



COOPERATIVA REGIONAL DE ELECTRICIDAD DE OBRAS
Y OTROS SERVICIOS DE GENERAL PICO LIMITADA.

Nro. de BSC: 03 (tres).



Balance Social Cooperativo

Ejercicio Contable Nro. 69

del 01/07/2017 al 30/06/2018





Introducción

Nuestra Cooperativa tiene a cargo servicios universales en nuestras localidades como la distribución de Energía Eléctrica, Alumbrado Público, Agua Potable y Saneamiento Urbano; esto conlleva que los límites entre Comunidad y Asociados sean difusos y sus intereses comunes. El compromiso con nuestra comunidad es coincidente con nuestros asociados, los principios cooperativos deben ser rectores en nuestro hacer diario, y la toma de decisiones debe hacerse siempre pensando justamente en esta analogía de comunidad y asociados cooperativos. Los otros servicios donde participamos en competencia no siendo el único prestador se enfocan a satisfacer una necesidad comunal o del conjunto más allá de un desarrollo sectorial o de oportunidad de negocio.

- **Sepelios y Enfermería tiene una adhesión voluntaria de más del 70% de la población**(1) buscando dar cobertura en dos aspectos de la salud con un valor realmente bajo para el riesgo cubierto.
- **Transporte Urbano de Pasajeros cubre la necesidad de un sector de la población que no tiene la posibilidad de trasladarse en un medio propio** u otro servicio de mayor costo y recordemos que lo tomamos luego de una anulación de concesión por deficiencias.
- **Telefonía e Internet nació con el objetivo primario de ser una opción reguladora en un mercado dominado por empresas donde la tendencia era ofrecer mínimo servicio y maximizar ganancias** que no volvían a nuestra comunidad. Nacimos hace 7 años con 0% de mercado, **hoy somos reguladores del mercado y tenemos una participación mayor al 50% en las zonas que tenemos cobertura**. Claramente si pasamos de ser últimos a primeros es porque la calidad/precio del servicio es mejor a la de nuestros competidores... Pese a las dificultades continuamos invirtiendo y abriendo zonas con fibra óptica al hogar, crecimos este último ejercicio un 23,6% en el servicio esto es 12 veces(2) mayor al crecimiento poblacional siendo indicador de que venimos por el buen camino (lo que nuestra Cooperativa crece otro prestador decrece).
- **Televisión tiene la misma estrategia que la sección de Telefonía e Internet, iniciamos el servicio y sin prácticamente abonados ya cambiamos la política de precios de las empresas dominantes** (ver análisis de ahorro de la comunidad), crecimos este último ejercicio un 88,4% de abonados (44 veces el crecimiento poblacional)(2), esto marca también un nivel de aceptación muy alto y que vamos a recorrer el mismo camino que Telefonía e Internet con misma conclusión (Los usuarios que se adhieren a nuestro servicio los pierde la competencia).
- El servicio más nuevo y de menor tamaño es la venta de Gas envasado, este tampoco escapa a nuestra visión de ingresar en sectores que creemos darle un valor agregado cooperativo con beneficio comunal, **regulamos un mercado dando un precio de referencia a la demanda de parte de nuestra población que por falta de inversión** (de justamente una empresa no local) no tiene acceso a los beneficios de la red de gas. En este servicio estamos comercializando la garrafa de 10 kgs. a \$200 por debajo de los \$216 del precio de la garrafa social fijada por el Gobierno (3).

Una Cooperativa fuertemente comunal como la nuestra debe manejarse democráticamente por decisiones mayoritarias sin avasallar los derechos de las minorías. La encuesta(4) realizada a nuestros asociados muestra que nuestras acciones están correctamente alineadas al interés general; nuestra misión y visión es esta, para cumplir la visión hay que plantear metas y objetivos, y para saber los resultados hay que medirlos...



Una Cooperativa fuertemente comunal como la nuestra debe manejarse democráticamente por decisiones mayoritarias sin avasallar los derechos de las minorías. La encuesta(4) realizada a nuestros asociados muestra que nuestras acciones están correctamente alineadas al interés general; nuestra misión y visión es esta, para cumplir la visión hay que plantear metas y objetivos, y para saber los resultados hay que medirlos...

Referencias de la Introducción:

- 1 **Estimamos 68.000 habitantes al 2018**, último censo en el 2010 arrojó unos 60.000 habitantes para la suma de las localidades de General Pico, Vertiz, Speluzzi, Trebolares y Metileo. La cobertura del servicio es sobre 49.997 habitantes lo que da un 73,5%.
- 2 Si comparamos un crecimiento poblacional del **2% anual** con el crecimiento de asociados del servicio.

Triple Play	Variación Usuarios		Veces Crecim. poblacional
	Eléctrico	TriplePlay	
Telefonía	2%	23,6%	12
Internet		25,1%	13
Televisión		88,4%	44

- 3 <https://www.lanacion.com.ar/2121449-la-garrafa-social-de-gas-aumenta-1675-y-costara-216-a-partir-del-domingo>.
- 4 Encuesta realizada sobre **260 Asociados al azar sobre los 25mil asociados residenciales** que estadísticamente tiene un nivel de confianza del **95%**, con un margen de error 6% máximo.



BALANCE SOCIAL COOPERATIVO de CORPICO LTDA.

Situación Consolidada de Principios y Valoraciones

PRINCIPIO UNO: Membresía abierta y voluntaria.

Valoración:		2017/18	2016/17	%Var
Satisfacción del Asociado:	Nota I	87,9%	88,8%	- 1,0%

PRINCIPIO DOS: Organización democrática.

Valoraciones:		2017 vs 14	2014 vs 11	%Var
Rotación Directivos:	Nota II	63 %	48 %	+31 %
Participación:	Nota III	81 %	79 %	3 %
Bienestar Laboral:	Nota IV	S/D	81,8%	---

PRINCIPIO TRES: Participación Económica de los Asociados.

Valoraciones:		2017/2018	2016/2017	%Var
Capital Cooperativo (MM):	Nota V	224,6	193,5	+ 16,1 %
Valor Agregado Cooperativo Visible:	Nota VI	297,6	220,4	+ 35,0 %
Compras Locales:	Nota VII	51,2	41,9	+ 22,2 %
Valor Agregado Cooperativo Invisible:	Nota VIII	121,1	74,2	+ 63,2 %

(valores en millones de pesos)

PRINCIPIO CUATRO: Autonomía e Independencia.

Valoraciones:

Financiera/Económica:

Nota IX

Indicador	Indice	2017/2018	2016/2017	%Var	Evol.
Liquidez	Activo Cte. / Pasivo Cte.	1.12	1.21	-7%	-
Cobranzas	Ingresos / Cuentas a Cobrar prom.	3.98	3.83	4%	+
Crecimiento	Ingresos / Ingresos Año anterior	1.481	1.617	-8%	-
Productividad	Ingresos / Salarios	2.27	1.97	15%	+
PATRIMONIO	PATRIMONIO NETO (en MM)	224.66	193.50	16%	+
Endeudamiento	Pasivo / Patrimonio Neto	0.84	0.70	20%	-
Excedente Autogenerado	Excedente + Aportes (en MM)	31.161	33.588	-7%	-
Política / Religiosa:	Nota X	Independiente			

**PRINCIPIO CINCO:** Educación, Capacitación e Información.

Valoraciones:	2017/2018	2016/2017	%Var
Educación y Capacitación Cooperativa:	\$ 268.908	\$ 184.313	+ 45,9 %
Comunicación:	\$ 2.446.084	\$ 1.900.380	+ 28,0 %

Nota XI**PRINCIPIO SEIS:** Cooperación entre Cooperativas.

Dimensiones:	2017/2018	2016/2017	%Var
Negocios Comerciales transversales:	2,276,561	849,860	168%
Negocios de Integración:	11,865,743	6,043,051	96%
Participación en Coop. de 2do.Grado:	614,558	401,400	53%
Total Negocios Cooperativos	14,756,862	7,294,311	102%

Ver Nota XII**PRINCIPIO SIETE:** Compromiso con la Comunidad.

Valoraciones:	2017/2018	2016/2017	%Var
Presupuesto Actividades Comunitarias: Secciones propias	\$ 431.563	\$ 520.403	- 17 %

Nota XIII



Notas y Anexos a los Principios Cooperativos

PRINCIPIO UNO: Membresía abierta y voluntaria.

Nota I: Satisfacción de Asociado

Creemos que en Cooperativas donde una parte importante de los servicios prestados son concesiones que abarcan a todos los ciudadanos de una comunidad el principio UNO debe ser pilar de nuestra gestión y más que medir si se puede entrar o salir libremente debemos preguntarnos si los asociados están satisfechos de pertenecer a nuestra Cooperativa.

Se realizaron 260 encuestas a Usuarios de servicios al azar, los resultados estadísticamente tienen margen de error máximo menor al 6%. - Se comparan con los resultados de misma encuesta realizada el año anterior sobre otros 209 usuarios al azar.

Se evaluó:

- A) El grado de satisfacción (Calificac) con el servicio a la pregunta:
...“evalúe de 1 a 10 los servicios prestados a usted por nuestra cooperativa”...
- B) La preferencia (Prefer) de la Cooperativa ante otro prestador a la pregunta:
...“¿preferiría que el servicio que le estamos brindando fuera realizado por otro prestador diferente a la cooperativa?”...

RESULTADOS:

Sección	Evoluc. (x)	Junio 2018		Junio 2017	
		Calificac	Prefer	Calificac	Prefer
Servicios en Concesión					
Energía Eléctrica	=	8.45	92%	8.69	98%
Agua Potable	=	8.28	89%	8.35	94%
Saneamiento Urbano	=	8.32	87%	8.41	95%
Alumbrado Público	=	7.70	89%	7.90	98%
Transporte Urbano	=	8.31	79%	8.04	90%
Promedio Serv. en Concesión	=	8.31	87%	8.28	95%
Servicios en Competencia					
Sepelios y Enfermería	=	9.04	93%	9.10	98%
Telefonía e Internet	=	8.14	89%	7.87	92%
Televisión	+	8.80	89%	7.25	90%
Gas en Garrafas	=	8.14	70%	8.21	94%
Promedio Serv. en Competencia	=	8.53	85%	8.11	94%
Promedio General	=	8.35	86%	8.20	94.4%

(x) hasta 6% en calificación se considera en valores similares al año pasado.



- C) El grado de aceptación de la política de iniciar secciones donde la comunidad tiene una necesidad insatisfecha a la pregunta:
 ..."¿está de acuerdo con que la cooperativa haya incorporado mas servicios al asociado?"...

RESULTADOS:

RESPUESTA	Junio 2018		Junio 2017	
	Cantidad	%	Cantidad	%
Estoy de Acuerdo	244	94%	188	90%
No estoy de Acuerdo	12	5%	16	8%
No sabe	4	2%	5	2%
Total	260	100%	209	100%

La combinación de las tres preguntas nos da un Índice de satisfacción según encuesta:

	2017/2018	2016/2017
Calidad	84%	82.0%
Preferencia	86%	94.4%
Coincidencia de Estrategia	94%	90.0%
Promedio	87.9%	88.8%

Para reforzar los resultados:

Calidad: la valoración de los servicios prestados.

Preferencia: si en los servicios prefieren Corpico antes de otro prestador.

Estrategia de Crecimiento: si están de acuerdo con las decisiones de la Cooperativa de haber incorporado otros servicios.

PRINCIPIO DOS: Organización democrática.

Nota II: Rotación de Directivos

Se toma la rotación de los últimos 3 años como indicador ya que es el tiempo de duración de un consejero, las organizaciones cooperativas tienen que tener una formación de directivos para llevar adelante procesos de gestión y desarrollo que se consiguen con estabilidad en los cargos. Asimismo también es saludable una tasa de recambio de esos dirigentes para mantener un principio de recambio generacional y no perpetuidad en los cargos.

El cuadro se lee como % de directivos diferentes en el año de análisis respecto a los directivos de 3 años anteriores (que es el periodo mínimo de duración de mandato de consejeros).-

Rotación directivos:	2017 vs 2014	2014 vs 2011
Rotación CONSEJEROS:	75 %	50 %
Rotación DELEGADOS:	52 %	46 %
Rotación Directivos (prom.):	63 %	48 %

Del consejo elegido en la asamblea del 2017 solo 3(tres) de 12 repitieron versus la asamblea 2014 y de esta asamblea 2014 6(seis) de 12 también repitieron versus la del 2011. De la asamblea 2017 versus la 2011 solo 2(dos) de 12 están con dos periodos de gestión.

De los delegados en la asamblea 2017 versus la 2014 repiten 97 y hay 116 delegados nuevos, de la asamblea 2014 versus la asamblea 2011, 106 repiten y hay 92 nuevos y si se compara la asamblea 2017 versus la asamblea 2011 solo repiten 74 delegados y hay 139 delegados nuevos.



Nota III: Participación

La participación de los consejeros/delegados en los diferentes actos jurídicos también hace al control democrático.

Reuniones	2017/2018		2016/2017	
	Cantidad	Asistencia	Cantidad	Asistencia
del consejo (1)	45	81%	38	79%
de delegados(2)	5	S/D	12	S/D

(1): Se toma presentismo de consejeros titulares y suplentes ya que suplentes si bien no tienen voto si tienen voz en las reuniones

(2): Además de las reuniones de Consejo se realizan reuniones periódicas con los delegados para informarles de las novedades principales de la Cooperativa. Comenzaremos a medir la asistencia de esta participación.

Nota IV: Bienestar Laboral

Durante el 2017 se llevo adelante una encuesta anónima de bienestar laboral participaron 278 empleados (80%). Esta tenía como objetivo medir el grado de satisfacción de una parte fundamental de nuestra cooperativa que es nuestro equipo de gente. Esta medición de situación inicial también nos sirve para poder mejorar. Dicha encuesta se va a repetir en un futuro para ver evolución manteniendo las preguntas y las puntuaciones.

Se habían realizado 23 preguntas con la opción de evaluar libremente cada una del 1 al 10, las mismas evaluaban cuatro aspectos básicos del Bienestar Laboral (extra-salarial).

Los resultados del año anterior:

Aspecto Evaluado	MALO (1,2,3)	REGULAR (4,5)	BUENO (6,7)	MUY BUENO (8,9,10)	NS/NCE	EVALUACIÓN (DE 1 A 10)
Conformidad con mi puesto de trabajo	3,5%	9,5%	16,5%	69,5%	1,0%	7,99
Relación con mi superior inmediato	4,6%	6,9%	17,6%	70,3%	0,7%	7,98
Relación con a Cooperativa	3,2%	6,2%	14,8%	75,2%	0,7%	8,30
Relación con mis compañeros	1,8%	5,3%	13,0%	79,3%	0,5%	8,44
Promedio de Aspectos de Clima	3,3%	7,0%	15,5%	73,6%	0,7%	8,18

PRINCIPIO TRES: Participación Económica de los Asociados.

Nota V: Patrimonio

El Patrimonio creció significativamente con alto nivel de reinversión de los aportes de capital de asociados y otros excedentes con no asociados conseguidos. Esta evolución es la que permite dar mejores servicios al conjunto.

Se adjunta Evolución de Capital y de Bienes de Uso de la Cooperativa (Inversión) en los últimos 10 años.

Del cuadro se desprenden dos conclusiones:

- 1)El Patrimonio de nuestros asociados ha crecido significativamente (485% últ. 10años).
- 2)El destino de ese crecimiento ha sido Inversión incluso por encima del crecimiento (673% últ. 10 años) pasando de 72% al 96% de Inversión sobre el capital propio.

	2008/09	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16	2016/17	2017/18	Variación 10 años
Patrimonio (millones)	38.4	44.2	51.1	58.8	65.5	91.7	126.9	159.9	193.5	224.7	485%
Variación anual	18.2%	15.1%	15.6%	15.1%	11.4%	40.0%	38.4%	26.0%	21.0%	16.1%	
Bienes. Uso (millones)	27.8	33.6	39.8	44.8	54.0	73.2	112.3	147.0	179.8	214.8	673%
Variación anual	17.3%	20.9%	18.5%	12.6%	20.5%	35.6%	53.4%	30.9%	22.3%	19.5%	
Relación BS/PN	72%	76%	78%	76%	82%	80%	88%	92%	93%	96%	32%



Nota VI: Valor Agregado Cooperativo Visible:

El agregado de valor por sobre las compras se distribuye en diferentes agentes lo que tiene un efecto multiplicador sobre la comunidad en general y píquense en particular.

Tomamos como valor agregado todo lo contabilizado como precio – costo directo de compra:

	2017/2018	2016/2017	%Var
Valor Agregado:	297,62	220,38	+ 31,5 %

Nota VII: Compras Locales

La Cooperativa genera un efecto multiplicador con las compras que realiza en la localidad y la provincia. Recordamos que el reglamento de compras al proveedor local da un 6 (seis) % de protección en su cotización para favorecerlo y de un 4 (cuatro) % con los proveedores provinciales.

Radicación de Proveedor	Incr. Anual	2017-2018		2016-2017	
		Importe	% Tot.	Importe	% Tot.
Compras Gral. Pico	22%	51,252,539	33.8%	41,940,482	39.1%
Compras Resto La Pampa	24%	15,042,607	9.9%	12,170,527	11.4%
Subtotal Provincia	23%	66,295,146	43.8%	54,111,009	50.5%
Compras Resto País	61%	85,131,456	56.2%	53,037,529	49.5%
Total Compras País (S/Energía)	41%	151,426,602	100.0%	107,148,538	100.0%
Compras Energía a la Provincia (1)	92%	197,676,527		102,984,619	
Total Compras	66%	349,103,129		210,133,157	

(1) Del análisis se detrajo la compra a la Provincia de energía eléctrica para mostrar más claramente el efecto sobre proveedores comunes de la cooperativa.

Nota VIII: Valor Agregado Cooperativo Invisible (Ahorro por competencia)

La intervención de nuestra cooperativa en servicios en competencia permite generar ahorros a nuestros asociados. En el caso de Transporte Urbano ofrecemos un servicio sustitutivo de menor costo contra la contratación de un transporte individual.

En los otros servicios que son: Telefonía e Internet – Televisión – Gas en Garrafa, participamos en competencia con otros operadores donde parte de ellos adaptan sus precios a nuestra presencia generando ahorro directo o indirecto.

El ahorro se puede dar de dos formas:

1) el ahorro directo de nuestros asociados por la mejor tarifa que proponemos.

2) la empresa competidora baja sus precios respecto a otras localidades sin competencia (este beneficio lo tienen nuestros asociados que aun no son usuarios al los nuevos servicios)

Hemos analizado los distintos precios que operan estas empresas en otras localidades donde actúan sin competencia y en base a estos datos se realiza el cálculo de ahorro para este ejercicio



Nota VIII.1. Cálculo de Ahorro Telefonía e Internet

(sobre un abono básico de telefonía fija y 3 megas de internet, aquí la empresa nacional tiene una sola política de precios a nivel país)

	Telef+Int	solo Telefonía
Precio Multinacional	\$1,403.00	\$350.00
Precio Corpico	\$ 905.00	\$92.00
Ahorro por Usuario/mes	\$ 498.00	\$258.00
	Cantidad	Ahorro Mes
Asociados Telef+Int (a)	6,366	\$3,170,268
Asociados solo Telef (a)	394	\$101,652
Total ahorro mes		\$ 3,271,920
Total ahorro año		\$ 39,263,040

Nota VIII.2. Cálculo de Ahorro Televisión

(sobre un abono básico de telefonía fija y 3 megas de internet, aquí la empresa nacional tiene una sola política de precios a nivel país)

	Cable	TV Sat
En Localidades en Monopolio (1)	(a) \$890.00	(i) \$1,340.00
En Gral. Pico en Competencia	(b) \$593.00	(i) \$1,340.00
Ahorro por NO Usuario/mes	(c) \$297.00	
Precio CORPICO	(d) \$420.00	(j) \$465.00
Ahorro por Usuario/mes	(e) \$470.00	(k) \$ 875.00

	Cantidad	Ahorro Mes
No asociados Corpico (f) Cable	11,987	\$3,560,139
No asociados Corpico (f) TV-Sat	4,500	
Asociados Corpico (g) y (h)	2,113	\$1,226,684
Total ahorro mes		\$4,786,823
Total ahorro año		\$57,441,882

(a) Se consultó localidades de similares a Gral.Pico sin existencia de competidor de cable. Se tomó el precio del Pack Básico + 50% del valor del Pack HD (supuesto de 50% tiene un Pack superior).

(b) Precio local con mismo combo= Pack Básico + 50% de Pack HD para solo un TV.

(c) Aquellos asociados que no tienen el servicio se ven beneficiados porque su empresa por competencia mantienen un precio más bajo que en otras localidades donde actúa como monopolio ("precio sombra").

(d) Se tomo el valor del Pack Básico con 3 Decos + 50% del Pack HD para los 3 Decos.

(e) Los asociados al servicio de TV tienen un doble ahorro. En el caso de Satelital solo un ahorro

(f) Se supone un mercado para la TV por cable del 47% de los 30mil asociados. NO SE CALCULA AHORRO por precio sombra en el servicio SAT. Resto asociados 38% no tienen TV y se estima un 15% TV Satelital.

(g) Asociados promedio del año (se cerró a un número mucho mayor)

(h) Se calcula que el ahorro surge de un 73% de asociados de Corpico tendrían Cable y un 27% Sat.

(i) Valor de Pack HD + dos Decos.

(j) Valor Corpico con HD + 2 Decos.

(k) Ahorro asociado Corpico (que optaría por Sat.).



Nota VIII.3. Cálculo de Ahorro Servicios Sociales

Se realiza el cálculo de ahorro con el mismo criterio hemos averiguado los distintos servicios prestados cuanto es la tarifa de un privado de similares condiciones y se compara con el aporte comunal que han hecho los asociados. No se evalúa calidad de servicio que entendemos por la encuesta es superior a competencia.

Servicios de Sepelios	Cantidad	Precio	Total
Cantidad de Servicios Prestados 2017/2018	471	44000	20,724,000
Servicios de Enfermería y Ortopédicos			
Servicios prestados a Domicilio	17824	300	5,347,200
Servicios prestados en Consultorios	21152	180	3,807,360
Préstamo de elementos Ortopédicos	2267	200	453,400
TOTAL VALORACION SERVICIOS			30,331,960
Aportes de Asociados por los servicios			27,238,294
Ahorro Servicio Enferm. y Sepelios			3,093,666

Nota VIII.4. Cálculo de Ahorro en Gas en Garrafas

Este servicio es quizás el servicio con menor impacto a nivel numérico pero de gran impacto para ese sector de nuestra comunidad que lo utiliza. El concesionario de gas ha justificado que ante falta de tarifa no hizo extensión de red. La cooperativa también tuvo el mismo marco regulatorio sin embargo realizó las inversiones necesarios en sus servicios concesionados.

Estamos realizando y financiando obras de gas natural, priorizando los intereses de la comunidad por encima del resultado económico de nuestra sección.

Tipo de Garrafa	Competencia	Corpico	Ahorro
Garrafa de 10 Kgs. Butano	215	200	15
Garrafa de 45 Kgs. Propano	1080	990	90
Cantidad Comercializada	Cantidad	Ahorro	Total
Garrafa de 10 Kgs. Butano	7770	15.00	116,550
Garrafa de 45 Kgs. Propano	491	90.00	44,190
Ahorro Sección GAS ENVASADO			160,740



Nota VIII.5. Cálculo de Ahorro por Uso de Transporte Público

Se calcula el ahorro por el uso de este servicio tomando varios supuestos por lo que puede haber inexactitud en el cálculo. Se estima que los pasajeros transportados de no existir transporte público lo harían por taxi/remise un 40% a un valor promedio de \$100 por viaje y la mayoría tomaría un medio más económico (aunque con peor comodidad) con un costo estimado de \$ 15. Recordamos que el Boleto general tiene un precio de \$ 7,5 pero que una parte importante de pasajeros son escolares y discapacitados que no abonan y subsidiados nacionales (tarifa social) que abonan el 50% lo que da un valor efectivo pagado de \$4,22 por pasajero.-

Pasajeros Anuales	473.191
Medio Alternativo	
% Remise	40% 189.276
% otros medios	60% 283.915
Precio Remise Promedio	100,00
Precio Otros medios	15,00
Pago real Boleto Promedio	4,22
Ahorro Transporte	21.190.084

Se adjunta la evolución anual del servicio:

	2011/2012	2012/2013	2013/2014	2014/2015	2015/2016	2016/2017	2017/2018
Boletos Totales	389,996	356,782	409,301	445,424	514,246	533,670	473,191
Escolares	74,985	62,672	90,156	79,662	99,934	108,198	73,625
Pasajeros x KM	1.31	1.28	1.41	1.44	1.59	1.64	1.44

Nota VIII. Resumen de Valor Agregado Invisible:

Telefonía/Internet	Televisión	Sepelios y Enfermería	Gas Envasado	Transporte Público
\$39,263,040	\$57,441,882	\$3,093,666	\$160,740	\$21,190,084

Total Ahorro Anual por competencia **\$121,149,412**

Se han detallado los ahorros de los servicios prestados por nuestra cooperativa que se han generado en competencia con otros operadores o sustitutos por mayor eficiencia en precio. Del análisis realizado se concluye que el ahorro indirecto por existencia de la Cooperativa en las secciones analizadas fue de \$ 121.149.412.-

La encuesta a asociados y las altas en los servicios marca que también hay un ahorro no medido/invisible y que es la preferencia de nuestros asociados por nuestra mayor velocidad de respuesta y la facilidad de acceso a nosotros. Los problemas si los hay se gestionan en la localidad y se resuelven desde la misma.



PRINCIPIO CUATRO: Autonomía e Independencia.

Nota IX: Financiera/Económica

Los indicadores muestran una situación financiera/económica estable:

- 1. Liquidez:** Empeora levemente volviendo al valor del 2015/2016 aunque se mantiene dentro de valores normales.
- 2. Cobranzas:** mejora levemente aunque no es significativo el cambio.
- 3. Crecimiento:** si bien baja se mantiene más alto que el nivel inflacionario (48.1%) por el crecimiento propio y porque continuaron aumentos de energía por encima del resto de variables.
- 4. Productividad:** la productividad mejora aunque está influenciado por el aumento de tarifas. En próximo ejercicio se verá estabilizado de este efecto.
- 5. Patrimonio:** el Patrimonio Cooperativo continúa su fuerte crecimiento.
- 6. Endeudamiento aumenta levemente pero en niveles de sanidad.** Debido al fuerte proceso de inversión se han tomado también líneas bancarias a largo plazo a tasas razonables para mantener el crecimiento. La tasa promedio de endeudamiento bancario al cierre de ejercicio era del 19,72% anual, que comparada a la inflación nos marca una tasa neta favorable negativa.
- 7. Excedente autogenerado:** el excedente económico (en este ejercicio pérdida) más los aportes de capital de los asociados a través de aportes/tasa de capital generan los fondos necesarios para mantener los niveles de inversión y crecimiento que llevamos adelante.

Indicador	Indice	2017/18	2016/17	Variac.	Evol.
Liquidez	Activo Cte / Pasivo Cte	1.12	1.21	-7%	-
Cobranzas	Ingresos / Cuentas a Cobrar prom	3.98	3.83	4%	+
Crecimiento	Ingresos / Ingresos Año anterior	1.481	1.921	-23%	-
Productividad	Ingresos / Salarios	2.27	1.97	15%	+
PATRIMONIO	PATRIMONIO NETO	224.66	193.50	16%	+
Endeudamiento	Pasivo / Patrimonio Neto	0.84	0.70	20%	-
Excedente Autogenerado	Excedente + Aportes (en MM)	31.161	33.588	-7%	-

Nota X: Política / Religiosa

Las Organizaciones políticas y religiosas no tienen ningún vínculo ni injerencia en las decisiones de la Cooperativa las que se toman entiendo que es lo mejor para la comunidad.



PRINCIPIO CINCO: Educación, Capacitación e Información.

Dimensiones:	2017/2018	2016/2017	%Var
Educación y Capacitación:	\$268.908	\$184.313	+ 46 %
Comunicación:	\$ 2.446.084	\$ 1.900.380	+ 28 %

Nota XI:

A la fecha de cierre se listan los medios con los cuales existe una pauta publicitaria pactada:

Cooperativa de Trabajo FM Libre; "La llave de la Mañana" FM Láser; FM Alegría; El Económico (diario web económico); "Sueños de Gloria" (web deportiva); Maracó Digital (web informativa); Infopico (web informativa); El Lobo Estepario (web cultural); Diario El Diario; "Somos Noticia" (noticiero TV – Cablevisión); Diario La Reforma (web y diario); Pampa-diario (web informativa); LU 37; FM Radio 5; Diario La Arena (diario); FM Radiofónica; Recorriendo Historias (programa de TV de Carlos Gaité); En boca de todos (web); FM La Estación; El Observador (periódico mensual).

PRINCIPIO SEIS: Cooperación entre Cooperativas.

Nota XII: Evolución de Negocios Cooperativos

Dimensiones:	2017/2018	2016/2017	%Var
Negocios Comerciales transversales:	2,276,561	849,860	168%
Negocios de Integración:	11,865,743	6,043,051	96%
Participación en Coop. de 2do.Grado:	614,558	401,400	53%
Total Negocios Cooperativos	14,756,862	7,294,311	102%

Se realizaron negocios cooperativos sin integración con: COSYPRO (Cooperativa de Electricidad de Quemú Quemú), Cooperativa Obrera de Bahía Blanca, COOP.OBRERA GRAFICA TALLERES ARG.LTDA. y SANCOR COOPERATIVA DE SEGUROS LIMITADA. También operamos fuertemente con el Banco CREDICOOP quien nos ha financiado parte de nuestros proyectos de Inversión.

Se realizaron negocios cooperativos con integración con: COOP. POP. DE ELECTRICIDAD OBRAS Y SERV. PUB. DE SANTA ROSA Limitada (somos distribuidores únicos de Gas Envasado) y con COOPERATIVA DE PROVISION Y COMERCIALIZACION DE SERVICIOS COMUNITARIOS DE RADIODIFUSION COLSECOR LIMITADA estamos integrados junto a 11 cooperativas para la prestación del servicio de televisión por cable con cabezal unificado.

Participación en Cooperativas de 2do.Grado: estamos federados a FACE (Federación Argentina de Cooperativas Eléctricas) participando nuestro consejero Vice-Presidente Anibal Ambrogetti como vocal suplente, en FEPAMCO (Federación Pampeana de Cooperativas) participando como Secretario y en COOPERAR como Síndico nuestro consejero Marcelo Padrones.

**PRINCIPIO SIETE: Compromiso con la Comunidad.**

Dimensiones:	2017/2018	2016/2017	%Var
Presupuesto en Otras Actividades Comunitarias:	\$ 431.563	\$ 520.403	- 17 %

Presupuesto en Otras Actividades Comunitarias: adicionalmente al cumplimiento de mandato asociativo/comunitario nuestra cooperativa apoya emprendimientos de interés general.

Acciones Comunitarias	2017/2018	2016/2017	Var
Talleres Varios	59.454	47.703	25%
Eventos Sociales(1)	26.335	196.593	-87%
Donaciones(2)	345.774	276.107	25%
Total	431.563	520.403	-17%

(1)En este ejercicio la colaboración con eventos sociales con publicidad se contabilizó como publicidad

(2)No se contabilizan las colaboraciones con mano de obra, prestamos o descuentos a Instituciones de la Comunidad

Nota XIII: Compromiso con la Comunidad – Secciones propias

El principio SIETE cooperativo tiene sentido medirlo en las cooperativas donde los asociados son solo un sector de la comunidad, cooperativas de trabajo, agrícolas, de cajas de ahorro son solo algunos ejemplos. Las cooperativas de servicios públicos son la excepción en el movimiento cooperativo donde los asociados tienen coincidencia con la comunidad. En esta excepción el mejor compromiso con la comunidad se da cumpliendo fielmente el mandato de sus asociados.