



2019
PACTO
GLOBAL

INFORME DE SOSTENIBILIDAD >>



Pacto Global
Colombia



LAKE HOUSE
Resort, Country Club & Spa

INFORME DE SOSTENIBILIDAD
LAKE HOUSE RESORT, COUNTRY CLUB & SPA
CORPORACIÓN CLUB CAMPESTRE LOS ANDES

ELABORACIÓN Y COORDINACIÓN GENERAL
Maria Rita Valencia Molina
Gerente Nacional Educación y Democracia

Diseño y Corrección de Estilo:
Gerencia Corporativa de Relaciones Institucionales

Coordinación Editorial
Juan Esteban Ángel Borrero
Gerente Corporativo de Relaciones Institucionales



INFORME DE SOSTENIBILIDAD



LAKE HOUSE
Resort, Country Club & Spa



JUNTA DIRECTIVA

MIEMBROS PRINCIPALES

Luis Carlos Lozada Bedoya

Marco Antonio Rizo Cifuentes

Henry Molina Mogollón

Claudio Enrique González Ortiz

Víctor Hugo Pinzón Parra

MIEMBROS SUPLENTE

Nilson Humberto León Ramírez

Liliana Patricia Guzmán González

Luis Darío Arbeláez

Alirio Rubio

Wilmer Andrés Castaño Caballero

ADMINISTRACIÓN

Carlos Alberto Muñoz Mera

Representante Legal

Contenido

Mensaje del gerente de la empresa.....	7
Acerca del informe.....	8
1. QUIÉNES SOMOS	9
2. NUESTRO ENFOQUE Y GESTIÓN DE SOSTENIBILIDAD	13
3. NUESTROS COMPROMISOS CON LA SOSTENIBILIDAD	16
AFIANZAMOS NUESTRO GOBIERNO CORPORATIVO Y LA ÉTICA	
EMPRESARIAL.....	19
Buenas prácticas de gobierno corporativo	20
Gestión Ética	25
CRECEMOS CON NUESTRA GENTE	26
Desarrollo integral del talento humano	27
Gestión de talento y cultura	27
Gestión de compromiso y capital humano	28
Prioridades 2020	30
PRESERVAMOS LA VIDA DEL PLANETA.....	31
Fomento de la cultura de consumo responsable.....	32
Proyecciones	34
APORTAMOS AL DESARROLLO SOSTENIBLE DEL PAIS.....	35
Compromiso con la comunidad.....	36
DEMOCRATIZAMOS LA RIQUEZA.....	37
Creación y distribución de valor económico sostenible.....	38
AVANZAMOS CON NUESTROS ALIADOS.....	42
Gestión de alianzas	43
Gestión sostenible de proveedores	43
FACILITAMOS LA VIDA.....	44
Generación de valor y confianza para asociados y clientes	45
ANEXO 1: Tabla contenido indicadores GRI - Criterios Pacto Mundial.....	52



MENSAJE DEL GERENTE DE LA EMPRESA

Como empresa, en Lake House Resort, Country Club & Spa - Corporación Club Campestre Los Andes- continuamos comprometidos con la sostenibilidad, de acuerdo con los lineamientos del Grupo Empresarial Cooperativo Coomeva y siendo responsables con el cumplimiento de los principios que soportan el gran acuerdo del Pacto Global.

El 2019 lo culminamos con un balance muy favorable en los objetivos trazados, especialmente en materia de prestación del servicio, oferta gastronómica, mejoramiento en los procesos operativos (separación del porcionamiento y manufactura), posicionamiento de productos, control de costos, planes de mantenimiento rigurosos y restauración de algunas áreas físicas

En lo económico, no se cumplieron algunas metas que fueron bastante ambiciosas desde su presupuestación, pero logramos superar el resultado consolidado del año en un 152%, producto de optimizaciones, recuperaciones, controles exhaustivos y cumplimiento en la contribución de afiliaciones y eventos.

El año se caracterizó por avanzar en una mejor percepción de servicio de parte de los afiliados y usuarios. Fueron notables las calificaciones en eventos, aunque se recibieron observaciones con referencia a la necesidad de mejorar algunas áreas que se han deteriorado con el tiempo, que por uso u obsolescencia requieren adecuación, restauración o modernización de carácter urgente. Para el 2020 se han asignado recursos orientados a corregir algunos de estos espacios.

Los eventos tuvieron el desempeño más notable, con altas calificaciones de los clientes. De acuerdo con los registros de las encuestas, los niveles de satisfacción alcanzaron el 95%, consolidándose como el mejor resultado histórico, donde se resaltó la calidad, oportunidad y precio. Se mantiene el foco en eventos empresariales y familiares. Su aporte a la sostenibilidad del Club fue muy importante, especialmente en el segundo semestre del año.

Las nuevas afiliaciones permitieron mantener una base de afiliados representativa y su contribución a los resultados fue de especial importancia, cumpliendo adecuadamente con los ingresos estimados. La rotación de afiliados estuvo cercana al indicador establecido,

resaltando como positivo que logramos restituir las membresías antiguas por otras nuevas, de mayor precio, lo que favorece resultados.

Los equipos adquiridos para el campo de golf siguen impactando positivamente la presentación de greens, fairways y roughs. Los golfistas expresan permanentemente su satisfacción y reconocimiento.

En A&B los avances son también representativos. Se consolidó exitosamente el modelo de servicio establecido de atención únicamente en los restaurantes, y se afianzó la necesidad de ampliar la oferta con una propuesta especializada adicional, que ya se viene construyendo. Nuestra meta es la excelencia y cada paso hacia ella lo celebramos con la convicción de alcanzarla en el corto plazo.

Todas las mejoras en servicio, la modernización que se viene realizando de la infraestructura, el buen mantenimiento de las instalaciones y la aplicación de las mejores herramientas comerciales han aportado de manera sustancial a dinamizar la venta inmobiliaria. El 2019 fue un buen año en la venta de este producto y nos acerca al tramo final de liquidación del inventario de lotes existente.

Por otra parte, reforzamos la infraestructura tecnológica del Lake House, con avances en la página web y en la aplicación, modernizando nuestra plataforma digital para estar al nivel de los otros clubes y resorts. Es indudable que además de hacer más visible el Club a los particulares con la nueva web, mediante la aplicación damos un gran salto en el servicio para los afiliados.

Es evidente que el Club va en la dirección propuesta en cada uno de sus focos estratégicos, mejorando los resultados de años anteriores, y sentando las bases para consolidar su sostenibilidad en el seguimiento permanente de los pasos tomados como organización en las dimensiones medio ambiental, social y económica.

Nos complace así presentar nuestro informe de sostenibilidad y responsabilidad social 2019, respondiendo el compromiso establecido ante la empresa, los colaboradores, la comunidad y el entorno.



CARLOS ALBERTO MUÑOZ MERA
Gerente General Club Los Andes-Lake House

G4-1; G4-36

Acerca del informe



Nuestro Informe de Sostenibilidad / Comunicación de Progreso presenta a nuestros grupos de interés y a la sociedad en general las derivaciones de nuestra gestión en las áreas económica, social y ambiental, del tiempo comprendido entre el 1.º de enero y el 31 de diciembre de 2019, con alcance a todos los niveles jerárquicos y operaciones de la empresa en el territorio nacional.

Responde a la opción Esencial de la versión G4 del Global Reporting Initiative, GRI, y al nivel Avanzado de la Comunicación de Progreso del Pacto Mundial de las Naciones Unidas.

Este informe parte de los compromisos corporativos con la sostenibilidad del Grupo Empresarial Cooperativo Coomeva. De acuerdo con esto cada empresa definió sus asuntos acorde con los riesgos, impactos y oportunidades presentes en sus sectores operacionales, necesidades y expectativas de sus grupos de interés y referenciación de mejores prácticas.

G4-28; G4-29; G4-30; G4-32; G4-33

Para mayor información sobre los contenidos del presente Informe, sugerencias o comentarios, contactar a:

Nombre:	Andrea Cifuentes Bonilla
Cargo:	Coordinadora de mercadeo
Dirección:	Cll 13 #57-50
Celular:	316 4782233
Teléfono:	333 0000 • Extensión 31524
Correo electrónico:	andrea_cifuentes@coomeva.com.co
Ciudad:	Cali - Colombia

G4-31

1. QUIÉNES SOMOS

1. QUIÉNES SOMOS

LAKE HOUSE RESORT, COUNTRY CLUB & SPA

Somos una entidad sin ánimo de lucro, constituida de conformidad con la legislación colombiana. Nos certificamos como entidad sin ánimo de lucro a partir de la Ley Páez de 1995, junto a 100 empresas más. Desde julio de 2017 dejamos nuestro nombre comercial Club Los Andes y pasamos a llamarnos Lake House Resort, Country Club & Spa.

Con una extensión de 1.250.000 m2 estamos ubicados a 35 Km de Cali, 45 Km de Palmira y 90 Km de Popayán, en el corazón de la zona franca del Cauca.

Nuestro objetivo es el fomento y desarrollo de actividades recreativas y deportivas aficionadas como el golf, esquí náutico, tenis, bolos, pesca, baloncesto, natación, y fútbol, entre otras actividades. Así mismo, direccionamos nuestras operaciones hacia la

promoción de actividades culturales, ecológicas y de protección ambiental.

Con el fin de cumplir a cabalidad con nuestro objeto social y brindar el mejor servicio de recreación a nuestros clientes, en Lake House contamos con 14 lagos y 10 canchas de tenis en polvo de ladrillo; un campo de golf de 18 hoyos; 36 llaves hoteleras; piscinas de olas, de adultos, toboganes con balsa y sencillos, interactivas y para bebés; un muro de escalar, un centro de convenciones y salones sociales con capacidad para 4.000 personas.

Formamos parte del Grupo Empresarial Cooperativo Coomeva, organización orientada al desarrollo integral del asociado y su familia, al fortalecimiento del Sector Cooperativo y a la construcción de capital social en Colombia.



G4-3; G4-5; G4-6; G4-9

Nuestro modelo de negocio



G4-4

Cobertura de mercado

Lake House está ubicado en el corazón de la región entre el Cauca y el Valle del Cauca. Tiene como principal zona de influencia ciudades como Cali, Jamundí, Popayán y Santander de Quilichao.



G4-8

Composición accionaria

La composición accionaria de nuestra entidad está distribuida en un 99,76% por Coomeva y el 0,24% restante por terceros.



G4-7

Cambios significativos en la organización en 2019



G4-13



2. Nuestro enfoque de sostenibilidad

En el Grupo Empresarial Cooperativo Coomeva hemos asumido el compromiso de perdurar y ser sostenibles. Entendemos que la sostenibilidad es el resultado de una actuación socialmente responsable en lo social, lo ambiental y lo económico. Esto implica crear valor para los asociados, usuarios, clientes y demás grupos de interés de nuestras empresas, así como para el conjunto de la sociedad.

La Responsabilidad Social Empresarial, RSE, y la sostenibilidad son una manera cooperativa de ver el mundo y de actuar a lo largo de toda la cadena de valor, creando valor sostenible y aportando a la construcción de nuevos modelos de gobierno y sociedad. Ubicamos la Responsabilidad Social como eje de nuestro modelo de gestión y como epicentro del éxito y del futuro crecimiento, incorporando el

enfoque de sostenibilidad en la gestión de la estrategia, de los procesos y de la cultura.

Nuestra política de RSE

Es la forma ética, transparente, solidaria e incluyente como interactuamos y nos desarrollamos, comprometidos con la preservación del medio ambiente y buscando siempre la creación de valor sostenible, con progreso social para todos nuestros grupos de interés.

Marco de Referencia

El siguiente esquema contiene los elementos que orientan nuestro enfoque y gestión de sostenibilidad.

REFERENTES CORPORATIVOS	REFERENTES GLOBALES
Estrategia - Multiactividad e integración de servicios Gestión de las necesidades de los grupos de interés; esto se traduce en la creación de soluciones y en la generación de valor económico.	 Estamos adheridos desde 2011 y reportamos cada año el cumplimiento de nuestro compromiso con los 10 principios del Pacto Mundial.
Promesa de valor – Coomeva nos facilita la vida Servicios directos e indirectos con los que cuenta el Grupo Empresarial Cooperativo Coomeva para la satisfacción de las necesidades de los diferentes grupos de interés.	 Adoptamos los estándares del Global Reporting Initiative - GRI y reportamos resultados en las dimensiones económica, social y ambiental.
Gestión integral para la sostenibilidad Movilización de procesos, cultura y gestión estratégica para lograr la creación de valor sostenible, impulsado por acciones de liderazgo, de gerencia y de gobierno corporativo.	 El enfoque del Grupo Empresarial Cooperativo Coomeva va dirigido al cumplimiento de esta agenda planteada por Naciones Unidas para el año 2030.
Compromisos corporativos con la sostenibilidad Son el resultado del diálogo constante y directo con todos los grupos de interés y la alineación con los principios corporativos que tiene el Grupo Empresarial Cooperativo Coomeva.	 Estamos adheridos al Pacto Verde Cooperativo desde el año 2010.
Valores Cooperativos Son seis elementos constitutivos en el Grupo Empresarial Cooperativo Coomeva, que son los referentes del modelo de negocio: democracia, responsabilidad, igualdad, equidad, solidaridad y ayuda mutua.	 La alineación de esta norma con los principios cooperativos del Grupo Empresarial Cooperativo Coomeva, permiten una potenciación de la gestión en los diferentes ámbitos de incidencia.

Impulsamos cambios

En Coomeva nuestras acciones son nuestro mensaje cooperativo. Por eso impulsamos la sostenibilidad y aportamos al logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, ODS, a través de:



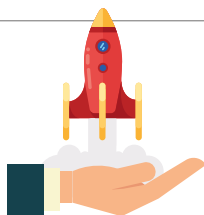
EDUCACIÓN

Desarrollar iniciativas educativas con impacto social, que promuevan oportunidades de aprendizaje durante toda la vida y aporten al desarrollo de sus grupos poblacionales, facilitando el acceso, la información y la calidad educativa, que posicionen al Grupo Coomeva como una organización socialmente responsable.

4 EDUCACIÓN DE CALIDAD



Educación cooperativa, educación financiera, profesional y personal; educación en salud, formación deportiva y cultural; educación prevención y desarme y capacitación empresarial.



EMPRENDIMIENTOS ÉTICOS

Fomento al desarrollo empresarial y la innovación en el Grupo Coomeva y en nuestros públicos de interés, como pilares del bienestar, autonomía y empoderamiento económico, que fortalezcan empresas éticamente responsables y sostenibles.

8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO



Acompañamiento, financiación de ideas de negocios sostenibles, con encadenamientos productivos y un fuerte componente de cooperativismo.



CONSUMO RESPONSABLE

Promoción, preservación y cuidado del medio ambiente con acciones conjuntas entre empresas, grupos de interés y sus familias para la reducción del sobre consumo de los recursos naturales y la adopción de estilos de vida más sostenibles.

12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES



Movilidad sostenible, reducción de huella de carbono, reforestación, manejo de residuos, eficiencia energética, educación ambiental.



3. Nuestros compromisos corporativos con la sostenibilidad

Los compromisos corporativos con la sostenibilidad se establecen de acuerdo con las necesidades de nuestros grupos de interés, riesgos de los negocios y lineamientos contenidos en los Principios del Pacto Mundial y en los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas, entre otros referentes internacionales. Estos compromisos son:

- Afianzamos nuestro gobierno corporativo y la ética empresarial
- Crecemos con nuestra gente
- Preservamos la vida del planeta
- Aportamos al desarrollo sostenible del país
- Democratizamos la riqueza
- Avanzamos con nuestros aliados
- Facilitamos la vida.

Cada compromiso corporativo con la sostenibilidad responde a necesidades y expectativas de nuestros grupos de interés, a las cuales se les da respuesta mediante los asuntos materiales relacionados, que dan lugar a la estructura del presente informe.

En Lake House Resort, Country Club & SPA adoptamos los compromisos corporativos con la sostenibilidad a partir de los cuales definimos nuestros asuntos materiales, siendo estos los temas específicos y medibles que responden al cumplimiento de dichos compromisos.

Nuestros compromisos con la sostenibilidad se ven reflejados en los siguientes asuntos materiales:





Los compromisos corporativos con la sostenibilidad descritos, se encuentran debidamente alineados con la estrategia, operan a través de nuestros procesos y generan cultura; todo lo anterior direccionado por un sistema de gobierno corporativo que dinamiza la gestión integral, mediante acciones de gerencia y liderazgo en todos los niveles de la organización.

Se destaca la articulación de nuestro Sistema de Gestión Integral con elementos clave como son gobierno corporativo, modelo de negocio y enfoque de sostenibilidad.





COMPROMISO 1

Afianzamos nuestro Gobierno Corporativo y la Ética Empresarial

Compromiso N° 1

Afianzamos nuestro Gobierno Corporativo y la Ética Empresarial



Buenas prácticas de Gobierno Corporativo

Mantenemos la articulación entre los principales elementos de gobierno, riesgos y cumplimiento, conforme se describe a continuación.



- Marcos normativos internos y externos.
- Cultura de cumplimiento.
- Revelación de información (rendición de cuentas).
- Políticas, estructuras y prácticas de Buen Gobierno.
- Gestión ética.
- Gestión, responsabilidad corporativa y sostenibilidad.
- Identificación, evaluación, administración y monitoreo de los riesgos.
- Gestión de continuidad de negocio.
- Gestión de control.

Estructura de Gobierno

El modelo de gerencia integral nos permitió expandir el negocio y concentrarnos en desarrollo de productos y servicios, normalización administrativa, definición y aplicación de estándares, control de costos y gastos, fortalecimiento de las comunicaciones, avances tecnológicos, vinculación con plataformas digitales y evaluaciones permanentes de servicio. En lo comercial llegamos a nuevos públicos y transitamos con mayor presencia en las redes sociales. Así mismo, fortalecimos el negocio de eventos, especialmente con foco en lo empresarial y familiar, con mayor concentración en eventos empresariales de fin de año.

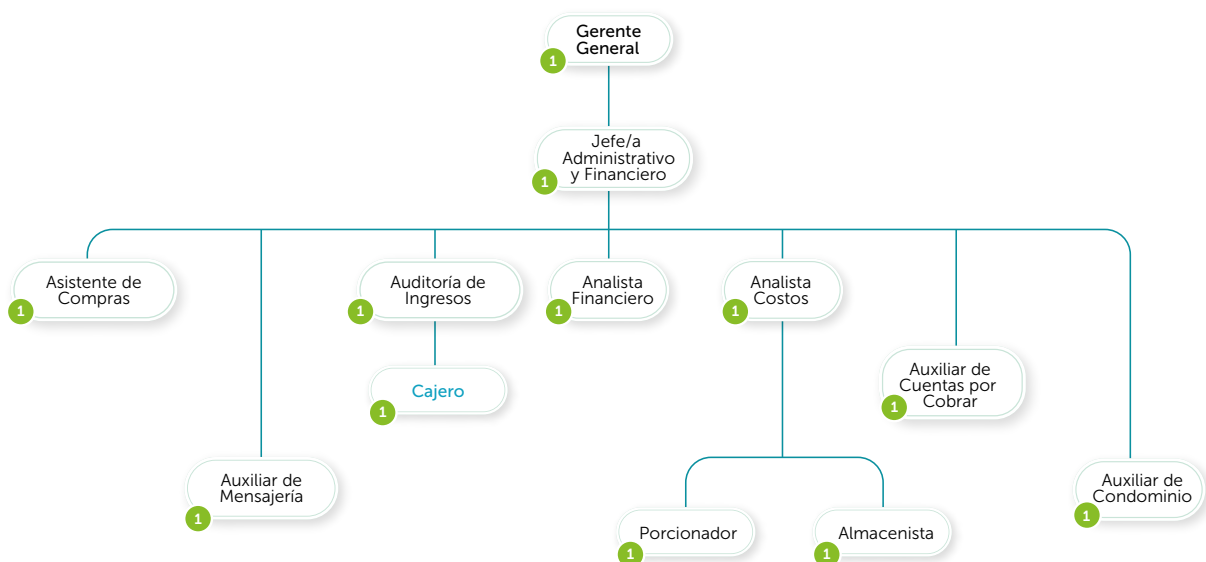
El buen servicio fue nuestra principal obsesión durante 2019, conscientes de que esta es la ruta más corta para alcanzar el éxito en este negocio. De esta manera obtuvimos resultados altamente satisfactorios y podemos asegurar que en este foco logramos nuestra mayor transformación.



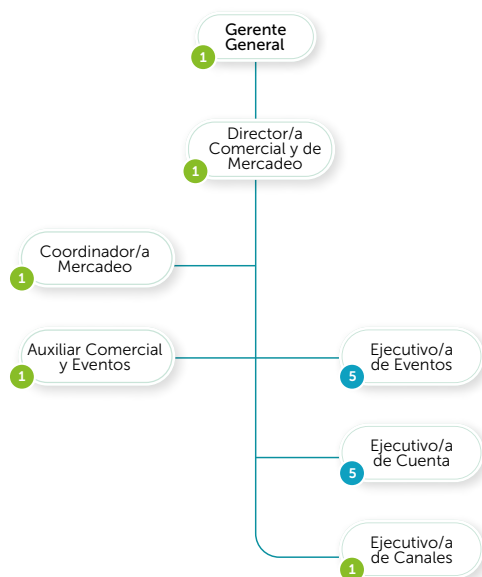
Aun cuando el modelo de negocio durante 2019 representó mayores exigencias en la prestación del servicio a nuestros diferentes clientes y por tanto en la operación del Resort, mantuvimos la estructura aprobada desde 2018.

G4-10; G4-34; G4-35

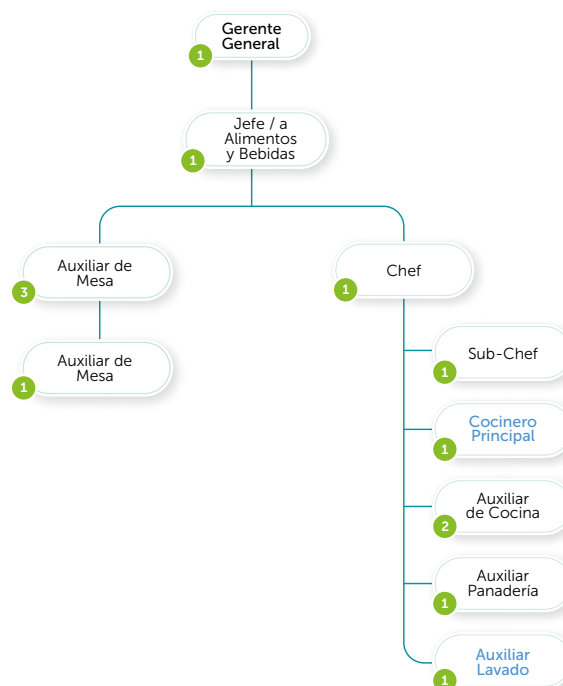
Jefatura administrativa y financiera



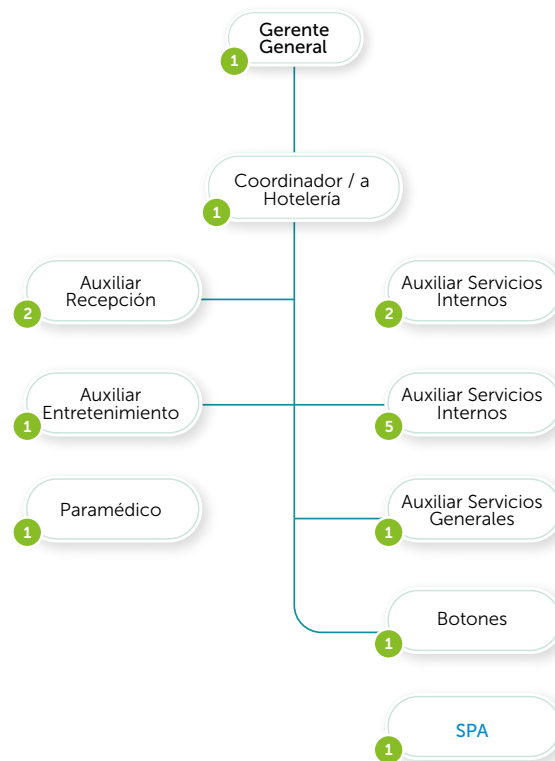
Dirección comercial



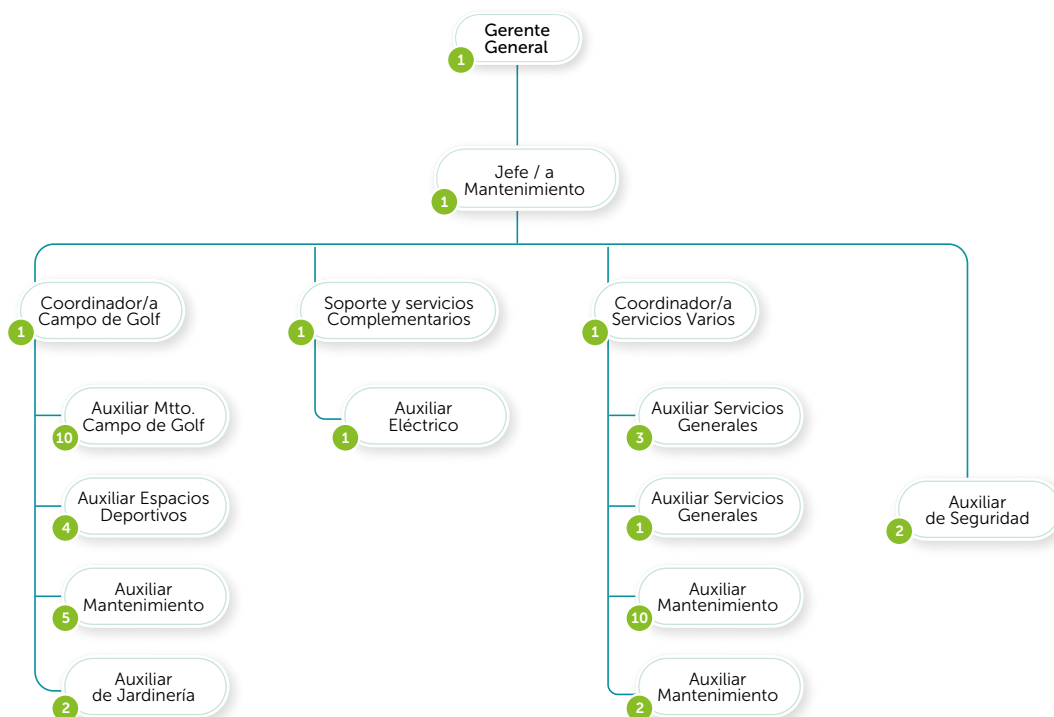
Jefatura alimentos y bebidas



Coordinación hotelera



Jefatura de mantenimiento



Principales órganos de gobierno

La Junta Directiva mide mensualmente tanto los resultados como la gestión y los procesos administrativos correspondientes.

De acuerdo con los estatutos de la Compañía, nuestra Junta Directiva está compuesta por cinco miembros principales y cinco miembros sustitutos. Como parte del control se define que mínimo se debe contar con tres miembros externos para la Junta Directiva, asegurando la transparencia en la toma de decisiones. Lake House es auditado como mínimo dos veces al año por una auditoría interna corporativa y anualmente la Junta Directiva es evaluada por una compañía externa contratada.

Conforme a lo establecido en el Código de Gobierno Corporativo, los miembros de la Junta Directiva, son los principales gestores del gobierno corporativo, y en tal carácter realizan su gestión con profesionalismo, integridad, competencia e independencia, dedicándole el tiempo necesario. Así mismo, deben ser transparentes en su gestión, procurando tener un buen conocimiento de los riesgos que involucran las actividades constitutivas del objeto social; evaluar con profundidad los riesgos asociados a los instrumentos de inversión y apoyar la labor de los órganos de fiscalización y control.

G4-38; G4-42; G4-45; G4-48

Las responsabilidades generales de los órganos de gobierno están ligadas a la familia de cargos del Grupo Coomeva y sus lineamientos corporativos.

G4-39

Prácticas de Buen Gobierno

Las principales prácticas de gobierno corporativo se encuentran consignadas en el Código de Gobierno Corporativo adoptado por la empresa, el cual contempla los lineamientos de mejores prácticas de la industria, así como las contenidas en Código País, promulgado bajo los estándares de la OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico).

Dicho Código contiene los elementos relevantes para dirigir y controlar la gestión de la empresa, permitiendo un adecuado sistema de pesos y contrapesos que permitan que las decisiones adoptadas en cualquier instancia se tomen con un adecuado nivel de análisis, entendimiento y comprensión; buscando el equilibrio de los intereses de los distintos grupos.

Entre las buenas prácticas incluye una clara de delegación de funciones aprobada por la Junta Directiva, así como lineamientos para orientar y asegurar la equidad entre accionistas y demás grupos de interés, mediante mecanismos de control sobre las instancias decisorias frente al eventual incumplimiento a las políticas de Gobierno Corporativo.



Gestión integral del riesgo

G4-SO3; G4-SO4; G4-SO5

Disponemos de un Sistema de Gestión Integral de Riesgos debidamente implementado y alineado con la estrategia y con el enfoque de sostenibilidad, mediante el cual se gestionaron los principales riesgos clave del negocio durante 2019, los cuales se describen a continuación.

Dicho sistema forma parte de nuestro Sistema de Gestión Integral, por cuanto que opera en la estrategia, los procesos y la cultura organizacional.



Como resultado de la gestión de riesgos, se dio continuidad en 2019 a las estrategias planteadas en 2018 así:

- Trabajo continuo del posicionamiento de marca para la reducción del riesgo reputacional: se consolida la oferta de valor planteada (enfoque en turismo receptivo, vacacional y empresarial; productos familiares ampliados y eventos en sinergia con instituciones regionales y nacionales).
- Gestión de proveedores y acompañamiento en la extensión de la política RSE.
- Mantenimiento de la plataforma tecnológica del software Zeus para minimizar el riesgo tecnológico.
- Implementación de controles en las tomas físicas de inventarios, reduciendo el riesgo de pérdidas u obsolescencias.
- Desarrollo de plan para la reducción de impactos medio ambientales, construcción de PETAR y continuidad de la zona de compostaje y huerta.
- Fortalecimiento del modelo de gestión.

Se soporta en el principio de que la sostenibilidad está determinada por el balance entre temas estratégicos que se traducen en oportunidades y la apropiada gestión de riesgos, lo cual permite prevenir o mitigar oportunamente los eventos que atenten contra el logro de los objetivos y consecuentemente facilitar medidas o controles orientados a desarrollar capacidades para cumplir la promesa de perdurar.

Gestión de ética

G4-56; G4-57; G4-58; G4-HR3

Lake House adopta el Código de Ética y el de Buen Gobierno de las empresas del Grupo Coomeva, reiterando su compromiso de gestión eficiente, íntegra y transparente. Estos códigos pueden ser consultados por los grupos de interés a través de la página web de Coomeva: www.coomeva.com.co

Dentro de las normas o políticas rectoras que permiten orientar la gestión de riesgos relacionados con la corrupción, como parte del Grupo Coomeva contamos con:

- Código de Buen Gobierno
- Código de Ética
- Manual de Contratación
- Manual Antifraude y Anticorrupción
- Manual SARLAFT
- Reglamento Interno de Trabajo
- Reglamento de Ética
- Canales de transparencia

El manual Antifraude y Anticorrupción, dicta normas orientadas a fortalecer los mecanismos de prevención, investigación y sanción de actos de corrupción y la efectividad del control de la gestión pública. A partir de la anterior la Organización define la política "cero tolerancias" ante cualquier forma de corrupción y de conducta que vaya en contravía de nuestros principios, valores y códigos de conducta o contra las leyes.

El manual referido se encuentra integrado en el Código de Ética e incluye mecanismos de detección y reporte de presuntas operaciones inusuales y sospechosas, y de manera taxativa aquellos relacionados con el conocimiento del cliente en el proceso de afiliación, uso y frecuencia de los servicios de salud, agiotaje, sobrecostos en medicamentos, insumos y dispositivos médicos.

Así mismo, acorde con las mejores prácticas de gobierno corporativo implementamos el Sistema de Administración de Riesgo de Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo, SARLAFT, con el fin de prevenir las actividades relacionadas al fraude, la corrupción, el lavado de activos y la financiación del terrorismo.

Se dispone de programa de capacitación orientado a las áreas competentes, con el fin que se realicen las consultas antes de la negociación y contratación final de contrapartes tales como accionistas, inversionistas, empleados, proveedores, prestadores en la lista con información de lavado de activos y financiación del terrorismo para identificar antecedentes y definir conducta.

Durante el 2019 no presentamos incidentes, quejas, sanciones ni demandas por infracciones a los Derechos Humanos, faltas a la ética o incidentes de corrupción. Igualmente, no se generaron requerimientos, multas o fallos legales adversos para el Club Los Andes por incumplimiento legal o regulatorio.





COMPROMISO 2

Crecemos con nuestra gente

Compromiso N° 2

Crecemos con nuestra gente

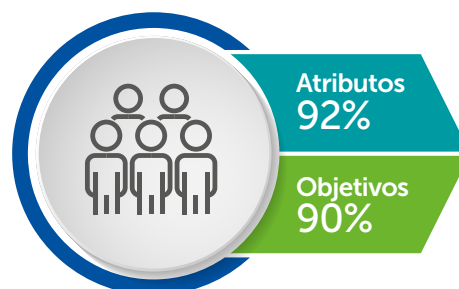


Desarrollo integral del talento humano



Gestión de talento y cultura

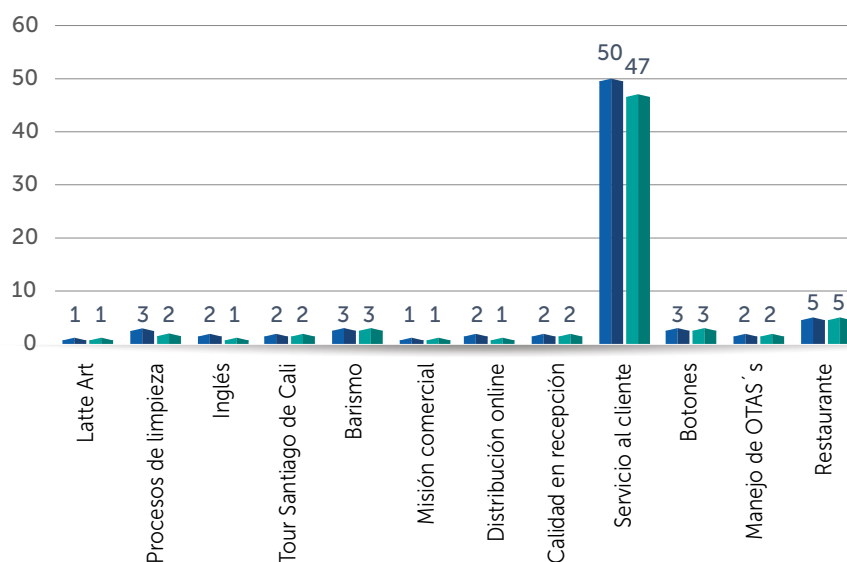
Durante el 2019 se ejecutó en su totalidad el proceso de desempeño en cada uno de los diferentes momentos establecidos en los lineamientos corporativos, alcanzando una cobertura del 100% de los colaboradores. Este proceso arrojó resultados satisfactorios frente a la medición de los atributos propios del modelo de liderazgo de Coomeva y los objetivos correspondientes a cada uno de los cargos de la empresa:



Dando continuidad al proceso de fortalecimiento del talento humano se logró generar un aprovechamiento de la alianza entre la empresa y Cotelco, permitiendo consolidar el Plan Maestro de Formación de los colaboradores, reforzando temas de capacitación al personal, los cuales contribuyeron a responder a las necesidades propias del negocio en esta área:

Cumplimiento
92%

CAPACITACIONES COTELCO



G4-LA10; G4-LA11

De igual manera se continuó fortaleciendo la formación de los colaboradores en lo correspondiente a la participación e implementación del Sistema de Seguridad y Salud en el Trabajo, realizando capacitaciones en Primeros Auxilios a la Brigada de Emergencias, autocuidado, percepción del riesgo, manejo del tiempo libre, entre otras de gran impacto en la prevención de accidentes y promoción de condiciones seguras de trabajo para los colaboradores.

La medición anual del ambiente laboral, realizada bajo los estándares de Great Place to Work arrojó resultados satisfactorios, en los cuales a nivel general el índice de ambiente laboral pasó de tener una valoración de 57.2 (nivel insuficiente) a una valoración de 65.5 (nivel satisfactorio), generando así una tendencia favorable en la percepción de ambiente laboral de los colaboradores.

Asimismo, cada uno de los índices evaluados generaron un incremento positivo:

Índice	Resultado Previo	Resultado Actual	Tendencia
Transaccional	46.3 (Demanda Atención)	73.5 (Muy Satisfactorio)	Muy Favorable
Compromiso	62.6 (Nivel insuficiente)	70.5 (Satisfactorio)	Favorable
Vínculo	54.5 (Nivel insuficiente)	72.0 (Muy Satisfactorio)	Muy Favorable

G4-LA16

Teniendo en cuenta estos resultados, si bien se ha logrado un avance importante y positivo en la percepción de ambiente laboral, es fundamental continuar construyendo espacios que nos permitan tener mejores resultados en la medición y a su vez, colaboradores con mayor sentido de pertenencia, compromiso, generadores de logro para la organización y sus propias vidas.

Los resultados de la medición de Cultura realizada en 2019 representan un avance frente a la cultura organizacional requerida con brechas menores a un punto de valoración. De acuerdo con esto encontramos que actualmente la organización presenta tendencias hacia una cultura competitiva (cultura que menor brecha presenta), sugiriendo que existe una visión hacia los resultados de manera eficiente y vibrante, con una apuesta interesante hacia las dimensiones de innovación, logro y liderazgo.

Gestión de compromiso y capital humano

Finalmente, frente a la administración del capital humano durante el año 2019 alcanzamos un 69% en la cobertura de la planta directa de la organización, avance de nueve puntos porcentuales frente a la cobertura de planta existente al iniciar el año 2019; esto mediante las siguientes contrataciones:

ADMINISTRACIÓN	2
ALIMENTOS Y BEBIDAS	4
COMERCIAL	1
DEPORTES	1
HOTELERÍA	3
MANTENIMIENTO	5

G4-LA1



Asimismo, se dio cumplimiento total a la entrega de dotación correspondiente al período, tanto para personal de planta directa, como para los temporales.



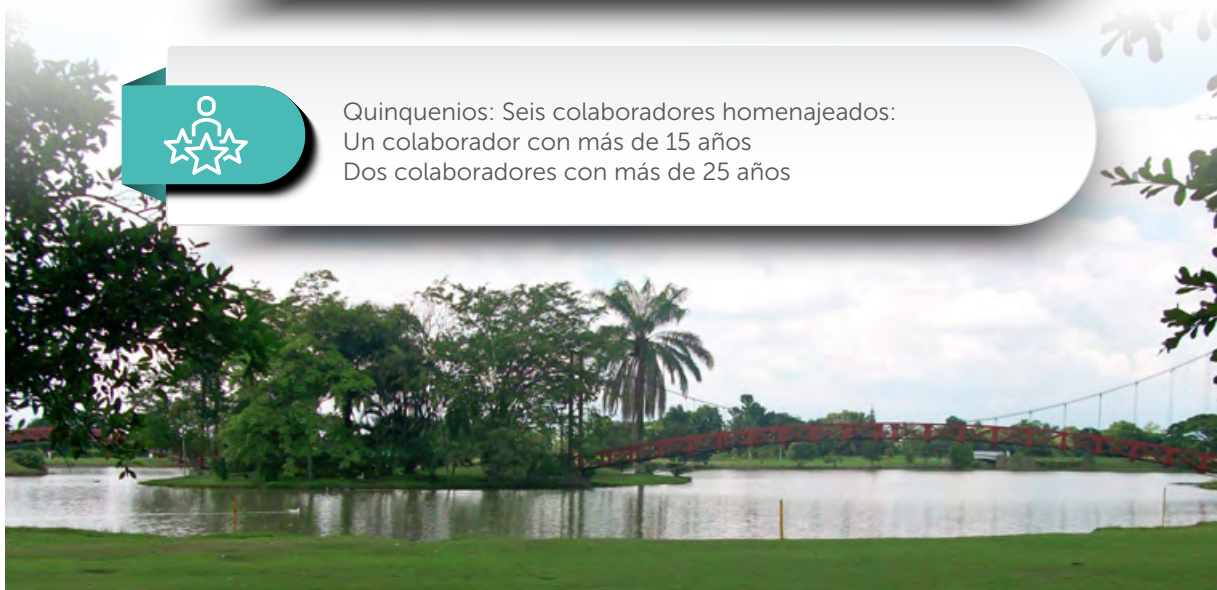
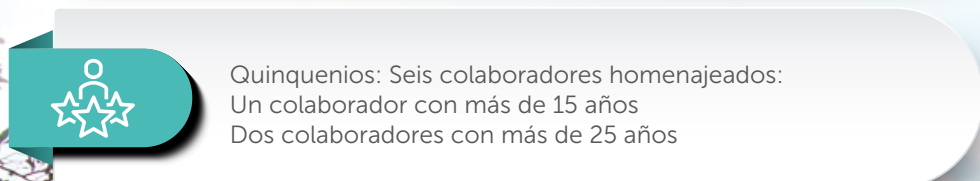
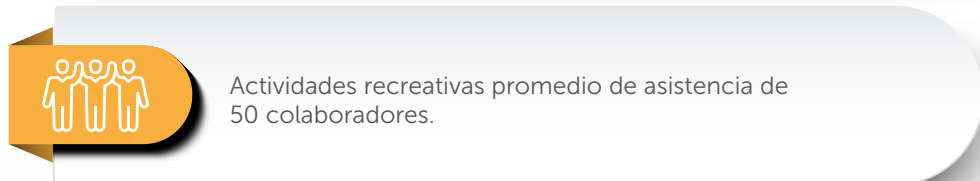
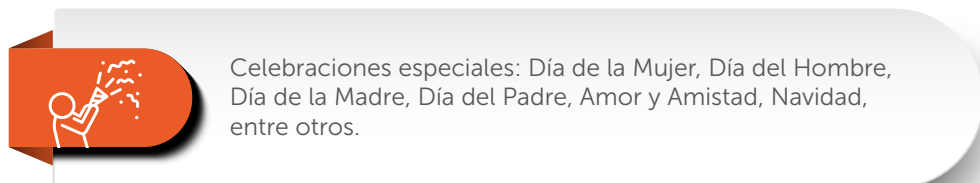
G4-LA6



En el eje de Compromiso, se realizó la entrega de los beneficios extralegales a los colaboradores, por alrededor de \$93 millones.

G4-LA13

Finalmente, en relación con las actividades de Bienestar se destacan:



Prioridades 2020

GESTIÓN DE TALENTO

Continuar el fortalecimiento del Plan Maestro de Capacitación; a su vez, asegurar el proceso de entrenamiento e inducción de los colaboradores que permita su incorporación óptima al cargo.

GESTIÓN DE AMBIENTE Y CULTURA

Generación de planes de bienestar y desarrollo que permitan continuar fortaleciendo la gestión de ambiente y cultura de la organización.



GESTIÓN DEL LIDERAZGO

- Implementación del modelo "Nuevo Líder Coomeva"
- Medición del índice de liderazgo: Fortalecimiento del estilo de liderazgo para el cierre de brechas.

GESTIÓN DEL CAPITAL HUMANO

- Mejoramiento en los tiempos de contratación de personal de acuerdo con las necesidades operativas de la organización.
- Avanzar en el cumplimiento de los estándares mínimos del Sistema de Seguridad y Salud en el Trabajo.





COMPROMISO 3

Preservamos la vida del planeta

Compromiso N° 3

Preservamos la vida del planeta



Fomento de la cultura de consumo responsable

Nos encontramos ubicados en el norte del departamento del Cauca, en Colombia. Lake House cuenta con una extensión de 1.000.000 m², una temperatura promedio de 26°C y a 1.000 metros sobre el nivel del mar. Nuestro ecosistema está compuesto por un total de 67 especies de árboles, frutales y ornamentales, 40 especies de aves nativas y seis especies de aves migratorias provenientes del hemisferio norte. Un área construida de 250.000 m² aproximadamente con un 25% del total.

G4-EN11

Cada seis meses la Corporación Regional del Cauca, CRC, hace las respectivas visitas de seguimiento a la sede campestre del Club, con el fin de comprobar que la intervención hecha a las vertientes de agua sea la adecuada. El Club cumple con las normas.

Consumo directo

G4-EN3

- 156 galones de gasolina mensual.
- 252 galones de ACPM mensual.
- 530 galones de gas propano mensual
- Consumo de energía activa 92.823 KW-mes.
- Demanda máxima 238 KW mensual.
- Impacto ambiental, regulación, normatividad e Inversiones.

En el periodo no se presentaron informes de inadecuada operación medio ambiental.

Fuentes de agua

G4-EN8

- 14 lagos artificiales interconectados de agua corriente.
- Dos vertientes naturales que convergen.
- Complejo de piscinas con un total de 2.780 M3 de aguas recicladas.

Continuamos con la gestión de material aprovechable. A través de la Fundación para el Desarrollo Económico



Social y Ambiental de Colombia, se realizó la recolección de papel archivo, papelería de oficina, cartón, resultante de empaques, plásticos, botellas de gaseosa y empaques de alimentos, metales, latas de gaseosa y refrescos, así como también lo correspondiente a equipos descompuestos, teclados, pantallas, encofrados de tv, lavadoras.

G4-EN2

Gestionamos con la empresa Gestiones Ambientales, Gesam el proceso de recolección de desechos peligrosos, tales como tarros de insecticidas, biosanitarios, lubricantes, solventes entre otros.

Fecha de recolección	Características del material	Cantidad en Kg
19/06/2019	Desecho aceite AVU	647.28
09/08/2019	Desecho aceite AVU	147.95
09/08/2019	Desecho aceite AVU	361
18/05/2019	Desechos tóxicos	28
17/04/2019	Tarros, pinturas, otros	8
13/06/2019	tarros contaminados	16
12/09/2019	Chatarra	900
TOTAL		2108.23

Este año también continuamos con el proyecto de huerta, con resultados como:

1. 22 toneladas de compostaje a la fecha.
2. 29 arrobas de desechos orgánicos de cocina recolectadas de enero a mayo, y que se aplicaron al compostaje.
3. 3 volquetadas de tierra abonada como producto del proceso de compostaje, generándose aprovechamiento en venta para siembra de plantas.
4. De los desechos de cocina se han tomado semillas para la siembra de plantas así:
 - a) Tomate..... 10 siembras
 - b) Sandía 2 siembras
 - c) Zapallo..... 3 siembras
 - d) Pimentón 4 siembras
 - e) Papayuela 5 siembras
5. Se da continuidad al proyecto del vivero en la zona colindante del Club hacia la carretera, sembrando diferentes especies que aportan al embellecimiento de las diferentes zonas sin generar costos adicionales en compras, al igual que aprovechamiento de frutos para la cocina, los cuales se han realizado con la recolección de semillas de la cocina y con los aportes de los trabajadores del Club, comprometidos con el cambio ambiental y el sostenimiento de la compañía, las cuales se detallan a continuación:
 - a) Durantas: 115
 - b) Lantana: 6
 - c) Resucitado rojo: 18
 - d) Palma: 4
 - e) Azulina: 28
 - f) Gota aceite: 5
 - g) Sombrero chino: 25
 - h) Coral: 74
 - i) Croto negro: 50, amarillo: 60
 - j) Yinyer: 25
 - k) Dólar: 130
 - l) Palma de botella: 10
 - m) Veranera: 18
 - n) Swingla: 95
 - o) Escobilla: 36
 - p) Frutales: banano 5, naranjo 4, plátano 12, papayuela 5, Yuca 17, maracuyá (cerca viva en toda la huerta), zapallo, sandía 4.
 - q) Legumbres: tomates 10, pimentón 6, cilantro 10, cimarrón 10, poleo 8, ruda 5.

G4-EN12



Proyecciones

Durante 2019 se trabajó en la siembra, recolección y aprovechamiento de producción en la zona de vivero. Se realizó la venta de dos cargas (volquetas) de tierra abonada para atención de jardinería en el condominio; se construye la UTB (Unidad Técnica de Basuras) la cual aporta el sitio adecuado de recolección y separación de residuos; se continúa con el aprovechamiento de los desechos vegetales de cocina para la siembra de especies. Así mismo se realizan cosechas en las diferentes temporadas las cuales aportaron productos para cocina como cilantro, cimarrón, tomate, zapallo, sandía, entre otros, los cuales se incluyeron en nuestros procesos de producción.

Durante 2019 se revisó el proyecto de huerta interactiva y se definió, de acuerdo con la proyección que se le quiere dar al proyecto, su enfoque hacia brindar al afiliado experiencias y vivencias únicas dentro de

nuestras instalaciones, la asignación de un área de operación nueva, cubierta por la sombra de los árboles, cerca de nuestro complejo hotelero lo cual facilita el acceso a la zona y la intención de interacción con el proceso de siembra y recolección. Este proyecto es grande y ambicioso, y en él se está involucrando a la comunidad (empleados) tanto en el desarrollo de la huerta, como en el desarrollo de la cultura del reciclaje con la cual hemos logrado disminuir la cantidad de tinas de basura generadas mensualmente. Como un logro importante de resaltar en la cultura de reciclaje, está la convocatoria a participar de esta labor que se ha realizado con los copropietarios del condominio de manera positiva, lo cual aporta a la disminución de la cantidad de tinas de basura, a la optimización del recurso económico, separación de basuras y aporte a la mejora del medio ambiente.

G4-EN12





COMPROMISO 4

Aportamos al desarrollo sostenible del país

Compromiso N° 4

Aportamos al desarrollo sostenible del país



Compromiso con la comunidad

G4-SO1 /COP16

Con nuestro programa de prevención, aprovechamiento del tiempo libre y práctica del deporte, buscamos brindar apoyo y acompañamiento a los adolescentes y jóvenes que asisten al Club después de su jornada escolar y que requieren alternativas para fomentar la adecuada utilización del tiempo libre.

Objetivo general

Promover el aprendizaje, por medio de talleres y actividades que se desarrollan durante el mes, buscando una ruta o proceso para lograr su independencia personal, orientada hacia un futuro proyecto de vida positivo.

En 2019 se realizaron actividades encaminadas al proceso de intervención y acompañamiento psicosocial y deportivo de los jóvenes:

- Actualización de base de datos.
- Entrenamiento del semillero de tenis.
- Capacitación en normas técnicas de recogida.
- Capacitación en acompañamiento al golfista.
- Celebración de cumpleaños.

Logros

1. Entrenamiento de jóvenes entre los 16 años y 18 años, fortaleciendo sus habilidades deportivas y personales, trabajando su comportamiento y relaciones interpersonales.
2. Capacitación en normas de recogida en la cancha y normas básicas del golf.
3. Atención a los jugadores (respeto, lenguaje, comportamiento, entre otros) formando los futuros profesionales como recoge-bolas, monitores,

profesores y jugadores, con participación de formadores deportivos.

4. Consolidación de un grupo de 30 adolescentes y jóvenes, distribuidos así:
 - 26 adolescentes y jóvenes en el área de tenis y golf.
 - 4 jóvenes en el área de bolos.





COMPROMISO 5

Democratizamos la riqueza

Compromiso N° 5

Democratizamos la riqueza



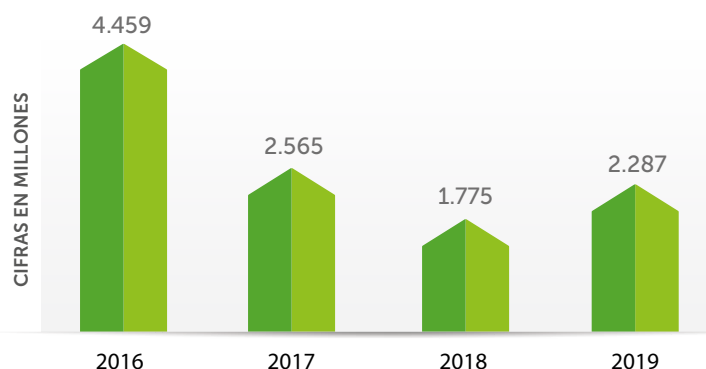
Creación y distribución de valor económico sostenible

(Cifras expresadas en millones de pesos)

Los activos en 2019 presentaron un incremento de \$512 millones frente a 2018, correspondiente al crecimiento en ventas de negocios como el inmobiliario, con un aumento de \$63 millones (venta de lotes condominio),

y en eventos, que pasó de \$2.400 millones a \$2.750 millones en 2019, cerrando con una cartera vigente de \$463 millones, correspondientes a los eventos de fin de año.

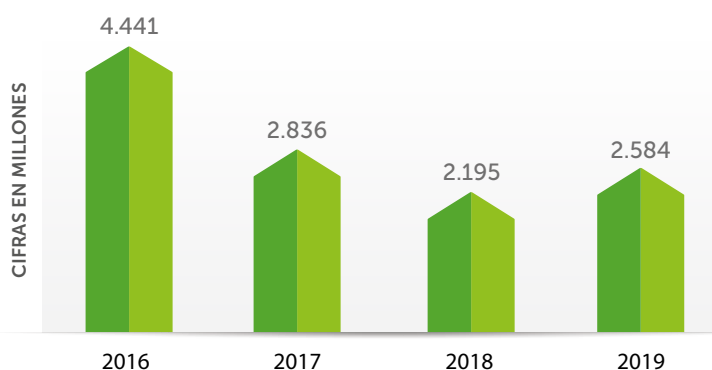
ACTIVOS



Los pasivos en 2019 presentaron un incremento del 18% frente al 2018. Durante el 2019 se trabajó en la normalización de proveedores, logrando nuevas alianzas que nos facilitaron nuevamente trabajar con plazos de pago entre 30 y 90 días, lo cual nos

permite apalancar el negocio, especialmente de compras relacionadas con alimentos y bebidas. En 2019 logramos cerrar deudas importantes como los compromisos con la CRC, químicos de piscinas, Fondo de Empleados, entre otros.

PASIVOS

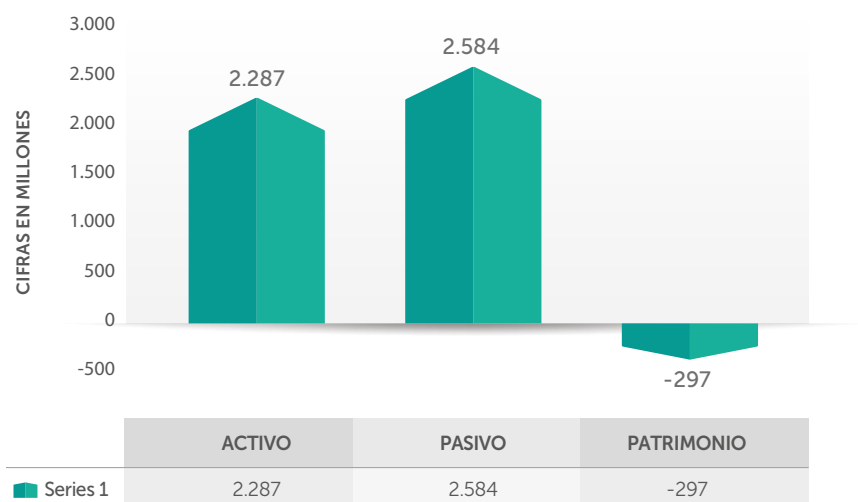


Durante 2019, la compañía continuó su camino al fortalecimiento patrimonial a través de la consolidación de sus productos. En operación obtuvimos muy buenas calificaciones en servicio y eventos, según lo registrado en nuestras encuestas de

satisfacción. Invertimos \$700 millones en mejoras en la infraestructura del Club, lo cual impulsó la preferencia por parte de los clientes, logrando cerrar ventas del negocio inmobiliario de 15 lotes, la cifra más alta en los últimos dos años.

G4-EC2; G4-EC7

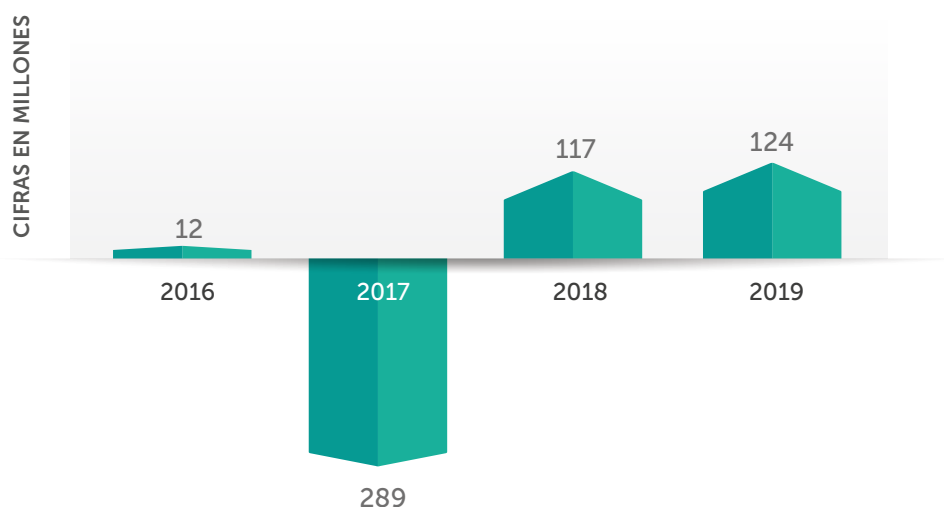
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA



Así mismo, mantuvimos las políticas de control de costos y gastos durante todo el año, así como el funcionamiento y apoyo a este control mediante nuestra herramienta Zeus, en la cual se logró grabar el 100% de las recetas usadas en la operación, lo que permitió la ejecución de nuevas metodologías de control en los procesos productivos.

El año 2019 permitió conjugar diferentes logros entre ellos el crecimiento en venta de eventos, crecimiento en venta/comisiones por lotes, calidad en la elaboración de nuestros productos, calificaciones resaltantes en la prestación del servicio, control en los procesos de producción y control de consumos y desperdicios, dirigiendo a la empresa hacia procesos de estandarización que serán nuestra proyección de control en el 2020.

EXEDENTE O PÉRDIDA

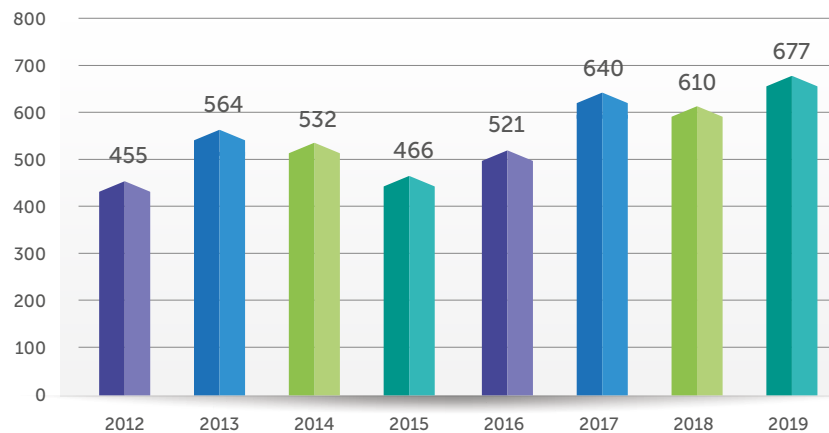


G4-EC1

También nos enfocamos en liderazgo para el desarrollo del equipo comercial, buscando el crecimiento de los ya mencionados eventos y del negocio inmobiliario; en mejoras en los procesos administrativos que nos han permitido depurar cuentas, normalizar cartera y proveedores, razonabilidad de las cifras y proyección

de crecimiento, y culminar el año con un resultado de \$124 millones, cifra positiva por segundo año consecutivo, lo cual permite ir recuperando el patrimonio negativo acumulado, y proyectar la mejora y solidez de la compañía.

AFILIACIONES

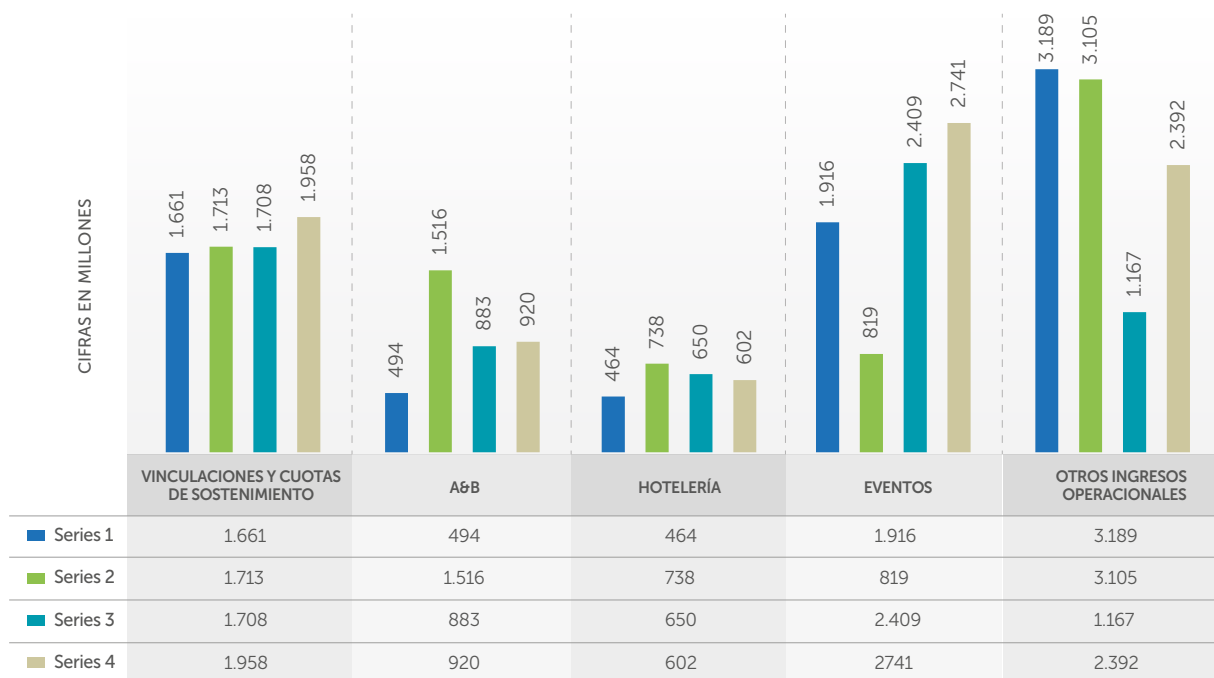


El número de afiliados se mantiene estable en el orden de las 600 familias, cuyo aporte a los ingresos mejora en la medida que la renovación de los nuevos afiliados aporta un mayor valor en membresía.

Se depuró la base de afiliados inactivos, cartera vencida y precios subsidiados, lo que nos permite tener una información confiable y actualizada.



INGRESOS OPERACIONALES

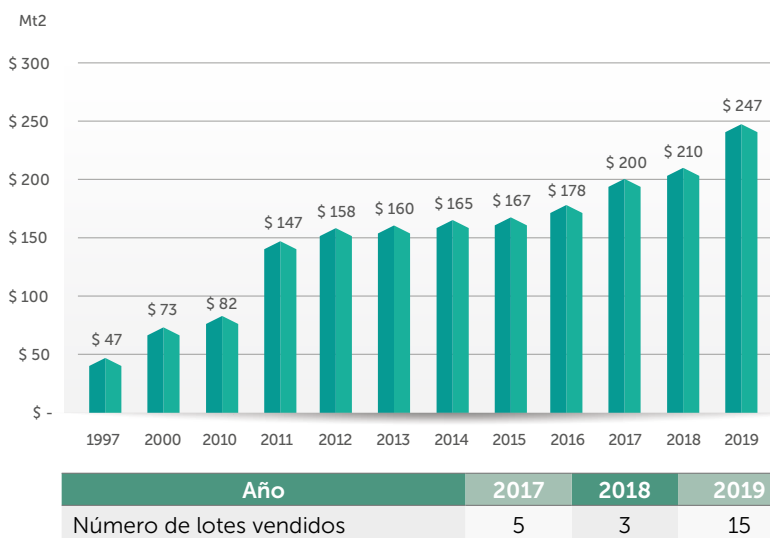


La gráfica muestra el crecimiento del aporte al PyG en rubros como vinculaciones y eventos durante el año 2019, reflejando un fortalecimiento en las áreas de Servicio y de Alimentos y Bebidas, temas por los cuales los clientes de eventos nos han preferido, y aumentando nuestros ingresos por eventos a \$2.741 millones, frente a un año 2018 que registró \$2.409 millones. Igualmente, el fortalecimiento de nuevos negocios como el inmobiliario (venta de lotes) generó ingresos en 2019 por \$191 millones.

Los ingresos por vinculaciones, y Alimentos y Bebidas muestran las ventas más altas durante los últimos cuatro años. Las vinculaciones aportan 23% del total de los ingresos y los eventos el 32%, siendo de manera individual nuestros rubros más representativos en materia de generación de ingresos y sobre los cuales se centran los esfuerzos de crecimiento y fortalecimiento desde el área comercial y de las demás áreas de la empresa.

HISTÓRICO DE LOTES

Se observa cómo el negocio inmobiliario, entendido como la venta del condominio, sumado a las valorizaciones registradas a la fecha, superan las iniciales.





COMPROMISO 6

Avanzamos con nuestros aliados

Compromiso N° 6

Avanzamos con nuestros aliados



Gestión de alianzas

Asociaciones a las que pertenecemos

En Lake House buscamos la vinculación a asociaciones estratégicas para propender por el cumplimiento de nuestra oferta de valor con entidades como:

- Asociación Nacional de Empresarios de Colombia Seccional Cauca
- Asociación de Gerentes de Clubes
- Cámara de Comercio del Cauca
- Federación Colombiana de Golf
- Federación Colombiana de Tenis y Liga Vallecaucana de Tenis

Gestión sostenible de proveedores

G4-HR10

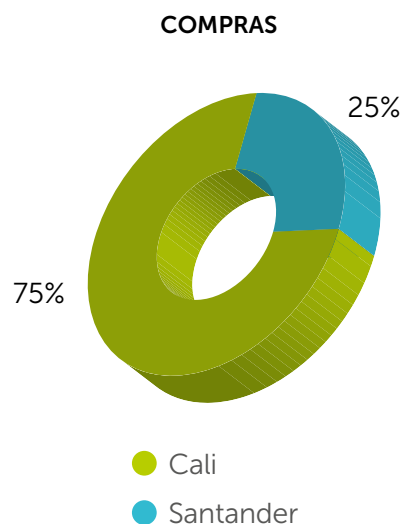
Conforme a la proyección de la organización frente a criterios que orientan el enfoque de sostenibilidad en la gestión de proveedores, durante 2019 realizamos revisiones de estándares, normas y procedimientos internos, en los cuales se incluyen requisitos cada vez más exigentes en el relacionamiento con nuestros proveedores, cumpliendo con la adecuada gestión de los mismos.

En 2019 trabajamos en la normalización de cartera con proveedores, lo cual permitió el fortalecimiento de relaciones con los proveedores actuales, recuperación de antiguos e ingreso de nuevos. Estas actividades aportan al desarrollo de proveedores y al sostenimiento de la cadena de abastecimiento. La exigencia de los requisitos de ley establecidos en la política corporativa para la vinculación de nuevos proveedores y la actualización de los mismos para los proveedores actuales, brindan respaldo a las

negociaciones. Durante 2019 ejecutamos alianzas en las cuales obtuvimos importantes capacitaciones para nuestros empleados en el uso adecuado de productos, orientación en el desarrollo de buenas prácticas en las diferentes áreas de la operación, lo cual nos ayuda a garantizar el adecuado uso de los productos y equipos, a optimizar los consumos y a mejorar la vida útil de los equipos, temas muy importantes en el alcance de la sostenibilidad.

Lake House se adhiere a las políticas corporativas para compras institucionales, debidamente supervisadas por el área Jurídica Corporativa. Se vela por el cumplimiento y ejecución de pólizas que cumplan con la oferta de valor y tengan responsabilidad civil contractual con todas las cláusulas pertinentes requeridas por la naturaleza del contrato.

Celebramos contratos con empresas locales como parte del compromiso con el crecimiento del país, con un promedio mensual de 25% en compras con proveedores cercanos a la sede campestre y un promedio del 75% en compras en la ciudad de Cali.





COMPROMISO 7
Facilitamos la vida

Compromiso N° 7

Facilitamos la vida



Generación de valor y confianza para asociados y clientes

En Lake House enfocamos nuestros esfuerzos al cumplimiento de las necesidades y expectativas de nuestros clientes y afiliados. Promovemos así una política que permite garantizar el bienestar de cada uno de ellos y de sus familias, a través de los múltiples servicios y programas ofrecidos.

En Lake House contamos con una base de datos central para la gestión comercial, bajo una política de seguridad. Las clases de bases de datos utilizados son: datos de asociados a Coomeva; bases de datos de afiliados; bases de datos de referidos; colaboradores del Grupo Coomeva y bases de datos del sector empresarial del área.

En todos los casos la información recibida tiene carácter confidencial. Es responsabilidad del Coordinador de Mercadeo y Comunicaciones manejar

las bases de datos y toda la información recibida por el cliente, de tal manera que cumpla con las especificaciones mínimas para la adecuada prestación del servicio.

Nos fijamos a los procesos corporativos de mercadeo con el fin de asegurar la promoción de los servicios y productos, respetando los estándares y la transparencia en la información a nuestros grupos de interés. Así mismo nos regimos bajo los principios del habeas data como protección al usuario. Nuestra página web se puede visitar en <http://lakehouse.com.co/>

Entendemos la importancia del servicio como eje fundamental para el cumplimiento de la oferta de valor y con este reconocimiento adoptamos el modelo de servicio y satisfacción del Grupo Coomeva.

Modelo de eficiencia comercial



2019			
AFILIADOS	AFILIADOS NETOS	AFILIADOS PPTO	%
	667	812	82%
	DESISTIMIENTOS	RENOVACIONES	%
EVENTOS	68	98	117%
	EVENTOS NETO	EVENTOS PPTO	%
	\$ 2.740	\$ 2.800	98%
LOTES	LOTES REAL	LOTES PPTO	%
	15	20	75%
	HOTELERÍA REAL	HOTELERÍA PPTO	%
	\$533 mm	\$756 mm	70%

El modelo de gestión comercial 2019 se enfocó en Afiliaciones y Eventos. En cada línea de negocio se moldeó la aplicación del modelo anteriormente mencionado dependiendo del tipo de cliente, realizando llamadas de telemarketing a las bases de datos asignadas de asociados a Coomeva y empresas del sector que han sido depuradas anteriormente para mayor precisión y efectividad de estas. A partir de estas llamadas se coordinan citas para afiliaciones los fines de semana y para eventos entre semana. El modelo exige una administración de 100 registros por ejecutivo/semana, 60 contactos efectivos, 30 citas y 15 visitas efectivas para lograr dos afiliaciones.

- Las afiliaciones se mantuvieron constantes en su dinámica y a eso se le suman los desistimientos que no permitieron llegar al presupuesto. Sin embargo se conserva el número de afiliaciones por encima de los 600.
- En cuanto a eventos logramos un pico significativo al final del año que nos permitió estar muy cerca de lo presupuestado.
- En el año 2019 se puede evidenciar cómo la demanda hotelera, su operación y desempeño ha permanecido en continuo crecimiento.
- La ejecución en comunicaciones de este 2019 nos permitió acercarnos a nuestros afiliados y llegar a nuestros públicos de interés. Se enviaron piezas informativas con los principales acontecimientos a la totalidad de la base de afiliados al Lake House con una periodicidad mensual. Por otro lado, logramos que nuestra comunidad en redes sociales creciera.

Definimos nuestros grupos de interés con quienes cada día proyectamos relaciones responsables y sostenibles en el tiempo, que nos haga mutuamente responsables, basados en el respeto, el diálogo y el cumplimiento de los compromisos y las expectativas.



Plan comercial

1. Crecer la base de afiliados.
2. Desarrollar canales comerciales para posicionar la marca como un referente especializado y rentable en eventos para empresas y familias.
3. Asegurar que la unidad de A&B sea un negocio rentable y de alta demanda.
4. Llegar al mercado nacional e internacional y especialmente a asociados de otras regionales mediante canales virtuales para incrementar la ocupación hotelera.
5. Desarrollar una oferta comercial atractiva de patrocinios para atraer marcas interesadas en hacer presencia en el Lake House, con su publicidad y patrocinios.

2. Uso efectivo de herramientas virtuales para promoción y posicionamiento de la marca.
3. Ventas de productos a través de plataformas virtuales para hospedaje (Booking).

Plan de excelencia de servicio

1. Actividades recreativas, deportivas y lúdicas.
2. Encuesta de satisfacción de servicio (afiliado/ cliente).
3. Especialización en la prestación del servicio de alimentos y bebidas por zonas.
4. Respuesta efectiva y ágil a través de los medios presenciales, telefónicos y virtuales a usuarios.
5. Acercamiento personalizado a los afiliados y usuarios mediante actualización de base de datos, contacto directo de la fuerza comercial y servicio al cliente.
6. Reconocimiento mediante incentivos al uso de los productos de afiliados y usuarios.

Plan de posicionamiento del negocio y nueva marca

1. Comunicaciones permanentes por medios virtuales y correos electrónicos.

Grupos de Interés		Propósito / Interés	Medios para identificar y orientar respuesta a necesidades y expectativas
Directamente vinculados	Clientes y usuarios	Relaciones a mediano y largo plazo, fidelización y recompra.	Encuestas de satisfacción. Índice de satisfacción.
	Afiliados - asociados y sus familias	Relaciones a largo plazo con el afiliado. Sentido de pertenencia por el Club.	Proceso de seguimiento a la calidad del servicio.
	Colaboradores y sus familias	Desarrollo de habilidades profesionales. Compromiso y sentido de pertenencia. Lealtad y respeto por la organización.	Estudios de ambiente laboral. Encuesta de bienestar social. Comité de Convivencia. COPASST. Plenaria anual de resultados
Vinculados	Proveedores	Relaciones de mutua cooperación y crecimiento económico. Fortalecimiento de la buena imagen sectorial. Apertura de mercados y nuevos clientes.	Reuniones administrativas con proveedores.
	Aliados estratégicos	Crecimiento del valor de la inversión, fortalecimiento del patrimonio.	Juntas Directivas Club Los Andes

Grupos de Interés		Propósito / Interés	Medios para identificar y orientar respuesta a necesidades y expectativas
Externos	Comunidad	Relación responsable y de crecimiento económico y social con la comunidad, vía contratación de colaboradores que residen principalmente en Santander de Quilichao, Puerto Tejada y San Rafael. Así mismo el Club mantiene una relación estrecha con la entidad de regulación medio ambiental, CRC.	Comunicaciones de regulación del medio ambiente con la CRC.
	Estado	Cumplimiento de las políticas y normas legales	A través de la junta de la ANDI se conocen las políticas de la región y se sostienen relaciones estables con los entes de control como la Alcaldía y la Gobernación.
	Agremiaciones	Relaciones a largo plazo y de mutua cooperación. Desarrollo de estrategias regionales de alto impacto para la comunidad y el crecimiento institucional.	Asambleas gremiales. Participación en reuniones y comités interinstitucionales.

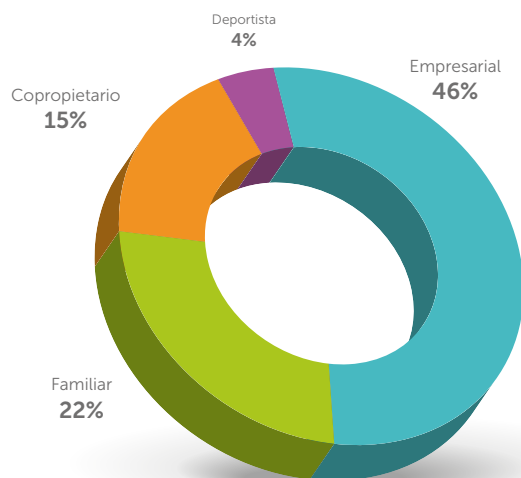
G4-24; G4-25; G4-26

Persona natural

G4-8

La comunidad de asociados de Coomeva continúa siendo el mercado objetivo principal, al igual que los usuarios de Coomeva Medicina Prepagada y Bancoomeva, por lo que el proceso de prospección

de clientes en estas poblaciones se continuará, generando fidelización para todas las empresas. Hoy entre el 90% y 95% de los afiliados a Lake House son asociados a Coomeva.



					
95%	44	\$5 a \$18	4 = 30% 5 = 40%	50/50	
95%	47	\$5 a \$18	3 = 19% 4 = 27% 5 = 38%	47/53	
90%	60	\$3 a \$12	4 = 27% 5 = 43%	43/57	

Familias con inclinación deportiva, parejas adultas mayores de 50 años, familias con hijos menores de 10 años, seguirán siendo el foco de nuestras afiliaciones. Igualmente seguiremos orientados a las ciudades cercanas al Resort como Cali, Santander de Quilichao, Jamundí, Palmira y Popayán.

Persona jurídica

Las empresas son el mercado principal objetivo para la realización de eventos y de afiliaciones corporativas, al igual que las escuelas deportivas, por lo que se continuará con las zonas de cobertura definidas.



Segmentación personas jurídicas

Se han identificado 612 empresas, divididas en tres zonas:

ZONA 1 • 32 EMPRESAS	ZONA 2 • 149 EMPRESAS	ZONA 3 • 366 EMPRESAS
Parque Industrial Caucadesa y Guachené 29 empresas Guachené 3 empresas Caucadesa Parque Industrial Paraíso y Puerto Tejada 13 empresas PI Paraíso 50 empresas Puerto Tejada Parque Sur 12 empresas Parque Sur	Ingenios y Zona Palmira 10 ingenios 79 empresas Zona Industrial Yumbo 50 empresas Se ha identificado 612 empresas divididas en tres zonas. Empresas activas: 80 Meta empresas nuevas: 16 meses	Sector Salud 135 empresas sector salud Sector Educativo 102 Colegios Sector Bancario 41 empresas Sector Solidario 88 empresas sector solidario



Modelo de satisfacción

NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS ASOCIADOS

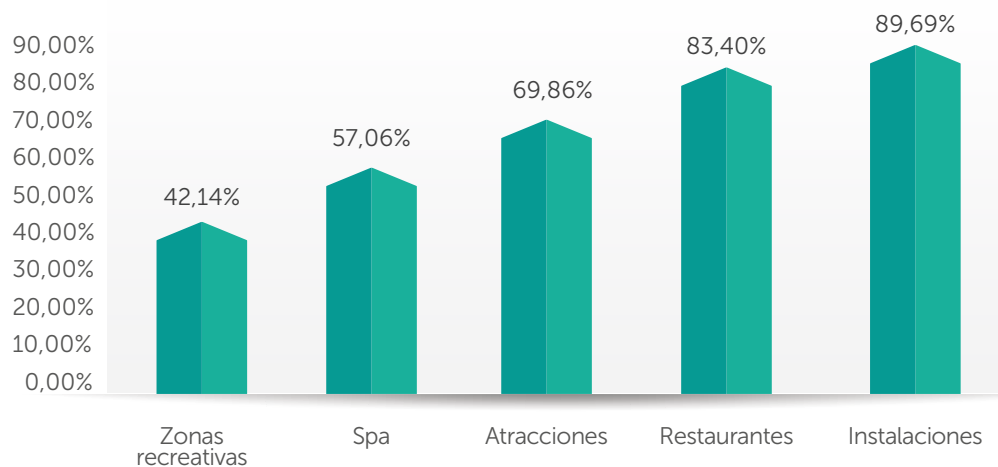
G4-PR5

En el 2019 nuestras instalaciones y servicios fueron calificados de la siguiente manera:

- Las instalaciones del Club están valoradas por el 89% de los encuestados entre excelentes y buenas.
- El 84% de encuestados valoraron los restaurantes con calificaciones entre excelente y bueno, teniendo en cuenta aspectos como: calidad, precio y oportunidad.
- En cuanto a nuestras atracciones acuáticas, se registra que el 70% de los encuestados las califican como excelente y buenas. En este punto se evaluaron piscina de olas, de bebés, toboganes, jacuzzis y piscinas para adultos.
- Las zonas de relajación como el sauna, turco y el gym están valoradas por el 56% de los encuestados como excelentes y buenas.
- El 43% de los encuestados manifiesta que las zonas deportivas y recreativas como bolos, juegos infantiles y juegos de mesa están en excelentes y buenas condiciones.



CALIFICACIÓN SATISFACCIÓN USUARIOS



En cuanto a nuestros eventos, se calificó el servicio de los ejecutivos comerciales y el desarrollo de dichos acontecimientos de la siguiente manera:

- El tiempo de respuesta en la orden de servicio, la asesoría y acompañamiento del ejecutivo, la capacidad de resolución, la amabilidad y disposición,

y la presentación de los alimentos están calificados en un 99% entre excelente y bueno.

- La satisfacción en cuanto a los compromisos adquiridos, la presentación del personal, el servicio al cliente, la actitud y capacitación del personal, el aseo general, el mobiliario, el funcionamiento de los equipos, la calidad de los alimentos y la

atención de los meseros, está calificada por un 98% entre bueno y excelente.

- El 100% de los encuestados calificó la limpieza y la organización entre bueno y excelente.
- El 87% de los encuestados calificó el tiempo de respuesta entre bueno y excelente.

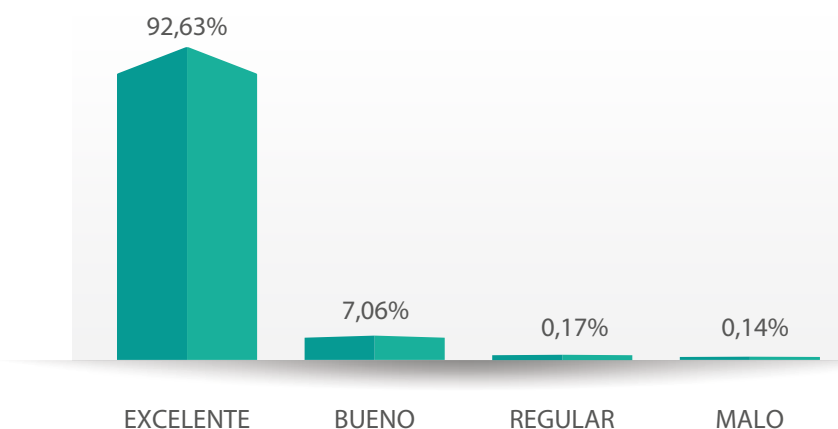
Para la medición de satisfacción se presentaron tres aspectos fundamentales:

- Datos de clientes
- Calificación de los servicios y espacios del Club.
- Conclusiones de los resultados recibidos.

Durante el 2019 no se presentaron casos de incumplimiento de la normativa o los códigos voluntarios relativos a las comunicaciones de mercadotecnia.

G4-PR7; G4-PR8

CALIFICACIÓN SERVICIO/EVENTOS



ANEXO: TABLA GRI - LAKE HOUSE

Indicadores G4			Criterio COP Pacto Mundial	Pág.
Aspecto	Ind.	Contenido		
Estrategia y análisis	G4-1	Declaración del responsable principal de las decisiones de la organización sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y la estrategia para abordarla	3, 19	7
ACERCA DEL INFORME				
Perfil del Reporte	G4-28	Periodo objeto de la memoria.		8
	G4-29	Fecha de la última memoria.		8
	G4-30	Ciclo de presentación de memorias.		8
	G4-31	Punto de contacto para cuestiones relativas al contenido de la memoria.		8
	G4-32	Opción «de conformidad» con la Guía que ha elegido la organización, Índice GRI de la opción elegida y referencia al Informe de Verificación externa.		8
	G4-33	Política y prácticas vigentes de la organización con respecto a la verificación externa de la memoria.		8
Cap. 1: QUIENES SOMOS				
Perfil de la organización	G4-3	Nombre de la organización.		10
	G4-4	Marcas, productos y servicios más importantes.		11
	G4-5	Lugar donde se encuentra la sede central de la organización.		10
	G4-6	Países en los que opera la organización.		10
	G4-7	Naturaleza del régimen de propiedad y forma jurídica.		12
	G4-8	Mercados servidos.		11; 48
	G4-9	Dimensiones de la organización.		10
	G4-10	Desglose de empleados de la organización.		20-22
	G4-11	Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos.		
	G4-12	Descripción de la cadena de suministro de la organización.	2	
	G4-13	Cambios significativos durante el periodo objeto de análisis en el tamaño, estructura, propiedad y cadena de suministro de la organización.	2	12
	G4-14	Descripción de cómo la organización aborda, si procede, el principio de precaución.		
	G4-15	Principios u otras iniciativas externas de carácter económico, social y ambiental que la organización suscribe o ha adoptado.	18	

Indicadores G4			Criterio COP Pacto Mundial	Pág.
Aspecto	Ind.	Contenido		
Perfil de la organización	G4-16	Asociaciones y organizaciones de promoción nacional o internacional a las que la organización pertenece.	18	
Cap. 2: NUESTRO ENFOQUE Y GESTION DE SOSTENIBILIDAD				
Enfoque de Gestión	G4-DMA	Descripción de la gestión de los aspectos materiales de la organización y sus impactos	3, 4, 9, 12, 13, 15	17
Aspectos materiales identificados y Cobertura	G4-17	Listado de entidades cubiertas por los estados financieros de la organización y otros documentos equivalentes.		
	G4-18	Proceso de definición del contenido de la memoria y la cobertura de cada aspecto.		17
	G4-19	Listado de aspectos materiales.		17
	G4-20	Cobertura de cada aspecto material dentro de la organización.		17
	G4-21	Cobertura de cada aspecto material fuera de la organización.		17
	G4-22	Descripción de las consecuencias de las re expresiones de la información de memorias anteriores y sus causas		
	G4-23	Cambios significativos en el alcance y la cobertura de cada aspecto con respecto a memorias anteriores.		
Participación de los Grupos de Interés	G4-24	Lista de los grupos de interés vinculados a la organización.	21	47-48
	G4-25	Base para la elección de los grupos de interés con los que se trabaja	21	47-48
	G4-26	Descripción del enfoque adoptado para la participación de los grupos de interés	21	47-48
	G4-27	Cuestiones y problemas claves que han surgido a raíz de la participación de los grupos de interés y descripción de la evaluación hecha por la organización	21	
Cap. 3: COMPROMISOS CON LA SOSTENIBILIDAD				
3.1 AFIANZAMOS NUESTRO GOBIERNO CORPORATIVO Y LA ETICA EMPRESARIAL				
Gobierno Corporativo	G4-34	Estructura de gobierno de la organización y sus comités.		20
	G4-35	Proceso de delegación del órgano superior de gobierno de su autoridad en temas económicos, ambientales y sociales en la alta dirección y determinados empleados.		20
	G4-36	Designación de un cargo ejecutivo o no ejecutivo con responsabilidad en temas económicos, ambientales y sociales, y si la misma reporta directamente al órgano superior de gobierno.	1	7

Indicadores G4			Criterio COP Pacto Mundial	Pág.
Aspecto	Ind.	Contenido		
Gobierno Corporativo	G4-38	Composición del órgano superior de gobierno y de sus comités.		23
	G4-39	Indicar si el presidente del órgano superior de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo.		23
	G4-42	Rol del órgano superior de gobierno y de la alta dirección en el desarrollo, aprobación y actualización del propósito, los valores o las declaraciones de misión, las estrategias, las políticas y los objetivos relativos a los impactos económico, ambiental y social de la organización.	20	23
	G4-45	Función del órgano superior de gobierno en la identificación y gestión de los impactos, riesgos y oportunidades de carácter económico, ambiental y social.	1	23
	G4-48	Máximo comité o cargo que revisa y aprueba la memoria de sostenibilidad de la organización y se asegura que todos los aspectos materiales queden reflejados.		23
Ética e Integridad	G4-56	Describe los valores, los principios, los estándares y las normas de la organización.	12 al 14	25
	G4-57	Mecanismos internos y externos para el asesoramiento en pro de una conducta ética y lícita, y asuntos relacionados con la integridad organizacional, tales como líneas de ayuda.	12 al 14	25
	G4-58	Mecanismos internos y externos de denuncia de conductas poco éticas o ilícitas, asuntos relacionados con la integridad organizacional.	12 al 14	25
Lucha contra la corrupción	G4-SO3	Porcentaje y número de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	12 al 14	24
	G4-SO4	Políticas y procedimientos de comunicación y formación sobre la lucha contra la corrupción.	12 al 14	24
	G4-SO5	Casos confirmados de corrupción y medidas adoptadas.	12 al 14	24
Derechos Humanos	G4-HR2	Horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de DDHH relevantes para sus actividades, incluir % de empleados capacitados	3 al 5	
	G4-HR3	Números de casos de discriminación y medidas adoptadas.		25
	G4-HR7	Porcentaje de personal de seguridad que ha recibido capacitación sobre las políticas y procedimientos de la organización en materia de DDHH relevantes para las operaciones.		

Indicadores G4			Criterio COP Pacto Mundial	Pág.
Aspecto	Ind.	Contenido		
Derechos Humanos	G4-HR12	Número de reclamaciones sobre derechos humanos que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación.	3 al 5	
3.2 CRECEMOS CON NUESTRA GENTE				
Prácticas Laborales y trabajo Digno				
Empleo	G4-LA1	Número y tasa de nuevos empleados contratados y rotación media de empleados, desglosados por edad, género y región.	6 al 8	28
Salud y Seguridad en el trabajo	G4-LA5	Porcentaje de trabajadores que está representado en comités formales de seguridad y salud conjuntos para dirección y empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de seguridad y salud laboral		
	G4-LA6	Tipo y tasa de lesiones, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región y por género.		29
Capacitación y Educación	G4-LA9	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por género y por categoría de empleado.		
	G4-LA10	Programas de gestión de habilidades y de formación continua.		27
	G4-LA11	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional, por categoría profesional y por género.		27
Diversidad e igualdad de oportunidades	G4-LA12	Órganos de gobierno corporativo y plantilla por categoría profesional, edad, género y pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.		
Igualdad de retribución entre hombres y mujeres	G4-LA13	Relación entre el salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosada por categoría profesional y por ubicaciones significativas de actividad		29
Mecanismos de reclamación sobre prácticas laborales	G4-LA16	Número de quejas sobre prácticas laborales presentadas, tratadas, y resueltas a través de mecanismos formales.		28
3.3 PRESERVAMOS LA VIDA DEL PLANETA				
Gestión Ambiental				
Materiales	G4-EN1	Materiales utilizados, por peso o volumen.	9 al 11	
	G4-EN2	Porcentaje de materiales utilizados que son reciclados.		32
Energía	G4-EN3	Consumo energético interno.		32
Agua	G4-EN8	Captación total de agua según la fuente		32

Indicadores G4			Criterio COP Pacto Mundial	Pág.
Aspecto	Ind.	Contenido		
Biodiversidad	G4-EN11	Instalaciones operativas propias, arrendadas, gestionadas que sean adyacentes, contengan o estén ubicadas en áreas protegidas y áreas no protegidas de gran valor para la biodiversidad	9 al 11	32
	G4-EN12	Descripción de los impactos mas significativos en la biodiversidad de áreas protegidas o áreas de alto valor en términos de biodiversidad biológica no protegida que se derivan de las actividades, los productos y los servicios.		33-34
	G4-EN13	Hábitats protegidos o restaurados		
	G4-EN14	Número de especies incluidas en lista roja de la UICN y en listados nacionales de conservación cuyos hábitats, se encuentran en áreas afectadas por las operaciones, según el nivel de peligro de extinción de la especie.De		
Cumplimiento regulatorio	G4-EN29	Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa ambiental		
Emisiones	G4-EN15	Emisiones directas de gases de efecto invernadero (Alcance 1).		
General	G4-EN31	Desglose de gastos e inversiones ambientales		
3.4 APORTAMOS AL DESARROLLO SOSTENIBLE DEL PAIS				
Comunidades locales	G4-SO1 / COP16	Inversión social estratégica y filantrópica	16	36
Mecanismos de reclamación por impacto social	G4-SO11	Número de reclamaciones sobre impactos sociales que se han prestado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación		
3.5 DEMOCRATIZAMOS LA RIQUEZA				
Desempeño económico	G4-EC1	Valor económico directo generado y distribuido de la organización.		38-39
	G4-EC2	Riesgos y oportunidades derivadas del cambio climático.		39
	G4-EC4	Ayudas económicas otorgadas por entes del gobierno.		
	G4-EC5	Relación entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local por género en lugares donde se desarrollan operaciones significativas.		
	G4-EC6	Porcentaje de altos directivos procedentes de la comunidad local, en lugares donde se desarrollan		
	G4-EC7	Desarrollo e impacto de la inversión en infraestructuras y los tipos de servicios		39
	G4-EC8	Impactos económicos indirectos significativos y alcance de los mismos.		

Indicadores G4			Criterio COP Pacto Mundial	Pág.
Aspecto	Ind.	Contenido		
Desempeño económico	G4-EC9	Porcentaje del gasto en los lugares con operaciones significativas que corresponde a proveedores locales.		
3.6 AVANZAMOS CON NUESTROS ALIADOS				
Evaluación de proveedores en materia de Derechos Humanos	G4-HR10	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a los derechos humanos	3 al 5	43
	G4-HR11	Impactos negativos significativos en materia de derechos humanos, reales y potenciales, en la cadena de suministro y medidas adoptadas	3 al 5	
Evaluación de la repercusión social de los proveedores	G4-SO10	Impactos negativos significativos y potenciales para la sociedad en la cadena de suministro y medidas adoptadas	3 al 5	
3.7 FACILITAMOS LA VIDA				
Responsabilidad sobre productos				
Salud y Seguridad de los clientes	G4-PR1	Porcentaje de categorías de productos y servicios significativos evaluados en impactos en salud y seguridad.		
	G4-PR2	Número de incidentes derivados del incumplimiento de la regulación relativa a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad de clientes.		
Etiquetado de los productos y servicios	G4-PR5	Resultados de las encuestas para medir la satisfacción de los clientes.		50
Comunicación de mercadotecnia	G4-PR7	Número de casos de incumplimiento de la normativa o los códigos voluntarios relativos a las comunicaciones de mercadotecnia, tales como publicidad, la promoción y el patrocinio, desglosados en función del tipo de resultado		51
Privacidad de los clientes	G4-PR8	Número de reclamaciones en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos de los clientes.		51



LAKE HOUSE
Resort, Country Club & Spa



www.lakehouse.com.co >>



LAKE HOUSE
Resort, Country Club & Spa



Pacto Global
Colombia



Pacto verde cooperativo
NUESTRO compromiso
con la TIERRA