

2021

PACTO GLOBAL

INFORME DE SOSTENIBILIDAD

**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**

JUNTA DIRECTIVA

MIEMBROS PRINCIPALES

Luis Carlos Lozada Bedoya

Marco Antonio Rizo Cifuentes

Henry Molina Mogollón

Claudio Enrique González Ortiz

MIEMBROS SUPLENTE

Nilson Humberto León Ramírez

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
1. QUIÉNES SOMOS.....	11
2. NUESTRO ENFOQUE Y GESTIÓN DE SOSTENIBILIDAD.....	15
3. NUESTROS COMPROMISOS CON LA SOSTENIBILIDAD	18
3.1 AFIANZAMOS NUESTRO GOBIERNO CORPORATIVO Y LA ÉTICA EMPRESARIAL	20
3.1.1 Buenas prácticas de gobierno corporativo	21
3.1.2 Gestión Ética.....	26
3.2 CRECEMOS CON NUESTRA GENTE	27
3.2.1 Gestión del Talento	28
3.2.2 Gestión de la Cultura	28
3.2.3 Gestión del Compromiso	29
3.2.4 Gestión Administrativa del capital humano	29
3.3 PRESERVAMOS LA VIDA DEL PLANETA.....	30
3.3.1 Fomento de la cultura de consumo responsable.....	31
3.4 APORTAMOS AL DESARROLLO SOSTENIBLE DEL PAIS	34
3.4.1 Compromiso con la comunidad	35
3.5 DEMOCRATIZAMOS LA RIQUEZA	36
3.5.1 Creación y distribución de valor económico sostenible	37
3.6 AVANZAMOS CON NUESTROS ALIADOS	40
3.6.1 Gestión de Alianzas	41
3.6.2 Gestión sostenible de proveedores	41
3.7 FACILITAMOS LA VIDA.....	42
3.7.1 Generación de valor y confianza para asociados y clientes.....	43
ANEXO 1: Tabla contenido indicadores GRI - Criterios Pacto Mundial.....	48

MENSAJE DEL GERENTE DE LA EMPRESA

Termino el año 2021 en medio de un ambiente económico inestable producto del paro de 1 mes que se vivió en todo el país, en medio de la emergencia sanitaria, decretada por el gobierno en el año 2020, por la pandemia del COVID, que agudizó la ya disminuida operación, frente a su dinámica habitual pre COVID. De esta gran dificultad, de alto impacto económico para la finanza del club, se capitalizaron nuevas iniciativas y acciones resultantes del momento de crisis que hoy se conservan por el éxito en su implementación y resultado. Se encontraron nuevas opciones, que permitieron ajustar el modelo de servicio, orientadas a minimizar el impacto de la coyuntura con el diseño de 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, que en su mayoría se continúan ejecutando, por su excelente valor, para mantener y consolidar la sostenibilidad del negocio

Fue imperativo, todos los esfuerzos y estrategias que se adoptaron para interiorizar a todo a nivel, la cultura de calidad, que es inherentes a todo negocio, pero que se hace más exigente en la prestación del servicio, en empresas de la industria del entretenimiento y recreación por no ser un producto de primera necesidad, para cautivar a nuestros usuarios de manera permanente.

Es nuestro reto que se escale 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 nuestra política, de calidad ocupa la mayor parte de nuestro tiempo y esfuerzo gran parte de nuestros recursos están orientados a ese objetivo.

Trabajamos en procesos de inocuidad, oportunidad, agilidad, en conectividad, comunicaciones y en la solución en tiempo real de inconformidades, por niveles de empoderamiento, entendiendo que el mayor costo no está en el resarcimiento, sino en la incapacidad de resolver de manera inmediata la inconformidad o el error ocasionado de nuestra parte.

La segunda etapa del condominio se aplazó por las situaciones de coyuntura ya mencionadas, estimándose que se reiniciará en el 2023, con la claridad que ofrezca el nuevo gobierno sobre su manejo económico y las garantías a las inversiones.

El 2021 cierra con resultados más favorables de lo previsto, con una utilidad de \$ MM frente a un estimado de pérdidas superiores a los \$.....MM lo que ratifica que las acciones tomadas fueron oportunas y acertadas.

Aún no es claro, cuál va a ser el comportamiento político y económico del país por la incertidumbre que genera el nuevo gobierno en sus propuestas de campaña, que generan desconfianza en el empresariado e inversionistas, como las propuestas de la reforma tributaria, el modelo energético, el uso de recursos públicos, afectación a la propiedad privada, etc. Que deben ser claras después de que inicie el gobierno el próximo 7 de agosto para lograr la dinámica esperada. Nuestro mayor reto sigue siendo posicionar el club colombiano un destino deportivo y recreativo de gran aceptación y que el producto hotelero contribuya con alta ocupación por su rentabilidad y transversalidad. con los demás productos como A&B, deportes y el centro de eventos.

A pesar de las dificultades y limitaciones originadas en estos dos últimos años el optimismo se mantiene y tenemos la certeza, con base en los logros obtenidos, que los objetivos trazados se cumplirán y que esta coyuntura nos ofrece nuevas oportunidades que son una motivación adicional para afrontar el futuro inmediato, con un negocio más próspero, de mayor reconocimiento en el mercado y con alta orientación al servicio. Como se he reiterado en todos los círculos de relacionamiento con el club y desde que se inició el proyecto inmobiliario, Esta segunda etapa del condominio también será un mayor factor dinamizador de negocio, que ofrece la oportunidad de la vinculación de nuevos afiliados – copropietarios, con mayor sentido de pertenencia y estabilidad para el club.



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

Acerca del Informe

Nuestro Informe de Sostenibilidad / Comunicación de Progreso, expone a nuestros grupos de interés y la sociedad en general las conclusiones de nuestras acciones en las áreas económica, social y ambiental, del 1 de enero al 31 de diciembre de 2021, 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 – GECC y según esto cada empresa definió sus materias acordes a riesgos, impactos y oportunidades presentes en sus sectores operacionales, necesidades y expectativas de sus grupos de interés y referenciación de mejores prácticas.

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

Nombre:	Ximena Marulanda Jurado
Cargo:	Coordinadora de mercadeo
Dirección:	Calle 13 #57-50
Celular:	316 4782233
Teléfono:	333 0000 • Extensión 31524
Correo electrónico:	ximena_marulanda@coomeva.com.co
Ciudad:	Cali - Colombia

1. ¿Quiénes somos? LAKE HOUSE RESORT, COUNTRY CLUB & SPA

Somos una entidad sin ánimo de lucro, constituida de conformidad con la legislación colombiana, nos certificamos como entidad sin ánimo de lucro a partir de la ley Páez de 1995, junto a 100 empresas más. Desde Julio del 2017 dejamos nuestro nombre comercial Club los Andes y pasamos a llamarnos Lake House Resort, Country Club & Spa. Con una extensión de 1.250.000 m2, estamos ubicados a 35 Km de Cali, 45 Km de Palmira y 90 Km de Popayán, en el corazón de la zona franca del Cauca.

Nuestro objetivo es el fomento y desarrollo de actividades recreativas y deportivas aficionadas como el golf, esquí Náutico, tenis, bolos, pesca, baloncesto, natación, y fútbol, entre otras actividades. Direccionamos así mismo, 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, contamos en Lake House 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 4000 personas.

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

GRUPO EMPRESARIAL COOPERATIVO COOMEVA



*CONFIRMAR SI LA MATRIZ ANTERIOR ESTÁ BIEN

Nuestro Modelo de Negocio



Cobertura de mercado

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



Composición accionaria

La Composición Accionaria de nuestra entidad está compuesta en un 99,76% por Coomeva y el 0,24% restante por terceros.

MISIÓN

“Razón de ser”

Contribuir al desarrollo integral de los afiliados y usuarios mediante actividades lúdicas, culturales, deportivas y empresariales.

VISIÓN

“El sueño es posible”

Ser el destino preferido para el disfrute de sus mejores momentos.

Cambios significativos en la organización durante el 2021

Los ajustes al modelo de servicio enfocado a facilitar 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 el 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.

Logros 2021

- Sostenibilidad del club en un escenario de restricción económica y desconfianza política y aun con limitaciones para esta industria.
- Se obtuvo el mayor volumen de ventas histórico 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 tenis.
- Estimulación de ocupación hotelera y eventos familiares y corporativos.
- Se establecieron optimizaciones y control de gastos para mantener la viabilidad del flujo de caja.
- El equipo humano se recompuso y aportó con sentido de pertenecía a las necesidades del momento, acudiéndose también a la multifuncionalidad cuando fue necesario.
- El afiliado recibió retroalimentación y sensibilización permanente sobre servicios, productos protocolos y ofertas, dada la profundización en las comunicaciones y mayor presencia en medios virtuales.

Prioridades 2022

- Recuperación y estabilización económica del club.
- Profundizar en la dinámica comercial de membresías y eventos.
- Elevar el número de membresías a lo presupuestado.
- Posicionar el producto hotelero, para incrementar la ocupación en planes vacacionales y turísticos entre semana.
- Mayor posicionamiento de la marca Club, a nivel nacional.
- Incrementar el número de visita de afiliados, para mayor consumo de productos, especialmente de hotelería y alimentos y bebidas.

2. Nuestro enfoque de sostenibilidad*

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

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

Nuestra Política de RSE

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

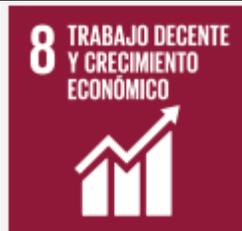
Marco de Referencia *

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

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

Impulsamos cambios*

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

 <p>EDUCACIÓN</p>	<p>Desarrollar iniciativas educativas con impacto social, que promuevan oportunidades de aprendizaje durante toda la vida y aporten al desarrollo de sus grupos poblacionales facilitando el acceso, la información, y la calidad educativa que posicionen al Grupo Coomeva como una organización socialmente responsable.</p>	
<p>Educación cooperativa, Educación financiera, profesional y personal; Educación en salud, Formación deportiva y cultural; Educación prevención y Desarme y Capacitación empresarial.</p>		
 <p>EMPRESIMIENTOS ÉTICOS</p>	<p>Fomento al desarrollo empresarial y la innovación en el Grupo Coomeva y en nuestros públicos de interés, como pilares del bienestar, autonomía y empoderamiento económico, que fortalezcan empresas éticamente responsables y sostenibles.</p>	
<p>Acompañamiento, financiación de ideas de negocios sostenibles, con encadenamientos productivos y un fuerte componente de cooperativismo</p>		
 <p>CONSUMO RESPONSABLE</p>	<p>Promoción, preservación y cuidado del medio ambiente con acciones conjuntas entre empresas, grupos de interés y sus familias para la reducción del sobre consumo de los recursos naturales y la adopción de estilos de vida más sostenibles.</p>	
<p>Movilidad sostenible, reducción de huella de carbono, reforestación, manejo de residuos, eficiencia energética, educación ambiental.</p>		

3. Compromisos corporativos con la sostenibilidad*

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. Estos compromisos son:

Afianzamos nuestro gobierno corporativo y la ética empresarial.

Creemos con nuestra gente.

Preservamos la vida del planeta.

Aportamos al desarrollo sostenible del país.

Democratizamos la riqueza.

Avanzamos con nuestros aliados.

Facilitamos la vida.

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

Lake House Resort, Country Club & Spa adopta los compromisos corporativos con la sostenibilidad a partir de los cuales definen 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:



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

Se destaca la articulación de nuestro sistema de gestión integral con elementos clave como son gobierno corporativo, modelo de negocio y enfoque de sostenibilidad.

Compromiso N°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.



ESTRUCTURA DE GOBIERNO

Continuamos bajo el modelo de gerencia integral que nos ha permitido concentrarnos en 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 gran esfuerzo realizado para cerrar el año con un resultado positivo.

Hay enseñanzas que nos está dejando esta coyuntura, que sea 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.

Teniendo como base 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:

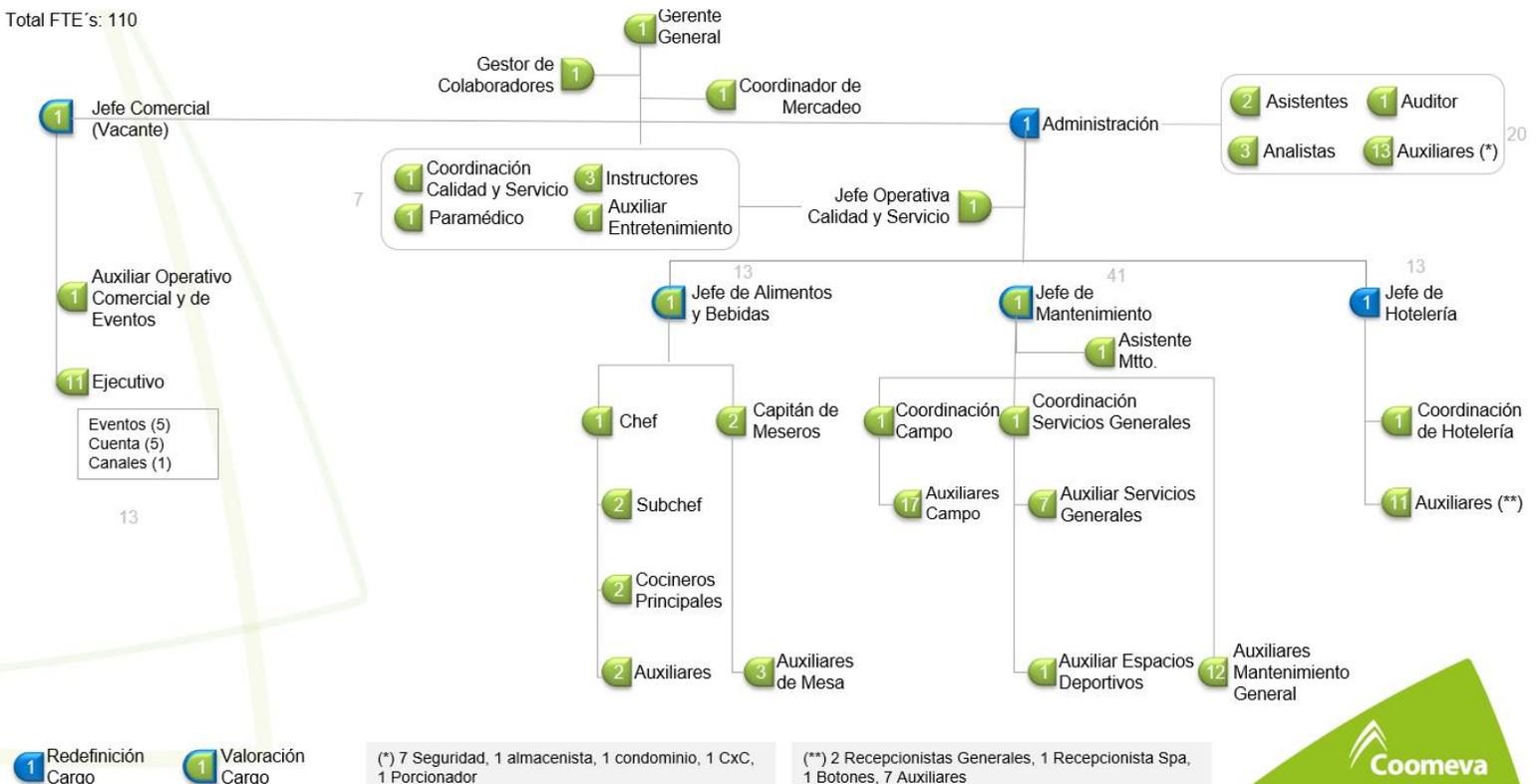
Estructura general

Para el año 2021 se mantuvo la planta aprobada de 110 posiciones manteniendo las proyectadas; por las características del servicio prestado, se presentó al Comité Corporativo de Diseño y Arquitectura Organizacional un ajuste de posiciones para tener en el año 2022 algunas modificaciones en movimientos de posiciones, manteniendo claro está la cantidad total de posiciones aprobadas.

A nivel general se tiene el siguiente consolidado:

2021	
PRIMER NIVEL	8
JEFATURA ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA	19
DIRECCION COMERCIAL	13
JEFATURA ALIMENTOS Y BEBIDAS	12
COORDINACIÓN DE HOTELERIA	12
JEFATURA DE MANTENIMIENTO	40
JEFATURA OPERATIVA DE CALIDAD Y SERVICIO	6
TOTAL	110

Total FTE's: 110



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 5 miembros principales y 5 miembros sustitutos. Como parte del control se define que mínimo se debe contar con tres miembros externos para la Junta Directiva, asegurando la transparencia en la toma de decisiones. Lake House es auditado como mínimo dos veces al año por una auditoría interna corporativa y anualmente la Junta directiva es evaluada por una compañía externa contratada.

De acuerdo a 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 igual 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 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 OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico).

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 de interés.

Entre las buenas prácticas incluye una clara de delegación de funciones aprobada por la Junta Directiva, así como lineamientos para a 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

Disponemos de un Sistema de Gestión Integral de Riesgos debidamente implementado y alineado a la estrategia y al enfoque de sostenibilidad, mediante el cual se gestionaron principales riesgos clave de negocio durante 2021, 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.



Se dio continuidad en 2021 a las estrategias planteadas desde el 2018 así:

- Trabajo continuo del posicionamiento de marca para la reducción del riesgo Reputacional, se consolida 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.

Gestión de ética

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

Dentro de las normas y/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 la anterior la Organización define la política “cero tolerancias” ante cualquier forma de corrupción y de conducta que vaya en contravía de nuestros principios, valores y códigos de conducta o contra las leyes.

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

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

Durante el 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 N°2

Creemos con nuestra gente

DESARROLLO INTEGRAL DEL TALENTO HUMANO



Durante el año 2021 la gestión del eje Talento y Cultura estuvo enfocada en la preparación para la encuesta de Ambiente Laboral realizada por el Great Place To Work Institute en la cual se obtuvieron avances importantes; asimismo continuamos participando en las estrategias corporativas de Gestión Humana impulsando y promoviendo nuestros valores y cultura

Talento

Durante el año 2021 se realizó un esfuerzo importante en la gestión de formaciones presenciales y virtuales realizadas a los colaboradores; consolidando la relación directa con Cotelco, aliado importante en los procesos formativos del sector. Se realizaron algunas formaciones con costo, el cual fue mínimo lo que impactó positivamente nuestro Plan de Ahorro anual.

Formaciones	Horas Hombre	Promedio Cumplimiento	Costo
59	1083	%77	\$1.357.726

Se mantuvo la participación de nuestros colaboradores en los diferentes programas corporativos de Talento y Cultura

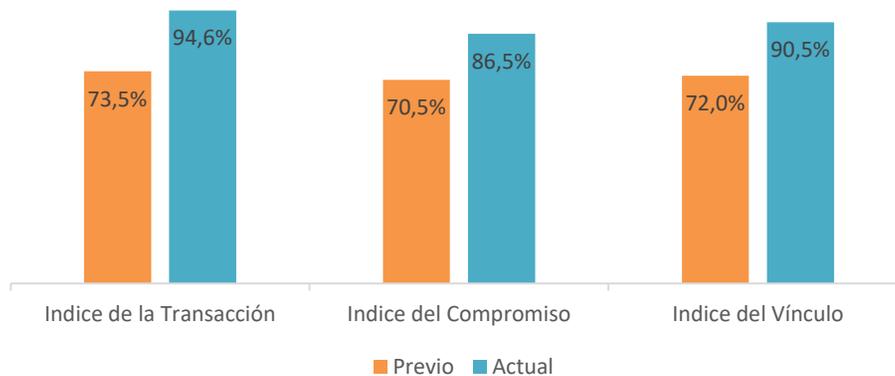




Bienestar y Ambiente Laboral

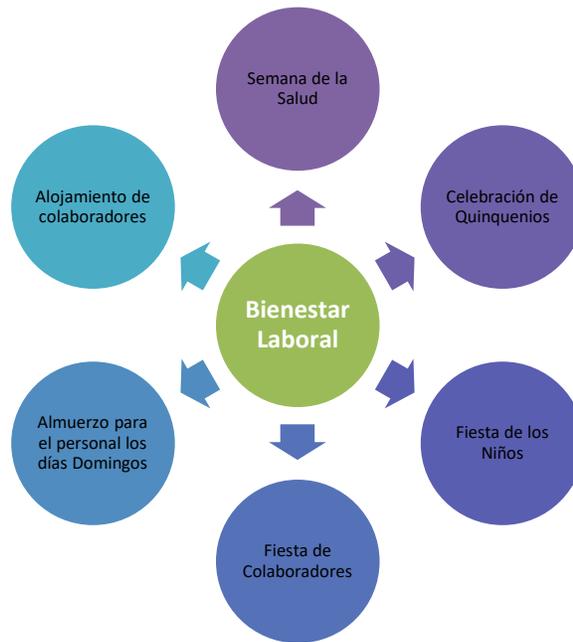
La medición de ambiente realizada en el año 2021, nos brinda un panorama de la percepción que tienen nuestros colaboradores frente a la organización y los espacios que brindamos a su bienestar y el clima laboral; si bien aunque presentamos un incremento considerable en los índices de Transacción, Compromiso y Vínculo, a nivel general el Índice de Ambiente Laboral (IAL) se encuentra en un 62%, valoración satisfactoria para la medición, que nos compromete a desarrollar planes de acción en búsqueda de la excelencia.

Encuesta Ambiente Laboral



En la siguiente gráfica se presenta el estado de nuestra organización comparado con otras empresas del sector y las mejores (a nivel general) del año 2020.

Durante el año 2021 realizamos diferentes actividades de Bienestar tanto presenciales como virtuales en las cuales se tuvo gran acogida por parte de los colaboradores; asimismo se retomaron algunos beneficios que se encontraban detenidos desde el inicio de la pandemia.



Gestión de compromiso y capital Humano

Para el año 2021 la actividad operativa del Resort presentó un incremento considerable, lo que significó la necesidad de ir consolidando nuevamente el equipo y, por tanto, un incremento en la planta de personal activo. Si bien, cerramos un año 2020 con una reducción de la planta aproximadamente del 40%, para el año 2021 realizamos contrataciones a través de la Temporal con el fin de dar mayor estabilidad a la operación del Resort, lo que significó un leve incremento en la planta temporal



Si bien se realizó un incremento en la planta temporal, es importante mencionar que dicho incremento no generó sobrecostos y por el contrario se lograron generar ahorros en el Gasto de Personal Temporal del 66% frente a lo presupuestado para el año 2021; dichos ahorros estuvieron basados en un control considerable del gasto en horas extras y programación del personal; control que debe mantenerse para el año 2022 frente a lo presupuestado.

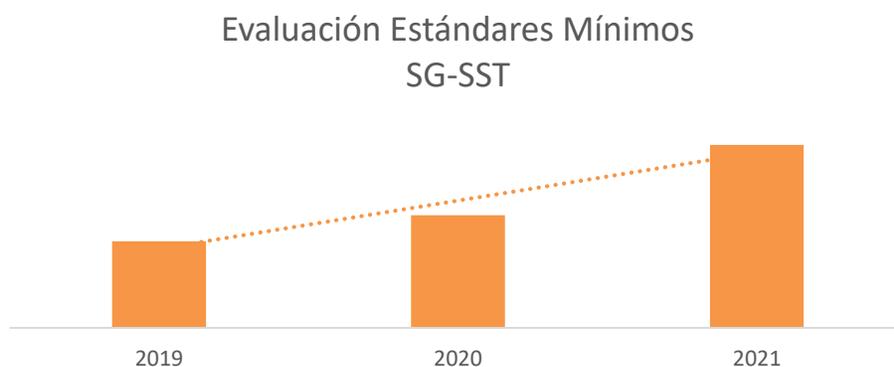
Asimismo, en el eje de Compromiso se realizó la entrega de los beneficios extralegales a los colaboradores directos por

alrededor de \$ 82,5 millones de pesos.



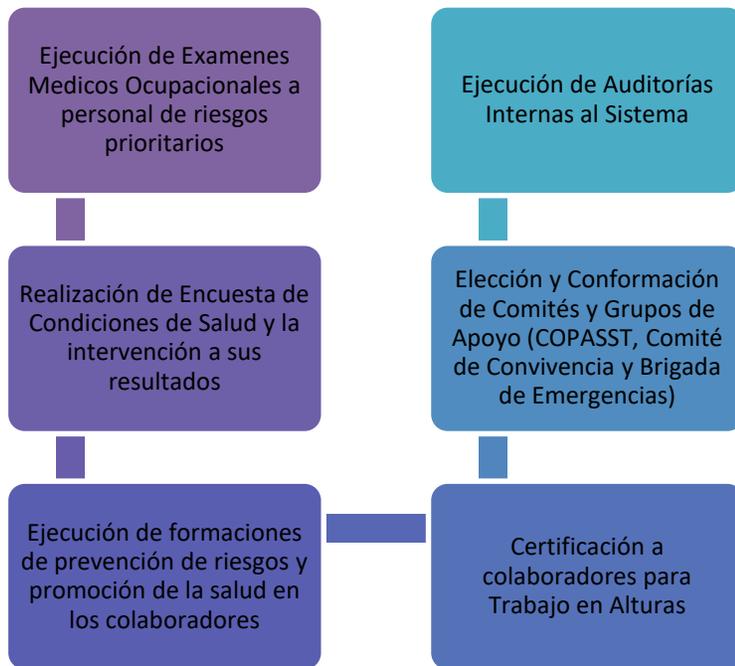
Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo

Dando continuidad al trabajo realizado desde el año 2019 y teniendo clara la meta de ubicar a la Organización en una valoración satisfactoria de los Estándares Mínimos del Sistema de Seguridad y Salud en el Trabajo, para la evaluación correspondiente al año 2021, se logró alcanzar un cumplimiento del 92% generando una valoración en nivel aceptable.



Lo anterior denota el resultado del gran trabajo realizado desde la organización y con el apoyo de actores importantes para la ejecución de las actividades como el Servicio de Salud y Seguridad en el Trabajo Corporativo, la ARL Positiva (ARL de los colaboradores directos) y la ARL Bolívar (ARL de colaboradores temporales). Durante el

año 2021 se realizó un especial trabajo en la implementación del Sistema, destacando la ejecución de las siguientes actividades:



Compromiso N°3

Preservamos la vida del planeta

3.3.1 FOMENTO DE LA CULTURA DE CONSUMO RESPONSABLE

Nos encontramos ubicados en el Norte del Cauca Colombiano, con una extensión de 1.000.000 m², una temperatura promedio de 26°C y a 1.000 Mt 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 6 especies de aves migratorias provenientes del hemisferio norte. Un área construida de 250.000 m² aproximadamente con un 25% del total.

Cada 6 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

152 galones de gasolina mensual.

- 210 galones de ACPM mensual.
- 211 galones de gas propano mensual
- Consumo de energía activa 69.989 KW-mes.
- Impacto ambiental, regulación, normatividad e Inversiones.

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

FUENTES DE AGUA

- 14 lagos artificiales interconectados de agua corriente.
- 1 vertiente naturales que divide su caudal en 2, uno de ellos de servicio al club.
- Complejo de piscinas con un total de 2.780 M³ de aguas recicladas.

Con COLECTA GESTION AMBIENTAL, se participa activamente en la gestión de desechos relacionados con sustancias contaminantes como plaguicidas como se muestra en el certificado



CERTIFICA QUE:

CLUB CAMPESTRE LOS ANDES - NIT.805.000.301-2

Ha participado activamente en el Programa de Gestión de Residuos Posconsumo de Plaguicidas, que se desarrolla en: Km 35 Vía Cali - Popayán. Los 30 kg de residuos recogidos el 09/10/2020 fueron devueltos a través del mecanismo de recolección nacional de COLECTA®

Con este certificado se hace público el reconocimiento a las personas naturales o jurídicas que actúan responsablemente con el medio ambiente y cumplen con las obligaciones establecidas en la normatividad ambiental y fitosanitaria relacionada: Decreto 4741 de 2005, Resolución 1675 de 2013 del Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible.

Se expide a los 14 días del mes de mayo del año 2021.

Firma representante COLECTA®.
Nombre: Marcela M. Sánchez



Con la fundación FUNDARMA, aprovechamiento para la vida, se continúa con la gestión de recolección y separación de residuos sólidos aprovechables como figuran en el presente certificado



FUNDACIÓN FUNDARMA
APROVECHAMIENTO PARA LA VIDA



Fecha de Emisión: junio de 2021.

**CERTIFICADO DE RECOLECCIÓN Y SEPARACIÓN DE RESIDUOS SÓLIDOS
APROVECHABLES**
Fundación FUNDARMA
NIT: 900680327-4

Fundación FUNDARMA certifica que recolectó y separó de manera correcta todos los residuos sólidos aprovechables relacionados a continuación, en calidad de gestor intermediario.

GENERADOR: Corporación Club Campestre Los Andes
NIT: 805000301-2
DIRECCIÓN: Km 35 Vía Cali - Popayán
Santander de Quilichao.
PERIODO CERTIFICACIÓN: junio 2021

Tipo de Residuo	Cantidad	U.M
Cartón	78	Kg
Plástico	29	Kg
Vidrio	65	Kg
Archivo	8	Kg
Chatarra ferrosa	19	Kg
Chatarra no ferrosa	4	Kg

En constancia se firma a los 30 días del mes de Junio del 2021.




ANA TERESA MÉNDEZ LÓPEZ
Representante legal
Fundación FUNDARMA.

¡NUESTRO DESTINO ESTÁ EN NUESTRAS MANOS

Durante el año 2021 se realiza recolección y clasificación de chatarra, entregando al recolector para su transformación y uso las siguientes cantidades. Estos materiales se destinan a la reutilización de los elementos o del material extraído de los diferentes elementos reciclados, generando alternativas de re-uso, amigables

con el medio ambiente

CONCEPTO	UNIDAD MEDIDA	PESO
HIERRO	KL	901
ALUMINIO	KL	18
PLASTICO SOPLADO	KL	182
CARTON	KL	281
HIERRO ESPECIAL	KL	80
PAPEL ARCHIVO	KL	26

Esta jornada dio como resultado el aprovechamiento de 1.488 Kilos de material reciclable.

Compromiso N°4

Aportamos al desarrollo sostenible del país

3.4.1. COMPROMISO CON LA COMUNIDAD

Nuestra labor durante los últimos años ha sido apoyar a los caddies y boleros mediante nuestro programa de prevención, aprovechamiento del tiempo libre y práctica del deporte. Por medio de este programa brindamos acompañamiento a los adolescentes y jóvenes que asisten al club después de su jornada estudiantil y que encuentran en nuestras instalaciones alternativas para la adecuada utilización del tiempo libre.

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 3 meses del año se pudieron cumplir los siguientes logros:

- Entrenamiento de jóvenes entre los 18 años y 25 años, fortaleciendo las habilidades deportivas.
- Enseñando todas 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 recoge-bolas, 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.

Compromiso N°5

Democratizamos la riqueza

3.5.1 CREACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE VALOR ECONÓMICO SOSTENIBLE

(Cifras expresadas en millones de pesos)



Los activos en 2021 frente a 2020, presentan una variación total de \$22 millones, se mantienen estables, los componentes más importantes son la caja con \$659 millones producto de los saldos recibidos para inversiones y saldo vive tu club del contrato realizado en el año 2020. Las cuentas por cobrar presentan una disminución de \$57 millones dada la gestión realizada sobre las partidas pendientes, este saldo de cartera se mantiene normalizado con carteras inferiores a 30 días. Los activos por impuestos corrientes ascienden a \$429 millones que frente a 2020 se incrementan en \$52 millones, valores que posibilitan a futuro ser aplicados a los saldos por pagar en renta.

EL pasivo 2021 cierra en \$2.034 millones, con una disminución neta de 82 millones representada



principalmente en el cumplimiento de la obligación financiera adquirida en el año 2020 con Bancoomeva. Se mantienen niveles de cuentas por pagar razonables, en relación a la operación desarrollada, los días de cuentas por pagar en el 2021 en promedio fueron e 60 días, dando cumplimiento a los compromisos de pago

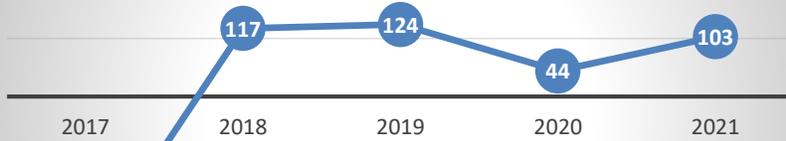
establecidos con los proveedores



El año 2021 represento el reto de sostener la operación en la justa medida, teniendo presente las posibilidades que la evolución de la pandemia, abría para negocios dedicados a la recreación, deporte y restaurantes; la presencia de las medidas contra el COVID referentes al distanciamiento y aglomeraciones,

estuvieron presentes la mayoría del año 2021, adicional a la afectación generada por el paro nacional que trajo consigo restricciones de movilidad tanto para empleados como para los clientes, temas que exigieron la realización de una operación muy medida en temas de costos y gastos, extremando controles sobre prestación del servicio de manera permanente, en los cuales se incluyó, la restricción de las contrataciones, compras, ajustes de procesos, control de inventarios, restricciones de caja etc. Las ejecuciones de las estrategias de manejo de la operación permitieron mantener estables los activos especialmente en el rubro de efectivo, lo cual permitió el cubrimiento oportuno de obligaciones sin mayores percances, así mismo sostener los niveles de endeudamiento en cumplimiento de las negociaciones con los diferentes proveedores. El patrimonio se impacta positivamente con los resultados positivos del ejercicio 2021 en \$103 millones de pesos, permitiendo a la empresa mantener la dirección hacia la normalización de este rubro

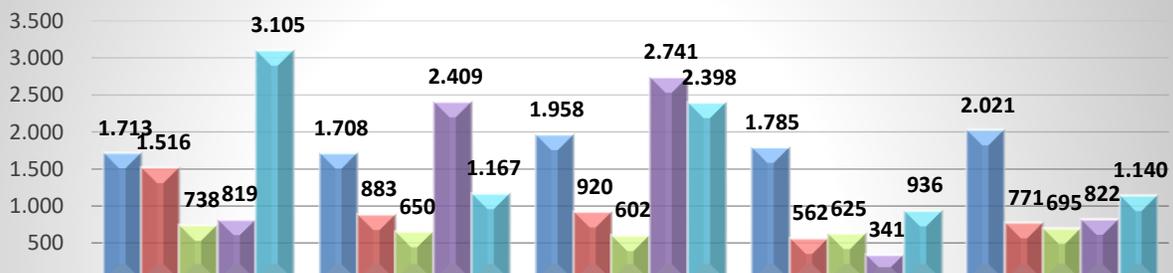
EXCEDENTES O PERDIDAS



Los resultados del año 2021 se derivan de la aplicación de las estrategias de control de costos y gastos, las cuales muestran una efectividad de las acciones adoptadas al superar impactos tan importantes en los ingresos al ejecutarse un total de 65% de los ingresos presupuestados. Esta variación se

explica, en la no realización total de ingresos por eventos, que se ejecutaron a un 33% de lo presupuestado, los ingresos de AYB se ejecutan en un 69% y la no realización de los ingresos presupuestados del negocio Vive tu club por \$500 millones de pesos. Al cierre de 2021 las utilidades acumuladas ascendieron a \$103 millones de pesos.

INGRESOS OPERACIONALES



	2017	2018	2019	2020	2021
AFILIACIONES	1.713	1.708	1.958	1.785	2.021
AYB	1.516	883	920	562	771
HOTELERIA	738	650	602	625	695
EVENTOS	819	2.409	2.741	341	822
OTROS	3.105	1.167	2.398	936	1.140

■ AFILIACIONES ■ AYB ■ HOTELERIA ■ EVENTOS ■ OTROS

Frente a la ejecución de ingresos del año 2021, en total frente al presupuesto se presentan una ejecución del 65%, en donde no se realizan las cifras esperadas en ventas de eventos, AYB y negocio vive tu club. La afectación de la prolongación de la situación de pandemia iniciada en 2020 y que a finales del año genero

una expectativa de mejora alta al publicarse la noticia de la vacunación, no surtió el impacto positivo esperado para 2021 dada la logística que implicó la distribución de las dosis en la población, tema que llevó a la prolongación de las medidas contra el COVID referente al distanciamiento social, restricciones en aforos y finalmente sumado a los aforos, exigencia del carnet de vacunación para la realización de eventos.

Si bien las metas presupuestadas en ingresos presentaron una afectación alta, se ejecutan \$5.449 millones de pesos en ingresos que frente a \$4.249 ejecutados en 2020, representan un crecimiento del 28%. El foco de la estrategia 2022 frente a los aprendizajes adquiridos en los años 2020 y 2021 está en el fortalecimiento comercial relacionado con el crecimiento en la ejecución de ingresos, en donde la fórmula de mayor crecimiento en ventas y ejecución controlada de costos y gastos, representara una mejora en el resultado neto.



Las afiliaciones al cierre del año 2021 cierran en 643 afiliaciones que frente al cierre de 2020 representan un crecimiento neto de la base de datos de 77 personas logrando recuperar el 69% de los afiliados que se perdieron durante la pandemia en el año 2020, igualmente esta tendencia genera un expectativa positiva sobre la gestión

comercial a realizar alrededor de las afiliaciones, logrando una mayor sostenibilidad de la base de afiliados, apoyado en las mejoras estructurales y de servicio que se realizaron durante el año 2021 en el club, año en el cual logramos ser reconocidos por los usuarios al encontrar en las instalaciones y en el servicio recibido, un muy buen producto que en el 98% de las encuestas de satisfacción, cumplió con las expectativas de los clientes

Compromiso N°6

Avanzamos con nuestros aliados

3.6.1 GESTIÓN DE ALIANZAS

Asociaciones a las que pertenecemos

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

- Asociación Nacional de Empresarios de Colombia Seccional Cauca - ANDI
- Cámara de Comercio del Cauca
- Federación Colombiana de Golf
- Asociación Hotelera y Turística de Colombia - Cotelco
- Federación Colombiana de Tenis y Liga Vallecaucana de Tenis

3.6.2 GESTIÓN SOSTENIBLE DE PROVEEDORES

El año 2021 en el cual se tenían expectativas de proyección con el cierre de la pandemia, fue todo lo contrario, una continuidad de la pandemia con la disminución de la rigidez de algunas de las medidas de prevención y control, sin embargo sus impactos en la operación del club fueron altos, las ventas de nuestros productos se mantienen considerablemente por debajo de los históricos, sin embargo frente a la gestión de proveedores, se tomaron acciones tendiente a mantener normalizado el tema, es así como se realizó una campaña de negociación con los mismo buscando dejar al día los compromisos adquiridos antes el año 2020 donde inicio formalmente la declaratoria de pandemia, año en el cual el club mantuvo sus servicios cerrados por alrededor de 5 meses sin posibilidad de generar flujos, lo que hizo necesario la adquisición de un crédito con el cual se realizaron las mencionadas negociaciones, pagando deudas en su totalidad, con posibilidad de aplicación de algunos descuentos por parte de los proveedores, lo cual nos permitió mantener de alguna manera una buena relación con estos durante los periodos de afectación fuerte de los años 2020 y 2021.

Frente a la continuidad de las funciones de revisión y control de años anteriores en los cuales se realizaban visitas y coordinaban temas de cumplimiento, en el último año estas se restringieron al cumplimiento del

cubrimiento de la seguridad social de los trabajadores, revisión de la calidad de los productos, adecuado transporte y sostenimiento de la cadena de frío de aquellos productos que exigen refrigeración. La retoma de procesos de control más profundo se retoma en 2022 ya que las restricciones en contacto tanto de personas

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.

Los niveles de compras frente otros años antes de la pandemia, se disminuyeron considerablemente con relación a la disminución de la venta de productos del club. Las compras de los productos requeridos para la prestación de los servicios se realizan negociaciones con proveedores de la región, en especial productos como cárnicos, cervezas, licores, abarrotes, aportando al crecimiento de la región.

Compromiso N°7

Facilitamos la vida

3.7.1 GENERACIÓN DE VALOR Y CONFIANZA PARA ASOCIADOS Y CLIENTES

En Lake House estamos comprometido 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, de tal manera que cumpla con las especificaciones mínimas para la prestación del servicio.

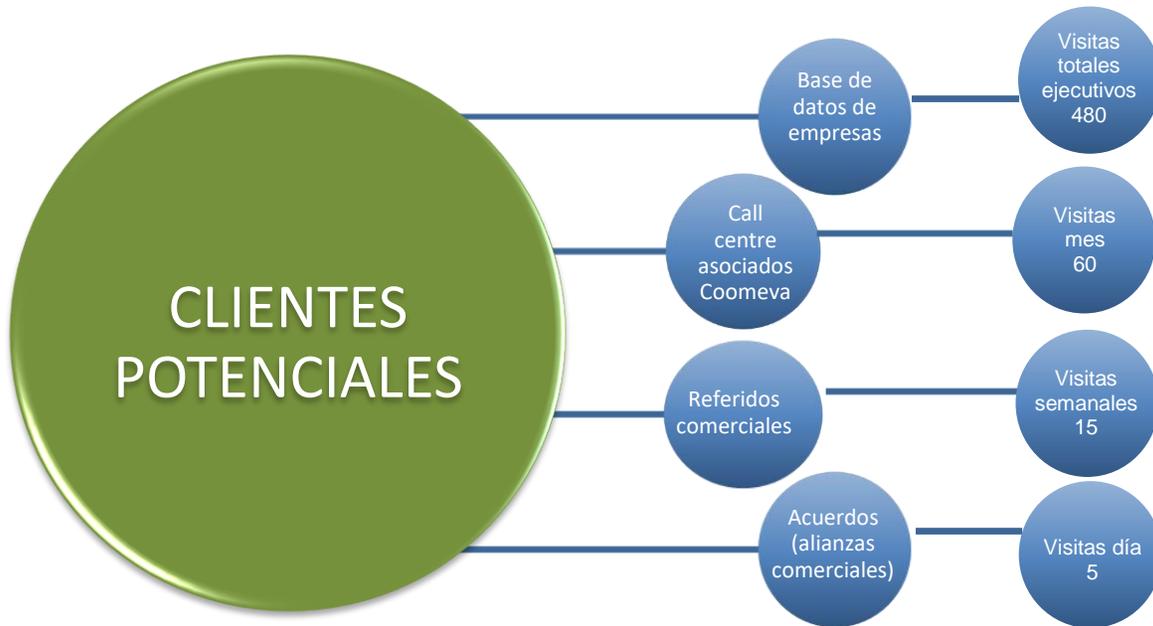
El año 2020, representó importantes retos en la búsqueda de acciones que nos permitieran permanecer en el mercado, en situaciones que significaron el cierre de los servicios del club por un periodo de 5 meses y medio, sostenimiento el personal, realizando el mantenimiento de los espacios y demás procesos. 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, etc.

Nos acogemos a los procesos **corporativos** de mercadeo con el fin de asegurar la promoción de sus servicios y productos respetando los estándares y la transparencia en la información a nuestros grupos de interés. Así mismo se rige bajo los principios del habeas data como protección al usuario, visitar nuestra

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



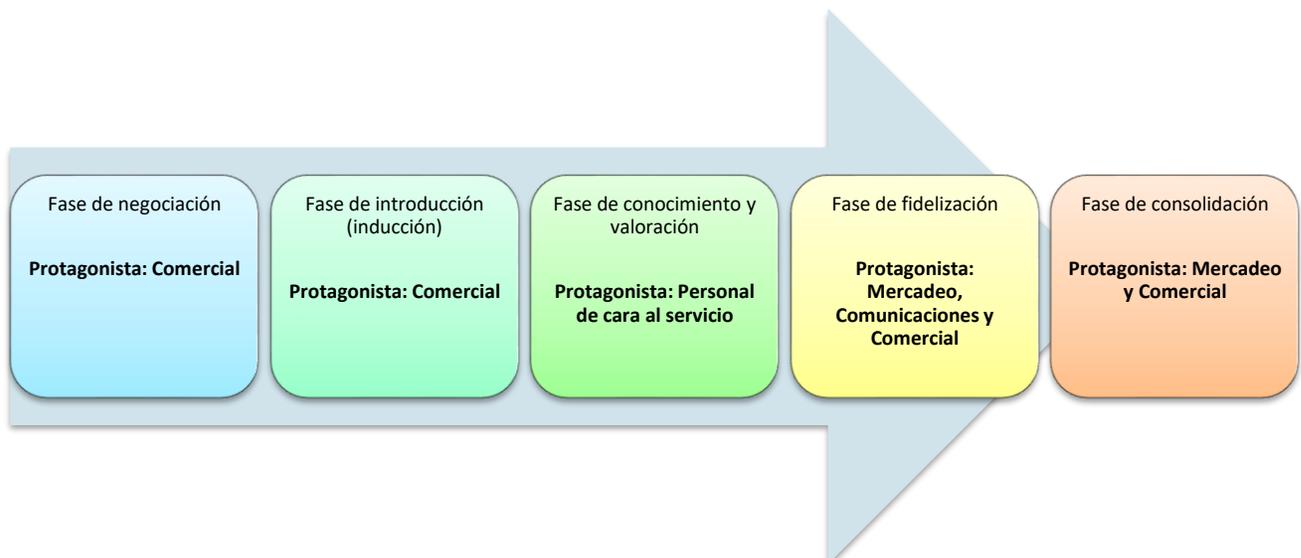
El modelo de gestión comercial 2021 se enfocó en: **Hotelería, Alimentos y bebidas y la base de afiliados**. En cada línea de negocio se definió la aplicación del modelo anteriormente mencionado dependiendo del tipo de cliente, realizando llamadas de telemarketing a las bases de datos asignadas de asociados 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.

2021		
Afiliaciones	Afiliados netos 646	Afiliados ppto 651
	Desistimientos 11	Renovaciones 35
Eventos	Eventos neto \$ 1.257	Eventos ppto \$ 2,951
Lotes	Lotes real 33	Lotes ppto 26
Hotelería	Hotelería real \$ 799	Hotelería ppto \$ 733

- Las afiliaciones no se comportaron como se esperaba debido a la coyuntura, al no poder estar operando no podíamos invitar a clientes potenciales que pudieran enamorarse de las instalaciones y su naturaleza. Tuvimos pocos desistimientos sin embargo el número total de afiliados es 646.
- En cuanto a eventos no logramos lo esperado ya que la mayoría del año los eventos no eran permitidos ni recomendados por la secretaría de salud para evitar focos de contagio. Aun así, al final del año pudimos retomar los eventos propios usuales bajo las medidas recomendadas.
- En el año 2021 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 2021 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 y patrocinios.

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.

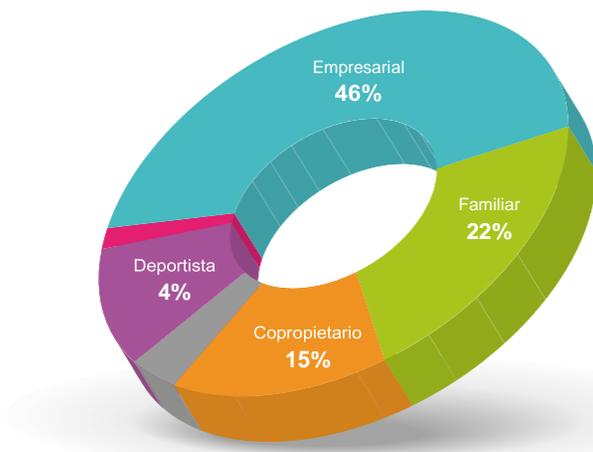
Plan de excelencia de servicio

1. Implementar App 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.
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, mediante contacto directo de la fuerza comercial y servicio al cliente.
8. Reconocimiento mediante incentivos al uso de los productos de afiliados y usuarios.

Grupos de Interés		Propósito / Interés	Medios para identificar y orientar respuesta a necesidades y expectativas
Directamente vinculados	Clientes y usuarios	Relaciones a mediano y largo plazo, fidelización y recompra	Encuestas de satisfacción Índice de satisfacción 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	
	Colaboradores y sus familias	Desarrollo de habilidades profesionales. Compromiso y sentido de pertenencia. Lealtad y respeto por la organización.	Estudios de ambiente laboral. Encuesta de bienestar social. Comité de Convivencia. Copasst Plenaria anual de resultados
Vinculados	Proveedores	Relaciones de mutua cooperación y crecimiento económico, fortalecimiento de la buena imagen sectorial, apertura de mercados y nuevos clientes.	Reuniones administrativas con proveedores.
	Aliados estratégicos	Crecimiento del valor de la inversión, fortalecimiento del patrimonio.	Juntas Directivas Club Los Andes
Externos	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.	Comunicaciones de regulación del medio ambiente con la CRC.
	Estado	Cumplimiento de las políticas y normas legales	A través de la junta de la Andí se conocen las políticas de la región y se sostienen relaciones estables con los entes de control como la Alcaldía y la Gobernación.
	Agremiaciones	Relaciones a largo plazo y de mutua cooperación. Desarrollo de estrategias regionales de alto impacto para la comunidad y el crecimiento institucional.	Asambleas gremiales. Participación en reuniones y comités interinstitucionales.

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

Parque Industrial Caucalesa
y Guachené

29 empresas Guachené
3 empresas Caucalesa

Parque Industrial
Paraíso y Puerto Tejada

13 empresas PI Paraíso
50 empresas Puerto Tejada

Parque Sur

12 empresas Parque Sur

ZONA 2 • 149 EMPRESAS

Ingenios y Zona Palmira

10 ingenios 79
empresas

Zona Industrial Yumbo

50 empresas

Se ha identificado 612
empresas divididas en tres zonas.
Empresas activas: 80
Meta empresas nuevas: 16 meses

ZONA 3 • 366 EMPRESAS

Sector Salud

135 empresas sector salud

Sector Educativo

102 colegios

Sector Bancario

41 empresas

Sector Solidario

88 empresas sector solidario

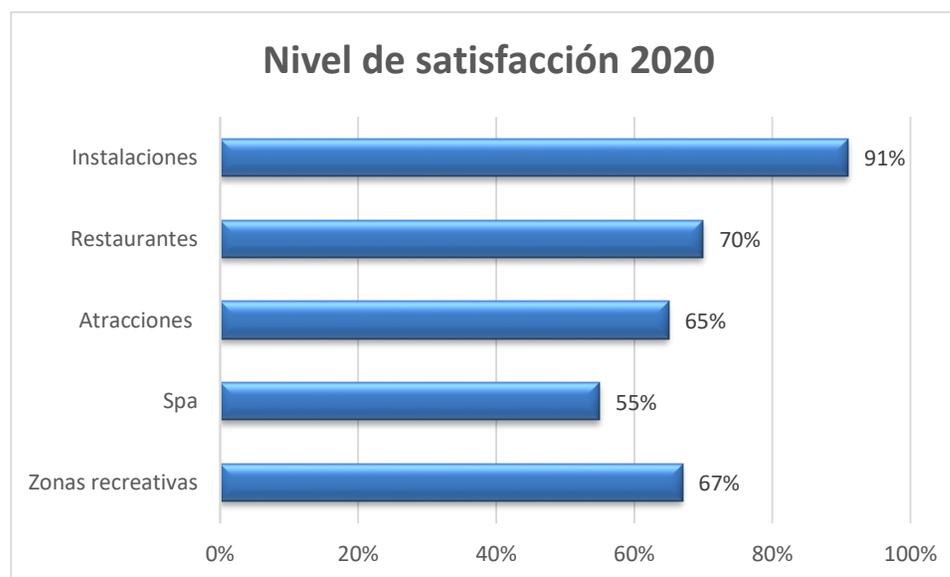
Modelo de satisfacción

NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS ASOCIADOS

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

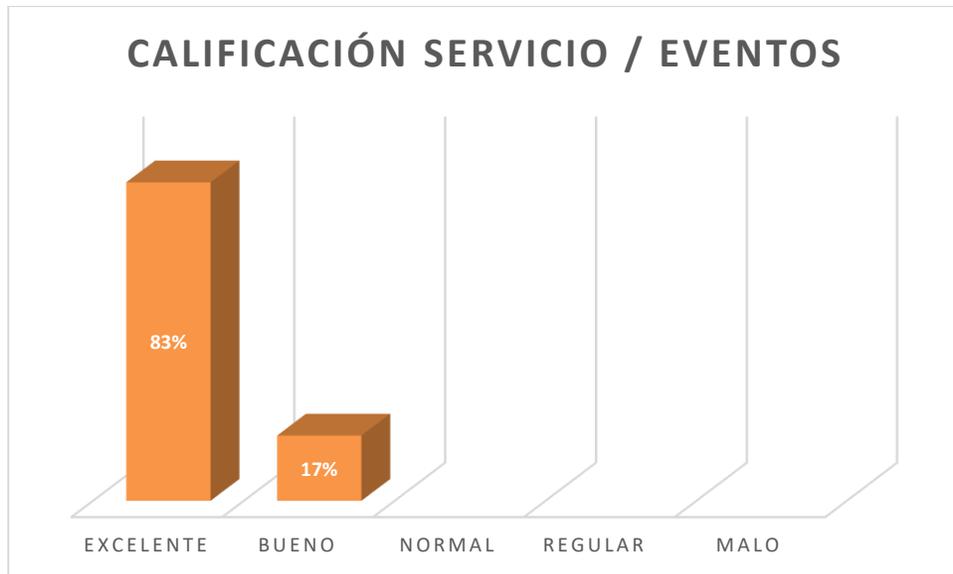
- Las instalaciones del club están valoradas por el 91% de los encuestados entre excelentes y buenas.
- El 70% de encuestados piensan que los restaurantes están valorados entre excelente y bueno, teniendo en cuenta aspectos como: calidad, limpieza, precio y oportunidad.
- En cuanto a nuestras atracciones acuáticas se registra que el 65% de los encuestados las califican como excelente 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 gym, 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.



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

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



Para la medición de satisfacción se presentaron tres aspectos fundamentales:

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

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

