Con relación a la gestión de cartera, se hizo uso de la segmentación de nuestra base de datos, estableciendo diferentes campañas durante todo el año (debido a la situación por la cual atravesamos), donde se logró gestionar a 80 mil titulares aproximadamente.

9. Reforzar nuestra estrategia de atención al

cliente, a través del Área de Telemercadeo, donde se brindó un acompañamiento permanente en la gestión de los requerimientos, y se logró mantener informado al cliente, a través de todos los medios de comunicación establecidos.

Nuestros avances en Automatización: resaltamos la importancia de la inmediatez, la comunicación y las respuestas rápidas, mediante:

1. Chatbots, implementado en el WA corporativo, a cargo del Área de Servicio al Cliente.
2. El desarrollo Pagos en Línea, integrado con nuestro sistema de información Karing.
3. La adopción de nuevas plataformas de pago en nuestro sitio transaccional.
4. El adelanto en la implementación de un piloto para la gestión documental.
5. La implementación de acceso remoto y seguro a nuestros sistemas de información.

Todo lo anterior enfocado a nuestra premisa de Cuidar, Mejorar y Celebrar la Vida, donde las comunicaciones también fueron parte importantísima de este cambio de chip; pues el tema de la pandemia, obligó a que nuestra vida personal y empresarial tomara un giro distinto y se reinventara, dando lugar a que las empresas, volcaran toda su estrategia de comunicaciones offline al marco digital.

COMUNICACIÓN, RELACIONAMIENTO Y DIFUSIÓN

Con el propósito de gestionar de manera integral las comunicaciones, el relacionamiento y posicionamiento; en 2020, se buscó fortalecer la comunicación con la comunidad en general, definiendo así un modelo integrado que responde de manera coherente, a los pilares de nuestra estrategia.

Modelo de Comunicaciones y Relacionamiento

COMUNICACIONES

- Gestión de comunicaciones y contenido
- Estrategia digital
- Estándares de Comunicación

RELACIONAMIENTO

- Gestión de Relaciones
- Gestión de requerimientos
- Gestión Riesgo reputacional
- Gestiones estratégicas

POSICIONAMIENTO

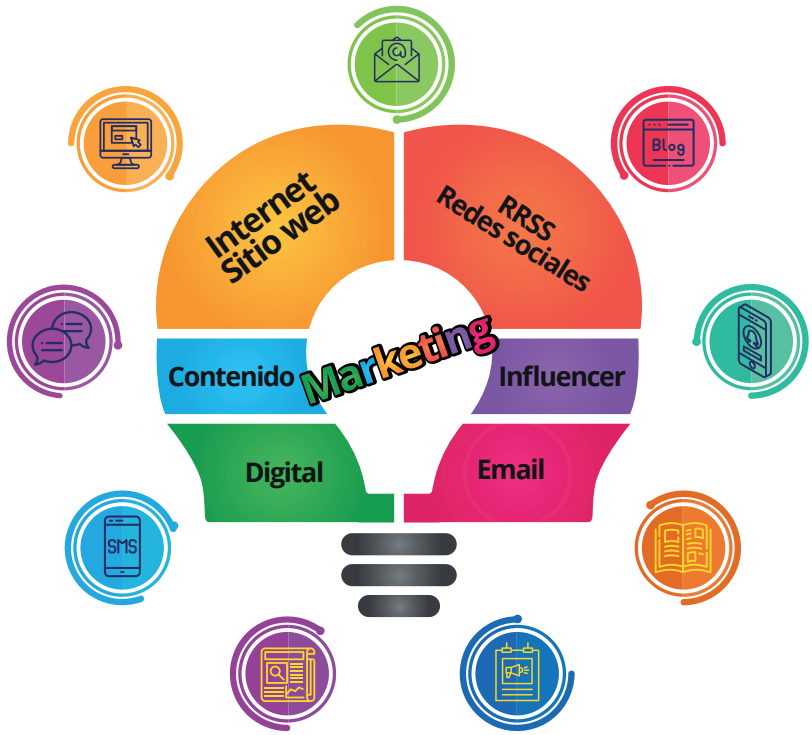
- Gestión de eventos
- Estrategias de Marca
- Gestión de Proyectos Sociales

Es así que tomamos como elemento fundamental el marketing digital, donde basándonos en medios más inmediatos y de fácil acceso, buscamos mantener informados a nuestros públicos en todo momento.

No obstante, nuestra estrategia completa de comunicación, abarcó medios tradicionales como los impresos y el voz a voz, complementados con medios en línea, que nos permitieron avanzar hacia una comunicación más digital.

Las redes sociales con los influencers, las campañas de mailing, el redireccionamiento hacia nuestro sitio Web, contenidos de valor, el chat web, los mensajes de texto, entre otros medios, fueron parte del conglomerado de la estrategia comunicativa digital de COTRAFA SOCIAL en el 2020.

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DIGITAL



Todos estos medios en conjunto, dieron paso a la creación de contenidos más emotivos, relacionales y cercanos con nuestro público, donde se resaltó el cuidado y la protección de la vida.

En este sentido, se reitera que tanto la comunicación como el relacionamiento con nuestros diferentes públicos (internos y externos) se realizó mediante canales digitales, cuya finalidad fue ofrecer inmediatez ante sus solicitudes, como es el caso de nuestra línea de WhatsApp, que se posicionó como uno de los medios de mayor consulta por parte de nuestros afiliados (3.012 contactos y 42.644 mensajes recibidos a la fecha).

En este mismo sentido, logramos la publicación quincenal del boletín interno Infórmate con COTRAFA SOCIAL, donde nuestros colaboradores estuvieron al tanto del acontecer de nuestra organización y para quienes no cuentan con correo electrónico, se creó un grupo de WA donde siempre se replicó dicha información.

Con los empleados generamos espacios de conversación, que nos permitieron mantenerlos informados en todo momento de la situación actual de la empresa, las decisiones tomadas y las estrategias definidas.

Así mismo, dimos gracias a nuestros clientes, empresas, proveedores y empleados (mediante videos), por permitirnos seguir contando con ellos en momentos complejos como la pandemia; donde gracias a ellos, COTRAFA SOCIAL se mantuvo al día con la atención a sus clientes y afiliados.

Difundimos información a través de nuestros canales oficiales: página web, redes sociales, chat, línea telefónica, correo electrónico, WA y mensajes de texto; donde buscamos una comunicación permanente con nuestros afiliados y un relacionamiento digital, basándonos siempre en que con cada acción comunicativa apoyamos el Cuidar, Mejorar y Celebrar la vida.

Cuidar…

Mediante post y videos emotivos publicados en nuestras redes sociales y WA, realizamos una campaña de cómo se vivió la cuarentena desde casa, donde los propios colaboradores con sus familias, fueron los protagonistas. Del mismo modo, se enviaron audios a sus celulares con tips sobre cuidado tanto para su salud física como mental.

Cuidamos siempre de nuestros nuevos afiliados, por eso a través de mensajes de WA y correo electrónico, les dimos la bienvenida a nuestra familia COTRAFA SOCIAL, con información puntual sobre el plan exequial adquirido, que incluye, medios de pago, beneficios virtuales, canales de comunicación y sedes donde nos pueden encontrar; todo un paquete de bienvenida que se logró difundir a casi 2.400 nuevos afiliados durante el segundo semestre del 2020.

En momentos claves, se realizaron piezas gráficas publicadas en todos nuestros medios, informando acerca de los cambios de horario, así como de la prestación de servicios en la sala de velación, asesoría virtuales jurídicas y psicológicas. Pero no solo cubrimos un frente en lo digital, los mensajes de texto, también fueron nuestros aliados, para mantener informados a los afiliados que no contaban con WA o correo electrónico, enviando así más de dos mil SMS de diferente índole.

Mejorar…

Buscando brindarle una mejor atención a nuestros clientes, tanto internos como externos, realizamos la campaña Del Antes o del Ahora, para cambiar actitudes de comportamiento y respuesta frente a alguna situación que se nos presente en aras de mejorar el servicio al cliente. Esta campaña la resaltamos cada semana con mensajes de voz a través de los celulares, donde logramos que algunos colaboradores, asumieran el rol del cambio, transformando así su actitud y por ende, su atención a los diferentes clientes.

Mejoramos el bienestar de algunas familias bellanitas, gracias a la campaña Bello Solidario, donde junto con la Alcadía de Bello, se apoyó en la difusión, el envío de cartas a empresas para solicitar el apoyo y la entrega de mercados, tablets y bonos de mercado. Momentos de solidaridad que quedaron plasmados en algunas publicaciones de nuestras redes sociales, con muchas interacciones.

Con la realización de videos instructivos para realizar los pagos de las cuotas del Servicio Exequial, nuestros afiliados conocieron más de cerca la nueva plataforma de pagos, la cual se divulgó mediante el envío de correos electrónicos, mensajes de WhatsApp, página web y publicaciones constantes en nuestras redes sociales, logrando así ser más amigables y cercanos con la forma de recaudo.

Constantemente, realizamos apoyo a todas las áreas de la organización, enfocándonos más en la labor comercial, en cuanto a piezas gráficas más informativas que llevaran a reconocer los diferentes tipos de planes y beneficios; así como las formas de contacto con ejecutivos, asesores y promotores; generando confianza en el público objetivo. Todo esto soportado en nuestros medios: página web, redes sociales y WA.

Celebrar…

Nuestro personal funerario, es un actor importante en esta pandemia, por eso en 2020, a través de videos emotivos y publicaciones constantes, exaltamos su labor y profesionalismo en todo momento.

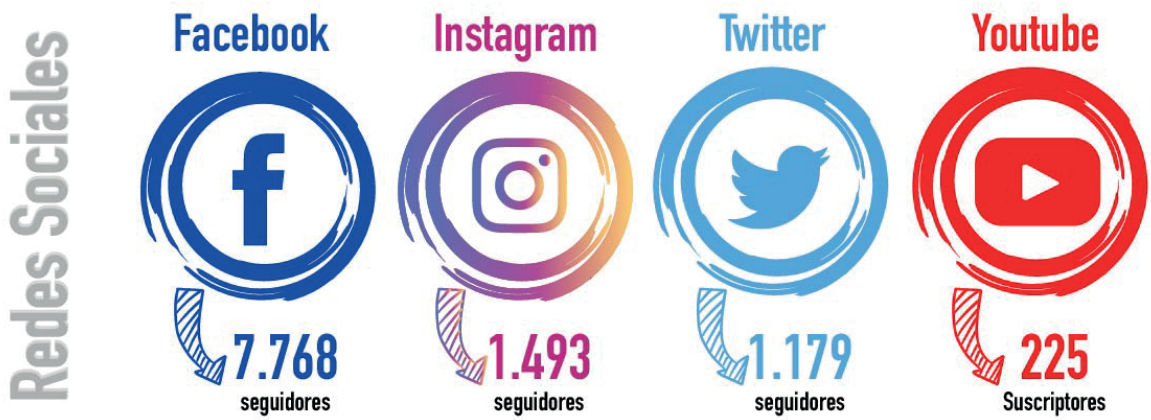
Como parte de nuestra estrategia digital, incursionamos en Lives, en nuestras redes sociales; fortaleciendo así, el relacionamiento con la comunidad digital, donde pudieron conocer más acerca de los servicios y beneficios de COTRAFA SOCIAL.

Exaltamos las Huellas de Vida de quienes a causa del COVID-19 se adelantaron en el camino, apoyando todo el tema de logística para la entrega de hermosos bonsái y emotivos collage de fotografías, logrando llegar a más de 450 familias.

CUIDAMOS, MEJORAMOS Y CELEBRAMOS DIGITALMENTE

Como lo mencionamos, el año anterior, nos impulsó a hacer más digitales, lo que permitió que la estrategia comunicativa se basará en medios más inmediatos y cercanos como la línea WhatsApp, el correo electrónico y las redes sociales.

Y es allí, en nuestras redes sociales, donde se trabajó por un contenido más relacional y emotivo, enfocado no solo a informar, sino también a evidenciar nuestros beneficios y proyección social.



Cifras a la fecha

Con este tipo de contenido, logramos aumentar a 551 me gusta y obtener 636 nuevos seguidores en nuestra fanpage de Facebook; en esta red social, el alcance de nuestras publicaciones aumentó considerablemente con contenido de tipo social e informativo (convocatorias, cursos, sorteos, turismo, horarios, tips de cuidado, entre otros), lo que también permitió que el público reaccionara mediante comentarios, me gusta o compartieran estos post.

En nuestro Instagram, contamos con 392 nuevos seguidores, logrando cerrar el 2020 con 1.457 seguidores en total. Esta red, enfocada más a los jóvenes, obtuvo más me gusta en el tipo de contenido de carácter solidario, mascotas y comercial; sin embargo, su alcance (usuarios que vieron el contenido), fue más informativo.

Por consiguiente, estas dos redes sociales, se consolidan como una de las fuentes de información de consulta para nuestros públicos; sin descartar las demás redes, donde tenemos 60 nuevos seguidores en Twitter, cerrando con 1.119 y un total de suscriptores en Youtube de 225.

Cerramos un 2020 digital, donde la situación de la pandemia nos obligó a transformar nuestros contenidos y a entender que la virtualidad nos acerca un poco más a aquellos procesos o temas que veíamos difíciles, pero que por el tema del Cuidar, es importante aprender.

Gracias al 2020, nos dimos cuenta que trabajar en equipo vale aún más la pena y que con nuestros medios de comunicación consolidados, logramos en todo momento no solo comunicar sino también Cuidar, Mejorar y Celebrar la vida.

En resumen, el 2020 fue un año complejo, con altibajos, pero también con muchas satisfacciones, la reinvención a la hora de asumir los nuevos retos y modelos de trabajo y de relacionamiento, hicieron sacar la mejor versión de cada uno de nosotros y de COTRAFA SOCIAL, como empresa.
Este mismo año, nos pone nuevos retos para el 2021, nuevas situaciones que debemos asumir, aires de bienestar y cambios seguirán por este 2021, sin dejar de lado todo lo logrado en el 2020, los avances en nuestros pilares nos llevarán a consolidarnos como una empresa Verde, de Innovación, Desarrollo y Automatización, que busca en todo momento Cuidar, Mejorar y Celebrar la vida.

A continuación, resaltamos los retos más significativos que nos traerá este 2021:

1. Enfrentar los retos correspondientes a la transformación digital y la automatización.
2. Ciberseguridad.
3. Realidad virtual.
4. Incursionar en nuevos negocios.

OTRAS CONSIDERACIONES: SISTEMA DE CONTROL INTERNO:

El COVID-19 afectó de manera importante el desempeño de las empresas en el país y en el mundo sin importar su industria o su naturaleza, generando nuevos riesgos que obligaron a los administradores y directores a analizar de manera rápida y bajo presión, el impacto de estos en sus empresas y a implementar planes de acción, introduciendo nuevos controles y adaptando los existentes, para facilitar la continuidad de la operación de manera segura, mientras los empleados desarrollaban sus actividades remotamente.

Daremos una mirada al Sistema de Control Interno de COTRAFA SOCIAL en sus diferentes ambientes, resaltando las fortalezas de dicho Sistema y la forma como se abordó de manera efectiva la crisis generada por el COVID-19.

Ambiente de control

El ambiente de control es el componente fundamental del sistema de control interno que opera bajo la supervisión directa del Consejo de Administración y la Gerencia para asegurar que la empresa cuente con estructuras jerárquicas fuertes, bases éticas y morales sólidas, recursos capacitados y competentes capaces de auto gestionar sus responsabilidades.

En COTRAFA SOCIAL la fortaleza de su ambiente de control facilitó en gran medida la implementación de las nuevas condiciones de trabajo remoto y demás disposiciones, de manera rápida y efectiva con la llegada intempestiva del COVID-19, resaltando el compromiso de todo el personal por seguir cumpliendo con sus funciones de manera correcta, y el de la Gerencia con la disposición de los recursos físicos, tecnológicos y de apoyo psicológico y personal, que garantizaran el bienestar de todo el personal, además de impartir instrucciones sobre el buen uso de las herramientas dispuestas y la motivación e invitación constante para seguir haciendo un trabajo íntegro y de calidad.

Evaluación de Riesgos

La evaluación de riesgos implica identificar los riesgos relacionados con la actividad en general y su impacto financiero, existen factores externos e internos que de alguna manera incidirán en el correcto desarrollo de la entidad y su imagen, dichos elementos fueron tenidos en cuenta y monitoreados constantemente, implementando las acciones necesarias para mitigar su efecto.

La Gerencia en representación de las directivas de la empresa, realizó un análisis oportuno de los posibles impactos que la crisis del COVID-19 pudiera tener sobre la operación y la situación financiera de COTRAFA SOCIAL, y a partir de ello tomar acciones preventivas inmediatas que permitieran llevar al mínimo posible estos riesgos.
Es importante anotar que no existiendo un modelo estándar o aplicable a la actividad desarrollada, esta identificación de riesgos se realizó con base en la experiencia, el criterio y el conocimiento de la Gerencia y su primera línea de apoyo, con un trabajo juicioso y bien enfocado a las necesidades del negocio en ese momento coyuntural y que basados en el resultado positivo, se sistematizará.

Actividades de Control

Las actividades de control se pueden definir como las políticas y procedimientos que ayudan a que las normas y las instrucciones de los directivos se ejecuten de manera precisa, con la seguridad de que con ello se pueden enfrentar los riesgos en todos los niveles de la empresa de manera efectiva. En COTRAFA SOCIAL, se tomaron acciones preventivas, lideradas desde la Gerencia, procurando abordar y priorizar los frentes más sensibles ante esta situación, pero sin desalinearse de su estrategia de negocio.

Además de las ya mencionadas en materia comercial, mercadeo, comunicación y administrativas, es importante resaltar que se implementaron estrategias de control financiero como el monitoreo diario de los recaudos y los niveles del flujo de caja, con el fin de detectar oportunamente cualquier situación que pudiera poner en riesgo la liquidez del negocio; lo cual se considera fue muy acertado toda vez que, el panorama de la economía colombiana no era el más alentador. Sin embargo, a pesar de todas las prevenciones, COTRAFA SOCIAL, mantuvo un buen nivel de recaudos y el impacto medido en este nivel no fue significativo.

También se suspendió la liquidación de beneficios extra legales a los empleados, tratando de mantener recursos disponibles para que dado el caso de presentarse cualquier eventualidad se pudiera cumplir con la prestación del servicio, teniendo en cuenta el incremento esperado en el número de siniestros a causa del COVID-19. Esta situación pudo volver a restablecerse a la

normalidad, reintegrando los beneficios dejados de entregar.

Asimismo, se realizó el montaje oportuno de los protocolos de Bioseguridad exigidos por el gobierno, la dotación de elementos de protección personal y las capacitaciones para la implementación de dichos protocolos, realizando un trabajo especial con el personal de servicio funerario por el alto riesgo de su actividad, con el fin de garantizar que la prestación del servicio se realizara con todas las medidas necesarias, velando así por la seguridad del personal y los usuarios de COTRAFA SOCIAL.

Información y Comunicación

Se realizó un acompañamiento permanente a todos los funcionarios con el apoyo del Área de Seguridad y Salud en el Trabajo y los psicólogos, así como de la Gerencia y la Dirección Administrativa, quienes se mantuvieron al tanto de las necesidades y requerimientos de los empleados, y la salud de estos y sus familias, además de informar constantemente sobre los cambios en algunos procesos, las instrucciones de Gerencia y demás asuntos necesarios para continuar con la operación de manera remota.

Desde el Área de Informática, se implementaron las medidas necesarias para garantizar la conectividad del personal, así como la seguridad y confidencialidad de la información; además se incrementaron las auditorías a los equipos de cómputo y correos electrónicos, para mantener el control de entrada y salida de datos de acuerdo con las políticas de la empresa.

Monitoreo

El Revisor Fiscal participó activamente de las reuniones del Consejo de Administración, como es habitual, dando sus apreciaciones sobre la situación de COTRAFA SOCIAL frente al COVID-19, advirtiendo los riesgos y la exposición a los mismos, y proponiendo acciones para enfrentar dichos riesgos.

Asimismo, el Consejo de Administración, efectuó un seguimiento constante y juicioso a los riesgos identificados y su comportamiento, los resultados de las medidas adoptadas en la empresa y el impacto de los cambios que por causa de esta crisis se tuvieron que hacer sobre algunos procedimientos, impartiendo instrucciones, acompañando y asesorando a la Gerencia en la toma de decisiones.

De esta manera, podemos observar cómo se abordó cada ambiente de control para garantizar el funcionamiento de la operación sin debilitar el sistema, enfocados principalmente en la prevención del riesgo y el bienestar de los empleados y los usuarios de COTRAFA SOCIAL, procurando estar un paso adelante con la implementación de medidas y controles, para estar preparados ante la ocurrencia de cualquier eventualidad derivada de la crisis del momento.

Es de resaltar que a pesar de los momentos difíciles de la economía del país, COTRAFA SOCIAL, se mantuvo e incluso se pudo evidenciar un incremento importante en las afiliaciones generando una situación favorable para la empresa, además de que ello contribuyó a cumplir las expectativas de la Gerencia de no prescindir de ninguno de los funcionarios manteniendo unas condiciones de bienestar mínimas y beneficiosas para todos.

ESTADO DE CUMPLIMIENTO DE LAS NORMAS SOBRE PROPIEDAD INTELECTUAL Y DERECHOS DE AUTOR

A diciembre 31 de 2020 COTRAFA SOCIAL, en cumplimiento de lo establecido en la Ley 603 de 2000, tenía legalizado completamente el software que utiliza, y se pagaron los respectivos derechos de SAYCO y ACINPRO, cumpliendo con la norma en términos de propiedad intelectual y derechos de autor.
Igualmente, la Cooperativa en virtud del artículo 87 de la Ley 1676 de 2013, deja constancia que no ha impedido ni entorpecido la libre circulación de las facturas emitidas por los vendedores o proveedores para su negociación.

OPERACIONES CELEBRADAS CON SOCIOS Y ADMINISTRADORES

COTRAFA SOCIAL mantiene relaciones constantes con su único socio, la COOPERATIVA FINANCIERA COTRAFA, las cuales están suscritas en contratos y convenios. A continuación, relacionamos las operaciones comunes:

Convenio de recaudo
Contrato de comodato centro vacacional
Contrato de arrendamiento instalaciones parqueadero
Servicios financieros

Por los conceptos mencionados, COTRAFA SOCIAL, desembolsó durante el año 2020 a la COOPERATIVA FINANCIERA COTRAFA un valor aproximado de $820 millones.

Adicionalmente, tenemos suscrito un contrato de arrendamiento de nuestros locales ubicados en el Mall Comercial Paisajes, lo que nos generó en el año 2020 ingresos por $20 millones de pesos aproximadamente.

El saldo de la inversión en CDT'S. a diciembre 31 de 2020, era de $938 millones, incluidos intereses por cobrar.

Adicionalmente, se mantuvieron recursos a la vista en cuentas de ahorro, con un saldo al corte de diciembre de 2020 de $459 millones.

Original firmado

LUIS ALFONSO MARULANDA TOBÓN
Presidente Consejo de Administración

Original firmado

DIDIER JAIME LOPERA CARDONA
Gerente