

# 2020

## INFORME DE SOSTENIBILIDAD



## PACTO GLOBAL



**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**  
PACTO GLOBAL  
**2020**



**LAKE HOUSE**  
Resort, Country Club & Spa



**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  
Ana Teresa Segura  
Deninson Mendoza  
Wilmer Andrés Castaño Caballero

## ADMINISTRACIÓN

Carlos Alberto Muñoz Mera  
Representante Legal



# CONTENIDO

Mensaje del Gerente de la empresa .....	7
Acerca del informe.....	9
<b>1. QUIÉNES SOMOS.....</b>	<b>11</b>
<b>2. NUESTRO MARCO ESTRATÉGICO DE SOSTENIBILIDAD.....</b>	<b>15</b>
<b>3. NUESTROS COMPROMISOS CORPORATIVOS CON LA SOSTENIBILIDAD .....</b>	<b>19</b>
<b>3.1 AFIANZAMOS NUESTRO GOBIERNO CORPORATIVO Y LA ÉTICA EMPRESARIAL.....</b>	<b>22</b>
3.1.1 Buenas prácticas de gobierno corporativo .....	23
3.1.2 Gestión ética.....	29
<b>3.2 CRECEMOS CON NUESTRA GENTE.....</b>	<b>30</b>
3.2.1 Desarrollo integral del talento humano .....	31
3.2.2 Gestión de compromiso y capital humano.....	33
3.2.3 Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo.....	34
<b>3.3 PRESERVAMOS LA VIDA DEL PLANETA.....</b>	<b>36</b>
3.3.1 Fomento de la cultura de consumo responsable.....	37
<b>3.4 APORTAMOS AL DESARROLLO SOSTENIBLE DEL PAÍS .....</b>	<b>39</b>
3.4.1 Compromiso con la comunidad.....	40
<b>3.5 DEMOCRATIZAMOS LA RIQUEZA.....</b>	<b>41</b>
3.5.1 Creación y distribución de valor económico sostenible.....	42
<b>3.6 AVANZAMOS CON NUESTROS ALIADOS .....</b>	<b>46</b>
3.6.1 Gestión de alianzas.....	47
3.6.2 Gestión sostenible de proveedores.....	47
<b>3.7 FACILITAMOS LA VIDA.....</b>	<b>48</b>
3.7.1 Generación de valor y confianza para asociados y clientes.....	49
<b>ANEXO 1: Tabla contenido indicadores GRI - Criterios Pacto Mundial.....</b>	<b>56</b>







## MENSAJE DEL GERENTE DE LA EMPRESA

Termina el año 2020, después de transitar nueve meses bajo la sombra de la pandemia por la covid-19. En este tiempo, durante cinco meses el Club permaneció cerrado a los usuarios, y los últimos cuatro meses estuvo muy restringido en su operación, frente a su dinámica habitual. De esta gran dificultad, de alto impacto económico para la finanzas del Club, se deben ponderar las acciones resultantes que con el equipo de trabajo se abordaron, con gran entusiasmo, responsabilidad y amor por esta empresa, para encontrar nuevas opciones, orientadas a minimizar el impacto de la crisis y proponer salidas con nuevos productos, recomposición de procesos, redistribución de funciones, reorganización administrativa, renegociación con proveedores, contratación de créditos blandos, fortalecimiento en las comunicaciones y avances en las herramientas digitales.

Sin duda, todas ellas muy positivas y de gran reconocimiento por los usuarios, pero con la convicción que nuestro gran desafío continúa siendo cautivarlos permanentemente con una cultura de servicio notable y sostenible en cada contacto con nuestros colaboradores.

Es imperativo que los atributos de calidad, inherentes a la prestación del servicio, se mantengan y escalen hacia mayores estándares, para que la excelencia sea la cotidianidad en nuestros productos. Esa es la única vía para posicionarnos en la preferencia de nuestros usuarios y visitantes. Es por esto que hoy todos nuestros esfuerzos están orientados a ese objetivo. Trabajamos en la inocuidad, oportunidad, agilidad, en facilitar los procesos, en conectividad, en comunicaciones y en la resolución inmediata por niveles de empoderamiento.

Igualmente reiniciamos con nuevas mejoras en productos y con inversiones aprobadas por Coomeva para restaurar espacios en hotelería, A&B, salones de eventos, baños de zonas húmedas, y vías del Club al condominio y edificio principal.

La segunda etapa del condominio ya es un hecho aprobado por Coomeva, con la realización de estudios urbanísticos y con licencias en proceso para su ejecución. La meta es iniciar su comercialización hacia el segundo trimestre del 2021.



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

El 2020 cerró con resultados más favorables de lo previsto al inicio de la pandemia, con una utilidad de \$44 MM frente a un estimado de pérdidas superiores a los \$1.300 MM en marzo, cuando se cerró la operación. Las acciones tomadas fueron oportunas en lo concerniente a la negociación de gastos, optimización de costos, resultados dinámicos en ventas que reaccionaron mejor de lo esperado en los últimos meses del año, y las nuevas propuestas que se generaron y fueron apropiadas para esta coyuntura: A&B mediante el formato Take-Away con reserva previa y empaque biodegradable; la redefinición de restaurantes con protocolos y cumplimiento de aforos, en espacios generosos y ambientes naturales; la hotelería con el concepto de aislamiento seguro; el diseño de redención gradual de bonos después de la reapertura y en la focalización en un mejor servicio; todas fueron claves para el buen desempeño.

Al momento de preparar este informe no era clara cuál sería la evolución de la pandemia en nuestro país, en 2021. Las noticias referían a que la vacuna estaría disponible para su aplicación a partir de la última semana de febrero, con un plan de ejecución que tomaría la mayor parte del año. Esto nos obliga a seguir concentrados en el manejo de la crisis y encontrar salidas comerciales que propicien los ingresos requeridos para la sostenibilidad del negocio, especialmente en hotelería, afiliaciones y alimentos y bebidas, donde observamos las mayores posibilidades. Se prevé que los eventos, que han representado un componente importante en la estructura de ingresos, se mantendrán muy marginales en 2021, es decir, muy similar al 2020, con un pequeño ascenso a final del año, cuando la vacuna haya llegado a gran parte de la población.

A pesar de las dificultades y limitaciones originadas de esta coyuntura, los retos y las oportunidades son nuestra mayor motivación, por lo que vemos un futuro pospandemia con un negocio más próspero, de mayor reconocimiento en el mercado y con alta orientación al cumplimiento de los objetivos trazados. La nueva etapa del condominio será un factor dinamizador del negocio, por lo que representa para el retorno de la inversión de Coomeva y la vinculación de nuevos afiliados – copropietarios, con mayor sentido de pertenencia y estabilidad para el Club.





## ACERCA DEL INFORME

**N**uestro Informe de Sostenibilidad / Comunicación de Progreso presenta a nuestros grupos de interés y a la sociedad en general las conclusiones de nuestras acciones en las áreas económica, social y ambiental, del 1.º de enero al 31 de diciembre de 2020, 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 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, a partir de los cuales cada empresa definió sus Asuntos Materiales, acordes con riesgos, impactos y oportunidades presentes en sus sectores operacionales, necesidades y expectativas de sus grupos de interés y referenciación de mejores prácticas.



**G4-28 / G4-32**

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

**Nombre:** Andrea Cifuentes Bonilla  
**Cargo:** Coordinadora de mercadeo  
**Dirección:** Calle 13 N° 57-50  
**Celular:** 316 4782233  
**Teléfono:** 333 0000 • Extensión 31524  
**Correo electrónico:** andrea\_cifuentes@coomeva.com.co  
**Ciudad:** Cali - Colombia

**G-31**





# 1 » QUIÉNES SOMOS

## LAKE HOUSE RESORT, COUNTRY CLUB & SPA

G4-3

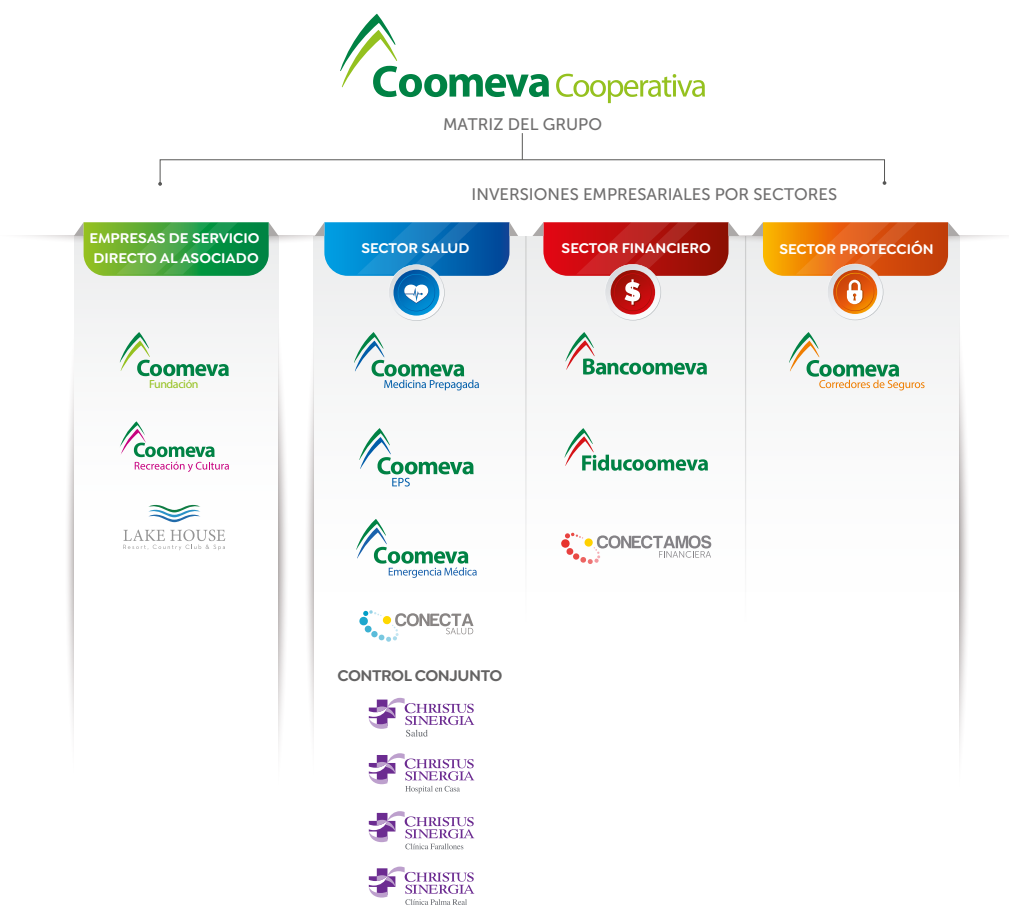
Somos una entidad sin ánimo de lucro, constituida de conformidad con la legislación colombiana. Nos certificamos como entidad sin ánimo de lucro a partir de la Ley Páez de 1995, junto a 100 empresas más. Desde julio de 2017 dejamos nuestro nombre comercial Club Los Andes y pasamos a llamarnos Lake House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

### GRUPO EMPRESARIAL COOPERATIVO COOMEVA



## NUESTRO MODELO DE NEGOCIO



G4-4

## COBERTURA DE MERCADO

Con su ubicación en el corazón de la Región entre los departamentos del Cauca y Valle del Cauca, Lake House tiene como principal zona de influencia ciudades como Cali, Jamundí, Popayán y Santander de Quilichao.



G4-5 / G4-8



## COMPOSICIÓN ACCIONARIA

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

G4-7



## CAMBIOS SIGNIFICATIVOS EN LA ORGANIZACIÓN DURANTE EL 2020

Los ajustes al modelo de servicio, enfocados a facilitarle al usuario la adquisición de productos con oportunidad, buena calidad y protocolos de bioseguridad, fueron determinantes para ganar mayor confianza con los actuales afiliados y atraer otros nuevos interesados en membresías y especialmente en el proyecto inmobiliario, logrando culminar con la mayor parte del inventario de los lotes disponibles. Otro factor determinante estuvo relacionado con la profundización y desarrollo de medios virtuales como herramienta de comunicación y comercialización con los afiliados y usuarios.

G4-13





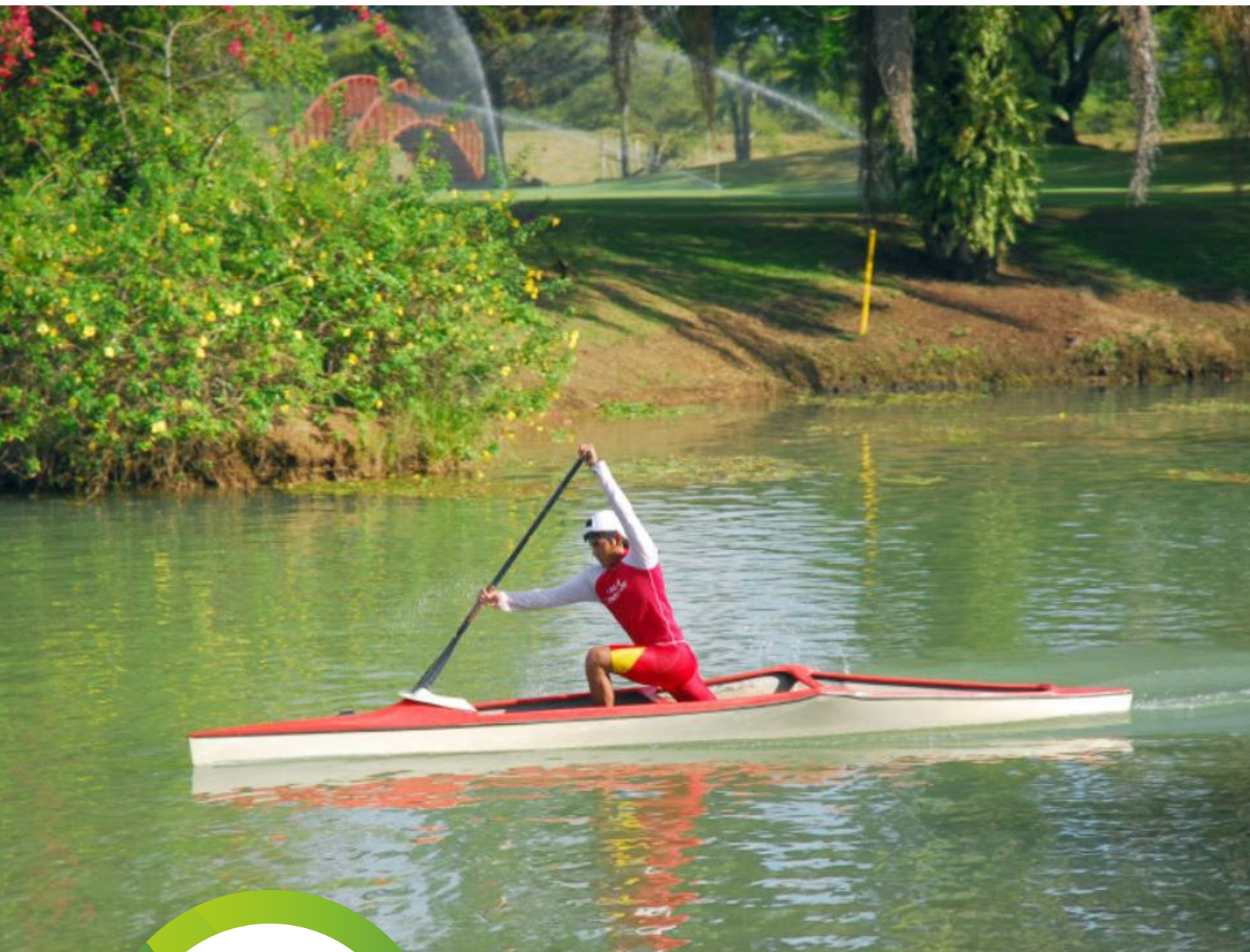
## Logros 2020

- Sostenibilidad del Club en un escenario de pandemia, con muchas limitaciones para esta industria.
- Mayor volumen histórico de ventas de lotes, con lo que se cierra esta primera etapa del proyecto inmobiliario.
- Optimización de costos y gastos sin detrimento de los productos y mantenimiento general del Club.
- Desarrollo de nuevos productos ajustados a la realidad económica del momento.
- Atracción de mayores deportistas, especialmente en golf.
- Estimulación de ocupación hotelera con planes semanales y quincenales.
- Establecimiento de protocolos de bioseguridad en procesos y productos que fueron altamente valorados por los usuarios.
- Negociaciones con proveedores para mantener la viabilidad del flujo de caja.
- Adaptación del equipo humano a las necesidades del momento, acudiéndose a la multifuncionalidad.
- Retroalimentación al afiliado y sensibilización permanente sobre servicios, productos protocolos y ofertas, dada la profundización en las comunicaciones y mayor presencia en medios virtuales.

## Prioridades 2021

- Recuperar y estabilizar económicamente el Club.
- Profundizar en la dinámica comercial de membresías y eventos.
- Incrementar el número de membresías por encima de los niveles que se tenían antes de pandemia.
- Posicionar el producto hotelero, para incrementar la ocupación en planes vacacionales y turísticos entre semana.
- Incrementar el posicionamiento de la marca Club, a nivel nacional.
- Abrir la comercialización de la segunda etapa del condominio.
- Incrementar el número de visitas de afiliados, para mayor consumo de productos, especialmente de hotelería y alimentos y bebidas.

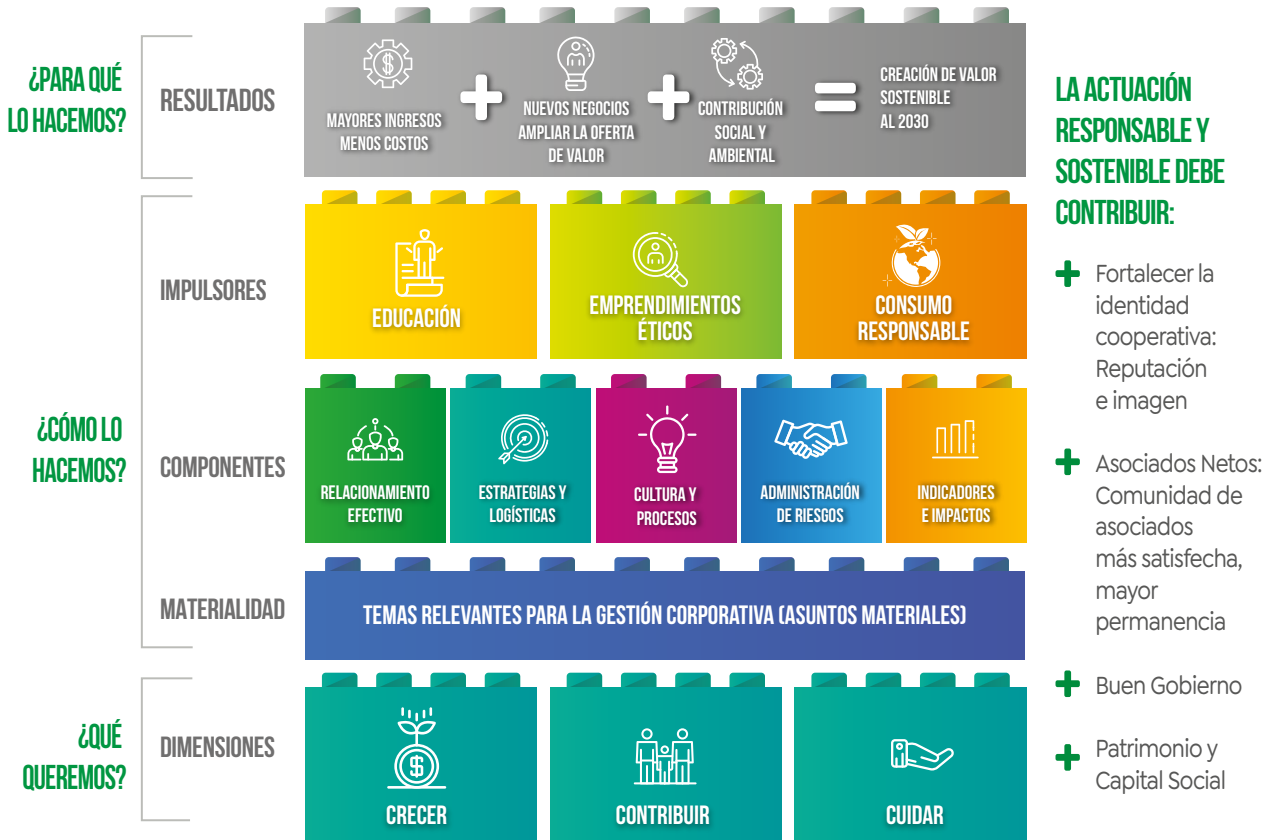




# 2

## NUUESTRO **MARCO ESTRATÉGICO** DE SOSTENIBILIDAD

# NUESTRO MARCO ESTRATÉGICO DE SOSTENIBILIDAD



GRÁFICA 1. MARCO ESTRATÉGICO DE SOSTENIBILIDAD

## 2.1 QUÉ QUEREMOS » DIMENSIONES

G4-15

En el marco de actuación del Grupo Empresarial Cooperativo Coomeva, las acciones están encaminadas al fortalecimiento de tres dimensiones de vital importancia -crecer, contribuir y cuidar-, para dar cumplimiento a la gestión corporativa en materia de sostenibilidad. Prospectivamente, estas dimensiones se orientan a la consecución de las metas propuestas a corto, mediano y largo plazo.

### Dimensión Económica es Crecer

Busca encaminar la gestión financiera del Grupo Empresarial Cooperativo a la consecución de acciones responsables que contribuyan al desarrollo económico de las regiones en las que Coomeva tiene presencia. Este crecimiento se logra a través del fomento y financiación a la creación de empresas, acompañado de capacitaciones que fortalecen las habilidades de asociados y otros grupos de interés.





### Dimensión Social es **Contribuir**

Aporta a los procesos de mejoramiento de las condiciones de vida de las personas, facilitando nuevos escenarios de formación, financiamiento y cobertura desde una considerable inversión en los procesos educativos que generen un gran impacto en los grupos de interés, principalmente en los asociados y sus familias.

### Dimensión Ambiental es **Cuidar**

Las estrategias y proyectos del Grupo Empresarial Cooperativo Coomeva están encaminadas a la preservación del medio ambiente que buscan disminuir las emisiones de CO2 y la reducción del consumo energético en sus sedes regionales.

y transparente entre todos los actores involucrados, analizando los espacios en los que se producen impactos y las acciones que están encaminadas a gestionar los mismos.

Esta construcción colectiva permite la priorización de los esfuerzos dirigidos a la satisfacción de los temas más importantes:

1. Afianzamos nuestro gobierno corporativo y la ética empresarial.
2. Crecemos con nuestra gente.
3. Preservamos la vida del Planeta.
4. Aportamos al desarrollo sostenible del país.
5. Democratizamos la riqueza.
6. Avanzamos con nuestros aliados.
7. Facilitamos la vida

## 2.2 CÓMO LO HACEMOS

### 2.2.1 Materialidad - Temas relevantes para la gestión corporativa

La materialidad de la arquitectura parte de la identificación y presentación de los asuntos más importantes tanto para el Grupo Empresarial Cooperativo Coomeva, como para todos los grupos de interés. Se consolida a partir del diálogo abierto

### 2.2.2 Componentes

- **Relacionamiento efectivo:** Este componente tiene en cuenta las expectativas y necesidades de los grupos de interés, su nivel de involucramiento y un diálogo abierto y transparente, fundamental en la toma de decisiones del Grupo.
- **Estrategia e iniciativas:** En la estrategia se integran los impactos, compromisos asumidos, modelo de negocio, innovación empresarial y contexto cooperativo. Las iniciativas propuestas por cada

empresa deben integrar beneficios por lograr, los públicos objetivo, el nivel de desarrollo, las alianzas por gestionar y los recursos.

- **Cultura y procesos:** Este componente es la organización mínima, eficaz y flexible que debe tener la empresa para implementar las iniciativas y gestionar la sostenibilidad. Integra el liderazgo de los directivos, cambios organizacionales, gestión del conocimiento, estructura de control y autonomía de los administradores de las empresas.
- **Administración de riesgos:** Implica la identificación, el análisis de costo/beneficio, la descripción de los efectos potenciales, la evaluación de soluciones y el estudio de la capacidad de respuesta del Grupo Empresarial Cooperativo.
- **Indicadores e impacto:** Definición de métricas para el monitoreo y control de la gestión social, ambiental o económica del Grupo. Los puntos de control y la periodicidad de su evaluación, así como también la construcción de los criterios de impacto, la rendición de cuentas a través de reportes, las auditorías internas y la verificación esperada.

### 2.2.3 Impulsores

El marco estratégico de sostenibilidad se materializa en tres grandes impulsores relevantes, oportunos y de alto impacto para la gestión cooperativa presente y futura. Coomeva está comprometida a liderar, incidir e inspirar en todos sus grupos de interés: la transformación de vidas con educación, a promover el progreso colectivo por medio de emprendimientos éticos y a preservar el planeta logrando un consumo responsable.

- a. **La educación** resulta ser un factor clave para el desarrollo de las personas y la transformación de los países, en la medida en que dinamiza las posibilidades y oportunidades de los ciudadanos, abriendo nuevos espacios de entrenamiento y capacitación que permiten a los asociados y otros grupos de interés obtener un valor agregado de la oferta formativa que tiene el Grupo Coomeva.
- b. **Los emprendimientos éticos** se convierten en iniciativas empresariales estandartes de los valores cooperativos de la organización y proponen un mayor fomento dirigido a la potenciación de nuevas iniciativas de los diferentes grupos de

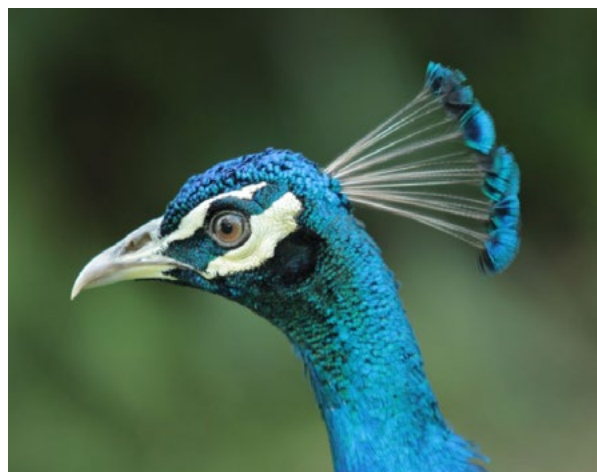
interés sobre los cuales se tiene un impacto directo, desarrollándose con base los principios y prácticas éticas necesarias para el éxito efectivo de las iniciativas ante un contexto que así lo demanda.

- c. Por último, la preservación ambiental se consolida como la propuesta que busca optimizar los procesos a través de la promoción de un **consumo responsable**, generando el ahorro y optimización de los recursos utilizados y creando conciencia sobre los beneficios que estas prácticas e iniciativas traen para el objetivo global al cual deben contribuir todos los actores, ligado al cuidado del medio ambiente. Es importante destacar que el Grupo Empresarial Cooperativo Coomeva ha venido implementado ciertas actividades que están alineadas con estos tres impulsores.

Los elementos descritos se enmarcan en nuestros principios y valores cooperativos y corporativos y da lugar a nuestra política corporativa de Responsabilidad Social Empresarial:

“Para nosotros, la Responsabilidad Social Empresarial, RSE, es la forma ética, transparente, solidaria e incluyente cómo 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”.

G4-24



3

NUESTROS **COMPROMISOS**  
**CORPORATIVOS** CON LA  
SOSTENIBILIDAD

# NUESTROS COMPROMISOS CORPORATIVOS CON LA SOSTENIBILIDAD

G4-DMA / G4-18

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

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.

## 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.

Lake House Resort, Country Club & Spa adopta los compromisos corporativos con la sostenibilidad a partir de los cuales define sus asuntos materiales, siendo estos los temas específicos y medibles que responden al cumplimiento de dichos compromisos.

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










G419 - G421



## COMPROMISO CON NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS

Lake House Resort, Country Club & Spa, está comprometida a mantener relaciones honestas, constructivas e idóneas, para ello ha identificado sus grupos de interés y ha establecido su compromiso con ellos.

G4 -24/ G4-26/ G426

GRUPO DE INTERÉS	COMPROMISO
 <b>Asociados y afiliados</b>	<p>Tener asociados y afiliados plenamente satisfechos ante la oferta de servicios de recreación y esparcimiento, ofrecida por Lake House y garantizar tarifas preferenciales para cada grupo.</p> <p>Asegurar experiencias inolvidables al recibir nuestros servicios, que respondan a su aporte.</p>
 <b>Colaboradores</b>	<p>Reconocer y remunerar de manera adecuada su contribución al desarrollo de la entidad, de acuerdo con la capacidad de esta, respetar su dignidad humana, y promover su crecimiento personal y profesional.</p>
 <b>Empresas</b>	<p>Brindar al Grupo Coomeva apoyo estratégico con el fin de procurar el cumplimiento de su objeto social, su perdurabilidad y garantizar la unidad de propósito, dirección y control, que permita la creación de valor económico y social.</p>
 <b>Clientes</b>	<p>Garantizar la prestación óptima de servicios.</p>
 <b>Proveedores</b>	<p>Buscar el mejor acuerdo negociado.</p>
 <b>Comunidad</b>	<p>Contribuir al desarrollo sostenible, ganar legitimidad y contribuir a la paz y a la preservación del medio ambiente.</p>
 <b>Estado</b>	<p>Cumplir con el orden institucional (Constitución y leyes) y ser interlocutores ante el Estado para la definición de políticas públicas sobre cooperativismo y economía solidaria.</p>







**COMPROMISO 1:**  
AFIANZAMOS NUESTRO GOBIERNO  
CORPORATIVO Y LA ÉTICA EMPRESARIAL

### 3.1.1 BUENAS PRÁCTICAS DE GOBIERNO CORPORATIVO

Mantenemos nuestra articulación de 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

G4-34

Continuamos bajo el modelo de gerencia integral que nos ha permitido concentrarnos en el desarrollo de productos y servicios, manejo administrativo, 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.

La estrategia de focalizar la actividad comercial en hotelería, golf, tenis y A&B fue acertada, aportando recursos que permitieron mejorar las cifras estimadas de pérdida, cuando inició la pandemia. El programa "Vive tu Club" negociado con Asociatividad, para el disfrute de los asociados mediante los programas de recreación, también se sumó al esfuerzo realizado para cerrar el año con un resultado positivo.

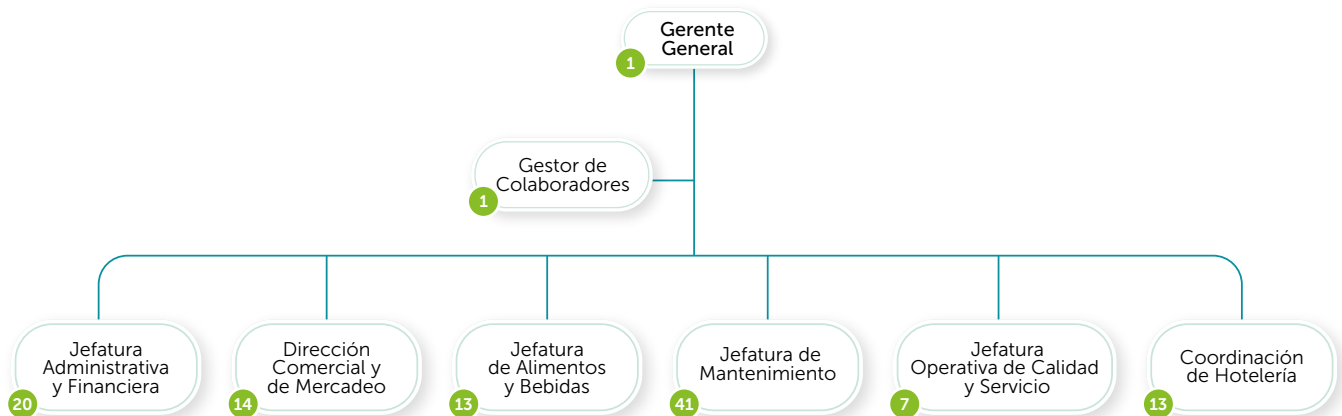
Hay enseñanzas que nos está dejando esta coyuntura, que se vienen capitalizando para el mejor funcionamiento del negocio y que se deben conservar a futuro; destacando especialmente la gran exigencia por la limpieza, inocuidad, desinfección, agilidad, simplicidad, optimización, tecnificación, orden, aprovechamiento de recursos, sentido de pertenencia, amor por empoderamiento, responsabilidad, confianza en los colaboradores,



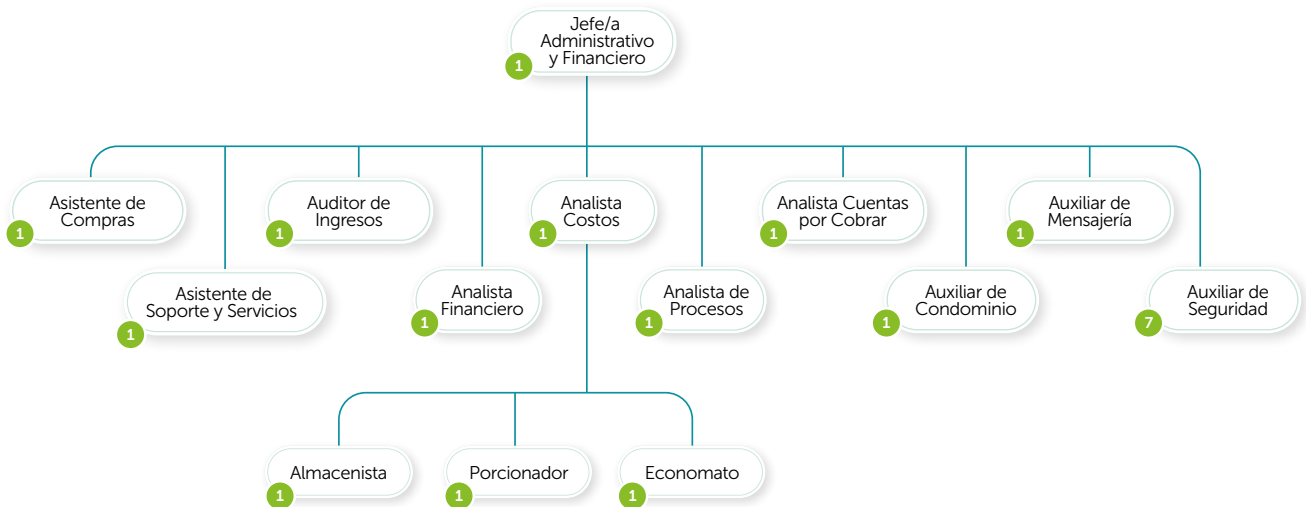
evaluación por resultados, valoración de los clientes, servicio de excelencia y otros más.

Con base en las exigencias en la prestación del servicio que desde 2019 se presentaron, la Junta Directiva aprobó una actualización a la estructura del resort, en la que se realizaron ajustes a los cargos y dependencias de los mismos, buscando tener una estructura con mayor cobertura especialmente en jefaturas claves y de impacto para la operación del resort; de esta manera se define como estructura para el año 2020 la siguiente:

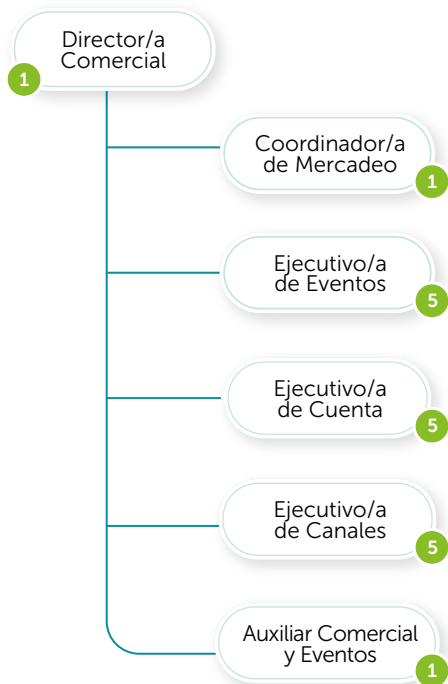
### ESTRUCTURA GENERAL



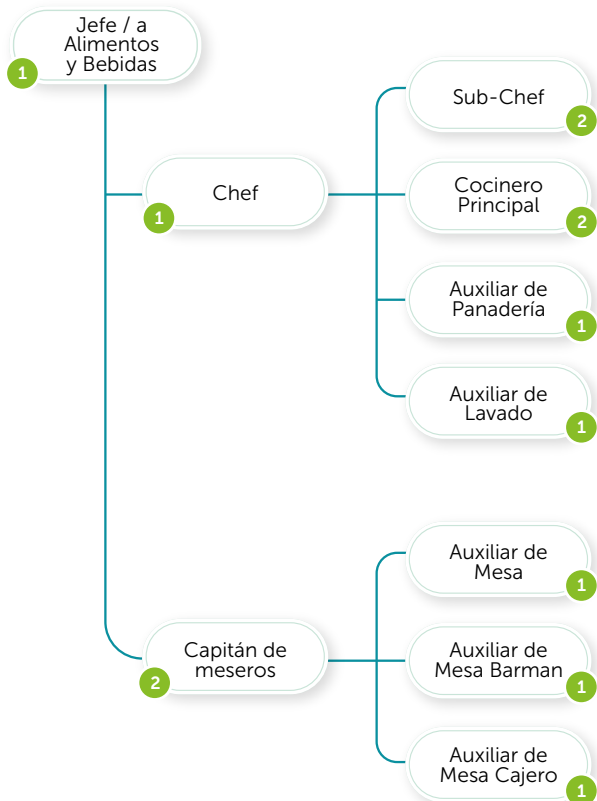
### JEFATURA ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA



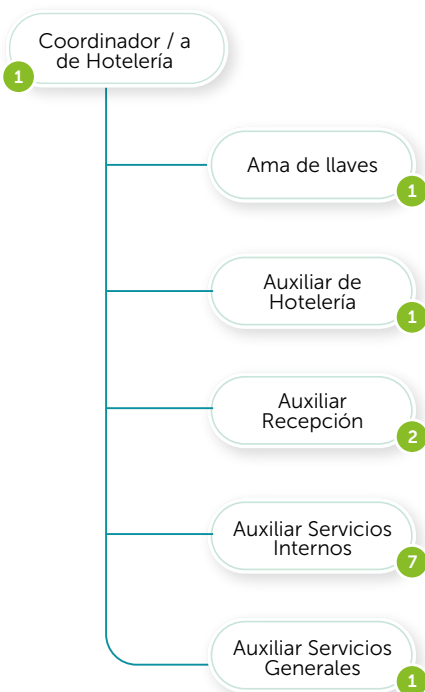
### DIRECCIÓN COMERCIAL



### JEFATURA ALIMENTOS Y BEBIDAS

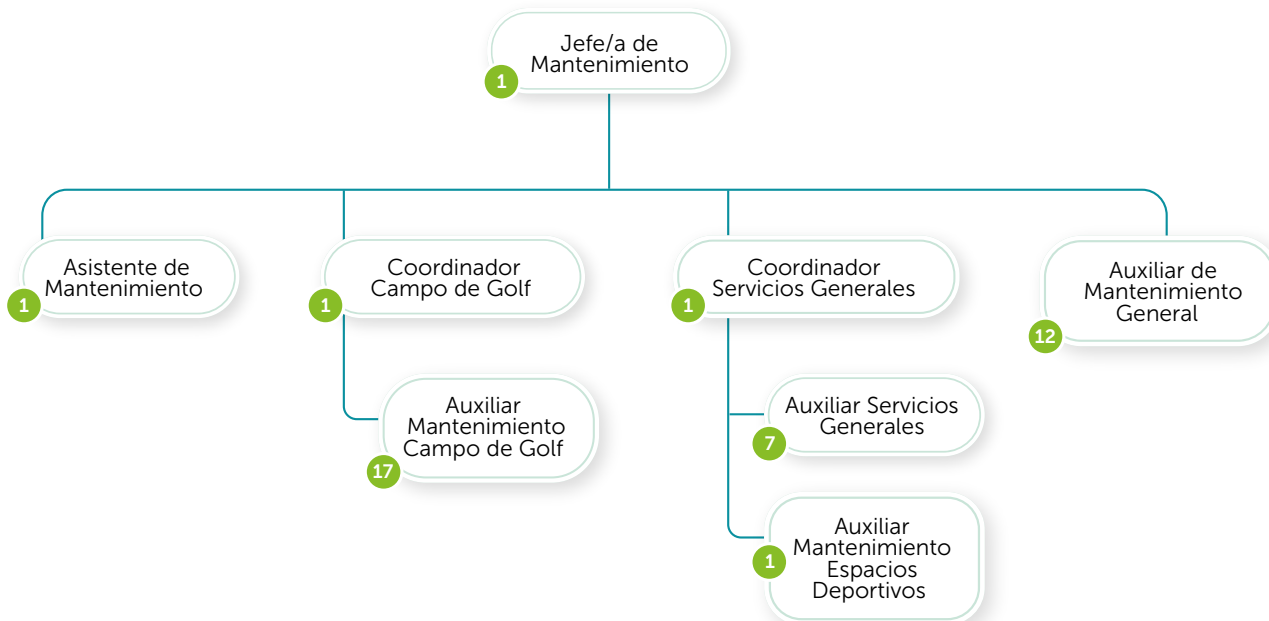


### COORDINACIÓN HOTELERÍA

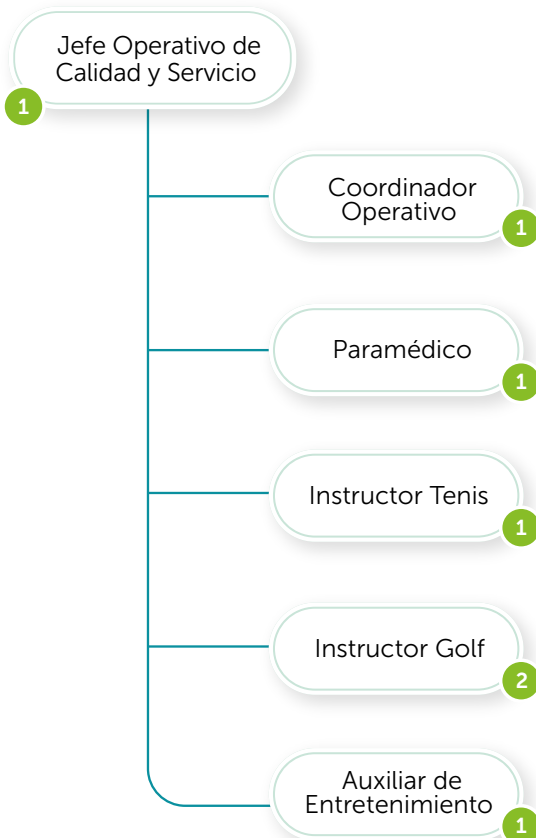




### JEFATURA DE MANTENIMIENTO



### JEFATURA OPERATIVA DE CALIDAD Y SERVICIO



## PRINCIPALES ÓRGANOS DE GOBIERNO

La Junta Directiva continúa midiendo mensualmente los resultados, la gestión y los procesos administrativos de nuestra 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 al menos dos veces al año por una auditoría interna corporativa y anualmente la Junta directiva es evaluada por una compañía externa contratada.

De acuerdo con lo establecido en el Código de Gobierno Corporativo, los miembros de la Junta Directiva son los principales gestores del gobierno corporativo y realizan su gestión con profesionalismo, integridad, competencia e independencia; al tiempo que 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.

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

## 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 Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, OCDE

Este 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 se incluye una clara 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

### G4-45

Disponemos de un Sistema de Gestión Integral de Riesgos debidamente implementado y alineado con la estrategia y al enfoque de sostenibilidad, mediante el cual se gestionaron principales riesgos clave de negocio durante 2020, que se describen a continuación:

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



En 2020 se continuó con las estrategias planteadas desde el 2018, así:

- Trabajo continuo en el posicionamiento de marca para la reducción del riesgo reputacional y consolidación de la oferta de valor planteada (enfoque en turismo vacacional, arrendamiento, afiliaciones deportivas y eventos de pequeña magnitud).
- 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.
- 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.





### 3.1.2 GESTIÓN ÉTICA

#### G4 -56 /G4-57 / G4-58

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.coomева.com.co](http://www.coomева.com.co)

Dentro de las normas o políticas rectoras que permiten orientar la gestión de riesgos relacionados con la corrupción, cuenta 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 lo 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, sobre costos en medicamentos, insumos y dispositivos médicos.

Así mismo, acorde con las mejores prácticas de gobierno corporativo se implementa 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 un 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 y prestadores en la lista con información de lavado de activos y financiación del terrorismo para identificar antecedentes y definir conducta.

Durante el 2020 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

### 3.2.1 DESARROLLO INTEGRAL DEL TALENTO HUMANO

G4-LA10 / G4-LA11



*Asesoramos,  
acompañamos y  
resolvemos*



*Damos lo mejor  
para crecer  
juntos*



*Hacemos  
que las  
cosas pasen*



*Retamos el  
presente para  
cambiar el futuro*



*Somos  
confiables y  
solidarios*

Durante el 2020 indudablemente los procesos de formación virtuales tomaron el papel más importante para dar continuidad al plan de fortalecimiento del talento humano. En este sentido se logró consolidar la alianza entre la empresa y Cotelco, dando alcance a

necesidades de formación y capacitación propias de la coyuntura mundial e impulsando así paulatinamente nuestra reactivación. Entre las formaciones realizadas tuvimos las siguientes:



## TALENTO

PRINCIPAL ALIADO →



#### ALIMENTOS Y BEBIDAS

Making Bread  
Casa de café  
Bioseguridad de alimentos  
Certificación BPM



#### HOTELERÍA

Calidad en la recepción  
Servicio al cliente para botones y recepcionistas  
Lineamientos generales de limpieza y desinfección



#### MANTENIMIENTO

Tratamiento de piscinas  
Bioseguridad en el manejo de residuos



#### MERCADEO

Recorrido turístico  
Lineamientos de comunicación en tiempos de crisis  
Rediseño de experiencias turísticas hacia el turismo cultural y de salud y bienestar  
Pricing post Covid-19  
Lineamientos legales para hacer marketing digital



#### SERVICIO

Protocolo y etiqueta  
Herramientas de excelencia en servicio al cliente



#### OTROS

Básico de Excell  
Felicidad en el trabajo  
Bioseguridad

**135 horas hombre**



Asimismo, se contó con la participación de los colaboradores en los diferentes programas corporativos que se llevaron a cabo durante este año:



### PROYECTO SENA

- Participación de 3 colaboradores
- Área Comercial (2) y Gestión Humana (1)

### CURSOS VIRTUALES

- Programa E-Líder: 78%
- Identidad Corporativa: 60%

### PILOTO DE TELETRABAJO

- Participación de 3 colaboradores

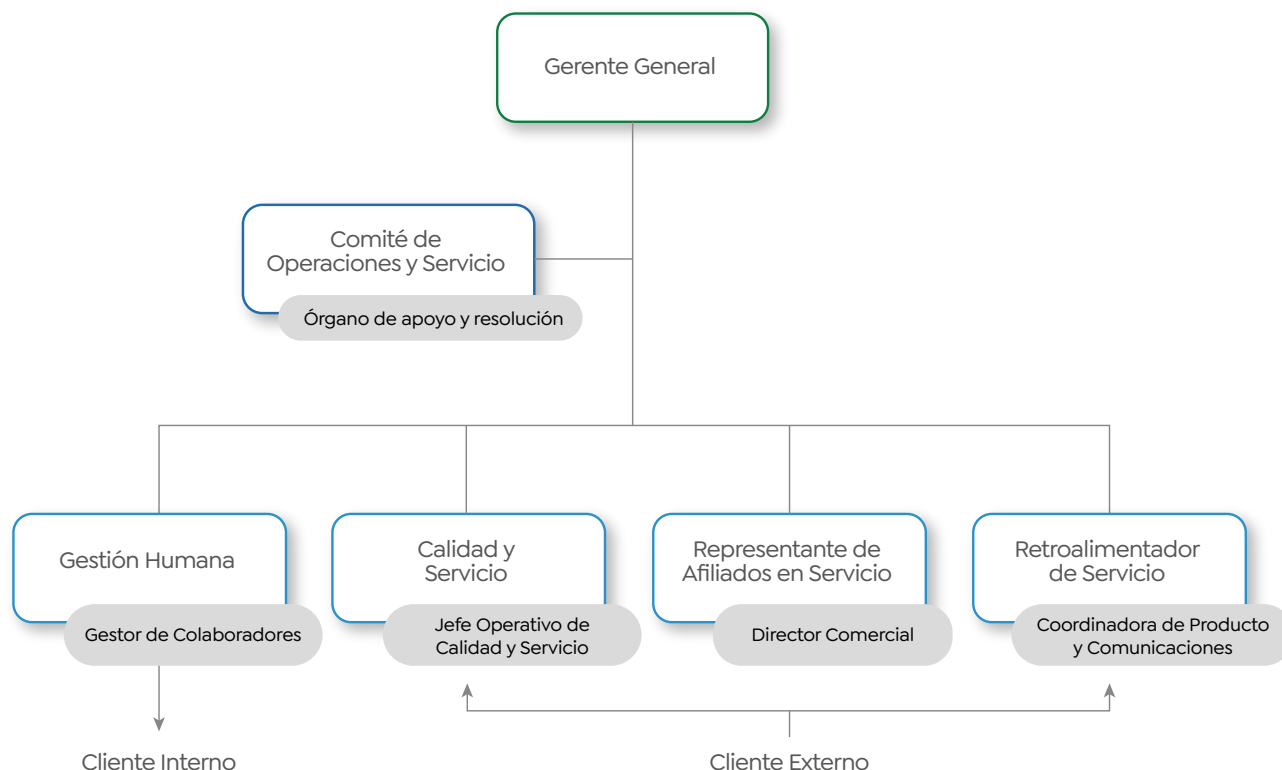


Frente al Servicio se logró la consolidación del Organigrama de Servicio en el cual se logró la inclusión de personal operativo al Comité de Operaciones y Servicio, como fuente de información importante para la toma de decisiones y propuesta de iniciativas de mejora; permitiendo así una definición clara de roles y público de interés.



## SERVICIO

G4-10



### Gestión de compromiso y capital humano

Para el cierre del año 2020 logramos mantener el empleo de 63 colaboradores directos y 23 colaboradores temporales, debido a un gran esfuerzo financiero de la Administración; de tal manera, se logró cerrar el año con una cobertura de planta directa en un 55%, 14 puntos porcentuales por debajo de lo logrado en el cierre del año 2019; no obstante, y aunque se presentaron retiros de colaboradores, se realizó la contratación de personal para las siguientes áreas:

Las anteriores contrataciones corresponden a la política de vincular por nómina directa a todos los colaboradores que cumplan con las siguientes condiciones:

- Hayan cumplido un año contratado a través de una Empresa de Servicios Temporales (EST).
- Se encuentren en un cargo aprobado en planta directa y con posiciones disponibles de acuerdo con la estructura.
- Hayan demostrado desempeño y competencias adecuadas para emplearse dentro de la Cultura Coomeva.



Área	Pax.
Administración	2
Comercial	1

Asimismo, en el eje de Compromiso se realizó la entrega de los beneficios extralegales a los colaboradores directos por alrededor de \$99,8 millones de pesos.



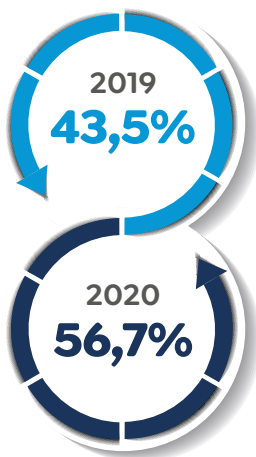
## Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo

G4-LA5 / G4-LA6

Durante el 2020 se logró un avance en el cumplimiento de los Estándares Mínimos del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo. Se alcanzó un cumplimiento del 56,7% gracias a la implementación de diferentes estrategias, junto al Servicio Corporativo

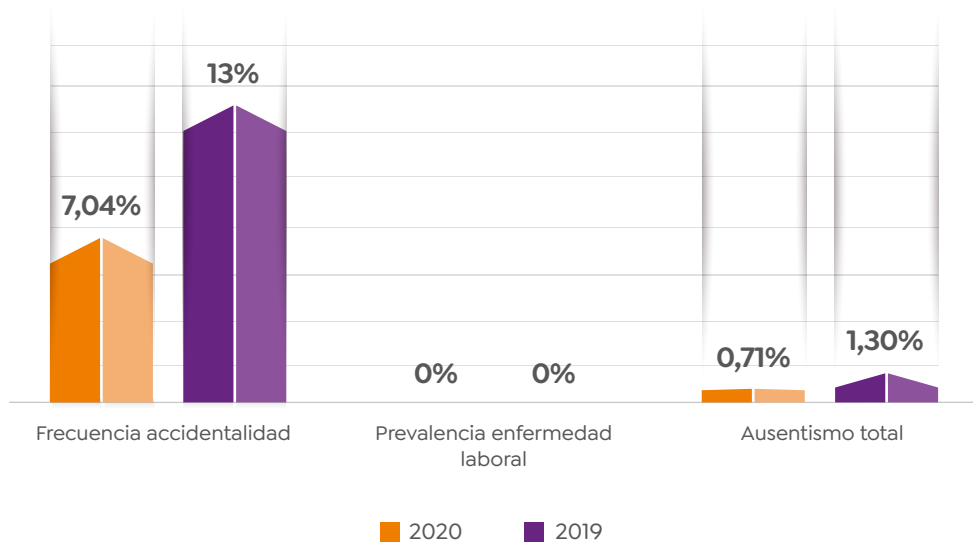
de SST; así mismo se continuó con el trabajo realizado durante el año 2019 con el mantenimiento de los comités y diferentes grupos de apoyo de colaboradores.

### EVALUACIÓN ESTÁNDARES MÍNIMOS



Mapeo personal con morbilidades	8 Colaboradores		
Investigación de accidentes laborales	7 Accidentes leves		
Implementación de protocolos de bioseguridad	Uso de Epp's	Lineamientos	Medidas de protección
Inspecciones	3 Inspecciones planeadas	Administración mantenimiento general	
Actualización matrices	Peligros y amenazas	Epp's	Legal
Mediciones ambientales	Dosimetría	Iluminación	Sonometría
Actualización	Reglamento de higiene y seguridad industrial		

A continuación, se relacionan los principales indicadores del área:



Frente a lo anterior, es importante recalcar la reducción significativa en la Frecuencia de Accidentalidad y Ausentismo Total que se presentó en el año 2020, comparado con las tasas presentadas en el año 2019. Esto puede deberse a la reducción en la planta de personal la cual minimiza las probabilidades de presentar accidentes o incapacidades; asimismo nos mantenemos en una tasa de 0% en prevalencia de Enfermedades Laborales.

Finalmente, durante el 2020 y ante la contingencia que nos demanda cumplimiento al distanciamiento físico, primaron las actividades virtuales a través de conexión por Teams, Radio Coomeva, envío de mensajes directos a los colaboradores, entre otros. Dentro de las actividades se destacan las siguientes:







### **COMPROMISO 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, con una extensión de 1.000.000 m<sup>2</sup>, una temperatura promedio de 26°C y a 1.000 m 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 m<sup>2</sup> aproximadamente con un 25% del total.

Cada seis meses la Corporación Regional del Cauca, CRC, hace las respectivas visitas de seguimiento a nuestra 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-EN2 /G4-EN3

- 126 galones de gasolina mensual.
- 64 galones de ACPM mensual.
- 585 galones de gas propano mensual.
- Consumo de energía activa 72.489 KW-mes.
- Demanda máxima 192.15 KW mensual.
- Impacto ambiental, regulación, normatividad e inversiones.

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

## FUENTES DE AGUA

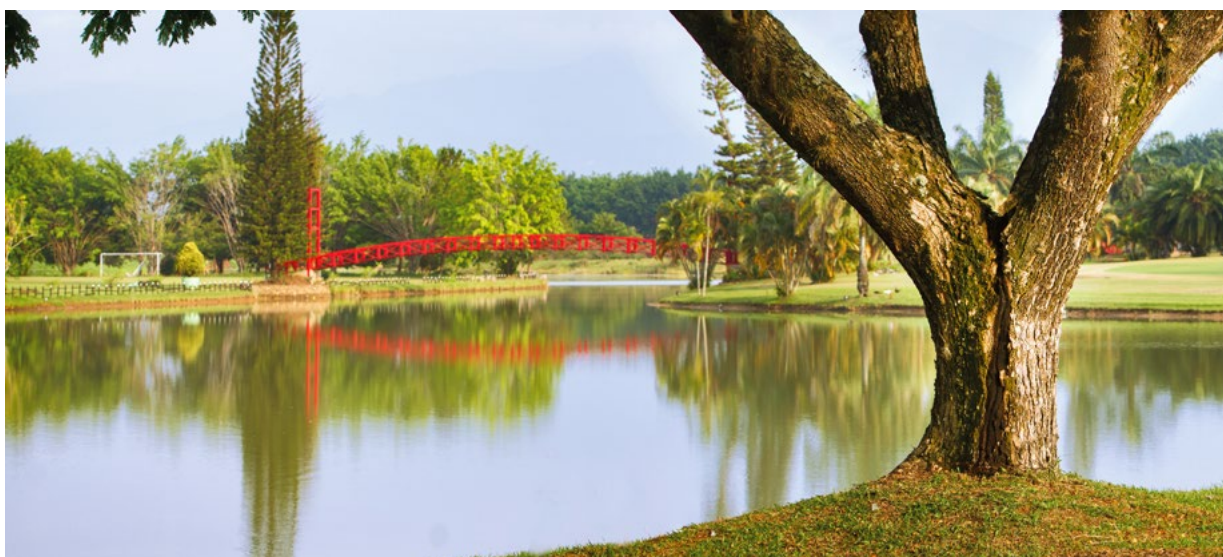
G4-EN8

- 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.

Se continuó 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, cartón: resultante de empaques, plásticos: botellas de gaseosa y empaques de alimentos, metales: latas de gaseosa y refrescos. Otros: Equipos descompuestos como partes y demás.

Gestionamos con la empresa Gestiones Ambientales, Gesam, a fin de procesar la recolección de desechos peligrosos tales como tarros de insecticidas, biosanitarios, lubricantes, solventes, etcétera.

Fecha de recolección	Características del material	Cantidad en Kg
01/2020	Desecho aceite AVU	460
03/2020	Desecho aceite AVU	150
11/2020	Desecho aceite AVU	140
07/2020	Desechos tóxicos	16
08/2020	Tarros, pinturas, otros	18
09/2020	Tarros contaminados	13
11/2020	Chatarra	400
<b>TOTAL</b>		<b>1.197</b>





Se continuó con el proyecto de huerta, evidenciando resultados como:

1. 15 toneladas de compostaje a la fecha.
2. 14 arrobas de desechos orgánicos de cocina recolectadas en todo el año que se aplicaron al compostaje.
3. Tres volquetas de tierra abonada como producto del proceso de compostaje, aplicados en el campo de golf y siembra de plantas en condominio.
4. De los desechos de cocina se han tomado semillas para la siembra de plantas:
  - a) Zapallo: una siembra
  - b) Pimentón: Dos siembras
5. Se da continuidad al proyecto del vivero, en la zona que colinda con el límite del Club hacia la carretera, aunque de manera limitada, ya que la situación de pandemia obligó al cierre total del Club por cinco meses, presentándose cancelación de servicio, por lo que no se generó producción de A&B disminuyendo los productos aprovechables. Durante 2020 se logró la producción de:
  - a) 21 matas de plátano que generaron dos cortes de 41 racimos totales
  - b) 10 hijos de mata de plátano para nueva siembra
  - c) 2 canastillas de maracuyá

- d) 1 canastilla de pimentón
- e) 7 kilos de lechuga
- f) 3 zapallos
- g) 20 kilos de Yuca
- h) 3 kilos de cilantro

## PROYECCIONES

Durante 2020 se trabajó en la siembra, recolección y aprovechamiento de producción en la zona de vivero, se realizó la venta de una carga (volqueta) de tierra abonada para atención de jardinería en el condominio, dos volquetas de tierra abonada como aprovechamiento en el mantenimiento del campo de golf, se continuó con el aprovechamiento de los desechos vegetales de cocina para la siembra de especies, y con cosechas de productos en las diferentes temporadas, que aportaron a los insumos de cocina como cilantro, yuca, zapallo, maracuyá, plátano, los cuales se incluyeron en nuestros procesos de producción.

El proyecto de huerta interactiva no se logró implementar debido a la situación de pandemia. En este se contemplaba como parte vital de su desarrollo, la participación de la comunidad de afiliados del Club, pero dado que estuvo restringido el ingreso la mayor parte del año, no fue posible realizarlo. Para 2021 se plantean nuevas propuestas y se evalúa la posibilidad de manejar la huerta en cabeza de la comunidad de trabajadores.





**COMPROMISO 4**  
APORTAMOS AL DESARROLLO  
SOSTENIBLE DEL PAÍS



### 3.4.1. COMPROMISO CON LA COMUNIDAD

Durante los últimos años Nuestra labor ha sido apoyar a los adolescentes y jóvenes que se desempeñan como caddies y boleros en nuestros campos de golf del Club, mediante nuestro programa de prevención, aprovechamiento del tiempo libre y práctica del deporte. Por medio de este programa les brindamos acompañamiento después de su jornada estudiantil, para que encuentren en nuestras instalaciones alternativas para la adecuada utilización del tiempo libre.

Esta labor se dificultó durante el 2020, debido a que nuestras puertas estuvieron cerradas por varios meses para todos los usuarios y algunos colaboradores, lo que impidió la continuidad del programa.

#### OBJETIVO GENERAL

Promover el aprendizaje, por medio de actividades deportivas que puedan crear una ruta o plan carrera para estos jóvenes y de esta manera puedan lograr su independencia personal orientada hacia un futuro proyecto de vida positivo.

En los primeros tres meses del año se obtuvieron los siguientes logros:



- Entrenamiento de jóvenes entre los 18 y 25 años, fortaleciendo las habilidades deportivas.
- Formación en las normas de recoger de una manera integral:
  1. Estrategias de recogida en la cancha y normas básicas del golf.
  2. Puntos donde se deben situar para lanzar la bola.
  3. Atención a los jugadores (respeto, lenguaje, comportamiento, entre otros) formando los futuros profesionales en recogebolas, monitores, profesores y jugadores.
  4. En su entrenamiento participa el formador deportivo.
- Contamos con 30 adolescentes y jóvenes en el momento.

Por otro lado, llevamos a cabo tres jornadas de donación para apoyar a estos jóvenes, sus familias y personas vulnerables de las zonas aledañas al Club, con la entrega de mercados.

#### JORNADAS DE DONACIÓN LIDERADAS POR COOMEVA Y APOYADAS POR LAKE HOUSE:



G4-SO1



## **COMPROMISO 5**

DEMOCRATIZAMOS  
LA RIQUEZA

### 3.5.1 CREACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE VALOR ECONÓMICO SOSTENIBLE

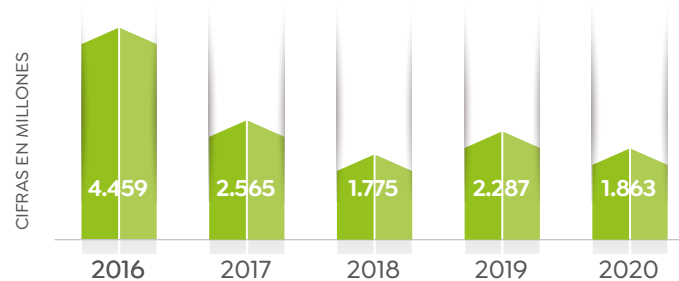
(Cifras expresadas en millones de pesos)

G4-EC1 / G4-EC7 / G4-EC8 / G4-EC9

En 2020 los activos de la empresa decrecieron en un 18.5% (\$424 MM) frente a 2019, debido a diferentes factores como la disminución de la cartelera de eventos que no se realizaron, debido a la situación de pandemia, con una variación de \$430 MM frente a 2019. Se presentó igualmente disminución de inventarios de A&B derivado del cierre de operación por cinco meses y la disminución de público en los meses restantes del año 2020, con una disminución de \$128 MM frente a 2019. Por su parte, la cartera de

afiliados disminuyó \$69 MM frente a 2019, impacto que refleja el decrecimiento del número de afiliados, que para el 2020 fue de 111 personas. Adicional a esto el incumplimiento en pagos ocasionó incrementos en las necesidades de deterioro. Como aspecto positivo se resalta la depuración de cartera y el cubrimiento de riesgos a través del deterioro, depuración de anticipos y castigos de cartera realizados, que permiten dar inicio al nuevo año con un activo más depurado.

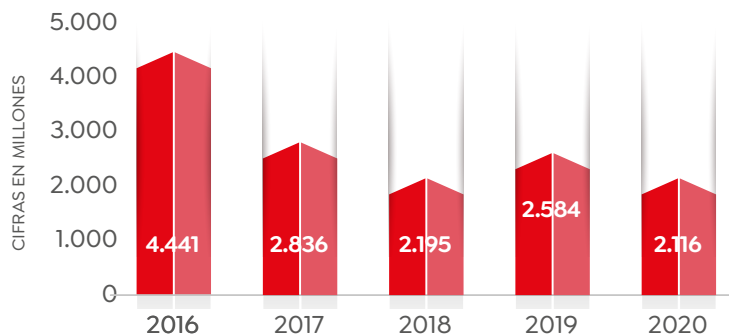
#### ACTIVOS



El pasivo cerró en 2020 en \$2.116 MM mostrando una disminución total de \$468 MM. Como novedad importante se tiene el endeudamiento financiero adquirido en 2020 por \$600 MM, destinado principalmente a atender las obligaciones contraídas con proveedores en la vigencia 2019 y hacia atrás; con ello se logró la disminución de deudas con

proveedores y otras cuentas por pagar en \$1400 MM frente a 2019, lo que nos permitió continuar en la línea de saneamiento de pasivos y corresponder a la confianza de nuestros proveedores. Se constituyen las provisiones correspondientes a 2020 conforme los compromisos adquiridos a final de año.

#### PASIVOS

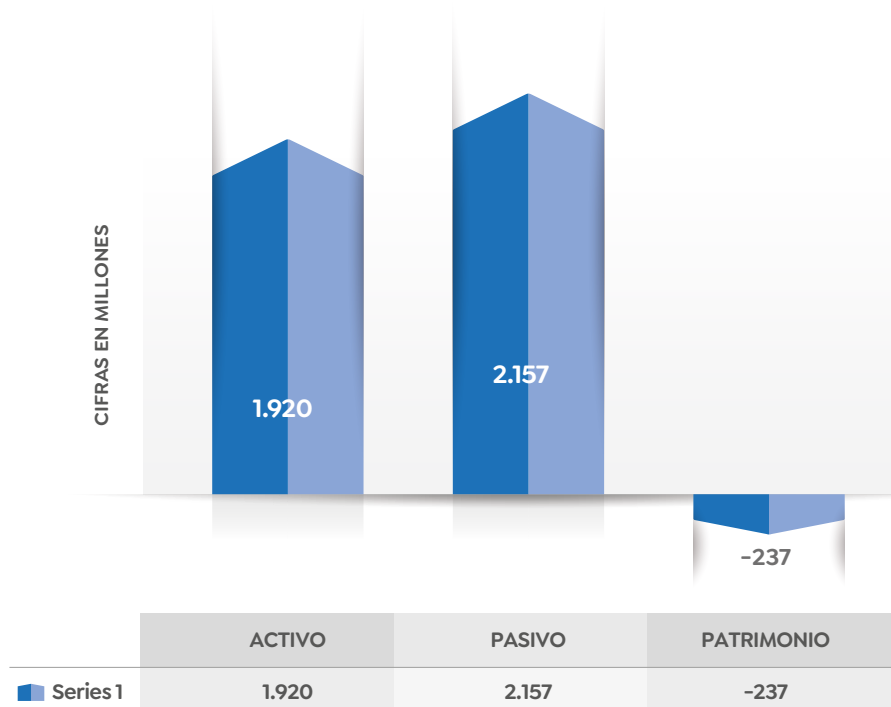




El proceso productivo y de gestión realizado por el Club, tuvo una fuerte afectación por la situación mundial por la covid-19, acompañado esto de las decisiones gubernamentales frente a la contención y control del virus. Es así como el Club se encuentra dentro de los sectores económicos más golpeados en la prestación del servicio, pues la pandemia nos obligó a cerrar operaciones desde el 16 de marzo de 2020 y hasta el 1.º de septiembre de 2020 cuando inició la nueva normalidad. La exigencia física del Club implicó tener personal disponible para las labores de mantenimiento de toda la infraestructura, lo cual a su vez exigía el mantenimiento del número de personas vinculadas a estas labores, así como asumir costos fijos de operación como productos químicos, energía, vigilancia, productos de desinfección, trajes de protección etcétera, que pudieron ser cubiertos con la ejecución de diferentes estrategias como: las decisiones de apoyo de la Dirigencia de Coomeva, que permitieron la negociación, por el año 2020, de no cobro de los servicios prestados por la Unidad de Servicios Compartidos del Grupo Coomeva, al Club, por \$550 MM; la solicitud de crédito a Bancoomeva por \$600 MM respaldado por el Fondo Nacional de

Garantías, FNG; la vinculación al programa para el empleo PAEF impulsado desde el Gobierno nacional para apoyar en el pago de nóminas y primas del personal fijo por \$180 MM y la generación de recursos propios como por ejemplo el éxito en ventas de lotes que dio como resultado \$305 MM en comisiones, la apertura y ampliación del restaurante Hoyo 19 y Rotonda, generando así \$562 MM en el año; oferta de servicios hoteleros en arrendamiento y diario (este último después del 1.º de septiembre) que generaron ingresos por \$625 MM en el año, (las cifras de A&B y Hotelería se encuentran enlazadas a la negociación de Vive tu Club por \$500MM); se mantuvo una estricta política de control de costos y gastos logrando excelentes negociaciones con proveedores y una menor ejecución en los gastos fijos, que permite finalmente que el cierre de 2020 muestre una cifra positiva de los resultados. Si bien para 2020 no se puede mencionar una mejora o resaltar un crecimiento de la empresa, dada la crisis de la salud, se pueden evidenciar los esfuerzos realizados para lograr salir adelante ante los retos planteados por la situación y el aprendizaje que deja a la empresa para potencializar sus fortalezas en las vigencias futuras.

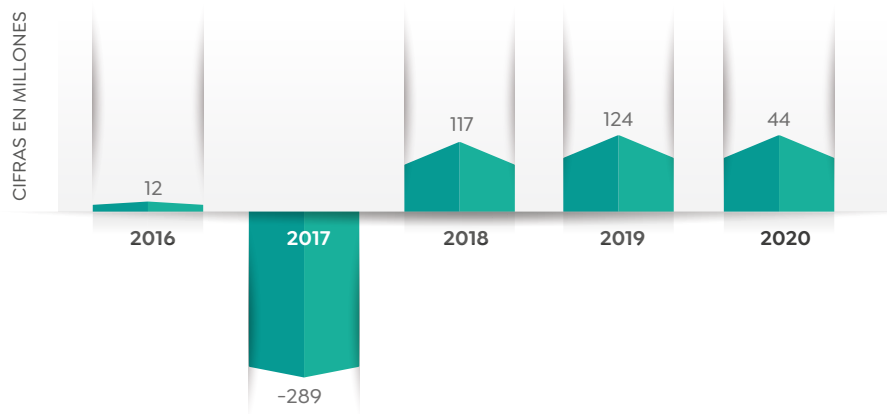
### ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA



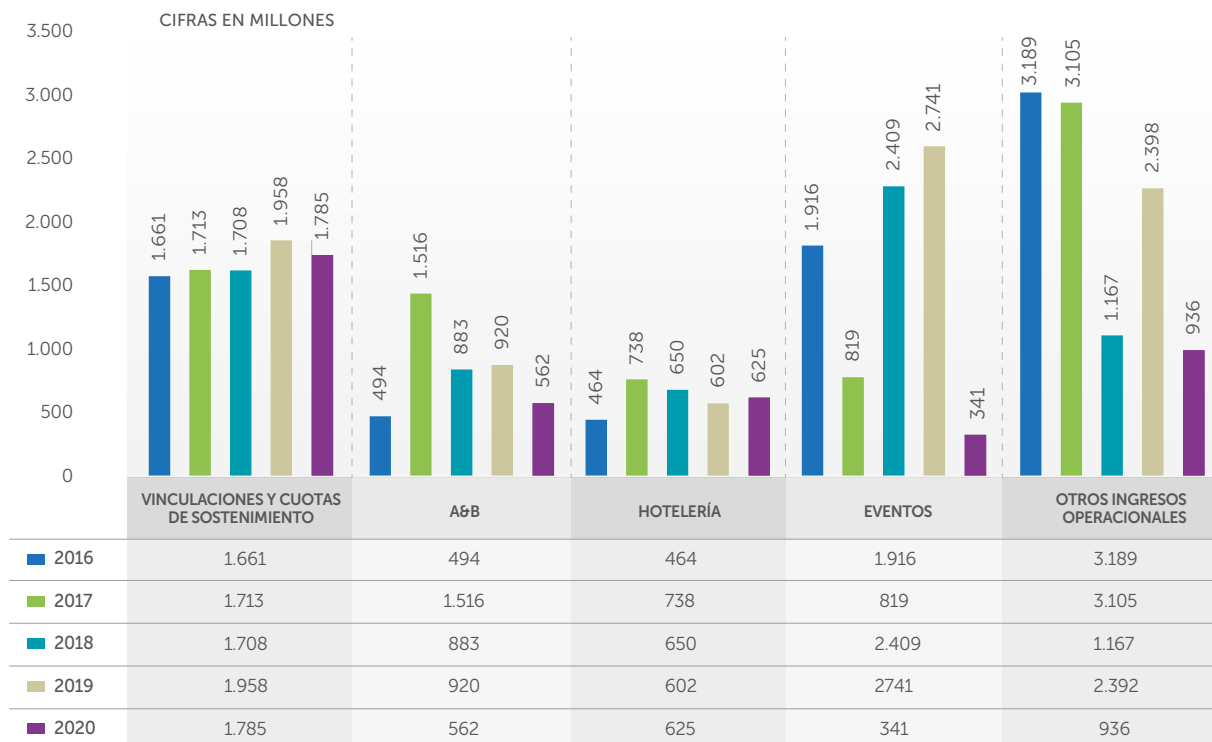
Los resultados 2020 son producto de la convergencia de diferentes estrategias y apoyos. Los aportes recibidos desde Coomeva con las negociaciones de las operaciones, los aportes del Gobierno nacional a través de sus diferentes programas como el PAEF y el PAP para sostenimiento de la nómina, la negociación del producto Vive tu club por \$500MM, las estrategias internas de retención de afiliados, la venta de lotes que en 2020 superaron la meta propuesta con 25 unidades vendidas, el control de costos y gastos

haciendo uso de lo fundamental y garantizando con ello el adecuado mantenimiento de los espacios, dan como resultado un cierre de año en \$44 MM de utilidad, generando así el tercer año consecutivo de cierre en cifras positivas. El año 2020 fue un año de muchos retos que exigió al máximo la coordinación de los equipos y de los directivos, en el establecimiento de estrategias que dejan grandes enseñanzas para aplicar en las vigencias futuras.

### EXCEDENTES O PÉRDIDAS



### INGRESOS OPERACIONALES

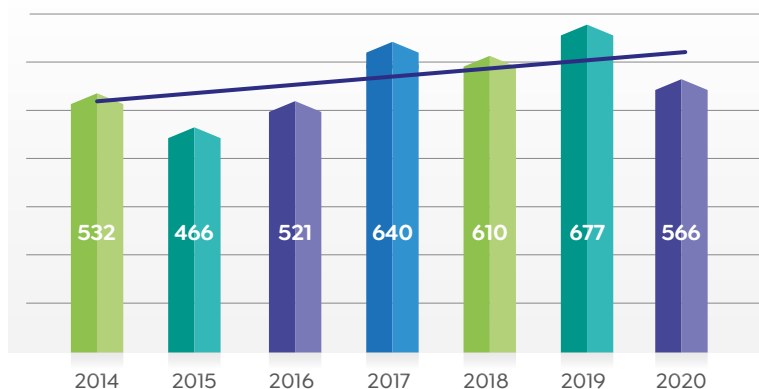


La gráfica muestra claramente los impactos que el 2020 generó en los ingresos, en especial en rubros como eventos, en donde la dependencia de la afluencia de público para la realización de eventos empresariales de fin de año generó un decrecimiento frente a 2019 de \$2.400 millones de pesos, igualmente el impacto generado en la disminución de afiliados acumulados durante todo 2020 para un total de 111 afiliaciones perdidas, lo que representa un decrecimiento de \$173 MM frente a 2019.

con sus familias, lo que representa en promedio al Club 400 personas que generan consumo de los diferentes productos ofrecidos (se estiman familias de cuatro personas). Esta situación conllevó a la aplicación de estrategias de selección que permitan depurar la base de afiliados, por lo cual, en 2020 se constituyó un comité de ingresos, el cual valida las capacidades económicas y calidad de las personas interesadas en ser parte de Lake House. Esta estrategia está direccionada a estabilizar la base de datos de afiliados, contando con personas que puedan permanecer con nosotros cuando se presenten situaciones similares a las vividas en 2020.

Las afiliaciones durante el 2020 representaron uno de los rubros que sufrió un fuerte impacto. Acumulado a diciembre de 2020 se pierde un neto de 111 afiliados

### AFILIACIONES



### HISTÓRICO DE LOTES

El año 2020 marcó otro precedente en la reactivación continua que se viene dando desde el 2019 en este proyecto inmobiliario, tanto en el volumen de venta

de los lotes como en la valorización del m2 que ha tenido igualmente un crecimiento que se refleja en los ingresos que se están generando por este concepto.







**COMPROMISO 6**  
AVANZAMOS CON NUESTROS ALIADOS



### 3.6.1 GESTIÓN DE ALIANZAS

G4-16

#### Asociaciones a las que pertenecemos

En Lake House buscamos la vinculación a asociaciones estratégicas para propender por el cumplimiento de nuestra oferta de valor. Por eso pertenecemos a 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

### 3.6.2 GESTIÓN SOSTENIBLE DE PROVEEDORES

Conforme a la proyección de la organización frente a criterios que orientan el enfoque de sostenibilidad en la gestión de proveedores, durante 2020 se han realizado 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. Junto con estos requisitos que venimos implementando desde hace unos años, se adicionaron en 2020 los relacionados con el cumplimiento de normas de bioseguridad.

En 2020, las acciones de normalización de deudas con proveedores tuvieron un mayor protagonismo, ejecutándose acciones sobre préstamos y anticipos que nos permitieron terminar al día con cerca del 90% del total de las deudas, y con esto, fortalecer las relaciones de los proveedores actuales en preparación para la pronta normalización de actividades. Estas actividades permitieron aportar a la estabilidad de proveedores y al sostenimiento de la cadena de abastecimiento, en especial en épocas de pandemia donde la productividad de todo el sector estuvo detenida, brindando la posibilidad a nuestros proveedores de permanecer activos en el mercado. Durante 2020 se continuó, a través de las alianzas, con procesos de capacitación para nuestros empleados en el uso adecuado de productos y orientación al desarrollo de buenas prácticas en las diferentes áreas de la operación, lo cual nos ayuda

a garantizar el 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. Igualmente se implementaron cambios en nuestros menús, ajustando la oferta de productos a la demanda de los mismos, permitiéndonos optimizar y reducir desperdicios, a la vez que se dio uso al material desechable biodegradable, lo cual permitió la aplicación de “autoservicio” en la recolección de los productos y el cuidado del medio ambiente.

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 70% en compras con proveedores cercanos a la sede campestre y un promedio del 30% en compras en la ciudad de Cali. Este cambio en la proporción es explicado básicamente por las restricciones de movilidad, la disminución de la oferta de productos y el cierre del Club, lo cual nos hizo buscar alternativas cercanas para suplirnos de los insumos requeridos para operar.



G4-12



**COMPROMISO 7**  
FACILITAMOS LA VIDA



### 3.7.1 GENERACIÓN DE VALOR Y CONFIANZA PARA ASOCIADOS Y CLIENTES

En Lake House estamos comprometidos con el 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 Empresarial y bases de datos del sector empresarial del área.

En todos de los casos la información recibida tiene un carácter de confidencialidad. Es responsabilidad del Coordinador de Mercadeo y Comunicaciones manejar las bases de datos y toda la información recibida por el cliente, para garantizar la adecuada prestación del servicio.

El 2020 representó importantes retos en la búsqueda de acciones que nos permitieran permanecer en el mercado, en situaciones que significaron el cierre

de los servicios del Club por cinco meses y medio, sostenimiento del personal, el mantenimiento de los espacios y demás procesos. Esto se traduce en la necesidad de fidelizar a nuestros clientes como una estrategia de sostenimiento.

Durante el 2020 se implementaron diferentes soluciones direccionadas a mejorar la experiencia de nuestros clientes; estas tuvieron diferentes puntos de impacto, pasando por la mejora en la calidad de nuestros servicios a través de cambios en procesos operativos que permitieron una operación limpia y confiable, amable con el medio ambiente, seguros en materia de contención del virus y confortables, hasta la modernización del Club, incursionando en nuevas tecnologías que permiten accesos rápidos a nuestros productos, facilidades en la realización de transacciones, cero contacto, planeación de actividades, etcétera.

Nos acogemos 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, y cuyas políticas se pueden conocer en nuestra página <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



El modelo de gestión comercial 2020 se enfocó en: Hotelería, Alimentos y bebidas y la base de afiliados. En cada línea de negocio se definió 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 realizó fidelización a los clientes actuales y búsqueda de clientes corporativos para hotelería.

- Las afiliaciones no se comportaron como se esperaba debido a la coyuntura, pues al no poder operar no era posible invitar a clientes potenciales a conocer y enamorarse de las instalaciones y su naturaleza. Aunque tuvimos pocos desistimientos, el número total de afiliados es 566.
- En relación con los eventos, no logramos lo esperado, ya que la mayoría del año los eventos no fueron permitidos ni recomendados por la Secretaría de Salud para evitar focos de contagio del virus covid-19. Aun así, al final del año logramos retomar la realización de eventos propios usuales, bajo las medidas de cuidado recomendadas.

2020

	AFILIADOS NETOS	AFILIADOS PPTO
<b>AFILIADOS</b>	556	882
	DESISTIMIENTOS	RENOVACIONES
	12	31
<b>EVENTOS</b>	EVENTOS NETO	EVENTOS PPTO
	\$ 341	\$3.100
<b>LOTES</b>	LOTES REAL	LOTES PPTO
	26	11
<b>HOTELERÍA</b>	HOTELERÍA REAL	HOTELERÍA PPTO
	\$625	\$800

- En el año 2020 logramos enfocarnos en el servicio hotelero de larga estadía, adecuando nuestro producto para mantenernos en el mercado durante la pandemia. Tuvimos alta concentración de huéspedes durante los fines de semana.

La ejecución en comunicaciones de este 2020 nos permitió mantenernos conectados con nuestros afiliados y llegar a nuevos públicos de interés durante estos tiempos donde la virtualidad se convirtió en

nuestro aliado. 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, generamos contenido de

valor en nuestras redes con consejos de golf, con el objetivo de incrementar la cantidad de golfistas en la comunidad Lake House.

## MODELO DE SERVICIO



## PLAN COMERCIAL

1. Crecer la base de afiliados.
2. Promocionar nuestros productos a través de medios digitales.
3. Llegar al mercado nacional e internacional y especialmente a asociados de otras regionales mediante canales virtuales para incrementar la ocupación hotelera.
4. Desarrollar una oferta comercial atractiva de patrocinios para atraer marcas interesadas en hacer presencia en el Lake House, con su publicidad.

5. Encuesta de satisfacción de servicios al afiliado/ cliente.
6. Respuesta efectiva y ágil a través de los medios presenciales, telefónicos y virtuales a usuarios.
7. Acercamiento personalizado a los afiliados y usuarios mediante actualización de base de datos, contacto directo de la fuerza comercial y servicio al cliente.
8. 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.
2. Uso efectivo de herramientas virtuales para promoción y posicionamiento de la marca.
3. Ventas de productos a través de plataformas virtuales para hospedaje.

## PLAN DE EXCELENCIA DE SERVICIO

1. Automatizar herramienta de reservas.
2. Consumos, cargues y saldos de bonos en línea y en tiempo real.
3. Garantizar mayores estándares en hotelería.
4. Actividades recreativas, deportivas y lúdicas.

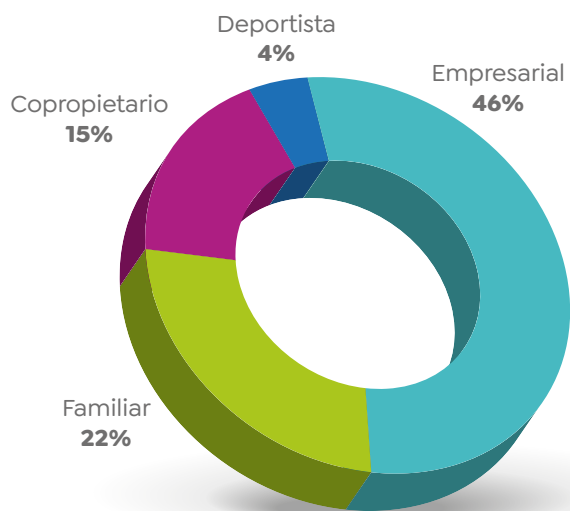




	<b>Grupos de Interés</b>	<b>Propósito / Interés</b>	<b>Medios para identificar y orientar respuesta a necesidades y expectativas</b>
<b>Directamente vinculados</b>	Clientes y usuarios	Relaciones a mediano y largo plazo, fidelización y recompra	Encuestas de satisfacción Índice de satisfacción Proceso de seguimiento a la calidad del servicio
	Afiliados - asociados y sus familias	Relaciones a largo plazo con el sentido de pertenencia por el Club	Estudios de ambiente laboral. Encuesta de bienestar social. Comité de Convivencia. Copasst Plenaria anual de resultados
	Colaboradores y sus familias	Desarrollo de habilidades profesionales. Compromiso y sentido de pertenencia. Lealtad y respeto por la organización.	Reuniones administrativas con proveedores.
<b>Vinculados</b>	Proveedores	Relaciones de mutua cooperación y crecimiento económico, fortalecimiento de la buena imagen sectorial, apertura de mercados y nuevos clientes.	Juntas Directivas Club Los Andes
	Aliados estratégicos	Crecimiento del valor de la inversión, fortalecimiento del patrimonio.	Comunicaciones de regulación del medio ambiente con la CRC.
<b>Externos</b>	Comunidad	Relación responsable y de crecimiento económico y social con la comunidad, vía contratación de colaboradores que residen principalmente en Santader de Quiliachao, Puerto Tejada y San Rafael. Así mismo el Club mantiene una relación estrecha con la entidad de regulación medio ambiental, CRC.	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.
	Estado	Cumplimiento de las políticas y normas legales	Asambleas gremiales. Participación en reuniones y comités interinstitucionales.
	Agremiaciones	Relaciones a largo plazo y de mutua cooperación. Desarrollo de estrategias regionales de alto impacto para la comunidad y el crecimiento institucional.	

## PERSONA NATURAL

La comunidad de asociados a 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
<p><b>Parque Industrial Caucalesa y Guachené</b> 29 empresas Guachené 3 empresas Caucalesa</p> <p><b>Parque Industrial Paraíso y Puerto Tejada</b> 13 empresas PI Paraíso 50 empresas Puerto Tejada</p> <p><b>Parque Sur</b> 12 empresas Parque Sur</p>	<p><b>Ingenios y Zona Palmira</b> 10 ingenios 79 empresas</p> <p><b>Zona Industrial Yumbo</b> 50 empresas</p> <p><b>Se han identificado 612 empresas divididas en tres zonas. Empresas activas: 80 Meta empresas nuevas: 16 meses</b></p>	<p><b>Sector Salud</b> 135 empresas sector salud</p> <p><b>Sector Educativo</b> 102 Colegios</p> <p><b>Sector Bancario</b> 41 empresas</p> <p><b>Sector Solidario</b> 88 empresas sector solidario</p>

## MODELO DE SATISFACCIÓN

G4-PR1 /G4-PR5

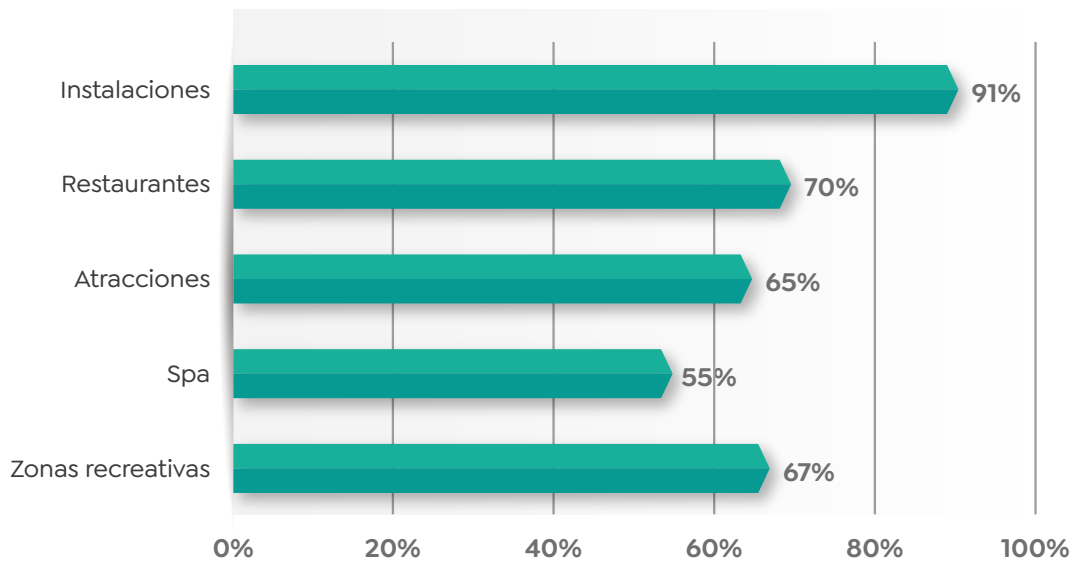
### NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS ASOCIADOS

Durante los meses que estuvimos abiertos en el 2020, nuestras instalaciones y servicios fueron calificados de la siguiente manera:

- Las instalaciones del Club están valoradas por el 91% de los encuestados entre excelentes y buenas.
- El 70% de encuestados valoran los restaurantes en niveles de excelentes y buenos, teniendo en cuenta aspectos como: calidad, limpieza, precio y oportunidad.
- En cuanto a nuestras atracciones acuáticas se registra que el 65% de los encuestados las califican como excelentes y buenas. Este punto fue afectado debido a que no todas las atracciones acuáticas estaban activas debido a la coyuntura.

- Las zonas de relajación como sauna, turco y el gimnasio están valoradas por el 55% de los encuestados como excelentes y buenas. Muchas personas no calificaron esta respuesta debido a que las zonas húmedas no están habilitadas por motivos de bioseguridad.
- El 67% de los encuestados manifiesta que las zonas deportivas y recreativas como bolos, juegos infantiles y juegos de mesa están en excelentes y buenas condiciones. Nuevamente se vio afectada esta calificación debido a que algunas de las actividades recreativas no estaban en funcionamiento.

NIVEL DE SATISFACCIÓN 2020



Por otra parte, el desarrollo de nuestros eventos y el servicio de los ejecutivos se calificó 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 fueron calificados por el 100% de los encuestados 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 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 83% de los encuestados calificó la limpieza y la organización entre bueno y excelente.



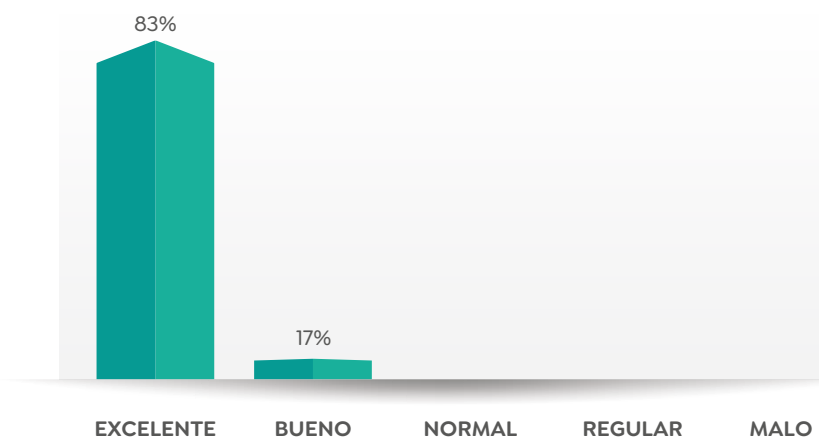
- El 100% de los encuestados calificó el tiempo de respuesta entre bueno y excelente.

Durante el 2020 no se presentaron casos de incumplimiento de la normativa o los códigos voluntarios relativos a las comunicaciones de mercadotecnia.

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.

### CALIFICACIÓN SERVICIO/EVENTOS



G4-PR2



## ANEXO: TABLA GRI – LAKE HOUSE

TABLA GRI - COOMEVA				
INDICADORES G4			CRITERIO COP PACTO MUNDIAL	PÁG.
ASPECTO	GRI	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
<b>ACERCA DEL INFORME</b>				
Perfil del Reporte	G4-28	Período objeto de la memoria.		9
	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.		9
<b>Cap. 1: QUIENES SOMOS</b>				
Perfil de la organización	G4-3	Nombre de la organización.		11
	G4-4	Marcas, productos y servicios más importantes.		12
	G4-5	Lugar donde se encuentra la sede central de la organización.		11
	G4-7	Naturaleza del régimen de propiedad y forma jurídica.		13
	G4-8	Mercados servidos.		12
	G4-10	Desglose de empleados de la organización.		33
	G4-12	Descripción de la cadena de suministro de la organización.	2	47
	G4-13	Cambios significativos durante el período objeto de análisis en el tamaño, estructura, propiedad y cadena de suministro de la organización.	2	13
	G4-15	Principios u otras iniciativas externas de carácter económico, social y ambiental que la organización suscribe o ha adoptado.	18	16
	G4-16	Asociaciones y organizaciones de promoción nacional o internacional a las que la organización pertenece.	18	47
<b>Cap. 2: NUESTRO ENFOQUE Y GESTION DE SOSTENIBILIDAD</b>				
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	20

TABLA GRI - COOMEVA				
INDICADORES G4			CRITERIO COP PACTO MUNDIAL	PÁG.
ASPECTO	GRI	CONTENIDO		
Aspectos materiales identificados y Cobertura	G4-18	Proceso de definición del contenido de la memoria y la cobertura de cada aspecto.		20
	G4-19	Listado de aspectos materiales.		20
	G4-20	Cobertura de cada aspecto material dentro de la organización.		20
	G4-21	Cobertura de cada aspecto material fuera de la organización.		20
Participación de los Grupos de Interés	G4-24	Lista de los grupos de interés vinculados a la organización.	21	21
	G4-25	Base para la elección de los grupos de interés con los que se trabaja	21	21
	G4-26	Descripción del enfoque adoptado para la participación de los grupos de interés	21	21
<b>Cap. 3: COMPROMISOS CON LA SOSTENIBILIDAD</b>				
<b>3.1 AFIANZAMOS NUESTRO GOBIERNO CORPORATIVO Y LA ETICA EMPRESARIAL</b>				
Gobierno Corporativo	G4-34	Estructura de gobierno de la organización y sus comités.		23
	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.		27
	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	27
	G4-38	Composición del órgano superior de gobierno y de sus comités.		27
	G4-39	Indicar si el presidente del órgano superior de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo.		27
	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	27
	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	27-28
	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.		27

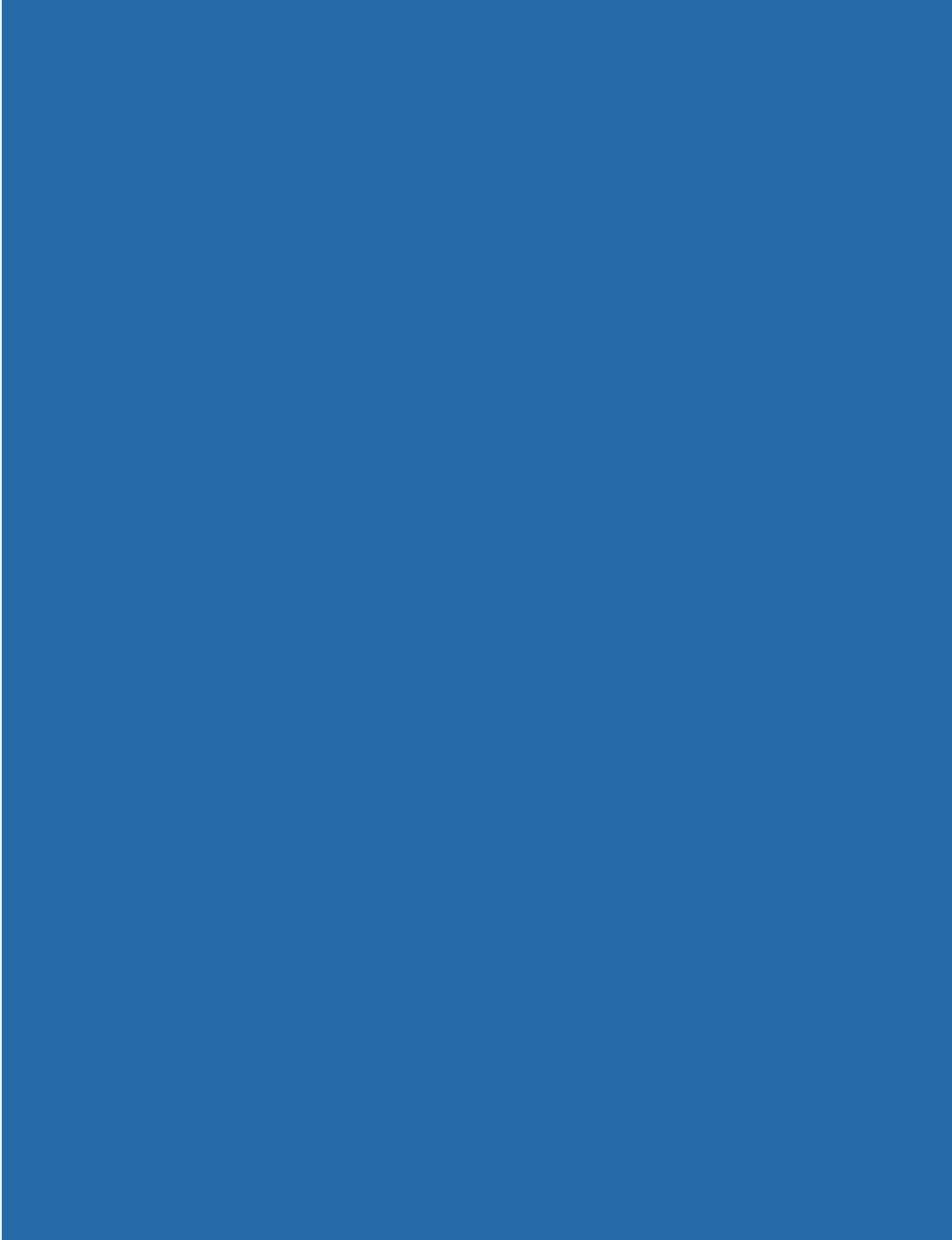


TABLA GRI - COOMEVA				
INDICADORES G4			CRITERIO COP PACTO MUNDIAL	PÁG.
ASPECTO	GRI	CONTENIDO		
Ética e Integridad	G4-56	Describe los valores, los principios, los estándares y las normas de la organización.	12 al 14	29
	G4-57	Mecanismos internos y externos para el asesoramiento en pro de una conducta ética y lícita, y asuntos relacionados con la integridad organizacional, tales como líneas de ayuda.	12 al 14	29
	G4-58	Mecanismos internos y externos de denuncia de conductas poco éticas o ilícitas, asuntos relacionados con la integridad organizacional.	12 al 14	29
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	
	G4-SO5	Casos confirmados de corrupción y medidas adoptadas.	12 al 14	
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		
	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		
	G4-HR12	Número de reclamaciones sobre derechos humanos que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación		
<b>3.2 CRECEMOS CON NUESTRA GENTE</b>				
<b>Prácticas Laborales y trabajo Digno</b>				
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		34-35
	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		34-35
Capacitación y Educación	G4-LA10	Programas de gestión de habilidades y de formación continua.		31
	G4-LA11	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional, por categoría profesional y por género.		31

TABLA GRI - COOMEVA				
INDICADORES G4			CRITERIO COP PACTO MUNDIAL	PÁG.
ASPECTO	GRI	CONTENIDO		
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.		
<b>3.3 PRESERVAMOS LA VIDA DEL PLANETA</b>				
<b>Gestión Ambiental</b>				
Materiales	G4-EN1	Materiales utilizados, por peso o volumen.	9 al 11	
	G4-EN2	Porcentaje de materiales utilizados que son reciclados.		38
Energía	G4-EN3	Consumo energético interno.		38
Agua	G4-EN8	Captación total de agua según la fuente		38
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		38
	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.		38
	G4-EN13	Hábitats protegidos o restaurados		38
	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		38
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		
Emissiones	G4-EN15	Emissiones directas de gases de efecto invernadero (Alcance 1).		38
<b>3.4 APORTAMOS AL DESARROLLO SOSTENIBLE DEL PAIS</b>				
Comunidades locales	G4-SO1	Inversión social estratégica y filantrópica	16	40

TABLA GRI - COOMEVA				
INDICADORES G4			CRITERIO COP PACTO MUNDIAL	PÁG.
ASPECTO	GRI	CONTENIDO		
<b>3.5 DEMOCRATIZAMOS LA RIQUEZA</b>				
Desempeño económico	G4-EC1	Valor económico directo generado y distribuido de la organización.		42-45
	G4-EC7	Desarrollo e impacto de la inversión en infraestructuras y los tipos de servicios		42-45
	G4-EC8	Impactos económicos indirectos significativos y alcance de los mismos.		42-45
	G4-EC9	Porcentaje del gasto en los lugares con operaciones significativas que corresponde a proveedores locales.		42-45
<b>3.6 AVANZAMOS CON NUESTROS ALIADOS</b>				
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	
	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	
<b>3.7 FACILITAMOS LA VIDA</b>				
<b>Responsabilidad sobre productos</b>				
Salud y Seguridad de los clientes	G4-PR1	Porcentaje de categorías de productos y servicios significativos evaluados en impactos en salud y seguridad.		54
	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.		55
Etiquetado de los productos y servicios	G4-PR5	Resultados de las encuestas para medir la satisfacción de los clientes.		54
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		
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.		







# LAKE HOUSE

Resort, Country Club & Spa



Pacto Global  
Colombia



Pacto verde cooperativo  
**NUESTRO** compromiso  
con la **TIERRA**