Coomeva
Turismo Agencia de Viajes

INFORME DE SOSTENIBILIDAD

2017

PACTO GLOBAL

Pacto Global
Colombia

INFORME DE SOSTENIBILIDAD
COOMEVA TURISMO AGENCIA DE VIAJES 2017

Elaboración y Coordinación General
María Rita Valencia Molina
Gerente Nacional Educación y Democracia

Apoyo y asesoría en la elaboración
Humberto Díaz Gutiérrez
Gerente PHVA Consultores S.A.S
Asesor Externo

Diseño y Corrección de Estilo:
Gerencia Corporativa de Comunicaciones y Relaciones Públicas

Coordinación Editorial
María Myra Hurtado Silva
Gerencia Corporativa de Comunicaciones y Relaciones Públicas

INFORME DE SOSTENIBILIDAD

2017

PACTO GLOBAL

Coomeva
Nos facilita la vida
| Turismo Agencia de Viajes

Coomeva
Turismo Agencia de Viajes

CONTENIDO

Mensaje de la Presidencia Ejecutiva del Grupo Coomeva 6
Mensaje de la Gerencia de Coomeva Turismo 7
Acerca del Informe 9

1. QUIÉNES SOMOS..... 11

2. NUESTRO ENFOQUE DE SOSTENIBILIDAD..... 23

3. COMPROMISOS CORPORATIVOS CON LA SOSTENIBILIDAD..... 27
   3.1 Afianzamos nuestro gobierno corporativo y la ética empresarial..... 29
   3.2 Crecemos con nuestra gente..... 32
   3.3 Preservamos la vida del Planeta 37
   3.4 Aportamos al desarrollo sostenible del país..... 40
   3.5 Democratizamos la riqueza 43
   3.6 Avanzamos con nuestros aliados 48
   3.7 Facilitamos la vida..... 50

Anexo 1: Tabla Indicadores GRI - Criterios Pacto Mundial..... 54

MENSAJE DEL PRESIDENTE EJECUTIVO DEL GRUPO EMPRESARIAL COOPERATIVO COOMEVA

2017 fue un año de excelentes resultados sociales y económicos para Coomeva y sus empresas, especialmente porque se generó una plataforma de estrategias, equipos de trabajo y de proyectos que nos permiten tener una perspectiva altamente optimista para el 2018, en relación con el logro de los objetivos y metas definidas.

Durante 2017 logramos un crecimiento significativo de la base social de asociados, mejoramos y ampliamos la propuesta de servicios, obtuvimos buenos resultados financieros, avanzamos en el fortalecimiento patrimonial de nuestra Empresa Promotora de Salud-Coomeva EPS-, consolidamos las alianzas con Christus Health y Price Travel, aceleramos la transformación digital, iniciamos el camino de la internacionalización, fortalecimos el Gobierno Corporativo y seguimos cumpliendo con nuestra propuesta de valor; esta última mediante el mejoramiento y ampliación de la propuesta de soluciones para el beneficio de nuestros asociados en Vivienda, Educación, Credimutual, Prima Nivelada, Seguro de Desempleo en Medicina Prepagada y Asistencia Económica y Social.

Igualmente logramos posicionar a dos de nuestras empresas dentro de las 20 mejores para trabajar en Colombia: Bancoomeva y Coomeva Servicios Administrativos; obtuvimos la "Orden de la Democracia Simón Bolívar", en el grado Cruz Comendador otorgada por la Cámara de Representantes de la República de Colombia, la cual exalta públicamente el aporte de Coomeva al desarrollo social y económico del país, así como su contribución a la democracia a través del fortalecimiento del modelo cooperativo.

Continuamos con nuestros objetivos trazados en la planeación de la Coomeva del futuro como un complemento al plan estratégico, focalizados en tres aspectos claves: La dimensión asociativa, la dimensión empresarial y aspectos transversales.

2018 será el año del "Desarrollo de la Comunidad Coomeva" y nuestro reto será fortalecer este concepto de manera tanto presencial como virtual, desarrollando los círculos de profesionales y nuevos modelos de negocio, con el fin de lograr mayor permanencia, satisfacción y uso de nuestros asociados.

Ratificamos nuestro compromiso con iniciativas internacionales que fomentan la sostenibilidad como el Pacto Mundial de las Naciones Unidas al cual estamos adheridos desde 2010 y el Pacto Verde Cooperativo. En el presente informe comunicamos el progreso en materia de derechos humanos, gestión ambiental, prácticas laborales y gestión ética, principalmente.

Sin duda seguimos haciendo un gran aporte a la comunidad de asociados y sus familias, a los usuarios y a nuestro país.

ALFREDO ARANA VELASCO
Presidente Ejecutivo
Grupo Empresarial Cooperativo Coomeva

MENSAJE DE LA GERENCIA DE COOMEVA TURISMO

Proyectar un mundo mejor es sin duda pensar en nuestro trabajo hoy para las generaciones venideras, lo que nos obliga a despertar la conciencia desde nuestros pensamientos y actuaciones, orientándolos a crear entornos que evidencien nuestro compromiso con el Planeta; sin embargo, es relevante en esta labor contar con un equipo de trabajo en permanente crecimiento, que impacte de manera positiva y directa a nuestros grupos de interés, bajo las premisas de generación de valor social, cultural y económico, que promuevan la preservación del medio ambiente.

ISABEL CRISTINA RINCÓN FERNÁNDEZ
Gerente de Coomeva Turismo Agencia de Viajes

ACERCA DEL INFORME

Nuestro Informe de Sostenibilidad / Comunicación de Progreso presenta a nuestros grupos de interés y a la sociedad en general los resultados de nuestra gestión en las dimensiones económica, social y ambiental, del período comprendido entre el 1° de enero y el 31 de diciembre de 2017, con alcance al total de 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 Activo de la Comunicación de Progreso del Pacto Mundial de las Naciones Unidas.

El eje central del informe son los Compromisos Corporativos con la Sostenibilidad del Grupo Empresarial Cooperativo Coomeva, a partir de los cuales cada empresa definió sus asuntos materiales acorde con riesgos, impactos y oportunidades presentes en los sectores donde operan, necesidades y expectativas de sus grupos de interés y referenciación de mejores prácticas, principalmente.

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

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

Nombre: Liliana Bríñez Ávila
Cargo: Coordinadora Administrativa y Financiera
Dirección: Carrera 100 No. 5 - 169, tercer piso, local 811, centro comercial Unicentro
Teléfono: (97 2) 333 0000 • Extension 31790
Correo electrónico: liliana_brinez@coomeva.com.co.
Ciudad: Cali-Colombia

1 QUIÉNES SOMOS

COOMEVA TURISMO AGENCIA DE VIAJES

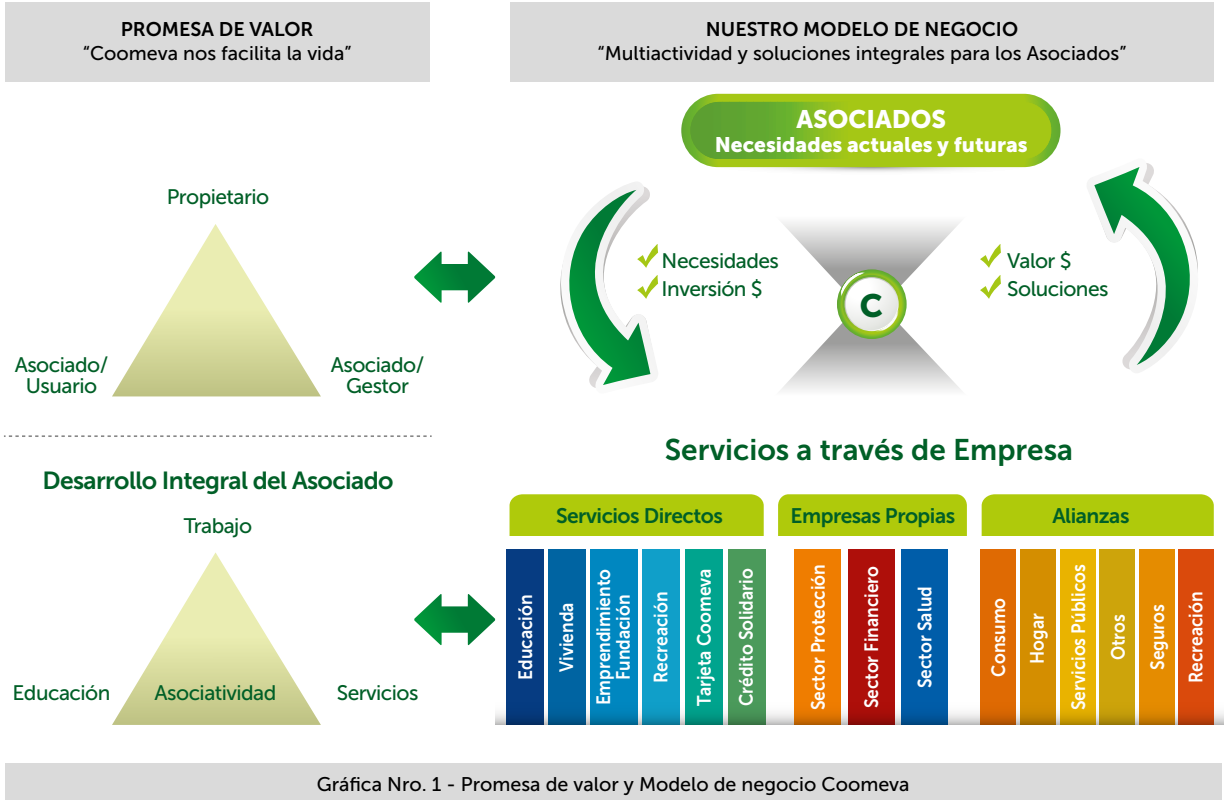
Coomeva Turismo Agencia de Viajes S.A., con domicilio principal de Cali, Colombia inicialmente se constituyó como la Promotora Colombiana de Turismo Ltda., Procoltur, mediante escritura pública 3214 del 2 de noviembre de 1982. En 1998 cambió su razón social a Turismo Coomeva Agencia de Viajes Limitada, y posteriormente, en 2009, se transforma de Sociedad Limitada a Sociedad Anónima y cambia su nombre de Turismo Coomeva Agencia de Viajes Limitada a Coomeva Turismo Agencia de Viajes S.A.

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.

GRUPO EMPRESARIAL COOPERATIVO COOMEVA

En este contexto, en Coomeva Turismo Agencia de Viajes tenemos la misión de contribuir al bienestar del cliente con alternativas que satisfagan integralmente sus necesidades de recreación, turismo y viajes de negocios, generándole un retorno económico a través de la eficiencia empresarial. Así mismo, nos proyectamos con la visión de inspirar y hacer realidad los sueños de viajes y turismo de nuestros clientes.

MODELO DE NEGOCIO DE COOMEVA

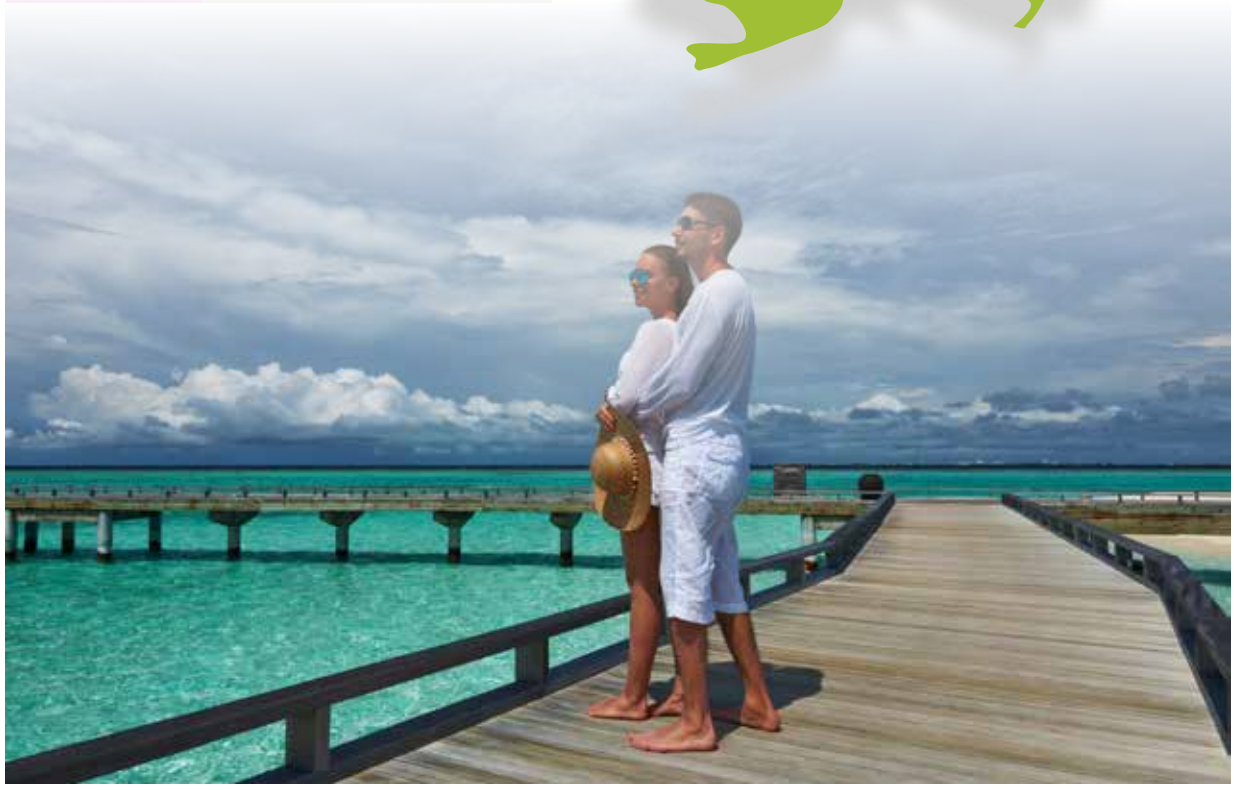


Gráfica Nro. 1 - Promesa de valor y Modelo de negocio Coomeva

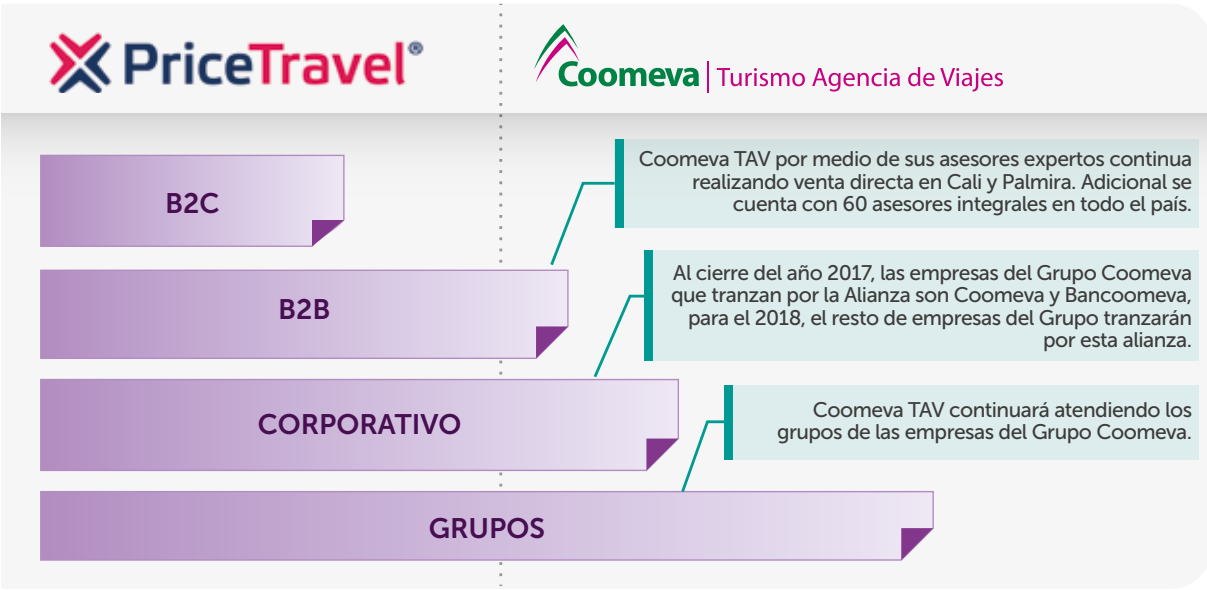
Durante el año 2017 fortalecimos la alianza con el operador de turismo Price Travel como aliado estratégico para fortalecer la oferta competitivamente, representada en:

Variable	Alianza Coomeva Turismo - Price Travel
Oferta de valor	• Lo más actual.. • Portafolio Acceso (canales) • Disponibiliad (7x24) • Cobertura nacional
Clientes	• Asociados a Coomeva • Empresas del Grupo Coomeva • Terceros
Canales	• Presencial • Web (virtual) • Telefónico
Proveedores	• Hoteles • Aerolíneas • Cruceros • Renta Car • Seguros • Transporte terrestre • Etc.

Tenemos cobertura a nivel nacional, con presencia en 45 municipios del país.



COMPOSICIÓN OPERATIVA PRICE TRAVEL-COOMEVA 2017



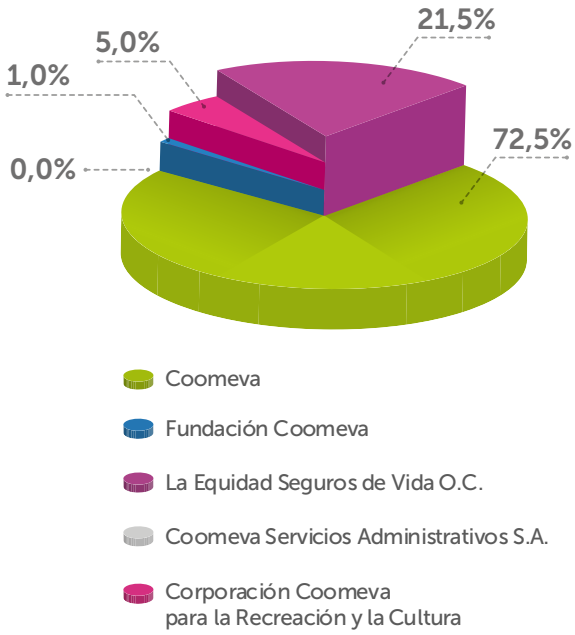
B2C: Bussines To Consumer: El asociado compra directamente por la página Price Travel.
B2B: Bussines To Bussines: El asociado compra presencial.

COLOCAR EL TÍTULO: NUESTROS PRODUCTOS Y SERVICIOS

Los principales mercados que atendemos son:

- Asociados a Coomeva.
- Colaboradores de las empresas del Grupo Coomeva.
- Empresas del Grupo Coomeva.
- Empresas del accionista La Equidad.
- Terceros.

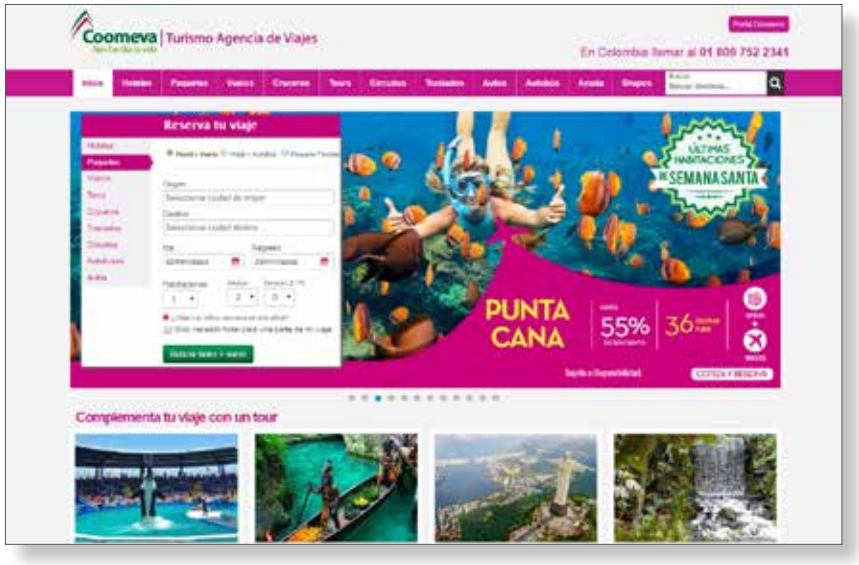
PARTICIPACIÓN ACCIONARIA (%)



CAMBIOS SIGNIFICATIVOS EN LA ORGANIZACIÓN DURANTE 2017

En Coomeva Turismo, mediante la alianza con Price Travel, logramos cambios significativos durante el año 2017, tales como:

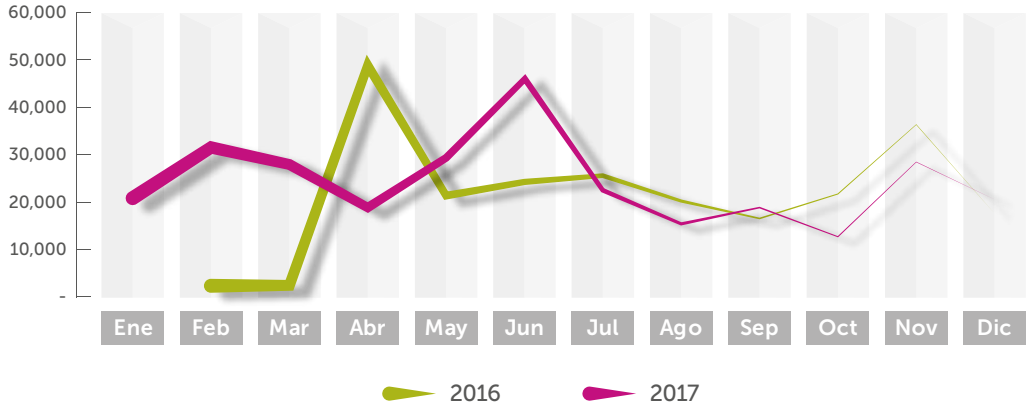
Pasamos de ofrecer los productos y servicios de una forma manual a ofrecerlos a través de canales "multimedia".



Durante el año 2017, coomevaturismo.com.co presentó un comportamiento de crecimiento en algunos indicadores estratégicos, los cuales muestran que hemos llegado al cliente objetivo y que nos consultan para sus viajes; no obstante, no se logró cumplimiento en el presupuesto de ventas.

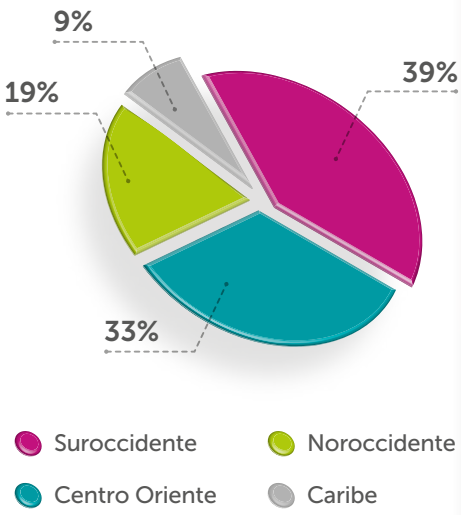
Sesiones: Se presentó un crecimiento del 24% versus el año 2016, con un total de sesiones abiertas en 2017 de 295.686. Los meses de mayor tráfico fueron febrero, junio y noviembre.

SESIONES 2017 COOMEVATURISMO.COM



Las sesiones abiertas distribuidas por región, se presentaron de la siguiente forma:

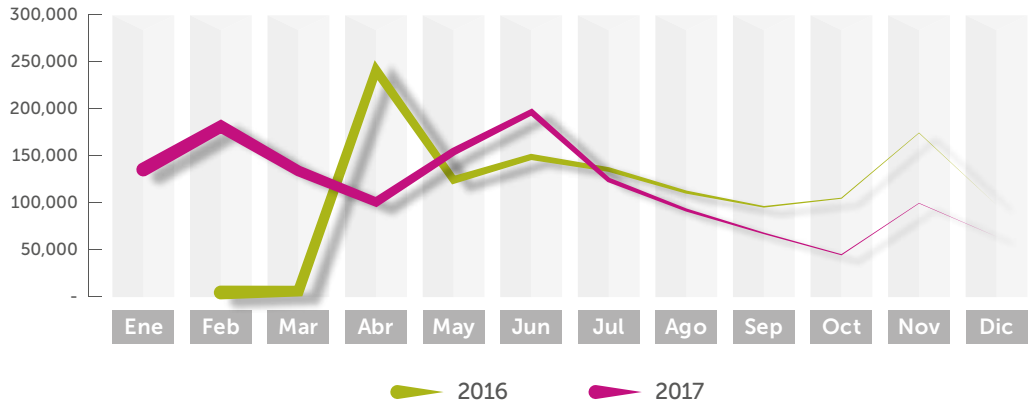
SESIONES POR DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA EN COLOMBIA 2017



Se presentó una disminución de sesiones abiertas en el Valle del Cauca en el año 2017 frente al 2016, mientras que en las demás regiones se evidenció un incremento de las mismas. No obstante, el Valle del Cauca fue el departamento que más generó visitas a la página web.

Páginas vistas: Se presentó crecimiento del 13% versus el año 2016, con un total de 1.409.472 páginas vistas. Los meses de mayor tráfico fueron febrero, junio y noviembre.

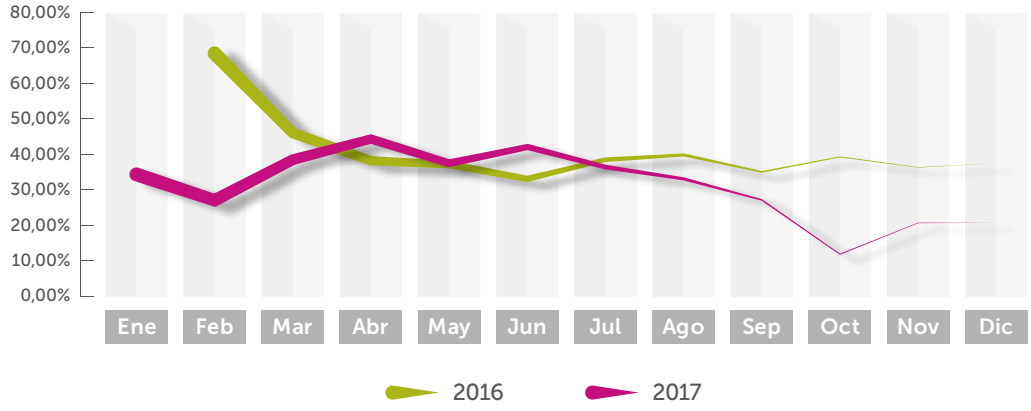
PÁGINAS VISTAS 2017 COOMEVATURISMO.COM



Las páginas más consultadas por los visitantes son las de paquetes (hotel + vuelo) y vuelos.

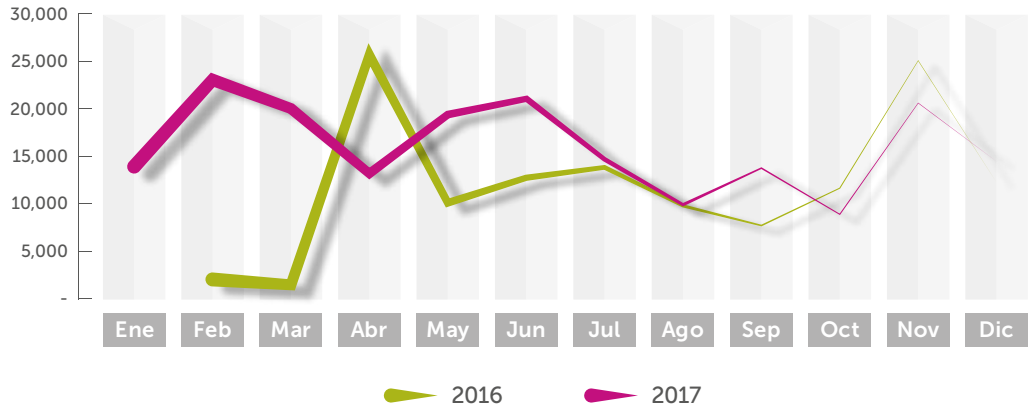
Porcentaje de rebote: Este indicador nos muestra la capacidad de la página para convertir visitantes esporádicos en visitantes recurrentes, por lo que podemos decir que les resulta interesante. Los meses en que los visitantes se quedaron navegando en la página, una vez ingresaron a la página inicial, fueron febrero, octubre, noviembre y diciembre.

% REBOTE 2017 COOMEVATURISMO.COM



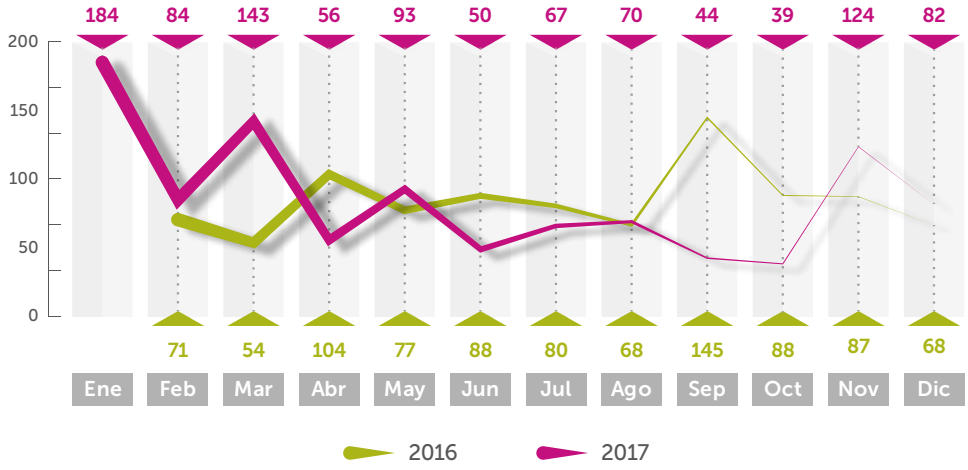
Usuarios (únicos): Este indicador muestra la cantidad de personas que ingresaron a coomevaturismo.com, contadas una sola vez (basado en dirección IP). La cifra nos muestra que en febrero, junio y noviembre de 2017 se presentó un mayor número de usuarios ingresando, como resultado de las campañas promocionales realizadas en esos meses. En el último semestre de 2017 se presentó un crecimiento de 10% frente al año 2016.

USUARIOS ÚNICOS 2017 COOMEVATURISMO.COM



Transacciones: Durante el 2017 se generaron 1.036 localizadores (transacciones) en coomevaturismo.com, destacándose en el resultado los meses de febrero, marzo, mayo y noviembre. Igualmente se presentó un crecimiento del 11% en el número de transacciones, frente al año 2016.

HISTÓRICO TRANSACCIONES COOMEVATURISMO.COM
(CANTIDAD DE VENTAS - LOCALIZADORES)



El promedio de venta por cada localizador es de aproximadamente $1.500.000.

El tipo de tráfico en la página se distribuye de la siguiente forma:

Trafico Desktop
196,727
193,839
1.49%

Trafico Directo
124,155
82,965
49.65%

Trafico Mobile
84,511
38,026
122.25%

Trafico Referencia
79,904
146,825
45.58%

Trafico Orgánico
7476
1179
534%

Social Media
1955
2532
22.79%

DESTINO	RESERVACIONES	PERSONAS
Cancún	28	41
Cartagena	17	42
San Andrés	12	29
México City	8	9
Santa Marta	6	19
Medellín	4	10
Bogotá	3	6
Isla Margarita	2	6
Medellín	2	5

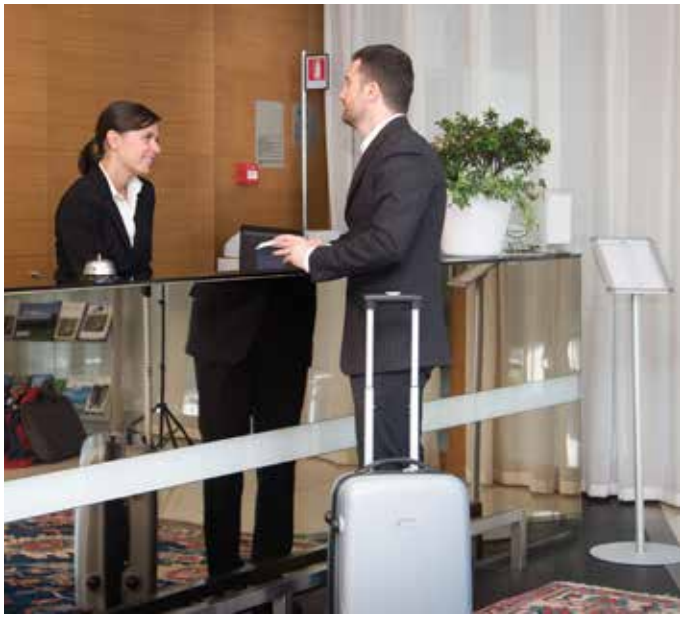
En total se movilizaron 1.718 pasajeros producto de las compras a través de la página web, siendo los meses de enero, mayo y marzo los de mayores ventas registradas.

Los destinos de playa fueron los de mayor cantidad de reservaciones por el portal web, siendo Cancún y Cartagena los destinos más vendidos.

En el año 2017 se trabajó en la vinculación del portal web de Turismo a la aplicación móvil corporativa "Vive Coomeva" como una alternativa de canal para la promoción y venta de los servicios de Coomeva Turismo.

Se implementó:

TOTAL VENTAS POR ESTE CANAL EN 2017: $ 1.681 millones



Al igual que en la web, los destinos playa fueron los más reservados mediante el servicio de los asesores integrales y de turismo, siendo Cancún y Cartagena los de mayor demanda.

SERVICIO	RESERVACIONES
Vuelo	**1.369**
Hotel	**1.274**
Seguros	**504**
Transportación	**366**
Tours	**181**
Servicio Externo	**172**
Cruceros	**75**
Circuitos	**34**
Autos	**12**
Autobuses	**4**

- Geolocalización de contenido y servicios

REGIONAL	PARTICIPACIÓN
Bogotá	**16%**
Cali	**44%**
Caribe	**11%**
Eje Cafetero	**8%**
Medellín	**16%**
Palmira	**6%**
Sin Información	**0%**

- Personalización de la información y servicios como:

CLUB DE VIAJEROS

Objetivo: Generación de una comunidad de viajeros entre los asociados a Coomeva.

Segmento objetivo: Asociados en segmento Maduro y Mujer Independiente.

Valor agregado:

1. Descuentos y campañas especiales para los miembros del Club de Viajeros.
2. Acumulación de saldo en la cuenta de usuario de cada miembro, por las compras realizadas en el portal web del Club de Viajeros, el cual podrá ser usado para futuras compras de productos de turismo.

CAMPAÑA SALIDAS EN GRUPO

OBJETIVO	Incentivar la venta de viajes grupales a través del canal web *www.coomevaturismo.com* Contribuir al cierre de la brecha presupuestal.
VIGENCIA	A partir de julio de 2017.
SEGMENTO	Asociados en segmento maduro, consolidación y mujer, con ingresos iguales o superiores a 3 millones de pesos.

CAMPAÑA SUEÑOS DE VIAJE

OBJETIVO	Incentivar la venta de productos y servicios por el canal presencial especializado de asesores de turismo. Contribuir al cierre de la brecha presupuestal del canal presencial.
VIGENCIA Y METODOLOGÍA	Del 06 de julio de 2017 al 31 de diciembre de 2017. El asociado ingresa el destino y los requerimientos en el canal web y posteriormente es contactado por una de las asesoras.
FORMULARIO	*http://sna2.coomeva.com.co/pls/encuestas/Enc_SegTurismo_Pkg.pr_Encuesta*

- A través de la plataforma Price Travel, el asociado puede disfrutar o adquirir, entre otros:
  - Paquetes dinámicos.
  - Reservas anticipadas.
  - Atención y servicio de alta disponibilidad.
  - Movilidad.
  - Simplicidad.

2 NUESTRO ENFOQUE DE SOSTENIBILIDAD

Determinantes de nuestro enfoque de sostenibilidad

Marco de actuación Corporativo

- Principios y valores cooperativos
- Direccionamiento Estratégico
- Políticas Corporativas
- Sistema de Gestión del Riesgo
- Sistema de Gestión Integral
- Código de Buen Gobierno Corporativo y Código de Ética

Referentes Internacionales

Estamos adheridos desde 2011 y reportamos cada año el cumplimiento de nuestro compromiso con los 10 principios del Pacto Mundial.

Adoptamos los estándares del Global Reporting Initiative - GRI y reportamos resultados en las dimensiones económica, social y ambiental en 2011, 2016 y 2017.

Estamos adheridos al Pacto Verde Cooperativo desde el año 2010.

Pacto verde cooperativo

Hemos iniciado nuestra alineación con los ODS, a fin de focalizar nuestra gestión de responsabilidad corporativa hacia temas más relevantes para la sociedad en que nos encontramos.

Compromisos Corporativos con la Sostenibilidad

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 en el último año, la articulación de nuestro Sistema de Gestión Integral con elementos clave como son gobierno corporativo, modelo de negocio y enfoque de sostenibilidad.

VALORES COOPERATIVOS

- Democración
- Responsabilidad
- Igualdad
- Equidad
- Solidaridad
- Ayuda Mutua

PRINCIPIOS COOPERATIVOS

- Membresía Voluntaria y Abierta
- Control Democrático de los Miembros
- Participación Económica de los Miembros
- Autonomía e Independencia
- Educación, Entrenamiento e Información
- Cooperación entre Cooperativas
- Compromiso con la Comunidad

VALORES COOMEVA

- Servicio
- Solidaridad
- Confianza
- Cumplimiento Compromisos
- Trabajo en equipo
- Honestidad
- Igualdad y Equidad de Género

INVOLUCRAMIENTO CON NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS

Las necesidades y expectativas de nuestros grupos de interés: determinante de gran parte de nuestro enfoque de gestión:

Para nosotros es prioritario fortalecer y acercar el vínculo con nuestros grupos de interés, tener en cuenta sus puntos de vista y necesidades, frente a lo cual hemos definido los siguientes medios:

	Gupos de Interés	Propósito / Interés	Medios para identificar y orientar respuesta a necesidades y expectativas
Directamente vinculados	Asociados y sus familias	Conocimiento de los gustos y preferencias, en viajes y turismo, de nuestros asociados.	• Encuesta Kape • Voz del asociado • Modelo de servicio
	Asamblea de Accionistas	Órgano que representa los intereses de los accionistas y que ejerce funciones que impactan el objeto social de la Agencia de Viajes.	Asamblea General de Accionistas - anual
	Junta Directiva	Ejercer actos de administrativo o disposición necesarios para el desarrollo del objeto social de la Agencia de Viajes.	Reunion bimensual
	Colaboradores y sus familias	Oportunidades de desarrollo. Relaciones basadas en compromiso, lealtad y el respeto.	Estudios de ambiente laboral, Copass - Comité de convivencia - Sistema de gestion salud y seguridad en el trabajo.
	Empresas del Grupo Coomeva	Sinergia empresarial	Atentos
Vinculados	Inversionistas	Creación y preservación de valor.	Junta Directiva
	Clientes	Otros usuarios de servicios turísticos.	Atentos
	Proveedores	Relaciones de largo plazo y beneficio mutuo. Proyectar nuestra imagen.	Relación con la comunidad.
Externos	Gobierno	Participación con gremios, entes de control y entidades oficiales.	Relacionamiento con entes gubernamentales.
	Sociedad	Impacto en variables que inciden en la calidad de vida (Empleo, salud, educación, recreación).	Relación con la comunidad.
	Entes reguladores	Fijación de normas y la vigilancia de sus aplicaciones.	Relación con la comunidad.

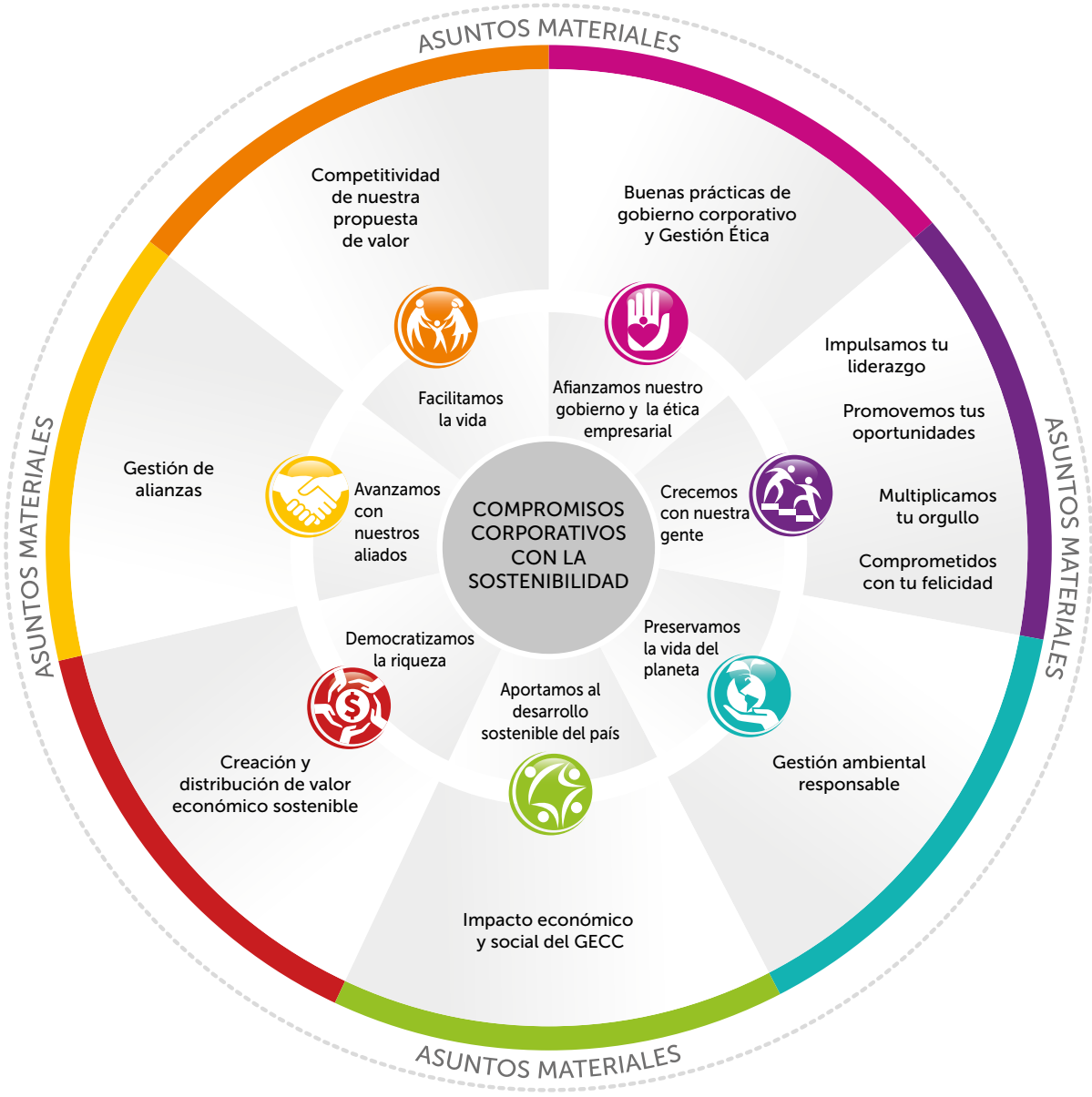
3 COMPROMISOS CORPORATIVOS CON LA SOSTENIBILIDAD

...GESTIÓN Y RESULTADOS!

COMPROMISOS CORPORATIVOS CON LA SOSTENIBILIDAD

...GESTIÓN Y RESULTADOS!

Nuestro enfoque de sostenibilidad se materializa a través de los siguientes compromisos

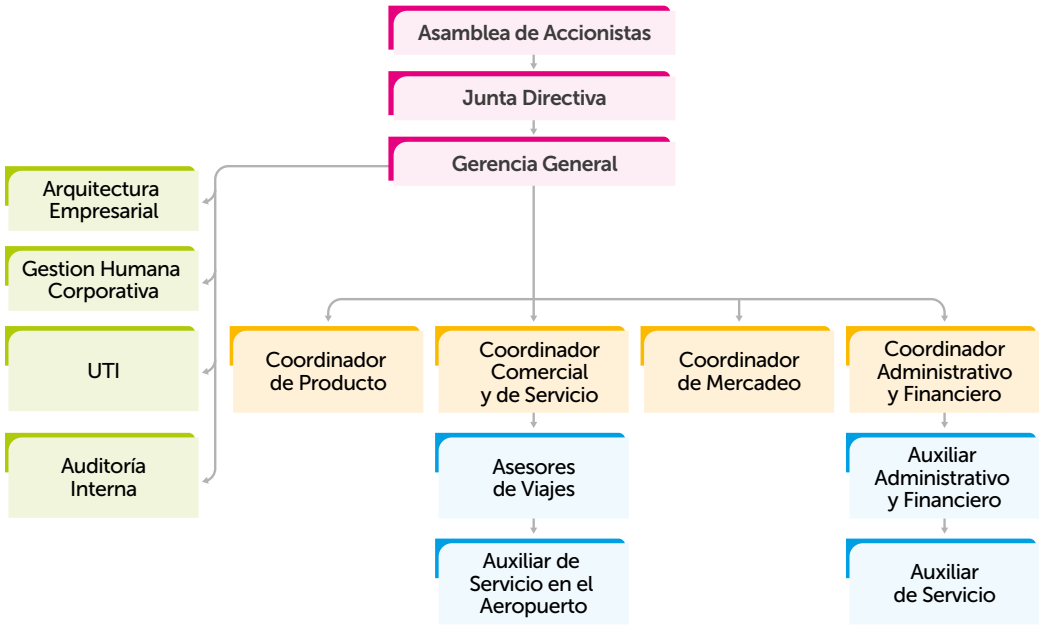


COMPROMISO NRO. 3.1

AFIANZAMOS NUESTRO GOBIERNO CORPORATIVO Y LA ÉTICA EMPRESARIAL

ASUNTO: BUENAS PRÁCTICAS DE GOBIERNO CORPORATIVO Y GESTIÓN DE ÉTICA.

ESTRUCTURA DE GOBIERNO



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 de interés.

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 de las políticas de gobierno corporativo.

De acuerdo con los estatutos sociales, el presidente de la Junta Directiva no ocupa cargos directivos dentro de Coomeva Turismo y realiza reuniones con una periodicidad bimensual.

Los miembros de Junta Directiva no reciben remuneración por su participación en las reuniones. Igualmente, en el Código del Buen Gobierno se define claramente el procedimiento para la prevención, manejo y resolución de conflictos de intereses que puedan ir en contra de la transparencia de la toma de decisiones.

La Junta Directiva de Coomeva Turismo cuenta con el Comité de Auditoría con el objetivo de recibir apoyo en lo relacionado con el Sistema de Control Interno de la empresa.

GESTIÓN ÉTICA

G4-56, G4-57, G4-58

El modelo de gestión ética adoptado por la empresa contiene los elementos necesarios para promover y asegurar una conducta ética en toda la organización, a fin de garantizar un ejercicio gerencial ético, transparente y respetuoso de los derechos de los grupos de interés.

Se gestiona bajo el ciclo PHVA, con base en los siguientes elementos:

1. Estándares éticos definidos en: Código de Buen Gobierno Corporativo, Código de Ética, Manual Antifraude y Anticorrupción.
2. Gestión de riesgos éticos (fraude, otros).
3. Comité de Gobierno Corporativo.
4. Sistemas para el control de riesgos éticos (SARLAFT, otros).
5. Comunicación y educación a grupos de interés, orientada a prevenir riesgos éticos y fomentar la cultura ética. 6. Operación del sistema de consultas y denuncias éticas (línea de transparencia).
7. Mecanismos de seguimiento a la materialización de riesgos éticos.
8. Investigación de faltas a la ética - Comité de Auditoría.
9. Análisis a efectividad de controles, frente a riesgos éticos.
10. Formulación de acciones adicionales para la prevención y contención del riesgo ético y el fortalecimiento de la cultura ética.

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 lo anterior la Organización define la política "cero tolerancia" 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 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 aquellas 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.

CUMPLIMIENTO

Así mismo, acorde con las mejores prácticas de gobierno corporativo se implementó el Sistema de Administración de Riesgo de Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo (SARLAFT) con el fin de prevenir las actividades relacionadas con el 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 listas con información de lavado de activos y financiación del terrorismo para identificar antecedentes y definir conducta.

Al 31 de diciembre de 2017, 11 colaboradores de Coomeva Turismo a nivel nacional realizaron el curso virtual del Manual Antifraude y Anticorrupción.

G4-56, G4-57

Durante el 2017 no se presentaron eventos de faltas a la ética, multas o sanciones por incumplimiento legal.

COMPROMISO NRO. 3.2

CRECEMOS CON NUESTRA GENTE

Durante 2017 se fortaleció la propuesta de valor para los colaboradores, a través de los siguientes ejes:

A diciembre de 2017 contamos con 13 colaboradores, de los cuales 11 se encuentran vinculados con contrato a término indefinido y 2 están vinculados por agencia temporal. Los 11 colaboradores con contrato a término indefinido, se encuentran distribuidos en las siguientes localidades:

Regional	Cantidad de empleados
Dirección Nacional	5
Suroccidente	5
Palmira	1
Total	11

3.2.1 PROMOVEMOS TUS OPORTUNIDADES

Gestionamos el talento desarrollando en nuestros colaboradores competencias que permitan consolidar la experiencia de servicio como un factor diferenciador del Grupo Coomeva.

GESTIÓN DEL DESEMPEÑO

Presenta los comportamientos que debe tener todo colaborador, con el fin de consolidar la capacidad organizacional de excelencia en el servicio para la generación de valor.

Con el cierre de evaluación de desempeño se obtuvieron los siguientes resultados, de un total de 10 personas evaluadas:

- Competencias tuvo un promedio del 86,4%.
- Resultados de los objetivos fue en promedio de 75,6%.
- Promedio global en la nota de desempeño de 78,8%.

Programa de Desarrollo Integral: 95% de participación en la visita al Centro del Pensamiento Coomeva y un 70% participaron en formación de cursos de Excel básico e intermedio.

Formación outdoor: 96% de colaboradores formados en outdoor de trabajo en equipo y servicio.

Cursos Virtuales: En promedio el 91% de los cursos virtuales matriculados han sido realizados y aprobados por los colaboradores.

3.2.2 IMPULSAMOS TU LIDERAZGO

Desarrollamos líderes integrales que inspiran al equipo de trabajo para transformar nuestra cultura día a día y lograr resultados sobresalientes.

PROGRAMA DE DESARROLLO GERENCIA MEDIA Y ALTA GERENCIA

Asistencia de cuatro colaboradores al Seminario Liderazgo Transformador - Universidad Icesi.

ÍNDICE DE LIDERAZGO

La medición del Índice de Liderazgo se realiza a través de dos aspectos:

Para conocer la percepción de los colaboradores en relación con la ejemplificación de los atributos de liderazgo de su jefe inmediato, en diciembre de 2017 se realizó la encuesta de liderazgo a través del Portal del Colaborador, la cual obtuvo un 85% de participación.

CAMPAÑA DE RECONOCIMIENTO MODELO DE LIDERAZGO COOMEVA

En noviembre de 2017 se lanzó la campaña basada en el reconocimiento de los atributos del Modelo de Liderazgo Coomeva, la cual estará vigente hasta abril de 2018. Dicha campaña tiene como objetivo lograr una participación de un 85% de los colaboradores.

VALERAS DE RECONOCIMIENTO

Se realizó la entrega del 100% de las valeras de reconocimiento a los líderes de Coomeva Turismo Agencia de Viajes, con el fin de promover el reconocimiento de los colaboradores en los diferentes comportamientos de liderazgo que se esperan en Coomeva (recursivo, eficiente, competente, capaz, dispuesto y comprometido).

3.2.3 COMPROMETIDOS CON TU FELICIDAD

GESTIÓN DEL BIENESTAR

Las iniciativas del Programa de Bienestar están encaminadas al concepto de "Felicidad en el trabajo", incluyendo los resultados esperados del ser integral en lo personal y en lo profesional (salud física y mental, equilibrio económico, relaciones interpersonales, etcétera).

De las nueve actividades realizadas del Programa de Bienestar para el año 2017, se obtuvo una participación del 86% en promedio y un 96% promedio en satisfacción.

BENEFICIOS EXTRALEGALES

En diciembre de 2017 los colaboradores realizaron la negociación de su bolsa de beneficios extralegales para el año 2018, con 11 colaboradores beneficiados, para un total $45.680.219 de inversión en este año.

GESTIÓN DE LA RETRIBUCIÓN

Se realizó el proceso de incrementos salariales colectivos para el año 2017, teniendo en cuenta la aprobación del Consejo de Administración de Coomeva y de la Presidencia Ejecutiva del Grupo Coomeva, en cuanto a aumentar a los colaboradores de las empresas del Grupo un valor lineal del 5,25% fijo retroactivo a enero de 2017, hasta un máximo del 6,25% de acuerdo con el desempeño de cada colaborador.

Teniendo en cuenta este lineamiento corporativo y los resultados de las evaluaciones de desempeño de los colaboradores, el porcentaje promedio de incremento salarial para la empresa fue del 5,75%.

Administramos y gestionamos procesos, funciones y servicios de capital humano y organizacional, de forma integrada y efectiva, para maximizar la satisfacción de nuestros grupos de interés, generando valor y contribuyendo al logro de la Estrategia.

- Procesos de Selección: Un proceso en el año (área administrativa – vinculación temporal).
- Estructura: Disminución del 26% en la planta directa.
- Pasivo vacacional: Reducción de un 15% en pasivo vacacional mayor a 45 días y de un 8% en el pasivo vacacional mayor a 30 días.

SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO

- El 4 de julio de 2017 se llevó a cabo la evaluación inicial del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo, SG-SST, para identificar las prioridades en seguridad y salud en el trabajo.
- La evaluación inicial arrojó un 41,25% de implementación del Sistema de Gestión.
- Establecimiento de un plan de trabajo con los estándares mínimos, reglamentados.
- Ausentismo: 0,17% en promedio de ausentismo.
- Accidentalidad: 0,09% promedio de accidentalidad.
- No se presentaron diagnósticos de enfermedades profesionales.

3.2.4 MULTIPLICAMOS TU ORGULLO

Creamos condiciones adecuadas para lograr la alineación de los colaboradores con nuestra Estrategia, garantizando un alto sentido de pertenencia y orgullo, con altos niveles de productividad.

RESULTADOS DE AMBIENTE LABORAL

En octubre de 2017 fueron presentados los resultados obtenidos por la empresa en la Encuesta de Ambiente Laboral, destacando que el 92% de los colaboradores tiene una percepción positiva de la empresa.

El 71% de los colaboradores tiene una percepción favorable sobre la compensación, el desarrollo de la empresa o los beneficios que se ofrecen.

GESTIÓN DE LA CULTURA

Transformamos nuestra cultura generando capacidades organizacionales diferenciadoras enfocadas en la experiencia de servicio de nuestros asociados, clientes y usuarios y en la sostenibilidad de la organización:

En febrero de 2017 se realizó la actividad "Conectando nuestros propósitos", con el fin de abrir un espacio de reflexión en los colaboradores sobre aquellos propósitos personales y profesionales que tienen para este año y cómo esos propósitos se conectan con los objetivos de la Compañía.

En esta actividad participaron los 11 colaboradores que se encuentran en la Dirección Nacional.

GESTIÓN DEL CAMBIO

Con el ánimo de posicionar y gestionar la Red de Agentes de Cambio, en febrero se eligió mediante votación al agente de cambio de la empresa. Esta persona será la encargada de llevar a cabo conjuntamente con el área de Gestión Humana actividades que dinamicen la transformación cultural. El agente de cambio tendrá un proceso de formación para que pueda adquirir las competencias necesarias y desarrollar con mayor eficacia las actividades planteadas.

RESPETO A DERECHOS LABORALES Y TRABAJO DIGNO

POLÍTICAS Y LEGISLACIÓN LABORAL

Dentro de nuestro Direccionamiento Estratégico en Gestión Humana en la dimensión Gestión Administrativa del Capital Humano, contamos con un componente enfocado en la Gestión de Relaciones Laborales, que propende por un idóneo cumplimiento de las políticas y la legislación laboral. Durante 2017 no se presentaron condenas por violación a normas laborales.

En las decisiones relacionadas con los procesos de selección, contratación, promoción o bonificación en Coomeva Turismo Agencia de Viajes, no influyen los factores de género, raza, credo, ideología política o religiosa. Fomentamos la igualdad de condiciones y evidenciamos las oportunidades de promoción y desarrollo de competencias en la empresa.

La inversión en capacitación al personal de Coomeva Turismo durante el año 2017 alcanzó la suma de $4.115.714.

COMPROMISO NRO. 3.3

PRESERVAMOS LA VIDA DEL PLANETA

GESTIÓN AMBIENTAL RESPONSABLE

Coomeva Turismo se adhiere a la política ambiental del Grupo Empresarial Cooperativo Coomeva.

Con el propósito de fortalecer nuestro compromiso con el Planeta, durante el 2017 nuestros colaboradores participaron en iniciativas de orden ambiental, tales como:

- Reciclaje de papel para impresión.
- Programa de 5´S – puestos de trabajo en orden y aseo.
- Conciencia ambiental.
- Disposición de un punto ecológico, que presenta tres depositarios clasificados para la recepción de la basura: Orgánico, papel y plástico.

Como resultado de estas iniciativas se logró una reducción del 40,5% en la compra de papelería comparando año 2017 versus 2016.

Concepto	Valor $ 2017	Valor $ 2016	Variación $
Útiles y papelería	9.8 millones	16.4 millones	(6.6) millones

IMPACTO AMBIENTAL

Como beneficio de los procesos asociados con el servicio de gestión documental, Coomeva Servicios Administrativos logró los siguientes ahorros:

	H. Expiradas	H. Borradas	Hojas no usadas por uso dúplex	$ Ahorro	Árboles	Kilos Co2	Litros Agua
2016	1.335.258	1.198.781	3.681.753	$ 107.412.700	478	65266	741.114
2017	1.163.432	1.551.262	10.208.117	$ 103.027.137	699	76705	871.155

COMPROMISOS 2017

Coomeva Turismo se compromete para el año 2018 a la aplicación de las Normas Técnico Sectoriales Sostenibles, mediante las cuales:

- Asegurará el cumplimiento a los requisitos de orden ambiental involucrando a clientes y proveedores.
- Garantizará un incremento de prácticas para el uso eficiente del agua y energía.
- Realizará gestión de residuos.
- Reducirá el uso de papel.

COMPROMISO NRO. 3.4

APORTAMOS AL DESARROLLO SOSTENIBLE DEL PAÍS

ASUNTO: IMPACTO ECONÓMICO Y SOCIAL DEL GRUPO COOMEVA

Formamos parte de una comunidad empresarial que aporta los siguientes resultados al desarrollo sostenible del país.

ESTRATEGIA
MULTIACTIVIDAD E INTEGRACIÓN DE SERVICIOS

PROMESA DE VALOR
COOMEVA NOS FACILITA LA VIDA

	2016 232.980 Asociados			2017 241.175 Asociados	
Impacto Social	**2016**	**2017**	**Impacto Económico**	**2016**	**2017**
Empresas creadas Coomeva	17	17	Activos Coomeva	$ 3.5 bill	3,75 billones
Empleos directos generados GECC	15.107	10.791	Fondos Sociales y Mutuales	$ 2.2 bill	2,4 billones
Empleos indirectos generados GECC	2.266	948	Patrimonio	$ 1.196 bill	1,28 billones
Empresas creadas por los asociados	524	583	Inversiones empresariales	$ 727 mil mill	$835 mil mill
Empleos directos generados por los asociados	2.315	2.469	Inversiones del portafolio	$ 2.3 bill	$ 2,5 billones
Población impactada con la promesa de valor "Coomeva nos facilita la vida"	232.980	241.175			
Servicios Coomeva	$ 20.500 mill	14.944 mill	Aportes sociales	$ 711.915 mil mill	$ 794.909 mill
Servicios Salud	$ 40.620	$48.820 mill	Reservas y fondos destinación especifica	$ 47.150 mil mill	$ 65.857 mill
Servicios Recreación	$ 7.973 mill	$9.680 mill	Excedentes Coomeva	$ 74.530 mil mill	$ 66.550 mill
Servicios Financieros	$ 38.519 mill	$41.077 mill	Fondos Sociales y Mutuales	$ 2.2 Bill	2,4 billones
Servicios de Emprendimiento	$ 4.625 mill	$3.573 mill			
			Excedentes Coomeva	$ 74.530 mil mill	$ 66.550 mill
			Excedentes otras empresas del GECC	$ 68.287 mil mill	$ 135.552 mill

Presencia en **25** de los
32 departamentos de Colombia

COMPROMISO NRO. 3.5

DEMOCRATIZAMOS LA RIQUEZA

CREACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DEL VALOR ECONÓMICO SOSTENIBLE

PROYECTO APROPIACIÓN (DISTRIBUCIÓN) DE LAS UTILIDADES 2017 (CIFRAS EN MILLONES DE PESOS)

Actuando en concordancia con lo prescrito por las disposiciones legales y prudenciales aplicables en la materia, las cuales rigen para los comerciantes y los asuntos mercantiles, y en especial por lo dispuesto por el numeral 2 del artículo 446 de Código de Comercio, la Junta Directiva y la Representante Legal de Coomeva Turismo Agencia de Viajes S.A. someten a consideración y aprobación de los accionistas de la Compañía, que hoy se reúnen en Asamblea General Ordinaria, el presente "Proyecto de apropiación (distribución) de las utilidades 2017":

Resultados por apropiar (distribuir)	
Utilidad del año 2017	**88.880**
Apropiación (distribución) propuesta	
1. Para actualización de la reserva legal	8.888
2. Ajuste por adopción de las NIIF (ESFA - 2015)	
2.1 Enjugar pérdidas brutas originadas por adopción de las NCIF	79.991
2.2 Liberar utilidades originadas por la adopción de las NCIF, realizadas	-
Total apropiación para enjugar pérdidas brutas por la adopción de las NCIF	79.991
Total resultado apropiado (distribuido) por la vigencia 2017	**88.880**

Cifras en millones de pesos.

A continuación presentamos los resultados del ejercicio financiero de Coomeva Turismo para 2017:

Los ingresos por actividades ordinarias acumulados a diciembre 2017 ascendieron a $2.389 millones, con una ejecución del 69,4%

Frente al mismo periodo del año 2016, los ingresos por actividades ordinarias presentaron una variación de $62 millones, con ingresos superiores en un 2,7%, impactados por la ejecución del nuevo modelo.

ESTADO DE RESULTADO INTEGRAL ACUMULADO - NIIF - ACUM. DICIEMBRE 2017		
CONCEPTO	ACUM. (Mill $)	
	REAL 2017	REAL 2016
Facturación	**21.812**	**21.057**
Ingresos de actividades ordinarias	2.389	2.327
Costos de ventas y operación		
Utilidad bruta	**2.389**	**2.327**
Otros ingresos	216	448
Gastos de administración	913	1.058
Gastos de ventas	1.306	1.430
Gastos no desembolsables	85	58
Otros gastos	77	56
Utilidad Actividades de la operación	**224**	**172**
Ingresos financieros	27	73
Gastos financieros	37	89
Utilidad antes de impuestos	**215**	**157**
Impuesto de Renta total	**126**	**79**
Corriente	122	77
Diferido	4	2
Utilidad neta	**89**	**78**
Otro Resultado Integral		
Dif. en cambio por conversión de filiales del exterior		
Ganancia/pérdida en Inversiones dispon. para la venta		
Valorización de P,P y E		
Total otro Resultado Integral	**-**	**-**
Resultado total integral	**89**	**78**

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA	Dic-17	Dic-16	Variación Dic-17 vs Dic-16
ACTIVO			
Propiedad, planta y equipo	70	84	(14)
Activos intangibles	2	8	(6)
Inversiones	386	697	(312)
Otros activos	574	471	103
Inventarios			-
Deudores y cuentas por cobrar	2.204	1.466	738
Efectivo y equivalentes de efectivo	467	367	100
TOTAL DEL ACTIVO	**3.701**	**3.093**	**608**
PATRIMONIO			
Capital Social	1.817	1.817	-
Reservas	397	389	8
Resultado integral total	89	76	13
Efectos por conversión de NIIF	(123)	(193)	70
Otros componentes del patrimonio			
TOTAL DEL PATRIMONIO	**2.180**	**2.089**	**90**
PASIVO			
Otros pasivos	140	64	75
Cuentas por pagar a proveedores	303	451	(149)
Otras cuentas por pagar	949	482	468
Pasivos estimados y provisiones	130	5	125
Pasivos diferidos		2	(2)
TOTAL DEL PASIVO	**1.522**	**1.004**	**518**
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	**3.701**	**3.093**	**608**

Al cierre de diciembre 2017, el patrimonio asciende a $2.180 millones, que frente al de diciembre 2016, arroja una variación negativa de -$90 millones, originada en los efectos NIIF de conversión ($70 millones), resultado integral ($13 millones) y reserva legal ($8 millones).

PRINCIPALES INDICADORES FINANCIEROS

INDICADORES NIIF	Und	Real Acum. Dic-17	Ppto. Acum. Dic-17	Real Dic-16
Ingresos Totales	Mill $	2.632	3.463	2.848
% Gasto / Ingresos Totales	%	91,8	86,3	94,5
Margen neto	%	3,4	9,2	2,7
ROE	%	4,3	15,3	3,9
ROA	%	6,9	15,4	3,5
EVA	Mill $	(238)	(6)	(237)
Días CxC	Días	36	30	25
Días CxP	Días	28	35	34
Ciclo de caja	Días	8	-5	-9
KTNO	Mill $	951	584	533
Saldo Caja	Mill $	672	755	872
EBITDA	Mill $	298	456	231
Margen EBITDA	%	11,3	13,2	8,1
End. Financiero	%	0,0	0,0	0.0
Gtos Financieros/ EBITDA	%	12,2	0,0	38,4
End. Total (Pasivo / Act.)	%	39,2	13,6	32,5
Margen solvencia (Pat./ Act)	%	60,8	86,4	67,5

VALOR ECONÓMICO GENERADO Y SU DISTRIBUCIÓN EN LOS GRUPOS DE INTERÉS

El valor generado por la empresa se apropia (distribuye), para enjugar aspectos normativos de las Normas de Información Financieras, una vez aprobado el proyecto por la Asamblea Ordinaria de Accionistas, de forma tal que estas acciones redunden en la construcción de confianza y en el desarrollo de las prácticas de gestión empresarial, dada su reinversión.

RETOS 2018

- Lograr una facturación de $33.445 millones.
- Percibir un incentivo neto por la facturación.
- Incrementar a 5.000 afiliados el Club de Viajeros.
- Lograr que la participación virtual sea del 20% del total de la facturación.
- Potencializar las salidas grupales, en excursiones desde todas las regionales.
- Lograr la estabilización del modelo de administración delegada con Price Travel.
- Lograr la estabilización de la operación de viajes corporativos bajo el nuevo modelo.

COMPROMISO NRO. 3.6

AVANZAMOS CON NUESTROS ALIADOS

ASUNTO: GESTIÓN DE ALIANZAS

Coomeva Turismo, ante las características del nuevo modelo de operación de la agencia con el aliado tecnológico Price Travel, maneja las negociaciones con proveedores de manera conjunta, estableciendo alianzas que permitan el logro de los grandes objetivos a través de la definición de requisitos básicos exigidos de orden legal.

Por su parte la gestión con proveedores de insumos y de servicios de infraestructura física, se efectúa a través del outsourcing con Coomeva Servicios Administrativos, empresa del Grupo Coomeva, la cual cuenta con programa de aseguramiento de proveedores y es regulado por el Manual Corporativo de Compras y Contratación. Realiza seguimiento permanente a su desempeño en las transacciones establecidas y la aptitud del mismo en términos organizacionales, gestión de la calidad, productos, recursos físicos, recursos humanos, continuidad de la operación y gestión de los servicios.

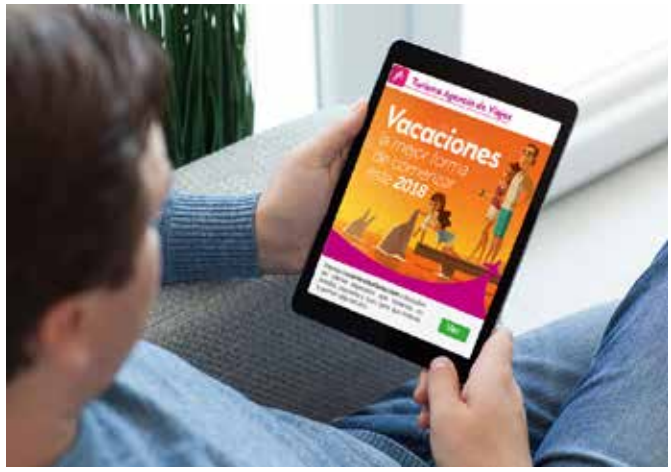
Para 2018 continuaremos consolidando las alianzas actuales y generando nuevas que contribuyan al mejoramiento de la prestación del servicio, a través de las siguientes estrategias:

Canal de venta B2C	Canal de venta B2B	Canal Corporativo
1. Definición del Plan de Marketing. **2.** Definición de una campaña de autogestión. **3.** Plan de Inversión en Marketing Digital (2% de la Venta): • Search • Display **4.** Activación de Outbound Call para una mayor conversión. **5.** Promover las Inbound Calls. **6.** Crear sinergias con Bancoomeva para ofrecer otros beneficios al Banco. **7.** Impulsar el Club de Viajeros.	**1.** Recursos dedicados al canal. **2.** Capacitación. **3.** Automatización. **4.** Mercadeo en puntos de venta. **5.** Mayor familiarización con los gustos de la comunidad de asociados. **6.** Generar planes de incentivos. **7.** Ampliar portafolio de productos específicos para la comunidad Coomeva. **8.** Incrementar formas de pago. **9.** Atención del 01800 para Agentes de Viaje.	**1.** Herramientas de autogestión. **2.** Unificación de la Política de Viajes. **3.** Ahorros inmersos en la aplicación de la Política de Viajes. **4.** Aprovechamiento de las negociaciones con proveedores Price Travel. **5.** Unificación de los procesos. **6.** Disponibilidad de reportes.

COMPROMISO NRO. 2

FACILITAMOS LA VIDA

ASUNTO: COMPETITIVIDAD DE NUESTRA PROPUESTA DE VALOR



Durante el 2017 se consolidó la alianza estratégica con Price Res SAS, quien ofrece una plataforma electrónica en Internet de servicios de reservas de viajes, turismo, paquetes turísticos y otros servicios de reservas similares, nacionales o extranjeras, a través del Sistema Pricetravel, para ser utilizado por todos sus clientes, asociados a Coomeva o terceros:

2015

Firma de la Alianza

2016

Febrero
- Lanzamiento B2C

Abril
- Lanzamiento B2B
- Mesa de Experto
- Manejo de Grupos

2017

Marzo
- Coorporativo

Octubre
- Club de Viajeros

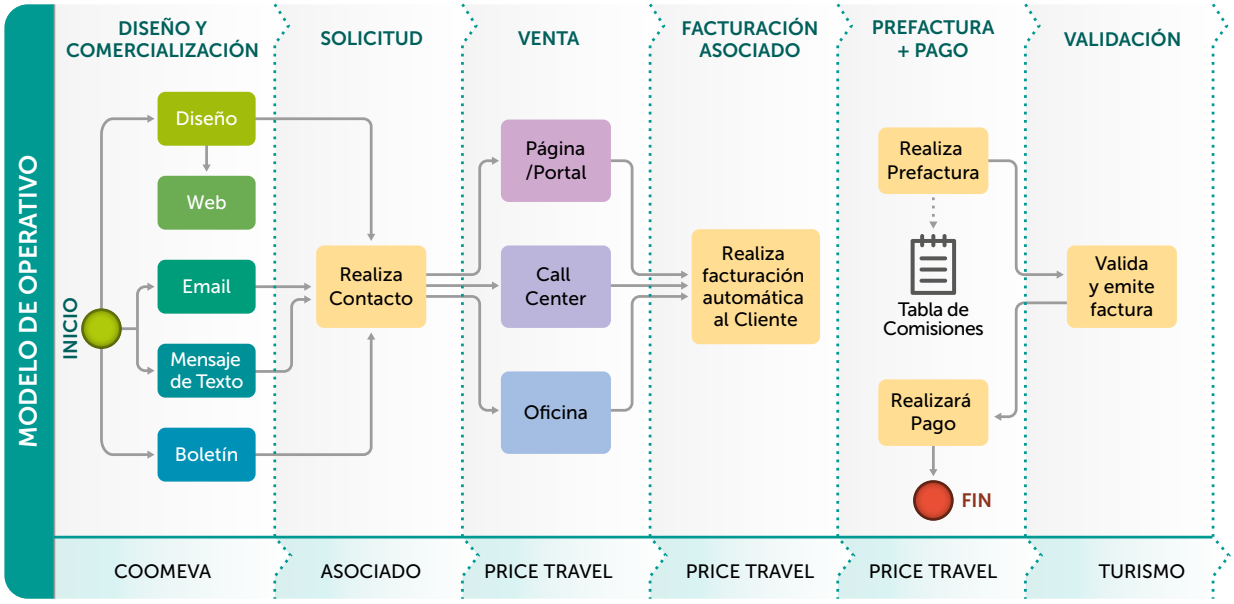
2018

Fortalecimiento de la Alianza

Coomeva

PriceTravel HOLDING

La alianza opera bajo el siguiente modelo operativo:



CANALES DE ACCESO

Para responder a necesidades de nuestros clientes contamos con los siguientes canales de acceso:

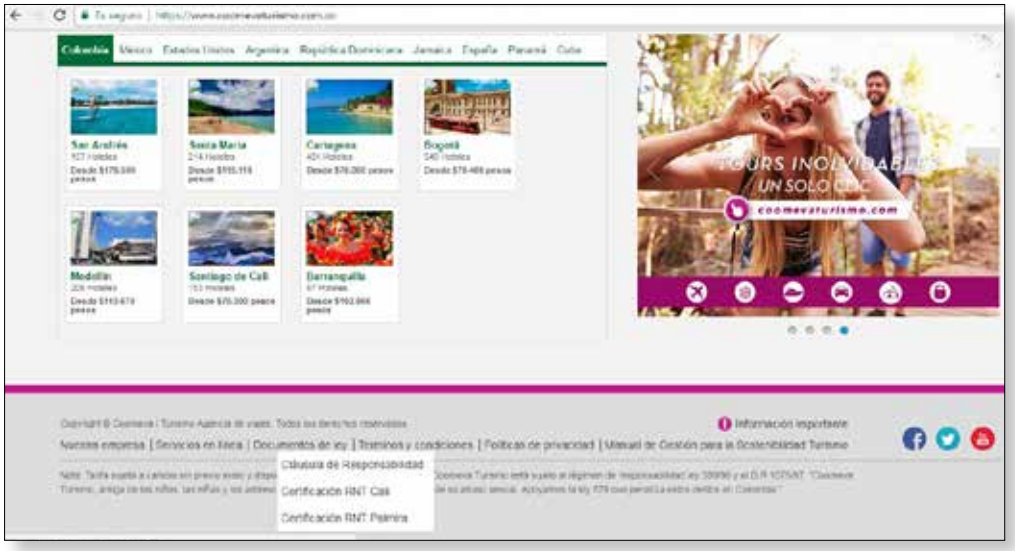
VIRTUALES:

- Página de internet www.coomevaturismo.com.co
- Facebook.
- Twitter.
- YouTube.

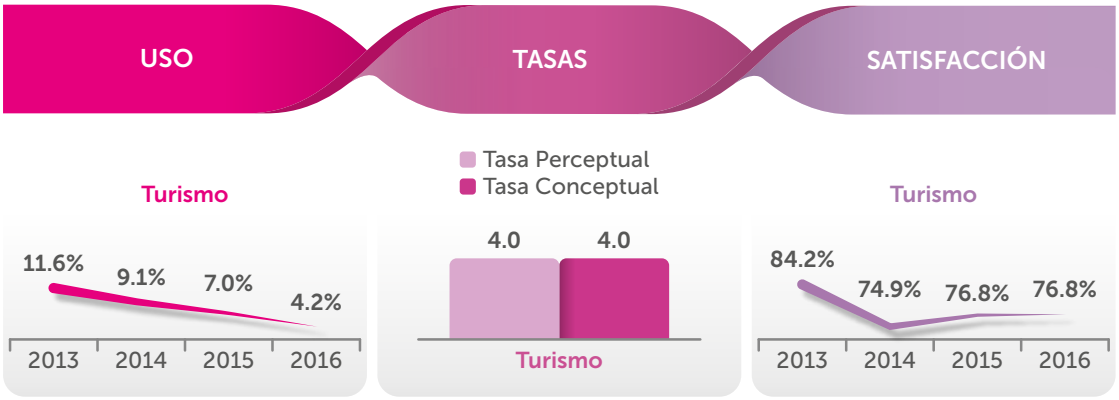
PRESENCIAL:

Contamos con red de oficinas localizadas en las ciudades de Palmira y Cali, atendidas por nuestros asesores de turismo y en las ciudades de Barranquilla, Sincelejo, Albania, Cartagena, Valledupar, Santa Marta, Riohacha, Ríonegro, Bogotá, Yopal, Tunja, Sogamoso, Duitama, Villavicencio, Chía, Pereira, Medellín, Manizales, Armenia, Cartago, La Dorada, Bello, Envigado, Quibdó, Montería, Bucaramanga, Apartadó, Barrancabermeja, Cúcuta, Itagüí, Pamplona, Turbo, Buenaventura, Pasto, Guadalajara de Buga, Ibagué, Neiva, Tuluá, Popayán, Florencia, Zarzal, Ipiales.

Se destaca el fomento de prácticas socialmente responsables a través de nuestros canales por ejemplo, en la página web: "Coomeva Turismo, amiga de los niños, las niñas y los adolescentes, y enemiga de su explotación y de su abuso sexual. Apoyamos la Ley 679 que penaliza estos delitos en Colombia."



SATISFACCIÓN DE CLIENTES



Los usuarios de Coomeva Turismo permanecen fieles a la agencia de viajes, dada la percepción que se tiene de los productos y servicios ofrecidos, durante los años 2016 vs. 2015.

QUEJAS Y RECLAMOS Y MEDIDAS ADOPTADAS

Tipos de Casos	Nro. de Casos
Quejas	39
Reclamos	30
Solicitud	69
Total	138

Las principales causas de las quejas fueron:

- Demora en la solicitud de atención presencial del servicio.
- Falta de oportunidad en el pago por solicitud de reembolso.

Medidas adoptadas

- Capacitación en producto para asesores integrales y de turismo.
- Programa de aseguramiento de calidad de proveedores.

ANEXO 1: TABLA INDICADORES GRI - CRITERIOS PACTO MUNDIAL

ÍNDICE	GRI 4 - Nivel de conformidad "Esencial" Criterios COP, Pacto Mundial - Nivel "Avanzado"			
	Indicadores G4		Criterio COP Pacto Mundial	
Aspecto	Ind.	Contenido		Pag.
Contenidos Básicos Generales				
MENSAJES DEL PRESIDENTE CORPORATIVO Y GERENTE DE LA EMPRESA				
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	Período objeto de la memoria.		9
	G4-29	Fecha de la última memoria.		
	G4-30	Ciclo de presentación de memorias.		
	G4-31	Punto de contacto para cuestiones relativas al contenido de la memoria.		9
	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.		
	G4-33	Política y prácticas vigentes de la organización con respecto a la verificación externa de la memoria.		
Cap. 1: QUIÉNES SOMOS				
Perfil de la organización	G4-3	Nombre de la organización.		11
	G4-4	Marcas, productos y servicios más importantes.		13,14
	G4-5	Lugar donde se encuentra la sede central de la organización.		11
	G4-6	Países en los que opera la organización.	Colombia	11
	G4-7	Naturaleza del régimen de propiedad y forma jurídica.		11
	G4-8	Mercados servidos.		13, 14
	G4-9	Dimensiones de la organización.		
	G4-10	Desglose de empleados de la organización.		
	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 período objeto de análisis en el tamaño, estructura, propiedad y cadena de suministro de la organización.	2	12 - 22
	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	
	G4-16	Asociaciones y organizaciones de promoción nacional o internacional a las que la organización pertenece.	18	

ÍNDICE	GRI 4 - Nivel de conformidad "Esencial" Criterios COP, Pacto Mundial - Nivel "Avanzado"			
Indicadores G4			Criterio COP Pacto Mundial	
Aspecto	Ind.	Contenido		Pag.
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	24, 25, 26-28
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.		
	G4-19	Listado de aspectos materiales.		
	G4-20	Cobertura de cada aspecto material dentro de la organización.		
	G4-21	Cobertura de cada aspecto material fuera de la organización.		
	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 Interes	G4-24	Lista de los grupos de interés vinculados a la organización.	21	26
	G4-25	Base para la elección de los grupos de interés con los que se trabaja	21	
	G4-26	Descripción del enfoque adoptado para la participación de los grupos de interés	21	
	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 Y LA ÉTICA EMPRESARIAL				
Gobierno Corporativo	G4-34	Estructura de gobierno de la organización y sus comités.		30
	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.		30,31
	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	30
	G4-38	Composición del órgano superior de gobierno y de sus comités.		30
	G4-39	Indicar si el presidente del órgano superior de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo.		

ÍNDICE	GRI 4 - Nivel de conformidad "Esencial" Criterios COP, Pacto Mundial - Nivel "Avanzado"			
Indicadores G4			Criterio COP Pacto Mundial	
Aspecto	Ind.	Contenido		Pag.
Gobierno Corporativo	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	30, 31
	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	30, 31
	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.		30
Ética e Integridad	G4-56	Describa 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	30,31
	G4-58	Mecanismos internos y externos de denuncia de conductas poco éticas o ilícitas, asuntos relacionados con la integridad organizacional.	12 al 14	30,31
	G4-SO4	Políticas y procedimientos de comunicación y formación sobre la lucha contra la corrupción.	12 al 14	31
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	
	G4-SO4	Políticas y procedimientos de comunicación y formación sobre la lucha contra la corrupción.	12 al 14	27
	G4-SO5	Casos confirmados de corrupción y medidas adoptadas.	12 al 14	27
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	
Seguridad y Salud en el trabajo	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.		35

ÍNDICE	GRI 4 - Nivel de conformidad "Esencial" Criterios COP, Pacto Mundial - Nivel "Avanzado"			
Indicadores G4			Criterio COP Pacto Mundial	
Aspecto	**Ind.**	**Contenido**		**Pag.**
Capacitación y Educación	G4-LA9	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por género y por categoría de empleado.	6 al 8	
	G4-LA10	Programas de gestión de habilidades y de formación continua.		33
	G4-LA11	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo		33
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.		
Mecanismos de reclamación sobre prácticas laborales	G4-LA16	Número de quejas sobre prácticas laborales presentadas, tratadas, y resueltas a través de mecanismos formales.		
3.3 PRESERVAMOS LA VIDA DEL PLANETA				
Gestión Ambiental				
Materiales	G4-EN1	Materiales utilizados, por peso o volumen.	9 al 11	38
	G4-EN2	Porcentaje de materiales utilizados que son reciclados.		38
3.4 APORTAMOS AL DESARROLLO SOSTENIBLE DEL PAÍS				
Comunidades locales	G4-SO1 / COP16	Inversión social estratégica y filantrópica	16	42
3.5 DEMOCRATIZAMOS LA RIQUEZA				
Desempeño económico	G4-EC1	Valor económico directo generado y distribuido de la organización.		44
	G4-EC7	Desarrollo e impacto de la inversión en infraestructuras y los tipos de servicios.		46
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	49

ÍNDICE	GRI 4 - Nivel de conformidad "Esencial" Criterios COP, Pacto Mundial - Nivel "Avanzado"			
Indicadores G4			Criterio COP Pacto Mundial	
Aspecto	Ind.	Contenido		Pag.
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.		16-19, 52,53
Etiquetado de los productos y servicios	G4-PR5	Resultados de las encuestas para medir la satisfacción de los clientes.		53
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.		53
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.		53

Coomeva
Turismo Agencia de Viajes

www.coomevaturismo.com.co