

**REPORTE DE SOSTENIBILIDAD INTURSA 2019**

# **Índice**

[Índice 2](#_Toc34608081)

[Mensaje del presidente del directorio 4](#_Toc34608082)

[1. DESEMPEÑO OPERATIVO 2019 5](#_Toc34608083)

[2. HOSPITALIDAD POSITIVA 6](#_Toc34608084)

[2.1. Perfil corporativo 6](#_Toc34608085)

[2.2. Nuestra Misión, Visión y Valores 7](#_Toc34608086)

[Nuestros Hoteles 7](#_Toc34608087)

[2.4. Nuestra razón de ser 9](#_Toc34608088)

[2.5. Asociaciones y alianzas 10](#_Toc34608089)

[2.6. Gobierno Corporativo 11](#_Toc34608090)

[2.7. Creando y Distribuyendo Valor 12](#_Toc34608091)

[3. LA SOSTENIBILIDAD EN INTURSA 13](#_Toc34608092)

[3.1. Estrategia de Sostenibilidad 13](#_Toc34608093)

[3.2. Compromiso con los Objetivos de Desarrollo Sostenible 15](#_Toc34608094)

[3.3. Gestión ética 16](#_Toc34608096)

[3.3.1. Política de Anticorrupción y Soborno 17](#_Toc34608097)

[3.3.2. Política de Gestión de Conflicto de Intereses 17](#_Toc34608098)

[3.3.3. Código de Conducta y Ética y Reglamento Interno de Trabajo 18](#_Toc34608099)

[3.3.4. Canal de Integridad 19](#_Toc34608100)

[3.4. Nuestros Grupos de Interés 19](#_Toc34608101)

[4. Principales Expectativas de los Grupos de Interés 22](#_Toc34608102)

[5. COMPROMETIDOS CON UNA EXPERIENCIA SOSTENIBLE 22](#_Toc34608105)

[5.1. Alimentos saludables y sostenibles 22](#_Toc34608106)

[Superando Expectativas 23](#_Toc34608107)

[5.2.1. Reconocimientos 25](#_Toc34608108)

[5.2.2. Gestión de quejas y reclamos 26](#_Toc34608109)

[5.3. Marketing y Comunicaciones Responsables 26](#_Toc34608110)

[5.4. Privacidad de la Información de Clientes 27](#_Toc34608111)

[5.5. Cumplimiento regulatorio 28](#_Toc34608112)

[6. NUESTRA GENTE 28](#_Toc34608113)

[6.1. Retención y Selección del Talento 28](#_Toc34608114)

[6.2. Nuestro Equipo 30](#_Toc34608115)

[6.2.1. Libertad de asociación y negociación colectiva 31](#_Toc34608116)

[6.2.2. Beneficios laborales 31](#_Toc34608117)

[6.3. Clima y Cultura Organizacional 32](#_Toc34608118)

[6.3.1. Comunicación y diálogo 33](#_Toc34608120)

[6.3.2. Priorización de los derechos humanos 34](#_Toc34608121)

[6.3.3. Diversidad, Inclusión e Igualdad de Oportunidades 36](#_Toc34608122)

[6.4. Capacitación y Crecimiento 37](#_Toc34608123)

[6.4.1. Universidad de Líderes 38](#_Toc34608124)

[6.4.2. Gestión del Desempeño 39](#_Toc34608125)

[6.5. Gestionando la Seguridad y Salud en el Trabajo 41](#_Toc34608126)

[7. GENERANDO DESTINOS SOSTENIBLES 45](#_Toc34608127)

[7.1. Minimizando el impacto ambiental 45](#_Toc34608128)

[7.1.1. Gestión de la Energía 46](#_Toc34608129)

[7.1.2. Consumo Responsable del Agua 48](#_Toc34608130)

[Gestión de Emisiones 50](#_Toc34608131)

[7.1.4. Protegiendo la Biodiversidad 51](#_Toc34608132)

[7.1.5. Gestión de Efluentes y Residuos 52](#_Toc34608133)

[7.2. Compras Responsables 53](#_Toc34608134)

[7.2.1. Compras Locales 53](#_Toc34608135)

[7.2.2. Selección y Evaluación de Proveedores 54](#_Toc34608136)

[7.2.3. Cadena de proveedores responsable y ética 55](#_Toc34608137)

[7.3.1. Inversión Social 55](#_Toc34608138)

[7.3.2. Cultura viva 59](#_Toc34608139)

[8. ACERCA DEL REPORTE DE SOSTENIBILIDAD 60](#_Toc34608140)

[8.1. Temas Materiales Incluidos 60](#_Toc34608141)

[8.2. Gráfico de materialidad 61](#_Toc34608142)

[9. ÍNDICE DE CONTENIDO GRI 65](#_Toc34608143)

Mensaje del presidente del directorio

(GRI 102-14)

Me es grato compartirles el Reporte de Sostenibilidad de INTURSA para el año 2019. Habiendo recorrido ya 3 años desde la primera vez que reportamos nuestros resultados de sostenibilidad, reafirmamos nuestro compromiso con potenciar el progreso, proteger el entorno, cuidando los ecosistemas y el patrimonio cultural y empoderar nuestro sistema de gobierno corporativo.

En INTURSA tenemos como prioridades de sostenibilidad, el crear **Momentos** **Memorables**, diseñando experiencias únicas para nuestros huéspedes; fomentar ***Destinos Sostenibles***, generando oportunidades en los lugares donde operamos; y poner a las ***Personas Primero***, cuidando a nuestros colaboradores tanto como ellos cuidan a nuestros huéspedes.

Durante el 2019 hemos integrado a artesanos, músicos y otros expertos a varias de las experiencias que ofrecen nuestros hoteles. De esta manera revaloramos las tradiciones locales y nos aseguramos de que los huéspedes conecten con el destino que visitan también cuando están dentro de nuestras propiedades.

Reducir, reusar y reciclar se han convertido en pilares para INTURSA. Por ello en cada hotel se vienen trabajando iniciativas para reducir el uso de agua, energía eléctrica y combustible; reusar las aguas residuales, así como reciclar papel y plástico. A través del Comité de Sostenibilidad de INTURSA, establecemos las metas anuales para reducir nuestro impacto ambiental. Estas acciones impactan directamente en nuestra Huella de Carbono.

Durante el 2019, se implementó un comité de Equidad de Género para trabajar eficientemente hacia un entorno laboral más equitativo en oportunidades y más seguro para todos. La Universidad de Líderes UNIL, que tiene como misión desarrollar competencias para lograr un crecimiento profesional sostenible dictó exitosamente 43 cursos para nuestros colaboradores. Adicionalmente, en el Tambo del Inka, culminamos la primera etapa del proyecto Nuna, con miras a convertir a nuestros colaboradores en embajadores orgullosos de sus tradiciones y del lugar donde trabajan.

Estas y otras acciones se ven reflejadas en el presente reporte que esperamos contribuya en la difusión de un turismo cada vez más sostenible en nuestro país.

Agradecemos el interés por conocer con mayor detalle nuestras acciones y compromisos en nuestro Reporte de Sostenibilidad 2019, el cual fue elaborado bajo los nuevos estándares del *Global Reporting Initiative* (GRI).



Atentamente

Pedro Brescia Moreyra

1. DESEMPEÑO OPERATIVO 2019

(102-7)

|  |  |
| --- | --- |
| S/.313,7 millones de  Valor económico generado en el 2019 | C:\Users\Usuario\Documents\INTURSA\Gestión 2019\Borrador reporte\iconos\HOTEL.jpg  8 hoteles formaron parte de INTURSA[[1]](#footnote-1) |
| C:\Users\Usuario\Documents\INTURSA\Gestión 2019\Borrador reporte\iconos\PERSONAS.jpg1,311 colaboradores, 65% hombres y 35% mujeres | 80% de favorabilidad en la encuesta de clima laboral |
| 17 horas promedio de capacitación por colaborador | 4.72 en el Social Media index (SMI) |
| 135,276.40 GJ  de energía consumida, 2% menos que en el 2018 | 191,371 m3  de agua consumida, 16% menos que en 2018 |

## HOSPITALIDAD POSITIVA

### Perfil corporativo

(GRI 102-1) (GRI 102-2) (GRI 102-4) (GRI 102-5)

El conglomerado empresarial Breca surgió en el Perú hace más de 130 años y cuenta con operaciones en este y otros países de América Latina. El propósito del Grupo es “crear oportunidades que trasciendan” lo cual se concretiza mediante operaciones que, si bien buscan el retorno de lo invertido, se preocupan asimismo por generar un impacto positivo; maximizando el progreso, cuidando el entorno y construyendo el futuro

Inversiones Nacionales de Turismo S.A. (INTURSA) – brazo hotelero del Grupo Breca y socia de Marriott International en el Perú – también se sostiene en este propósito. Durante las últimas 4 décadas, su portafolio hotelero ha aumentado sin abandonar su misión, visión y valores. La administración de cada hotel busca ofrecer un servicio de excelencia, que se renueve constantemente y que sepa satisfacer los requerimientos de visitantes peruanos y extranjeros interesados en adentrarse en la cultura y tradición peruana globalmente extendida.

En respuesta a este mundo globalizado, Perú necesitaba un portafolio hotelero que brindara servicios a un segmento de mercado novedoso: el viajero de lujo. Por ello INTURSA S.A. se embarcó en un proceso de internacionalización que permitió la construcción de 3 hoteles bajo la marca Luxury Collection. Estos se asientan en los destinos más mágicos de nuestro país como la Reserva Nacional de Paracas o la cordillera de los Andes; así como sobre propiedades espectaculares cargadas de historia. El Hotel Paracas, a Luxury Collection Resort; el Palacio del Inka, a Luxury Collection Hotel, de Cusco; y Tambo del Inka Luxury, a Collection Resort & Spa, de Urubamba; junto al Westin Lima Hotel & Convention Center, de Lima –que se convirtió rápidamente en ícono de la metrópoli –satisfacen las necesidades de un viajero tanto turista como corporativo.

En 2019 se sumaron 2 hoteles en la capital peruana: el AC Hotel Lima Miraflores y el Aloft Lima Miraflores, ambos del sello Hotels by Marriott International. Así, la empresa operó en Lima Metropolitana con 3 hoteles, en Cusco con 1 hotel en la ciudad y 1 en el Valle Sagrado; y en Paracas con 1 hotel. Esto da un total de 6 hoteles en el portafolio.

### Nuestra Misión, Visión y Valores

(GRI 102-16)

Asimismo, cuenta con pilares que forman parte del ADN de la Empresa y que guían sus conductas cotidianas.

### Nuestros Hoteles

(GRI 102-10)

Durante el año 2019, INTURSA manejó dentro de su portafolio 8 hoteles de 5 marcas distintas:

* Libertador[[2]](#footnote-2): hoteles en Lima y Puno.
* Aloft: Aloft Lima Miraflores.
* AC by Marriott[[3]](#footnote-3): AC Hotel Lima Miraflores.
* The Luxury Collection: Hotel Paracas (Paracas), Tambo del Inka (Urubamba) y Palacio del Inka (Cusco).
* Westin: Westin Lima Hotel & Convention Center

Portafolio de hoteles

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Modelo** | **Marca** | **Ubicación** | **Habitaciones** | **Categoría** |
| **Propiedad** | Libertador | Lima (San Isidro), Puno | 173 | Upscale |
| **Franquicia** | Westin | Lima (San Isidro) | 301 | Upper Upscale |
| The Luxury Collection | Paracas, Cusco, Urubamba | 451 | Luxury |
| Aloft | Lima (Miraflores) | 164 | Upscale |
| AC by Marriott | Lima (Miraflores) | 150 | Upscale |

Todos estos hoteles cuentan con actividades que permiten destacar los atractivos más imponentes de cada ciudad según su ubicación; además de servicios de spa y tratamientos de salud y belleza, así como una propuesta gastronómica que combina recetas tradicionales con cocina de vanguardia. Asimismo, Venturia diseña y ofrece una serie de actividades y experiencias exclusivas según los requerimientos de los huéspedes.

Dentro de los objetivos estratégicos de mediano plazo de la empresa se ubican:

* Alcanzar excelencia y liderazgo operacional y comercial.
* Incrementar participación de mercado de hoteles existentes.
* Capturar valor con acciones relevantes, tanto orgánicas como inorgánicas.
* Convertirnos en actor transcendente y sustentable a nivel regional.

Respecto de ello, INTURSA realizó en 2019 la venta de sus hoteles Libertador Puno y Libertador Lima Golf. Como en las ventas anteriores de sus hoteles de Arequipa y Trujillo, se trata de una negociación de activos, y no de marca. Es así que la empresa enfoca su estrategia hacía los hoteles franquiciados.

De este modo, la empresa se encuentra en un proceso de exploración hacía otros mercados de la región.

A nivel local, se inaugura el Hotel AC Lima Miraflores, siendo la cuarta marca franquiciada. Este es el segundo hotel de la cadena ubicado en uno de los distritos favoritos de los turistas de placer y negocios. El hotel empezó a operar el 1 de abril del 2019.

Con alma europea y raíces españolas, la marca AC Hotels by Marriott es el resultado de una evolución constante que busca brindar a sus huéspedes experiencias sorprendentes, basadas en el concepto de que el diseño y la estética mejoran la vida de las personas y que, cuando se descarta lo innecesario, pueden enfocarse en lo que es importante para ellas. Como resultado de ello, el AC Lima Miraflores es un hotel de estilo sofisticado, pero sin pretensiones, con un diseño interior minimalista y una oferta confortable de alimentos y bebidas, así como de experiencias verdaderamente inspiradoras.

Hoteles que se vendieron e inauguraron en 2019

(GRI 102-10)

|  |  |
| --- | --- |
| **Vendidos** | Libertador Puno  Libertador Lima Golf |
| **Inaugurados** | AC Hotel Lima Miraflores |

### Nuestra razón de ser

(GRI 102-6)

El público objetivo de los hoteles ubicados en Lima es el que integra la concebida “Generación X”, personas de entre 41 y 55 años, de las cuales el 50% viaja por negocios y el otro 50% por placer (*leisure*).

Estos viajeros, en su mayoría, provienen de Estados Unidos o de países latinoamericanos. Realizan sus reservas con una corta anticipación que varía entre 7 y 25 días. Viajan solos y suelen permanecer en Lima por 2 noches. Además, se quedan durante la semana y pueden tener viajes recurrentes, ya que el 36% de los clientes son repetitivos.

Los hoteles ubicados en provincias cuentan con un mayor porcentaje de huéspedes que viajan por placer. Ellos suelen provenir de Estados Unidos, Inglaterra, México y España; y hacen sus reservas con 30 a 60 días de anticipación.

En el caso del viajero nacional este realiza su reserva con un promedio de anticipación de 7 días. En este caso, el público objetivo son los *“Baby Boomers”*, personas con un rango etario entre los 55 y 70 años, quienes habitualmente viajan en pareja.

En ambos casos son clientes que suelen hospedarse en hoteles de cadenas internacionales y que cuentan con un programa de fidelidad.

Cuadro de clientes hospedados en 2019

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Hotel | 2018 | 2019 | VAR% |
| PAX Totales | PAX Totales | PAX Totales |
| Palacio del Inka | 46,569 | 44,012 | -5% |
| Tambo del Inka | 24,893 | 25,017 | 1% |
| Hotel Paracas | 27,661 | 26,972 | -2% |
| Westin Lima | 39,500 | 32,591 | -17% |
| Aloft Lima Miraflores | 886 | 16,256 |  |
| AC Hotel Lima Miraflores | - | 13,059 | - |

### Asociaciones y alianzas

(GRI 102-13)

La empresa mantiene alianzas con diversas organizaciones privadas, públicas y gremiales las cuales colaboran y contribuyen a la creación de las políticas públicas del Perú para el sector turismo. Además, es miembro activo y con responsabilidad en la Sociedad de Hoteles del Perú (vicepresidencia hasta 18 de setiembre del 2019), en el Buró de Convenciones (ídem), y en Turismo Cuida, así como en otros foros de influencia en el sector. Del mismo modo, INTURSA es miembro de las diferentes cámaras de turismo regionales del país. Al cierre del 2019 cuenta con las siguientes membresías y asociaciones:

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ASOCIACIONES, ORGANIZACIONES Y GREMIOS** | (SHP)  Asociación Peruana de Hoteles, Restaurantes y Afines |  |  |  |  | **CÁMARAS** | Cámara Nacional de Turismo (Canatur) | Cámara de Comercio de Lima (CCL) |
| Turismo Cuida |  |  |  |  | Cámara de Comercio Americana del Perú (Amcham) | Cámara de Comercio de Cusco |
| Buró de Convenciones de Lima y Visitantes de Lima |  |  |  |  | Cámara de comercio Peruano Chilena | Cámara de Turismo del Valle Sagrado |
| Sociedad de Comercio Exterior del Perú (Comex Perú) |  |  |  |  | Cámara Oficial de Comercio de España en el Perú |  |

### Gobierno Corporativo

(NO GRI Buen Gobierno Corporativo) (GRI 102-18) (GRI 405-1)

El gobierno corporativo, liderado por el Directorio, establece la gobernanza, principios y normas que regulan el diseño, integración y funcionamiento de los órganos de gobierno de INTURSA. Esta instancia superior es responsable de tomar decisiones, velar por el interés social y crear valor para los accionistas.

El Directorio está compuesto por 7 miembros titulares: un presidente, un vicepresidente y cinco directores quienes dirigen, supervisan y controlan que todas las actividades cumplan con la legislación de los mercados donde las empresas operan y de acuerdo con normas y políticas internas. También se han nombrado 2 miembros suplentes.

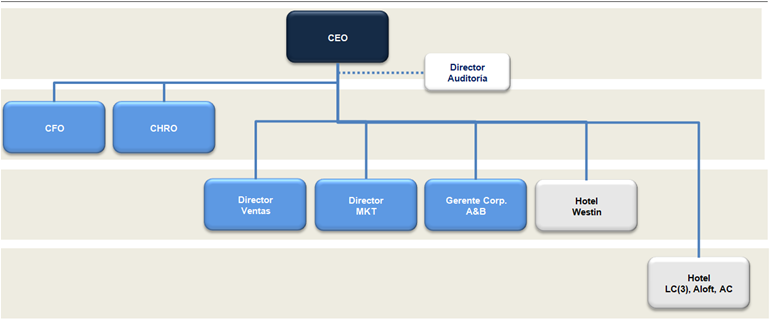
Directorio

|  |  | **Nombre** | **Profesión/Ocupación** | **Fecha de inicio** | **Fecha de término** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Directores dependientes** | **Titulares** | Pedro Brescia Moreyra /Presidente | Economista | 1993 | A la fecha |
| Mario Brescia Moreyra/ Vicepresidente | Administrador de Empresas | 1996 | A la fecha |
| Fortunato Brescia Moreyra | Ingeniero de Minas | 2002 | A la fecha |
| Alex Fort Brescia | Administrador de Empresas | 2002 | A la fecha |
| Bernardo Fort Brescia | Arquitecto | 2005 | A la fecha |
| Jaime Aráoz Medánic | Administrador de Empresas | 2016 | A la fecha |
| **Suplentes** | Fernando José Alegre Basurco | Economista | 2017 | A la fecha |
| Miguel Ángel Salmón | Abogado | 2015 | A la fecha |
| **Director independiente** | **Titular** | Timothy Allen Gifford | Negocios Internacionales/Economía | 2019 | A la fecha |

Es importante mencionar que el Directorio está encargado de aprobar el Plan Estratégico que incluye el Presupuesto Anual, el Plan de Sostenibilidad, así como la Gestión de Riesgos.

Además, otros temas relevantes para INTURSA son revisados por el Comité de Dirección, conformado por la Gerencia General, la Dirección de Finanzas, la Dirección de RR.HH., la Dirección de Auditoría y la Dirección Comercial (incluyendo la Dirección de Ventas y la Dirección de Marketing) así como por la Gerencia Corporativa de Alimentos y Bebidas y la Gerencia de Estrategia y Desarrollo de Negocios. Mientras que, los temas ambientales y sociales, por el Comité de Sostenibilidad, conformado por la Gerencia General, la Dirección de RR.HH., la Gerencia de Comunicaciones y un representante de la Gerencia General de los hoteles.

Organigrama



### Creando y Distribuyendo Valor

(GRI 201-1) (GRI 102-45) (GRI 102-10)

En el año 2019 las ventas de habitaciones ascendieron a S/ 145.0 millones, lo que representa un crecimiento de 10.3% versus el de 2018. Este resultado responde a un incremento del precio medio en soles de 13.4%; mientras que la ocupación disminuyó en -1.8%.

Las ventas alcanzaron los S/ 239.1 millones, equivalentes a un crecimiento de 5.6% versus el año anterior. Este crecimiento estuvo asociado a las dos últimas aperturas de hoteles: Aloft Miraflores, inaugurado en noviembre 2018 y AC Miraflores, en abril 2019. De otro lado, los hoteles Paracas y Tambo del Inka en Urubamba destacaron con crecimientos de 11.1% y 9.4% respectivamente; el primero impactado positivamente por los Juegos Panamericanos, y el segundo por una mejora en el precio medio de habitaciones.

En setiembre se concretó la venta de los hoteles Libertador Puno y Libertador Lima Golf; el valor económico retenido incluye la utilidad generada por esta venta.

Valor económico directo generado, distribuido y retenido (En Miles de Soles)

(GRI 201-1)

| Desempeño económico (En Miles de Soles) | 2018 | 2019 |
| --- | --- | --- |
| Valor económico directo creado (VEC) | **327,543** | **313,729** |
| 1. Ingresos = ventas netas + ingresos procedentes de inversiones financieras y ventas de activos | 327,543 | 313,729 |
| Valor económico distribuido (VED) | **306,913** | **290,206** |
| 1. Costes operativos = gastos generales + gastos de personal (cursos de formación/capacitación y gastos relacionados) + gastos de personal subcontratado + gastos administrativos + impuestos + contribuciones + otros gastos operativos | 230,249 | 203,079 |
| 1. Salarios y beneficios sociales para colaboradores = remuneraciones + participación de utilidades de los colaboradores + seguro médico + bonificaciones + otros beneficios (movilidad, refrigerio, entre otros) | 72,183 | 80,861 |
| 1. Pagos a Gobiernos = Impuesto a la Renta | 4,329 | 6,024 |
| 1. Inversiones en la comunidad = donaciones deducibles y no deducibles | 152 | 242 |
| Valor económico retenido (VER) = VEC- VED | **20,630** | **23,523** |

Imagen que contiene exterior, señal

Descripción generada automáticamente

## LA SOSTENIBILIDAD EN INTURSA

### Estrategia de Sostenibilidad

(GRI 102-16)

Actualmente la sostenibilidad es un aspecto clave en la gestión de las empresas modernas. En ese sentido, INTURSA cuenta con un Comité de Sostenibilidad que impulsa de manera transversal diversos planes, programas, proyectos y acciones vinculados a gestionar los impactos en materia económica, social y ambiental. El Comité de Sostenibilidad tiene su propia misión y visión aplicados por igual a todas las sedes que conforman la empresa. Estos son:

Misión y Visión del Comité de Sostenibilidad

Desde el 2017, el Comité trabaja en base a una serie de objetivos que gestionan la sostenibilidad de la empresa desde 3 frentes: los consumos ALF[[4]](#footnote-4), la comunicación y la cultura organizacional en torno a temas ambientales y sociales. En el 2018, la empresa realizó una revisión de la Estrategia y los avances correspondientes según los KPIs[[5]](#footnote-5). Para el 2019, se trabajó en las iniciativas priorizadas para cumplir con las metas establecidas para el 2020 y 2030 en la Estrategia de Sostenibilidad de INTURSA sobre la base de 3 pilares que se desglosan en ejes prioritarios:

Estrategia de Sostenibilidad de INTURSA

**EXPERIENCIAS QUE TRASCIENDEN**

Destinos Sostenibles

Personas Primero

Momento Memorables

Creamos experiencias únicas que perduran en la memoria de nuestros huéspedes.

Generamos oportunidades y prosperidad en los lugares donde operan nuestros hoteles.

Cuidamos de nuestros colaboradores tanto como ellos cuidan de nuestros huéspedes.

**Calidad de Servicio y Excelencia Operativa**

Cultura Viva

Huéspedes Saludables

Superando Expectativas

Compras responsables

Mínimo Impacto Ambiental

Comunidades Prósperas

Talento al Servicio

Igualdad de Oportunidades

Balance Laboral

### Compromiso con los Objetivos de Desarrollo Sostenible[[6]](#footnote-6)

(GRI 102-12)

Según lo declarado por la Organización Mundial de Turismo (OMT), el turismo contribuye, directa o indirectamente, a todos los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Estos son metas que los países miembros de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) estableció para la eliminación de la pobreza y la defensa del ambiente en entornos que aseguran la paz, la seguridad y la igualdad.

Las metas de los objetivos 8, 12 y 14 están relacionados, respectivamente, con el crecimiento económico inclusivo y sostenible, el consumo y la producción sostenibles, así como con el uso sostenible de los océanos y los recursos marinos.

La empresa, al ser parte del portafolio de marcas de Marriott International, tiene una posición firme. Por ello, la Estrategia de Sostenibilidad toma en cuenta los ODS y las iniciativas y operaciones se alinean en 3 ejes con dichos objetivos:

* Reducir los impactos ambientales: Se busca reducir la huella ambiental de la empresa mediante la gestión responsable en el uso de energía y agua, así como innovando con la incorporación del uso de energías renovables.
* Construir y operar hoteles sostenibles: Desde el diseño hasta la experiencia de los clientes, la sostenibilidad está integrada en la forma de hacer negocios.
* Abastecerse responsablemente: Comprometidos con la integración de las principales prácticas ambientales y sociales en la cadena de suministro y búsqueda de asociaciones con proveedores afines.

De este modo, durante el 2019 la empresa contribuyó con iniciativas compatibles con los diversos ODS. A lo largo de este documento, el lector podrá observar el sello del ODS que se impactó.



### Gestión ética

La reputación de INTURSA está constituida y sostenida por el comportamiento de sus sedes y la conducta de cada colaborador la cual está enmarcada en diversas políticas, normas, códigos y reglamentos. (NO GRI Ética empresarial)

Como parte del sistema de ética, la empresa cuenta con 2 políticas que establecen las directrices y lineamientos a seguir con el fin de prevenir y detectar, de manera oportuna, actos relacionados con corrupción y conflicto de intereses.

* + 1. Política de Anticorrupción y Soborno

(GRI 205-2)

El objetivo de esta política es prevenir todos los actos de soborno y corrupción en las transacciones de INTURSA. En ese sentido, la postura de la empresa con respecto de los sobornos y la corrupción es clara: “la empresa prohíbe el soborno en todas sus modalidades y cualquier otro tipo de ofrecimiento, promesa, pagos de forma directa o indirecta, contribuciones políticas, regalos, atenciones y dádivas, y donaciones, de INTURSA y los grupos de interés: colaboradores, proveedores, contratistas, socios comerciales, terceros e intermediarios que puedan representar o actuar en nombre de INTURSA o donde INTURSA ejerza control, hacia un funcionario público con la finalidad de obtener un beneficio indebido económico o de otro tipo”.[[7]](#footnote-7)

Respecto de las donaciones, se hace la excepción en caso se realicen mediante peticiones de instituciones u organizaciones sin fines de lucro no vinculadas a actividades comerciales o políticas, o grupos de personas que son parte de la zona de influencia de la operación o que estas sean de carácter humanitario o de emergencia.

Además de ello, la empresa cuenta con Protocolos de Relaciones con Funcionarios, así como de atenciones y regalos que buscan garantizar que las donaciones y atenciones que se realizan sean con los fines comerciales, sociales, etc. que se deseen y no usados para fines ilícitos.

Siguiendo las recomendaciones de la asesoría de evaluación de riesgos del negocio en materia de corrupción, el Directorio aprobó la matriz de riesgos junto con una lista de sugerencias que fueron implementadas a lo largo del 2018. Es así que para el 2019, se trabajó en la actualización de dicha matriz de riesgos siendo está aprobada por el Directorio en setiembre del mismo año.

* + 1. **Política de Gestión de** **Conflicto de Intereses**

Este documento establece los lineamientos generales relacionados con la Gestión de Conflicto de Intereses de la empresa. Además, está basado en el siguiente pilar del Código de Conducta y Ética de INTURSA: “afrontamos los conflictos de intereses (reales o potenciales) en el desempeño de nuestras funciones actuando con transparencia y lealtad para con la empresa y sus accionistas”.[[8]](#footnote-8)

Los colaboradores tienen el deber de comunicar las siguientes situaciones, si:

* Cree tener un conflicto de interés real o potencial.
* Cree que los demás podrían pensar que sus actividades o relaciones generan conflictos de interés.
* Tiene sospecha o evidencia de cualquier conflicto de interés, real o potencial.

Estas comunicaciones deben ser enviadas por escrito a su jefe directo o transmitidas al Comité de Cumplimiento.

El Directorio es el órgano responsable de aprobar la política y cualquier modificación posterior. Por su parte, el oficial de cumplimiento normativo, designado por el Directorio, es el responsable de atender las denuncias vinculadas a eventos de corrupción o soborno dentro de INTURSA, así como de velar por el cumplimiento de dicha política.

* + 1. Código de Conducta y Ética y Reglamento Interno de Trabajo

Estas políticas aterrizan en 2 documentos normativos, el Código de Conducta y Ética y Reglamento Interno de Trabajo. (GRI 102-16)

El Código de Conducta y Ética marca un modelo de conducta común que tiene la ética personal como eje transversal para una gestión integral y profesional. Este documento está diseñado para normar la actuación de los colaboradores ante diferentes situaciones.

Cabe mencionar que, el código traduce los principios y valores de Breca en lineamientos prácticos que reflejan el compromiso con los diferentes grupos de interés:

Las capacitaciones referidas al Código de Conducta y Ética se asignan digitalmente a los nuevos colaboradores a través del sistema de aprendizaje UNIL. De igual modo, anualmente se renueva este curso a todo el equipo. Las capacitaciones son virtuales, cuentan con un contenido interactivo, así como con una evaluación final para aprobar el curso. En el 2019, se registró un 100% de aprobados.

En el Código de Conducta y Ética se abordan los compromisos de la empresa respecto a los conflictos de intereses que puedan tener los empleados o las personas vinculadas con sus actividades. Los colaboradores, además, firman una declaración en la cual deben detallar las potenciales relaciones que tienen que podrían suscitar conflictos de intereses.

* + 1. Canal de Integridad

A través del Canal de Integridad, los colaboradores, proveedores, contratistas y el público en general pueden reportar denuncias o realizar comunicaciones a INTURSA. El canal es accesible mediante diversos medios como los siguientes:

* Correo electrónico: [libertador@canaldeintegridad.com](mailto:libertador@canaldeintegridad.com)
* Página web: <http://www.canaldeintegridad.com/libertador>
* Buzón de voz: 0 800 1 8114 (opción 2)
* Entrevista personal

Además, es administrado por una entidad independiente como es la empresa EY a fin de asegurar la imparcialidad y confidencialidad del medio. Esta operadora transmite la información recogida de forma anónima. Los casos son derivados al Comité de Cumplimiento de INTURSA y al Comité de Cumplimiento Corporativo, cuando corresponda, de acuerdo a protocolos establecidos.

A través del envío constante de comunicaciones, capacitaciones y medidas de control interno se previene, detecta y corrige cualquier actividad o riesgo de conducta ilícita. De este modo, se cuida la puesta en marcha de acciones que aseguren una gestión transparente y ética.

### Nuestros Grupos de Interés

(GRI 102-40) (GRI 102-42) (GRI 102-43)

La comunicación con los grupos de interés es dinámica: ello permite tener un relacionamiento activo y genuino. Esto concluye en un levantamiento de información detallado realizado por cada hotel. Se gestiona de este modo dado que cada sede se ubica en distintas zonas del Perú y con realidades muy diferentes. De esta manera, los hoteles pueden priorizar el trabajo de relacionamiento con aquellos que pueden tener un mayor impacto en sus operaciones.

El mapeo consolidado es revisado cada 2 años. Para este reporte, se ha trabajado sobre el consolidado del 2018, realizado con la metodología de Futerra. La siguiente revisión se realizará en el 2020 y se trabajará aplicando la metodología indicada por Breca.

Grupos de Interés INTURSA[[9]](#footnote-9)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  |  |  |

El diálogo genuino y activo con los grupos de interés fortalece el relacionamiento con la empresa. A través de ello, se toma en cuenta comentarios y expectativas para los procesos de mejora continua en INTURSA. Por ese motivo, se pone a disposición diversos canales de atención: (GRI 102-43)

Mecanismo de diálogo y frecuencia con los grupos de interés

| **Grupo de interés** | **Mecanismo de diálogo** | **Frecuencia** |
| --- | --- | --- |
| **Colaboradores** | Con una política de puertas abiertas los colaboradores tienen una comunicación horizontal y continua con la empresa.  Asimismo, todas las sedes realizan un *briefing* diario en el que se comparten asuntos importantes del día y donde se pueden recoger opiniones o inquietudes de los colaboradores.  De manera formal, se cuenta con un buzón de sugerencias, el canal de integridad y reuniones periódicas donde se comparte información relevante para la empresa, de modo que se obtenga el *feedback* de los colaboradores. Asimismo, cada 3 meses se realizan las sesiones Compartiendo, donde se les comunica noticias de interés sobre cambios en la empresa que los afecten. | Permanente |
| **Clientes** | De igual manera, la comunicación con el huésped es continua. Inicialmente, solicitan una reserva que permite a INTURSA establecer un diálogo consensuado vía e-mail. Mientras que, durante su estadía, las áreas de *Concierge o Service Express* son los canales preferentes para generar una comunicación con el hotel. Finalmente, cuando se realiza el *check out* reciben una encuesta que evalúa su estadía.  La encuesta es recibida por Marriot International, lo que garantiza que los resultados no sean susceptibles a manipulación alguna.  Con los clientes corporativos e intermediarios (agencias de viajes), el diálogo se establece a partir de las visitas que los ejecutivos comerciales realizan. Estas visitas son constantes a lo largo del año y permiten recoger ideas, sugerencias, así como nuevas necesidades del sector que estas empresas atienden. | Continuo. A disposición según el requerimiento del huésped o cliente. |
| **Proveedores** | INTURSA trabaja con proveedores de alta calidad que compartan la filosofía y valores de la empresa.  La oficina corporativa cuenta con una base de proveedores principales con quienes mantiene comunicación activa. Además de ello, realiza reuniones semestrales. En casos de nuevos requerimientos, se convoca a licitaciones abiertas con procesos transparentes.  Para el caso de productos perecibles, la empresa tiene como prioridad las compras locales, siempre y cuando se cumplan los estándares estipulados por INTURSA. De igual modo, se reciben proveedores nuevos que cumplan con dichos estándares.  Para corroborar los sistemas de calidad, la empresa realiza evaluaciones y visitas inopinadas en plantas y locales. | Continuo. Según sea el requerimiento de cada sede |
| **Entidades reguladoras** | La empresa mantiene contacto y comunicación con estos organismos a través de algunas asociaciones gremiales como la Sociedad de Hoteles del Perú, Canatur, Ahora, Turismo Cuida y el Buró de Convenciones de Lima. De requerirse, INTURSA también establece diálogo directo con estos organismos a través de los canales correspondientes. | Coyuntural |
| **Comunidades** | Cada sede debe mantener un diálogo constante y genuino según sea la comunidad donde opera. La empresa permite esta autonomía ya que los grupos de interés varían de acuerdo con la ubicación de las sedes.  De este modo, el contacto directo se mantiene con las autoridades locales, vecinos, entidades educativas, artesanos de la zona, etc. Además, los hoteles participan en las principales fiestas de la localidad como un miembro más de la comunidad que los acoge. | Permanente |

## Principales Expectativas de los Grupos de Interés

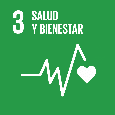
(GRI 102-44) (GRI 102-46)

En el 2019, la empresa desarrolló un proceso de consulta a sus grupos de interés con la finalidad de conocer sus principales percepciones y expectativas sobre la gestión sostenible de la empresa. A continuación, se detallan las expectativas más resaltantes:

Principales expectativas de los grupos de interés

| Colaboradores | Clientes | Proveedores | Comunidad |
| --- | --- | --- | --- |
| * Igualdad de oportunidades * Gestión de clima laboral * Formación y desarrollo * Ecoeficiencia operacional * Respeto a los derechos humanos * Cambio climático * Seguridad y Salud en el Trabajo * Lucha contra la corrupción * Gobierno Corporativo * Ética empresarial * Prevención del acoso sexual * Rotación del personal * Desempeño Económico | * Garantizar la salud y seguridad de los clientes * Privacidad y protección de datos * Ecoeficiencia operacional * Impactos a la biodiversidad * Respeto a los derechos humanos * Cambio climático * Cumplimiento con la regulación * Medir la satisfacción de los clientes * Brindar alimentos y bebidas saludables * Lucha contra la corrupción * Ética empresarial * Gestión de quejas y reclamos * Prevención del acoso sexual | * Desarrollo de proveedores * Respeto a los derechos humanos * Evaluación socio ambiental de proveedores * Compras locales * Lucha contra la corrupción * Ética empresarial * Desempeño Económico | * Inversión en comunidades locales * Ecoeficiencia operacional * Impactos a la biodiversidad * Respeto a los derechos humanos * Compras locales * Ética empresarial |

## 



## COMPROMETIDOS CON UNA EXPERIENCIA SOSTENIBLE

* 1. Alimentos saludables y sostenibles

(GRI 416-1) (NO GRI Alimentos saludables y bebidas)

Desde el área de Alimentos & Bebidas, la empresa está comprometida en brindar una experiencia confortable para todos sus clientes. Para ello, se compromete en aplicar sistemas que garanticen la calidad de sus productos y servicios; además de la seguridad y salud de clientes. Las iniciativas relacionadas a estos aspectos son:

Cabe referir que el 100% de los productos y servicios son evaluados en términos de inocuidad alimentaria. A continuación, se mencionan los productos y áreas/servicios involucrados.

|  |  |
| --- | --- |
| Productos significativos | Servicios significativos |
| Alimentos con tratamiento térmico  Alimentos sin tratamiento térmico  Alimentos de preparación mixta  Bebidas con alcohol  Bebidas sin alcohol  Productos de panadería y pastelería  Agua | Cocina caliente  Cocina fría  Panadería  Pastelería  Estación de café  Áreas de bar  *Room Service* |

Todos los hoteles del portafolio implementan y gestionan sistemas de inocuidad y calidad alimentaria con el fin de garantizar la seguridad alimentaria en todos los servicios además de mostrar conformidad con las normativas de inocuidad, nacionales e internacionales. El manual de procedimientos es la pauta clave para una correcta ejecución que asegura la inocuidad de los alimentos. Asimismo, este constituye la base para la aplicación consecución de las diferentes certificaciones.

Además, para asegurar el éxito de este esquema y la inocuidad deseada, es necesario que cada colaborador interiorice y asuma la responsabilidad que le corresponde desde el inicio. Desde el gerente corporativo, pasando por los jefes del área de A&B hasta el último integrante de la cadena.

La empresa siempre tiene sus canales de comunicación y diálogo abiertos ante cualquier reclamo o comentario que deseen hacer los huéspedes. La vía formal es a través del *Guest Voice* en la página de Marriott International al recibir la encuesta de satisfacción. Sin embargo, todos los colaboradores se encuentran con disposición de escucha de manera permanente.

Es importante mencionar que la empresa toma en cuenta dietas y restricciones alimentarias con el fin de que todo huésped pueda sentirse lo más cómodo posible. Es por ello que todos los hoteles cuentan con identificación de alérgenos en todas las cartas, propuestas *gluten-free*, *lactose-free*, vegetarianas y veganas. Así mismo, fomenta la reducción del consumo de sodio en los diversos puntos de venta.

* 1. Superando Expectativas

(NO GRI Satisfacción de clientes)

La satisfacción de los clientes es el resultado de la excelencia operativa de la empresa. Para lograrlo, INTURSA cuenta con un sistema de calidad que le permite conocer y gestionar la satisfacción de sus huéspedes y usuarios. Para ello, realiza encuestas que son sistematizadas por entidades externas.

El *Guest Voice* es una herramienta clave para la empresa ya que da a conocer de manera automática la opinión de sus huéspedes. La encuesta es enviada una vez realizado el *check out* y las respuestas son sistematizadas por Marriott International, que realiza la tabulación y posterior ubicación de los hoteles en el ránking por marcas. Esta herramienta se aplica a los todos los hoteles franquiciados.

Todos los colaboradores de la empresa cuidan cada detalle respecto de todos los servicios brindados. Además, están calificados para brindar una solución rápida y oportuna ante cualquier percance o disconformidad. Por ello, en el 2019, la empresa obtuvo en promedio un 4.72 en el *Social Media Index* (SMI) lo cual implica una mejora de 0.04 décimas frente al resultado de 2018. Ello guarda relación con la salida de los Hoteles Libertador y una mejora en el Westin Lima y el Palacio del Inka. Así, Google se convirtió en la principal red social con casi el 45% de las opiniones. En el SMI los *Luxury Collection* fueron los que mejor desempeño tuvieron.

Puntaje SMI

Los hoteles franquiciados se encontraron en lo más alto de la satisfacción llegando el Westin Lima y el Tambo del Inka al número 1 y 2 del mundo en sus marcas, respectivamente. Los hoteles Palacio del Inka y Hotel Paracas ocuparon los lugares 10 y 26 de sus marcas, respectivamente, en el *Intend To Recommend* (ITR)*.*

De la misma manera, se utilizan otros indicadores que ayudan a medir la calidad de servicio a partir de los distintos puntos de contacto que el cliente tiene con los servicios que ofrecen los hoteles de la cadena como experiencia en el bar, gimnasio, restaurantes, etc.

En cuanto a los comentarios en redes sociales, la plataforma está centralizada en la oficina corporativa, aunque cada gerente de hotel da respuesta ante cualquier comentario de los huéspedes de sus propiedades. Los resultados se analizan mes a mes y los puntajes obtenidos se colocan en un cuadro que muestra el índice de satisfacción del cliente en redes sociales, así como el *engagement* detrás de sus comentarios.

Otra comparación que se hace de manera regular es la del puntaje de cada uno de los hoteles versus los resultados de su *set* competitivo, el puntaje en TripAdvisor, los resultados de otros hoteles de la marca en Latinoamérica y en el mundo, así como entre todas las marcas del portafolio de Marriott International, propietaria de las mismas.

Los resultados de 2019 fueron bastante buenos para la mayoría de los hoteles en el Perú. Casi todos ellos se sitúan entre los 3 primeros de su *set* competitivo. Además, se logró una excelente posición en el portal de TripAdvisor con 3 de los hoteles de Libertador Hotels, Resorts & Spas en el top 10 de acuerdo con el *analytics center.*

* + 1. Reconocimientos

Este desempeño eficiente trajo consigo reconocimientos para todos los hoteles del portafolio, los cuales son detallados a continuación:

| Hotel | Reconocimiento[[10]](#footnote-10) |
| --- | --- |
| Palacio del Inka | 1. Andes Spirit Spa, fue ganador en Perú como el mejor Spa de Hotel por *World Spa Awards*, evento hermano del *World Travel Awards.* 2. Certificado de Excelencia 2019 de TripAdvisor 3. *Traveller’s Choice Award* 2019 de Booking.com 4. Restaurante Inti Raymi subió 15 puntos respectos de inicios del año, al número 21 de 858, en TripAdvisor para el final del 2019. 5. Ranking de Condé Nast Traveler: ocupa el puesto 27 en la lista de los 30 mejores hoteles de Sudamérica (Top 30 Hotels *in South America: Readers' Choice Awards* 2019). |
| Tambo del Inka | 1. Ranking de Condé Nast Traveler: aparece entre los mejores resorts del mundo (*The Best Resorts in the World: 2019 Readers' Choice Awards)* como uno de los ganadores de este año, en el puesto 46 de un total de 50 2. Ranking de Condé Nast Traveler: se posiciona entre los 20 mejores resorts de Sudamérica (*Top 20 Resorts in South America: Readers' Choice Awards* 2019), en el puesto 5 entre los 20 mencionados. |
| Hotel Paracas | 1. *Brand Culture Award* Marriott CALA 2. Certificado de Excelencia *Travel Choice Award* 2019 de TripAdvisor 3. Ranking de Condé Nast Traveler: aparece en el ránking de los 20 mejores resorts de Sudamérica, en el puesto 8 dentro de los 20 mencionados (*Top 20 Resorts in South America: Reader’s Choice Award 2019).* |
| Westin Lima | 1. Hotel del año Premium Brands CALA – Marriott Internacional 2. 16to Mejor Hotel de Sudamérica – *World Travel Awards* 3. 7mo Mejor Hotel del Perú – *World Travel Awards* 4. 6to Mejor Hotel de Lujo en Sudamérica 5. 3er Mejor Hotel de Lujo de Perú 6. 2do Mejor Hotel Westin en el mundo – ITR Calidad 7. 1er puesto en el *Social Media Index Westin World Wide* |
| Aloft Lima Miraflores | 1. *Traveller Review Awards* 2020 de Booking.com |
| AC Hotel Lima Miraflores | 1. *Traveller Review Awards* 2020 de Booking.com |

* + 1. Gestión de quejas y reclamos

(NO GRI Gestión de quejas y reclamos)

Mantener una comunicación oportuna con los huéspedes permite identificar y solucionar a tiempo los problemas que pudieran presentarse antes, durante y después de su estancia en los hoteles. De este modo, ellos pueden realizar sus consultas y reclamos a través de los diferentes canales de INTURSA. Los mecanismos formales de manejo de quejas y reclamos son:

A través del *Guest Satisfaction Survey*, la empresa dio tratamiento a 309 quejas sobre 5,861 encuestas. Mientras que, en el caso de las plataformas digitales, se recibieron 170 quejas sobre 18,189 criticas. Del mismo modo, en el libro de reclamaciones, se presentaron 36 reclamos sobre 1,420,774 para el servicio de huéspedes y *Alimentos & Bebidas*.

Como se observa, la empresa ha logrado cerrar los *issues* en un 94% en tiempo y forma y al 100% en respuestas de *Social Media Index (*SMI). Además, emprendió diversas acciones de *Services Recovery* que mitigaron situaciones en las que el huésped presenta una inconsistencia o queja sobre el servicio.

* 1. Marketing y Comunicaciones Responsables

INTURSA procura ser directo y comunicar de manera sencilla el portafolio de servicios hoteleros emitidos en su publicidad. Antes de la publicación, el área de Marketing revisa cada pieza publicitaria para verificar que cumpla con lo estipulado en la política de Marketing.

Este documento establece los lineamientos que permiten planificar y ejecutar adecuadamente las acciones de mercadeo en relación con los objetivos de satisfacción del cliente, ventas y gestión de marca. El área de Marketing es la encargada de supervisar el cumplimiento de los tiempos, frecuencia y espacios para la publicidad emitida por medios masivos tradicionales, así como la publicidad digital que se difunde por redes sociales; del mismo modo, que las publicaciones se realicen acorde al plan anual de Marketing.

Como se ha mencionado la empresa, en estricto cumplimiento de la Ley de Protección de Datos N°29733, respeta la privacidad de sus clientes y verifica que ellos acepten por escrito recibir su publicidad. Asimismo, en caso el cliente ya no desee recibir información cuenta con la opción de cancelar la suscripción a la misma.

Por otra parte, toda información emitida por la empresa es clara y transparente. INTURSA considera importante que los futuros clientes y huéspedes conozcan a detalle las condiciones ofrecidas respecto de los servicios contratados. Por ello, es cuidadosa al presentar promociones y paquetes turísticos, brindando la mayor cantidad de información y asegurándose de no infringir las normas que regulan la publicidad engañosa. De esta manera, la empresa respeta la legislación vigente.

Durante el año 2019, INTURSA no ha tenido casos de incumplimiento de las normativas ni de códigos voluntarios relativos a la información de los servicios.

* 1. Privacidad de la Información de Clientes

Las medidas de protección de datos personales de los clientes están implementadas de acuerdo con la Política de Protección de Datos Personales, cuyo objetivo es que la empresa actúe en estricto cumplimiento de la Ley de Protección de Datos PersonalesN°29733. Así INTURSA no comparte información sensible de ningún tipo sin que esté amparado por la regulación aplicable. (GRI 418-1)

La empresa cuenta con tolerancia cero para incidencias de este tipo. El aseguramiento y cumplimiento de la Política de Protección de Datos Personales es responsabilidad de cada hotel; de igual modo, el Oficial de Cumplimiento Normativo realiza un monitoreo constante sobre este tema brindando asesoría y soporte según sea requerido. La gestión de las incidencias es monitoreada a través del *Guest Voice*.

Durante el 2019 se tuvo dos iniciativas importantes sobre esta materia. Primero, se contrató un asesor especializado en ciberseguridad, que llevó a cabo un *assessment* de seguridad de información y ciberataque ético. En segundo lugar, la empresa ejecutó

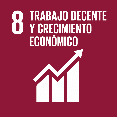
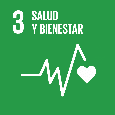
una auditoría interna corporativa para la protección de datos personales. El objetivo de esta revisión fue evaluar el diseño y la efectividad de los controles implementados para el tratamiento y protección de datos personales, los roles y responsabilidades asignados en la estructura organizacional. Además del cumplimiento y adopción por parte de INTURSA de la Ley de Protección de Datos Personales y su reglamento; así como, el correcto cumplimiento de las políticas y procedimientos vigentes en la empresa.

De esta manera, INTURSA reconoce que mantener la privacidad de los datos que proporcionan sus clientes es fundamental para el desempeño de la industria.

* 1. Cumplimiento regulatorio

INTURSA opera conforme el marco regulatorio aplicable al sector hotelero. La empresa cuenta con un mecanismo de gestión regulatoria que permiten dar respuesta a los requerimientos de las entidades supervisoras y del Estado. Desde la gerencia legal, ubicada en el corporativo, despliega sus acciones hacia los demás hoteles. (GRI 419-1)

Al cierre de 2019, la empresa no ha registrado multas o sanciones monetarias significativas por incumplimiento de leyes o normativas en ámbitos sociales o económicos.



## NUESTRA GENTE

En INTURSA la fuerza laboral destaca por su proactividad. La empresa tiene la certeza de que sus éxitos y logros se deben a sus 1,311 colaboradores que ponen pasión y entrega en cada detalle de su trabajo. Gracias a ese compromiso y esfuerzo constante, la empresa puede seguir operando con la más alta calidad y competitividad del sector. Ante ello, considera que es importante retribuir esa perseverancia y dedicación brindándoles el mejor lugar para trabajar. (GRI 102-41) (GRI 402-1)

La empresa entiende y prioriza la importancia de implementar prácticas de equidad de género y de diversidad, y promueve condiciones y oportunidades laborales equitativas para hombres y mujeres, mediante el desarrollo de sus capacidades y libertades.

Durante el 2019, la gestión del talento tuvo un giro importante. Se desarrolló una estrategia integral de equidad y diversidad que aborda el ciclo de vida del colaborador. Ello tiene un alto impacto en las relaciones directas e indirectas de todos los que forman parte de INTURSA, aportando así al cambio social.

* 1. Retención y Selección del Talento

La empresa reconoce el talento y se preocupa por ofrecer un empleo que brinde satisfacción, estabilidad y oportunidades de crecimiento a nivel personal y profesional.

La gerencia de Recursos Humanos es responsable de atraer y retener a los mejores profesionales con la finalidad de brindar empleo y oportunidades laborales inclusivas, que puedan asegurar el máximo desarrollo de su potencial y promuevan un equilibrio entre su vida laboral y personal. (GRI 401-1)

En ese sentido, es fundamental contar con el mejor talento del sector y de otras industrias que confluyan para enriquecer el servicio del negocio. Ante ello, INTURSA cuenta con acciones que se despliegan de la siguiente manera:

Es importante mencionar que INTURSA es una empresa diversa e inclusiva, lo cual se ve reflejado en sus procesos de reclutamiento y selección impulsando ternas diversas.

En el 2019 la empresa creó 2 nuevos documentos que impactan en estos procesos, y permiten atraer el mejor talento indistintamente del sexo, orientación sexual, origen étnico, etc. Los documentos son los siguientes:

* Política de Igualdad de Oportunidades de Empleo: A través de este lineamiento la empresa garantiza igualdad de oportunidades de empleo para cualquier candidato, sin distinción de raza, color, religión, sexo, orientación sexual, origen nacional, edad o discapacidad. De igual modo, no solo se aplica a la contratación y colocación sino también a todo el ciclo de vida del colaborador.
* Manual de Lenguaje Inclusivo: busca dar a conocer y promover la importancia del uso del lenguaje inclusivo durante los procesos de reclutamiento y selección de personal. Asimismo, la empresa espera hacerlo extensivo a todos sus procesos. [[11]](#footnote-11)

Con el fin de retener el mejor talento, la empresa ofrece los siguientes programas y oportunidades para sus colaboradores:

### Nuestro Equipo

En el 2019, el equipo de colaboradores estuvo conformado por 1,311 de los cuales el 65 % fueron hombres y el 35 % mujeres. (GRI 102-8) (GRI 401-1)

En comparación al 2018, la disminución de 137 colaboradores fue el resultado de la venta de los hoteles Libertador Lima Golf, en Lima, y del Libertador Lago Titicaca en Puno.

Desglose de Colaboradores por Género y Tipo de Contrato 2019

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Contrato Laboral** | **Femenino** | | **Masculino** | | **Total general** |
| **Cantidad** | **Porcentaje (%)** | **Cantidad** | **Porcentaje (%)** |
| Del extranjero |  | 0% | 2 | 0% | 2 |
| Indeterminado | 206 | 45% | 458 | 54% | 664 |
| Plazo fijo | 253 | 55% | 392 | 46% | 645 |
| **Total general** | **459** | **35%** | **852** | **65%** | **1311** |

Desglose de Colaboradores por Contrato Laboral, Región de Procedencia, Género y Tipo de Contrato 2019

| **Contrato Laboral** | **Femenino** | | **Masculino** | | **Total general** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Cantidad** | **Porcentaje (%)** | **Cantidad** | **Porcentaje (%)** |
| **De extranjero** |  | **0%** | **2** | **0%** | **2** |
| LIMA |  | 0% | 2 | 100% | 2 |
| **Indeterminado** | **206** | **16%** | **458** | **35%** | **664** |
| PROVINCIA | 86 | 42% | 243 | 53% | 329 |
| LIMA | 120 | 58% | 215 | 47% | 335 |
| **Plazo fijo** | **253** | **19%** | **392** | **30%** | **645** |
| PROVINCIA | 101 | 40% | 179 | 46% | 280 |
| LIMA | 152 | 60% | 213 | 54% | 365 |
| **Total general** | **459** | **35%** | **852** | **65%** | **1311** |

En el 2019, la empresa contrato a 399 nuevos colaboradores. Por otro lado, 467 personas dejaron de trabajar para INTURSA. El motivo de los ceses es: renuncia, términos de contrato y mutuos disenso por la venta de los hoteles.

Nuevas Contrataciones y Ceses en 2019 por Región de Procedencia (GRI 401-1)

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Región** | **Femenino** | | **Masculino** | | **Total general** |
| **Cantidad** | **Porcentaje (%)** | **Cantidad** | **Porcentaje (%)** |
| **Ceses** | **171** | **37%** | **296** | **63%** | **467** |
| LIMA | 85 | 50% | 133 | 45% | 218 |
| PROVINCIA | 86 | 50% | 163 | 55% | 249 |
| **Nuevas contrataciones** | **157** | **39%** | **242** | **61%** | **399** |
| LIMA | 101 | 64% | 136 | 56% | 237 |
| PROVINCIA | 56 | 55% | 106 | 44% | 162 |

Tasa de Rotación en 2019 por Región de Procedencia y Género (GRI 401-1)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **LIMA** | | **PROVINCIA** | | **Total general** |
| **Femenino** | **Masculino** | **Femenino** | **Masculino** |
| **(%)** | **(%)** | **(%)** | **(%)** |
| 3.07% | 3.07% | 2.93% | 4.64% | **13.71%** |

* + 1. **Libertad de asociación y negociación colectiva**

(GRI 102-41)

INTURSA garantiza el respeto de los derechos fundamentales de libertad sindical y negociación colectiva. La empresa cuenta con una organización sindical (Sindicato Único de Trabajadores Hotel Libertador) ubicado en el Hotel Palacio del Inka.

El porcentaje de empleados sindicalizados en esta sede en el 2019 fue del 20%; mientras que el 80% corresponde a empleados no sindicalizados.

* + 1. **Beneficios laborales**

En cuanto a los principales beneficios que se les brinda a los colaboradores de INTURSA se encuentran los siguientes: (GRI 401-2)

| **Principales Beneficios Laborales** |
| --- |
| * Seguro de Vida Ley a partir del primer día de trabajo. * Bono escolar. * Bono por quinquenio. * Asignación por fallecimiento del trabajador, cónyuge, hijos o padres. * Licencia por fallecimiento de un familiar directo (cónyuge, hijo, hermanos y padres). 4 días si es dentro de la zona y 6 días si es fuera de la zona. * Licencia por paternidad: 4 días si es dentro de la zona y 6 días si es fuera de la zona. * Licencia con goce de haber: 1 día libre al año. * Movilidad nocturna: horario de 22:00 hrs a 06:00 hrs. * Tarjeta Visa de navidad (canasta navideña). * Feriados regionales y locales en las zonas donde operan los hoteles. * Utilidades. * Programa de jubilación “Renuévate”. * Alimentación dentro del horario de trabajo. * Posibilidad de acceder a EPS RIMAC. * Bonificación al cargo: aplica para aquellos colaboradores que realicen de forma temporal un proyecto extraordinario en adición a sus labores. * Préstamos: vacacional, escolar, estudios o salud, así como adelantos de gratificación a ser descontados en la planilla durante el año calendario. |

Es importante destacar que, de acuerdo con la Estrategia Integral de Equidad y Diversidad establecida en el 2019, los beneficios corporativos[[12]](#footnote-12) y la EPS se han extendido a las parejas de la comunidad LGTBIQ+. De este modo, INTURSA apuesta por la igualdad a todo nivel.[[13]](#footnote-13)

* 1. Clima y Cultura Organizacional

INTURSA fomenta un clima y cultura organizacional donde los colaboradores disfrutan de su trabajo y, a su vez, son reconocidos por sus logros sin distinción de sexo, raza, color de piel, religión, sexo, orientación sexual, origen, edad o discapacidad. De esta manera, promueve la equidad y diversidad como un aspecto clave en la innovación, colaboración y motivación de los equipos.

(NO GRI Clima y Cultura Organizacional)

La empresa basa su clima y cultura organizacional en el ADN de la compañía:

El ADN se refuerza a través de sus diversos canales de comunicación, así como mediante programa de Reconocimiento ERES ADN (reformulado y actualizado para un mayor alcance). Es así que, los colaboradores tienen el poder de nominar a algún compañero mediante la intranet. La plataforma no solo le permite hacer público el reconocimiento, sino que también le da la posibilidad de acumular puntaje que luego puede canjearse por diversos premios.

En el 2019, adicional al ADN, y como parte fundamental de la gestión organizacional, la empresa trabajó la concepción de su propósito; el mismo que será desplegado en el 2020 con el objetivo de que forme parte de la cultura de la empresa.

INTURSA desarrolla iniciativas clave con el objetivo medir y trabajar sobre el clima y la cultura organizacional, las cuales se detallan a continuación:

* Encuesta de clima: la cual a nivel global aumentó 3 puntos porcentuales, obteniendo 80% en el resultado global frente al de 2018.
* Encuesta de liderazgo: en la cual a nivel global aumentó en 2 puntos porcentuales obteniendo un resultado de 83%, respecto del 2018. Estos resultados permiten identificar a los líderes con oportunidades de mejora y trabajar con ellos el Programa de Acompañamiento al Líder. Es así que en el 2019 los resultados fueron positivos, con una mejora del 84% de líderes inscritos en el programa.

Es importante mencionar que el nivel de participación de ambas encuestas aumentó notablemente desde el 2018, superando el 96%.

Respecto del reconocimiento, la empresa ha mantenido sus principales actividades como el día del hotelero, el día de la madre, del padre, del trabajo, etc. Todo esto acompañado de la entrega de regalos con una mirada ecológica y buscando reducir al máximo el uso de plásticos.

Sobre las mejoras realizadas, en el 2019 la empresa implementó el uso del *Officevibe*: una herramienta que permite medir el pulso del clima de la oficina corporativa con el fin de poder tomar acciones específicas para esta población y así favorecer su bienestar.

* + 1. Comunicación y diálogo

La empresa se renueva y adapta a las necesidades de sus colaboradores. En ese sentido ha implementado en el 2019, adicionalmente a los espacios de comunicación declarados anteriormente, un espacio de diálogo denominado Momentos INTURSA. A través de este, se busca fomentar la cultura de aprendizaje a través de un diálogo abierto en donde ejecutivos cuentan errores cometidos y el cómo estos fueron solucionados. Es así como los mecanismos de comunicación y diálogo se actualizan de la siguiente manera: (GRI 402-1)

* Comunicándonos: Correo electrónico dirigido a todos los colaboradores.
* Puntos Digitales: Pantallas en la que se publica información relevante y actualizada.
* Compartiendo: Reunión trimestral en la que se brinda información de la compañía a todos los colaboradores.
* Puntos de Encuentro: Pizarras en las que se actualiza la información en las diferentes áreas de la empresa, se brinda información relevante de cada hotel y de INTURSA.
* Momentos INTURSA: Espacio en los que se fomenta la cultura de aprendizaje.

Es necesario resaltar que, desde el 2019, la empresa cuenta con un manual de lenguaje inclusivo con el fin de eliminar el uso del lenguaje discriminatorio y, más bien, ser una herramienta que permita alcanzar la equidad de género. En esta etapa inicial, su importancia está vinculada a los procesos de reclutamiento y selección de personal; sin embargo, la empresa espera hacerlo extensivo a todos los procesos.

* + 1. Priorización de los derechos humanos

En 2019 se generaron varios cambios en la empresa respecto de los derechos humanos. Desde la Gerencia de Recursos Humanos se ha implementado la estrategia de Equidad y Diversidad, la cual tiene como puntos clave la equidad de género, la diversidad, el acoso laboral, el trato justo, la discriminación, etc.

(GRI 406-1) (GRI 412-2)

Al respecto, la empresa ha priorizado lo siguiente:

* Creación de la Política de Trato Justo y Libre de Violencia: con el objetivo de establecer los lineamientos generales para evitar cualquier tipo de hostigamiento, violencia y discriminación hacia cualquier colaborador(a) de INTURSA.
* Creación de la Política Prevención y Sanción del Hostigamiento Sexual: con el objetivo de difundir entre los miembros de la empresa los alcances y la importancia de la normativa sobre la prevención y sanción del hostigamiento sexual laboral; así como establecer pautas para identificar, prevenir y sancionar eficazmente el hostigamiento sexual en el lugar de trabajo.[[14]](#footnote-14)
* Creación del Comité de Equidad de Género: instancia competente frente a los casos de hostigamiento sexual que ocurran tanto dentro del centro de trabajo (de manera presencial o virtual) como fuera de este. Además, se creó el procedimiento para la elección de Comités de Intervención y Sanción frente al Hostigamiento Sexual. Los miembros se escogieron en elecciones generales realizadas en diciembre pasado en cada una de las sedes que conforman la cadena. Cabe mencionar que tanto los responsables como el proceso en sí quedaron registrados en actas.
* Actualizaciones en el Reglamento Interno: Se realizó el despliegue de las actualizaciones del Reglamento Interno de Trabajo y la difusión de la Política de Prevención y Sanción del Hostigamiento Sexual al 100% de la población mediante documento asignado de manera masiva en la plataforma virtual de aprendizaje Gestión Integral del Talento 2.0.
* Asimismo, el 86% de los colaboradores recibió una capacitación sobre la Ley de Prevención y Sanción del Hostigamiento Sexual N° 27942; además del procedimiento establecido en el Reglamento Interno de Trabajo. Ambos documentos fueron difundidos por el personal de Recursos Humanos. En promedio, se desarrollaron 2 horas de formación por colaborador.
* Refuerzo del Canal de Integridad: En caso de que un colaborador quiera realizar una denuncia, la empresa tiene una política de puertas abiertas. Adicionalmente, INTURSA cuenta con una alianza de soporte con los Centro de Emergencia Mujer (CEM), primer punto de contacto del Programa Nacional Contra la Violencia Familiar y Sexual (PNCVFS del Ministerio de La Mujer y Poblaciones Vulnerables (MIMP)).
* Campaña contra el acoso y hostigamiento sexual No es No, la cual se desplegará durante el 2020.
* Campañas de Prevención en la Comunidad

Sobre la discriminación y sus diferentes tipos, INTURSA es una empresa respetuosa de las normas legales peruanas que contemplan la no discriminación en documentos como la Constitución Política del Perú y la Guía de Buenas Prácticas en Materia de Igualdad y No Discriminación en el Acceso al Empleo y la Ocupación (Resolución Ministerial N°159-2013-TR) del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTE).

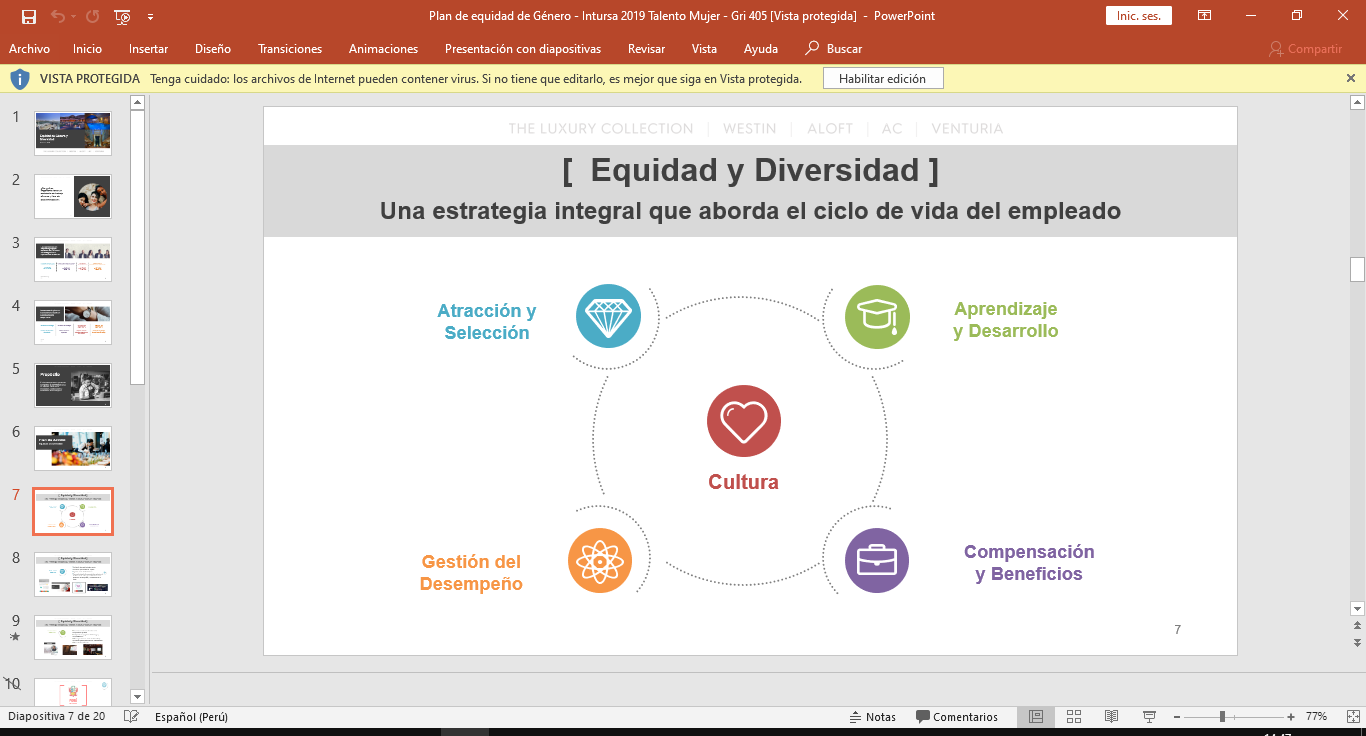
Por lo tanto, ningún colaborador puede ser discriminado por motivo de origen, raza, género, idioma, religión, opinión, condición económica o cualquier otra índole. De este modo, la empresa no permite la discriminación ante ninguna situación.

Por otro lado, cuenta con lineamientos que prohíben la discriminación en la contratación de personas con discapacidad especificados en la Política de Reclutamiento y Selección. Durante el año 2019 la empresa no ha tenido ningún caso de discriminación.

* + 1. Diversidad, Inclusión e Igualdad de Oportunidades

INTURSA promueve la equidad y diversidad como un aspecto clave en la innovación, colaboración y motivación de los equipos**.** (GRI 405-1)

Durante el año 2019, la empresa ha fortalecido y consolidado sus acciones bajo el Plan de Equidad y Diversidad. En este documento, se establece una estrategia integral que aborda el ciclo de vida del colaborador. [[15]](#footnote-15)



Bajo esta directriz, la empresa sigue fomentando un espacio de trabajo libre de discriminación y con igualdad de oportunidades en todos los hoteles a través de prácticas, políticas y capacitaciones. Ello va acompañado de la Política de Compensaciones en donde se establece que la empresa paga los servicios de sus trabajadores de manera equitativa y en base a la meritocracia.

Diversidad de Colaboradores

| **Regiones** | **Femenino** | | **Masculino** | | **Total general** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Cantidad** | **Porcentaje (%)** | **Cantidad** | **Porcentaje (%)** |
| **CENTRO** | **272** | **21%** | **430** | **33%** | **702** |
| Mayor a 50 años | 12 | 4% | 33 | 8% | 45 |
| Menor a 30 años | 95 | 35% | 95 | 22% | 190 |
| Menor a 50 años | 165 | 61% | 302 | 70% | 467 |
| **SUR-ESTE** | **187** | **14%** | **422** | **32%** | **609** |
| Mayor a 50 años | 7 | 4% | 58 | 14% | 65 |
| Menor a 30 años | 69 | 37% | 95 | 23% | 164 |
| Menor a 50 años | 111 | 59% | 269 | 64% | 380 |
| **Total general** | **459** | **35%** | **852** | **65%** | **1311** |

### Capacitación y Crecimiento

INTURSA fomenta el crecimiento profesional y personal de sus colabores a través de una inversión continua en su formación.

Tomando en cuenta la estrategia integral de equidad y diversidad, bajo el eje de aprendizaje y desarrollo, la empresa trabaja:

* Planes de sucesión monitoreados en la búsqueda del equilibrio
* Participación en programas de liderazgo y empoderamiento
* Talleres que refuercen temas de diversidad y equidad de género para todos los colaboradores
* Talleres de sensibilización

Además, en el 2019, la empresa estableció 3 pilares que acompañarían la propuesta de aprendizaje y desarrollo:

* La cocreación, iniciativas de calidad desde la visión del colaborador.
* La comunicación, iniciativas con un lenguaje orientado al usuario final e impacto.
* KPIs correlacionados a los principales indicadores del negocio.

Sobre la base de estos pilares, se desarrolla un proceso de gestión de desempeño con tres etapas estables ejecutadas digitalmente dentro del Sistema de Gestión de Talento (GIT). A ello, se integró de manera formal una cuarta etapa que incluye la evaluación de potencial de los colaboradores y que, junto con los resultados de desempeño, alimentan el “9box” de talento de la compañía. El “9box” es un modelo de identificación de potencial que, desarrollado a través de una matriz con nueve cuadrantes, permite el cruce de los resultados de la evaluación de desempeño con el potencial de los colaboradores, para determinar los *High Potential,* a quienes se les creará un plan de acción en pro de su desarrollo profesional.

A la par de estas acciones, la empresa ha continuado con el programa de desarrollo Desafío de Crecimiento Profesional. Así la iniciativa otorga un desafío –como el ser el líder de un proyecto o el asumir un cargo de mayor responsabilidad a un(a) colaborador(a) previamente seleccionado que la empresa considere que posea el talento para completarlo exitosamente. Cabe mencionar que el desafío está basado 100% en la experiencia del colaborador.

Este programa permite el desarrollo de habilidades complejas como gestión de proyectos, liderazgo, organización y visión de negocio en los colaboradores participantes. Al cierre del 2019 se completaron 16 desafíos con éxito.

* + 1. Universidad de Líderes

Dentro del proceso de formación continua, INTURSA tiene como herramienta principal la universidad corporativa UNIL. La propuesta de esta iniciativa es fortalecer el conocimiento, desarrollar líderes alineados al ADN de la empresa, así como impulsar la innovación en todos los colaboradores. También cuenta con programas cuyo objetivo es el fortalecimiento de competencias para el éxito de desarrollo individual y de los equipos.

Para lograrlo, la UNIL tiene cuatro facultades con distintos objetivos:

* Facultad Comercial: brinda elementos fundamentales para una gestión comercial exitosa
* Facultad de Liderazgo: brinda elementos fundamentales para un liderazgo estratégico
* Facultad de Soporte Administrativo: desarrolla y mantiene actualizado a todo el equipo de INTURSA con formación en procesos y normas
* Facultad de Calidad y Sostenibilidad: brinda elementos fundamentales para llevar a cabo la operación diaria enfocada en la excelencia, la generación de experiencias memorables de servicio y la prevención de riesgos que afecten la funcionalidad de los hoteles

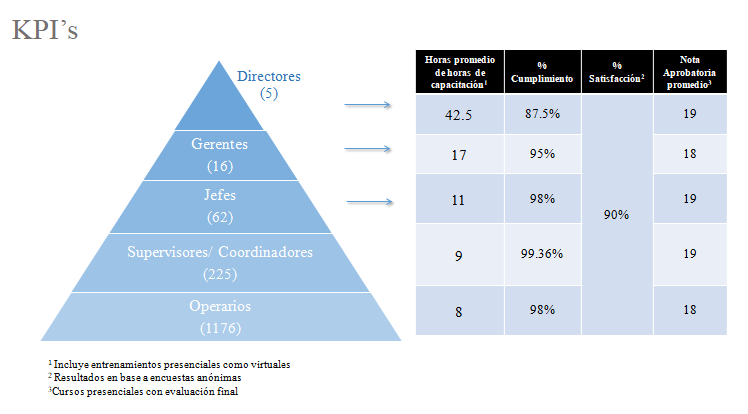
Así, por segundo año consecutivo, INTURSA contó con el programa de Desarrollo Ejecutivo. Este, en su primer año, fue dirigido únicamente a la oficina corporativa; mientras que, para el segundo año, incluyó a participantes de los hoteles de Lima ofreciéndoles cursos como *English for Business*, Presentaciones Efectivas, Gestión de Tiempo, *Microsoft Excel*, etc.

Por otro lado, la empresa realizó su Programa de Gestión de Personas con el nombre Programa Líder ADN. El programa tiene como objetivo proporcionar a jefes y supervisores el conocimiento y las habilidades necesarias para realizar con éxito los aspectos de supervisión y gestión en sus labores. Y en 2019 fue desarrollado en 13 módulos.

Los resultados al cierre del año fueron:

* 18 iniciativas de capacitación.
* Más del 96% de cumplimiento en cada una de las actividades formativas.
* 90% de satisfacción de los colaboradores.
* 17 horas promedio de capacitación anual por colaborador.

Horas de Capacitación por categoría profesional (404-1)

****

* + 1. Gestión del Desempeño

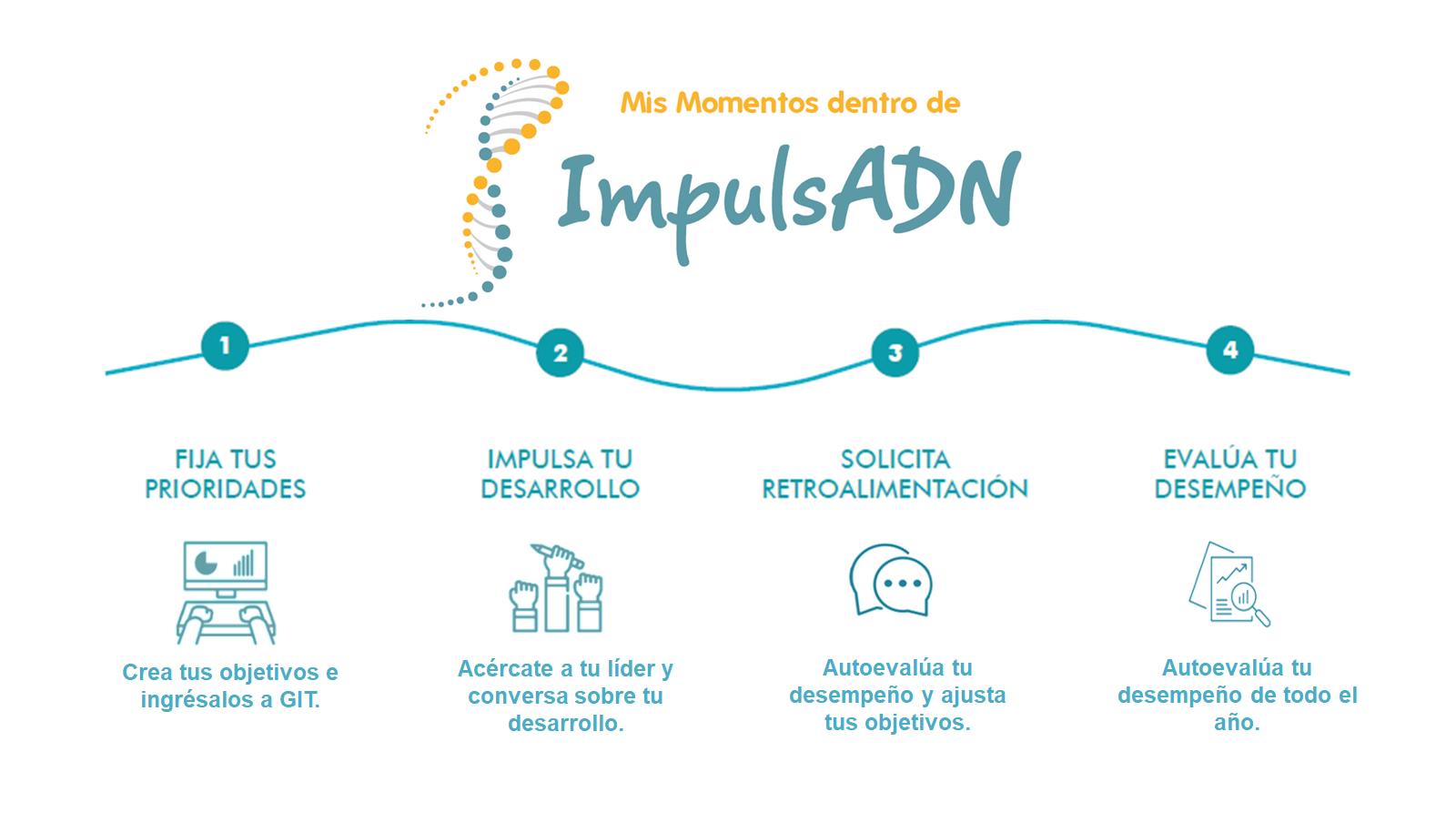
La gestión del desempeño se ha consolidado e interiorizado en la fuerza laboral como un proceso de suma importancia que es ejecutado continuamente de forma transparente y rigurosa en toda la cadena. Asimismo, la gestión del desempeño está alineada a la Estrategia integral de Equidad y Diversidad e invita al proceso a los colaboradores, de modo que exista un balance equitativo. (GRI 404-1) (GRI 404-3)

El proceso asegura una retroalimentación constante concluyendo asertivamente sobre los resultados alcanzados.

Posterior a los resultados obtenidos en el 2018, la empresa decidió renovar este proceso de desempeño pasando a un segundo nivel: así se creó ImpulsADN.

Este programa presenta al colaborador como el principal protagonista para su desarrollo, da relevancia al QUÉ hace y CÓMO lo hace; además de facilitar conversaciones y brindar un *feedback* continuo. Esto genera que se fomente del desarrollo en toda la empresa.

ImpulsADN consta de 4 momentos:



Estos momentos ayudan a comprender de manera clara lo que se espera de los colaboradores, les permite recibir *feedback* sobre cómo lo están haciendo y facilitan su desarrollo para hacer mejor su trabajo y alcanzar nuevas metas.

La principal característica es la inserción del momento 2 Impulsa tu Desarrollo en el cual se ha habilitado un momento formal para que todos los colaboradores reflexionen sobre sus intereses y propongan un plan individual para alcanzarlo. Asimismo, el líder lleva a cabo las evaluaciones de potencial de sus equipos y ofrece orientación sobre la meta marcada, brindando apoyo o proponiendo cambios; esto con el fin de realizar mejor su trabajo y prepararse para otras posiciones.

El 100% de los colaboradores con antigüedad superior a 3 meses participa del proceso de evaluación del desempeño. Este proceso se realiza en todos los niveles de la organización.

### Gestionando la Seguridad y Salud en el Trabajo

Para INTURSA, la seguridad e integridad física de los colaboradores es de suma importancia. Ello se refleja en la Política de Seguridad y Salud en el Trabajo y el Reglamento Interno de Seguridad y Salud en el Trabajo que garantizan un ambiente laboral sano y seguro, acorde con los requerimientos legales y los estándares que asume de manera voluntaria; además de la promoción de medios y condiciones que protejan la vida, salud y bienestar de todos aquellos que, sin mantener vínculo laboral, presten servicios o se encuentran dentro de las instalaciones de la empresa. (GRI 403-1) (GRI 403-2)

En ese sentido, INTURSA mantiene el compromiso de evitar accidentes al considerar el enfoque preventivo y el comportamiento seguro. Del mismo modo, es la principal responsable de la correcta aplicación y cumplimiento de las directrices de seguridad mencionadas en la Política de Seguridad y Salud en el Trabajo y el Reglamento Interno de Seguridad y Salud en el Trabajo.

Ante ello, la empresa reconoce la importancia de la capacitación, prevención, inspección, sensibilización continua además del compromiso de todos los colaboradores para mantenerse en un estado de alerta frente a los riesgos laborales.

Es importante señalar que las empresas contratistas de INTURSA están obligadas a cumplir con las normas de seguridad y salud en el trabajo mientras permanecen en las instalaciones.

El Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo se basa en la Mejora Continua cuya estructura se muestra a continuación:

Gestión de Mejora Continua

MEJORA CONTINUA

INTURSA cuenta con un comité central paritario de Salud y Seguridad en el Trabajo encargado de garantizar el cumplimiento de las acciones planificadas y del buen funcionamiento del sistema de gestión.

Este comité central funciona en el Westin Lima y tiene subcomités en los demás hoteles, los cuales se conforman de la siguiente manera:

Comité y subcomités de SST

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Sede** | **Gerentes y jefes** | **Analistas y otros colaboradores** | **Total de miembros por comité** |
| **Hotel Westin Lima** | 6 | 6 | 12 |
| **Hotel Paracas** | 4 | 4 | 8 |
| **Hotel Aloft Lima Miraflores** | 2 | 2 | 4 |
| **Hotel AC Lima Miraflores** | 2 | 2 | 4 |
| **Hotel Tambo del Inka Urubamba** | 3 | 3 | 6 |
| **Hotel Palacio del Inka Cusco** | 4 | 4 | 8 |

Según se observa los comités están conformados por gerentes, jefes, analistas entre otros colaboradores según sea el caso de cada hotel. Las sesiones de los comités se realizan mensualmente de manera ordinaria y la renovación de sus integrantes se realiza cada 2 años.

A continuación, detallamos las principales funciones del comité de seguridad y salud en el trabajo:

* Aprobar el Reglamento Interno de SST del empleador, el programa Anual de Seguridad y Salud en el Trabajo y la Programación Anual del Servicio de SST.
* Participar en la elaboración, aprobación, puesta en práctica y evaluación de las políticas, planes y programas de promoción de la seguridad y salud en el trabajo, de prevención de accidentes y enfermedades ocupacionales.
* Aprobar el plan anual de capacitación de los trabajadores sobre seguridad y salud en el trabajo.
* Promover que todos los nuevos trabajadores reciban una adecuada formación, instrucción y orientación sobre prevención de riesgos.
* Vigilar el cumplimiento de la legislación, las normas internas y las especificaciones técnicas del trabajo relacionadas con la seguridad y salud en el lugar de trabajo, así como el Reglamento Interno de Seguridad y Salud en el Trabajo.
* Promover el compromiso, la colaboración y la participación activa de todos los trabajadores en la prevención de los riesgos del trabajo mediante la comunicación eficaz, la participación de los trabajadores en la solución de los problemas de seguridad, la inducción, la capacitación, el entrenamiento, concursos, simulacros, entre otros.
* Realizar inspecciones periódicas en las áreas administrativas, áreas operativas, instalaciones, maquinaria y equipos a fin de reforzar la gestión preventiva.
* Hacer recomendaciones apropiadas para el mejoramiento de las condiciones y el ambiente de trabajo, velar porque se lleven a cabo las medidas adoptadas y examinar su eficiencia.
* Supervisar los servicios de seguridad y salud en el trabajo y la asistencia y asesoramiento al empleador y al trabajador.
* Llevar en el Libro de Actas el control del cumplimiento de los acuerdos.
* Reunirse mensualmente en forma ordinaria para analizar y evaluar el avance de los objetivos establecidos en el programa anual y, en forma extraordinaria, para analizar accidentes que revistan gravedad o cuando las circunstancias lo exijan.

La gestión de los riesgos de seguridad y salud ha tenido como consecuencia diversos beneficios tales como la mejora del clima laboral, la prevención de multas por incumplimiento de la normativa regulatoria y la promoción de una actitud preventiva frente a todo tipo de siniestros.

Gracias a todas estas acciones se pueden destacar los siguientes resultados en 2019 que tuvieron como objetivo evitar los accidentes de trabajo y enfermedades ocupacionales:

Resultados de SST en el 2019

De acuerdo con la actividad de la empresa los puestos más riesgosos están vinculados con las áreas de cocina, mantenimiento y lavandería. Cabe mencionar que la empresa cuenta con una matriz Seguro Complementario de Trabajo de Riesgo (SCTR) y una matriz IPER –herramientas de gestión, de obligatorio cumplimiento y sensible de ser auditables –que permiten identificar los peligros y evaluar los riesgos asociados a los procesos y actividades de INTURSA. De igual modo, determina los controles a implementarse para evitar daños a la integridad o salud de sus colaboradores.

En el 2019 la empresa tuvo un índice de probabilidad (IP) de 2.3, con una variación de 0.2 respecto del 2018, donde tuvo 2.5.

Indicadores de Seguridad 2019(GRI 403-2)

| **Hotel** | **Índice de probabilidad (IP)[[16]](#footnote-16)** | | **Índice de consecuencia (IC)[[17]](#footnote-17)** | |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **2018** | **2019** | **2018** | **2019** |
| **Westin Lima** | 1.3 | 2.3 | 5.3 | 18.2 |
| **Tambo del Inka** | 3.7 | 2.0 | 12.1 | 5.2 |
| **Hotel Paracas** | 5.1 | 4.5 | 19.8 | 14.6 |
| **Libertador Lima[[18]](#footnote-18)** | 6.5 | 2.6 | 26.0 | 20.7 |
| **Palacio del Inka** | 1.1 | 0.7 | 10.1 | 5.8 |
| **Libertador Puno[[19]](#footnote-19)** | 2.7 | 1.4 | 15.3 | 41.3 |
| **AC Hotel Lima Miraflores** | 0.0 | 1.7 | 0.0 | 9.1 |
| **Aloft Lima Miraflores** | 0.0 | 2.6 | 0.0 | 8.5 |
| **Total** | **2.5** | **2.3** | **11.0** | **13.9** |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Trabajadores propios** | **Terceros** |
| **Índice de probabilidad (IP)** | 2.3 | 0 |
| **Índice de consecuencia (IC)** | 13.9 | 0 |
| **Tasa de enfermedades profesionales** | 0% | 0% |
| **Tasa de días perdidos** | 0.007% | 0% |
| **Número de fatalidades (por enfermedades o accidentes ocupacionales** | 0 | 0 |

## GENERANDO DESTINOS SOSTENIBLES

INTURSA desarrolla su negocio respondiendo a la definición de turismo sostenible establecida por la Organización Mundial del Turismo (OMT), organismo especializado de las Naciones Unidas, que menciona: “El turismo tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas”.

Como parte de este compromiso la empresa es miembro fundador y activo en Turismo Cuida, entidad sin fines de lucro conformada por las empresas líderes en el sector Turismo en el país, con el fin de realizar acciones que apoyen el cuidado ambiental y la preservación y desarrollo del patrimonio cultural de los destinos turísticos del Perú.



### Minimizando el impacto ambiental

El compromiso ambiental de la empresa se fortalece continuamente. INTURSA asume un enfoque preventivo a fin de proteger el ambiente en relación con cualquier impacto negativo que sus operaciones y actividades puedan generar.

Paralelamente, la empresa tiene una postura firme en la lucha contra el cambio climático al incorporar la sostenibilidad como eje transversal en su estrategia de grupo.

Así a través del Comité de Sostenibilidad se define anualmente el plan de trabajo. De este modo, la empresa trabaja proactivamente en iniciativas que se traduzcan en programas, planes y acciones que contribuyan con la sostenibilidad del planeta. Asimismo, cuenta con planes de prevención y control eficiente para, ante un impacto negativo, aplicar de inmediato las medidas correctivas necesarias.

El norte de sus acciones está enfocado principalmente en reducir los consumos de energía y agua, al ser los impactos más importantes en el sector hotelero.

Por otra parte, la Estrategia de Sostenibilidad opera sobre 3 líneas base:

En ese sentido, la empresa ostenta las certificaciones ambientales asociadas al diseño, construcción, operación y mantenimiento en los hoteles:

Certificaciones ambientales[[20]](#footnote-20)

LEED (*Leadership in Energy & Environmental Design*) es el sistema de clasificación de edificios ecológicos más utilizado en el mundo. Su certificación es un símbolo mundialmente reconocido del logro de la sostenibilidad pues proporciona un marco para crear edificios ecológicos saludables, altamente eficientes y económicos. (GRI 102-11)

* + 1. Gestión de la Energía

La empresa promueve la gestión eficiente del consumo de energía por lo que sus acciones están orientadas a reducir los consumos energéticos en todas sus sedes. Dicha gestión se realiza con el objetivo de mejorar procedimientos operativos e infraestructura tecnológica que permita optimizar el consumo sin afectar la calidad del servicio que se brinda a los huéspedes. (GRI 302-1) (GRI 302-3)

En el 2019 se tuvo una reducción de 2,167.18 GJ de energía eléctrica siendo la causa de ello la venta de los hoteles Libertador Lima Golf en Lima y del Libertador Lago Titicaca en Puno.

Consumo Energético INTURSA 2019

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Consumo energético (en GJ)** | | | |
| **Tipo** | **2017** | **2018** | **2019** |
| **Energía eléctrica** | 68,993.10 | 66,549.42 | 73,126.90 |
| **Combustible (Diésel y GLP)** | 65,652.30 | 70,894.15 | 62,149.50 |
| **Total** | 134,645.40 | 137,443.58 | 135,276.40 |

Intensidad energética INTURSA 2019

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Intensidad Energética** | | | |
| **Tipo** | **Unidades** | **2019** | **Meta2019** |
| **KPI (Energía eléctrica)** | kWh /hab.Ocupada | 84.96 | 85.69 |
| **KPI (Combustible)** | Galones /hab.Ocupada | 2.26 | 2.86 |
| **Gasto de energía** | USD /hab.Ocupada | 10.81 | 11.90 |

La empresa realiza continuamente inversiones que permitan mejorar la eficiencia energética entre ellas se destacan las siguientes acciones:

Acciones a favor de la eficiencia energética

Así mismo, como parte de la política, la empresa ejecuta proyectos de cambio a iluminación LED y uso de sistemas de aire acondicionado con refrigerante ecológico.

Como todos los años, se refuerza con los asociados de la empresa la importancia de la mejora continua de los procesos operativos y el uso razonable de los recursos disponibles.

**Uso de energías renovables**

En su compromiso de acción por cambio climático, INTURSA realiza proyectos de investigación que le permitan cambiar parte de su matriz energética. Es así que, en el 2019 desarrolló la etapa de diagnóstico junto con estudios de factibilidad de Helios, proyecto que busca opciones basadas en energía solar, para las sedes de Paracas y Urubamba. Para el 2020, INTURSA estará realizando la implementación en las operaciones mencionadas.

* + 1. Consumo Responsable del Agua

La empresa reconoce la importancia del cuidado del recurso hídrico por ser un elemento crucial para el desarrollo de sus actividades. Desde su Comité de Sostenibilidad, INTURSA implementa acciones de sensibilización para el uso eficiente y reducción del mismo.(GRI 303-1)

En función de ello, la empresa cuenta con plantas de tratamiento en sus hoteles de Paracas y Urubamba, que permiten reutilizar el 100% del agua (55,735 m3) y destinarlo al riego de sus jardines.

En el 2019 se tuvo una reducción de 37,094 m3 de agua, la causa principal fue la venta de los hoteles Libertador Lima Golf en Lima y Libertador Lago Titicaca en Puno.

Consumo de Agua INTURSA 2019

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Consumo de agua (en m3)** | | | |
| **Fuente** | **2017** | **2018** | **2019** |
| **Agua subterránea** | 53,197 | 53,893 | 55,735.17 |
| **Agua de suministro municipal** | 182,731 | 174,572 | 135,635.83 |
| **Total** | **235,928** | **228,465** | **191,371.00** |

Intensidad del Consumo de Agua INTURSA 2019

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Intensidad del consumo de agua** | | | |
| **Tipo** | **Unidades** | **2019** | **Meta 2019** |
| **KPI (Consumo de agua)** | m3 /hab.Ocupada | 0.80 | 0.99 |
| **Gasto de agua** | USD /hab.Ocupada | 1.52 | 1.77 |

Desde el 2018, se vienen realizando inversiones en los diferentes hoteles a favor de la eficiencia hídrica, entre las que destacan las siguientes:

Incorporación de ahorradores de flujo en griferías de habitaciones y áreas públicas.

Incorporación de programa AQUANOMIC® para lavanderías de bajo consumo.

Mejoras en sistemas de tratamiento de agua para calderos y plantas de agua helada.

Modernización en sistemas de bombeo de agua sanitaria.

Implementación de válvulas de balance de presión para griferías habitaciones.

Implementación de software de monitoreo de consumos hídricos en tiempo real.

Implementación de medidores de agua que permitieron contrastar la facturación del proveedor de servicios trayendo, por consiguiente, reclamos en las facturas que posteriormente fueron descontadas.

* + 1. Gestión de Emisiones

(GRI 305-1) (GRI 305-2) (GRI 305-3)

La empresa reconoce que el desarrollo de sus actividades genera impactos ambientales que deben ser mitigados, compensados o eliminados a la brevedad posible. Por ello, desde el 2012 estableció como buena práctica la medición de sus emisiones a través de la huella de carbono. El resultado de ello permite al Comité de Sostenibilidad desarrollar iniciativas referidas a la disminución de dicha huella y establecer un norte a las demás acciones ambientales. Dichas iniciativas están enfocadas en los siguientes aspectos:

Luego de la revisión de resultados, el comité define las metas anuales para indicadores relacionados con las emisiones de GEI. Asimismo, por encargo del comité, cada hotel monitorea mensualmente los indicadores, lo que le permite a la empresa tener un adecuado control, seguimiento de sus consumos para la toma de decisiones.

A continuación, se presentan los resultados obtenidos en las mediciones de los años 2016, 2017 y 2018 las cuales se desarrollaron con la consultora Libélula. La medición de la huella de carbono 2019 se encuentra en desarrollo por lo cual será colgado en la web en un documento aparte, y agregado al próximo reporte.

A partir del 2019, la empresa decidió realizar las mediciones cada 2 años, por lo que la siguiente medición será realiza en el 2021.

Emisiones 2018

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Emisiones generadas (en tCO2eq)**[[21]](#footnote-21)[[22]](#footnote-22) | | | |
| **Alcance** | **2016** | **2017** | **2018e** |
| **Alcance 1** | 3,958.80 | 4,362.29 | 4,665.87 |
| **Alcance 2** | 4,647.39 | 3,897.44 | 3,793.39 |

INTURSA se enfoca en minimizar sus emisiones a través de las acciones de reducción de energía (combustible y electricidad) que corresponden al alcance 1 y 2. Para ello, gestiona KPIs según su estrategia de sostenibilidad para poder hacer seguimiento de su evolución y desempeño con respecto a sus metas y a los años anteriores.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Intensidad de las emisiones** | | | |
| **Alcance** | **2016** | **2017** | **2018** | |
| **KPI**[[23]](#footnote-23)**(Alcance 1)** | 18.12 | 19.66 | 20.08 | |
| **KPI (Alcance 2)** | 21.27 | 17.18 | 16.33 | |
| **KPI (Total)** | 39.39 | 37.22 | 36.41 | |

* + 1. Protegiendo la Biodiversidad

El Hotel Paracas, a Luxury Collection Resort, se encuentra próximo a la Reserva Nacional de Paracas, Área Natural Protegida (ANP) que preserva muestras representativas de ecosistemas marino-costeros del país, protege diversas especies de flora y fauna silvestre que viven en esa zona y conserva en su interior restos arqueológicos de la cultura Paracas asentada en gran parte de esta importante reserva. (GRI 304-2)

A fin de evitar el mayor impacto posible, el hotel cuenta con una Planta de Tratamiento de Aguas Residuales (PTAR), por lo que no se vierten aguas servidas en el mar de Paracas.

Además, dentro del portafolio de actividades ofrecidas por Venturia, INTURSA se preocupa por evitar aquellas que impacten negativamente en el ecosistema. Es por ello que no ofrece motos acuáticas, por ejemplo, pero sí kayaks y catamaranes que se mueven por acción del viento. Así mismo, la empresa sensibiliza a los huéspedes sobre la importancia de la zona para aves migratorias y les ofrecemos material pertinente en la fecha en que mundialmente se celebra el Día de la Aves Migratorias.

Cabe mencionar que, la empresa no ha identificado impactos negativos hacia la flora y fauna de la zona por lo que no ha sido necesario aplicar gestión alguna de mitigación o control.

Finalmente, todos los hoteles del portafolio respetan las vedas establecidas para proteger especies como el camarón, las conchas negras, etc. Esto, en un destino como Paracas, cobra relevancia por el trabajo que se realiza con los pescadores artesanales de la zona.

* + 1. Gestión de Efluentes y Residuos

INTURSA mantiene un firme compromiso de fortalecer una cultura ambiental que gestione adecuadamente los efluentes y aproveche los residuos sólidos procedentes de todas sus sedes. Ante ello, la empresa opera de acuerdo con la normativa vigente y con la finalidad de minimizar sus impactos. Del mismo modo, realiza de manera continua capacitaciones de sensibilización e involucramiento a todos sus colaboradores. (GRI 306-2)

La gestión para cada uno de ellos es la siguiente:

**Efluentes**

Son tratados en las plantas de grasa y residuos orgánicos, previos a ser vertidos a los sistemas de alcantarillado y desagüe municipal. Con ello, la empresa actúa de acuerdo con la normativa de los valores máximos admitidos (VMA).

**Residuos Sólidos**

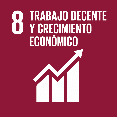
Son recogidos por el servicio municipal o por empresas especializadas las cuales se encargan de transportarlas a vertederos autorizados. Lamentablemente, dependiendo de la municipalidad, el servicio municipal no entrega constancias sobre los residuos recogidos. Para el 2020, la empresa espera contar con los servicios de una empresa especializada para su hotel de Urubamba y el Westin Lima con la cual poder cuantificar adecuadamente estos residuos.

En ese sentido, la medición de residuos generados y presentados a continuación pertenece a los hoteles AC Hotel Lima Miraflores, Aloft Lima Miraflores, Palacio del Inka y Hotel Paracas para el 2019.

Residuos por tipo (en kg)

|  |  |
| --- | --- |
| Residuos no peligrosos | 893,656.7 |
| Residuos peligrosos | 8,259.0 |

En el 2019, como miembro de Turismo Cuida, la empresa continuó trabajando en el proyecto ReCusco, de reciclaje de PET, entre empresas del sector turismo, a lo cual se adicionó una exitosa campaña para reciclar RAEE, acopiando un total de 30.48 t en el corredor turístico Cusco-Ollantaytambo.



### Compras Responsables

De acuerdo con la Política de Adquisición y Contrataciones, la empresa trabajó con 2,000 proveedores de bienes y servicios en el 2019. El impacto económico fue de aproximadamente S/ 88.33 millones en compras. (GRI 102-9)

Estos proveedores son aliados estratégicos, con quienes INTURSA ha establecido relaciones de confianza para el logro de objetivos comerciales y operacionales. Es así que, en la búsqueda de un crecimiento conjunto, INTURSA asegura que su desenvolvimiento se encuentre a la par de altos estándares según sean los requerimientos de cada hotel.

La gran mayoría de los proveedores son nacionales y proveen a la empresa de muebles, accesorios, equipos, suministros y equipos de operación, así como de alimentos y bebidas. En el caso de los alimentos perecibles, la empresa cuenta con la directriz de compra local, es decir, le compra a proveedores de la zona en la que se encuentra ubicado cada hotel.

* + 1. Compras Locales

Para INTURSA generar un impacto positivo en las zonas aledañas con las que interactúa es importante. Ante ello, la empresa tiene como una práctica establecida la compra de productos locales, en su mayoría alimentos perecibles como frutas, verduras, pescados y carnes, siempre y cuando estos cumplan con los estándares necesarios. De esta manera, los proveedores locales son parte de la cadena de valor del turismo y de las operaciones. (GRI 204-1) (NO GRI Desarrollo de Proveedores)

Adicionalmente, es importante mencionar que en el Hotel Paracas se trabaja un proyecto de desarrollo de proveedores para pescadores de la zona para que puedan ofrecer pescado fresco de la bahía. Este programa beneficia a la comunidad ya que realizan la venta de manera directa generándoles mayor utilidad. Al mismo tiempo, INTURSA apoya la pesca artesanal la cual es una actividad sostenible que no depreda ni contamina el ambiente.

Porcentaje de Gasto de Compras Locales[[24]](#footnote-24)(GRI 204-1)

| **Sede** | **LIMA** | **ZONA LOCAL** | **TOTAL** |
| --- | --- | --- | --- |
| Cusco | 62.00% | 38.00% | 100.00% |
| Paracas | 72.00% | 28.00% | 100.00% |
| Urubamba | 60.00% | 40.00% | 100.00% |

En el caso de los hoteles Westin Lima, Aloft Lima Miraflores y AC Hotel Lima Miraflores no se considera como una compra local al estar ubicados en la capital peruana.

* + 1. Selección y Evaluación de Proveedores

Bajo las directrices de la Política de Adquisiciones y Contrataciones, y de la Política de Gestión de Maestro de Proveedores, INTURSA gestiona la selección y evaluación de sus proveedores.

En el caso de proveedores nuevos, se les exige:

|  |  |
| --- | --- |
| **Proveedor nuevo** | Contar con RUC, verificado y activo.  Licencia de funcionamiento  Registro sanitario |

Respecto de la evaluación de proveedores:

|  |  |
| --- | --- |
| **Proveedor de productos perecibles** | A los principales proveedores de productos perecibles de cada hotel se les realiza una inspección fitosanitaria, así como la verificación de las condiciones en las que se produce y distribuye el producto.  Luego, con el informe emitido, se conversa con ellos y se trabaja un plan de acción para que puedan levantar las observaciones. Posteriormente, se vuelve a realizar una nueva inspección. Durante el 2019, 16 proveedores tuvieron dicha inspección. |

* + 1. Cadena de proveedores responsable y ética

La empresa establece diversos mecanismos para prevenir riesgos económicos, sociales y ambientales en la cadena de proveedores. En primer lugar, el 100% de ellos debe cumplir con el Código de Ética y Conducta de INTURSA. La empresa tiene

un firme compromiso de respetar lo dispuesto en la Declaración Universal de los Derechos Humanos; por lo tanto, no participa en negocios que atenten contra los mismos. (GRI 408-1) (GRI 409-1)

INTURSA espera que sus proveedores se adhieran y cumplan estrictamente las leyes y principios vigentes en materia de derechos humanos. Esto incluye, entre otros, erradicar cualquier tipo de trabajo infantil, forzoso o bajo coacción, incluyendo todo tipo de prácticas discriminatorias.

En ese sentido, en el 2019 la empresa realizó una evaluación interna sobre los riesgos significativos de presentar casos de trabajo infantil identificando que 8 de sus proveedores de frutas, verduras, carne y pescado ubicados en Cusco, Urubamba y Paracas, respectivamente, podrían presentar estos casos, al ser empresas familiares.

En el 2020, la empresa trabajará en medidas que contribuyan a la abolición de todas las formas de trabajo forzoso u obligatorio.



* 1. Comunidades Prósperas

Para INTURSA, el turismo sostenible está alineado a la generación de valor compartido, cuyo punto más importante es la contribución al desarrollo sostenible en las comunidades con las que interactúa y se relaciona. Esto no solo a través del cumplimiento de leyes y de la valoración de sus costumbres, sino de acciones sociales que proporcionen un impulso para mejorar la calidad de vida en sus zonas de influencia. (GRI102-12)

* + 1. Inversión Social

El Comité de Sostenibilidad de INTURSA, presidido por el gerente general, y en trabajo conjunto con los hoteles, establece y supervisa los programas, planes, proyectos y acciones que responden a un fin común: establecer relaciones de confianza mutua entre la población local y los hoteles, que impacten en la calidad de vida de las comunidades en las zonas de influencia directa, y que permitan disminuir futuras situaciones de conflicto. (GRI 203-1) (GRI 413-1)

Los hoteles cuentan con un presupuesto asignado anualmente por el Comité de Sostenibilidad para acciones de apoyo a la comunidad. Los montos se fijan según las

expectativas recogidas en los informes de cada hotel y permiten que los hoteles participen activamente en actividades comunitarias de ayuda. De más está decir que todas las acciones ejecutadas por la empresa están alineadas con los pilares de sostenibilidad del Grupo Breca y con la matriz de materialidad de INTURSA.

Como principales actividades realizadas en 2019 se puede mencionar las siguientes:

(GRI 203-1)

|  |  |
| --- | --- |
| **Acción / Programa** | |
| **Obras por impuestos** | Culminación e inauguración de la segunda y última etapa de la obra realizada en Pisco, en consorcio con Minsur y Tasa, para el Mejoramiento de la Oferta Educativa del Servicio Educativo de la I.E. 22716 Carlos Noriega Jiménez, AA.HH. Santa Cruz, distrito de Paracas – Pisco. INTURSA participa en esta obra con un 1.7% del total del presupuesto (S/ 248,042.95). En noviembre de 2019 se inauguró la segunda etapa de este local beneficiando a más de 750 niños y jóvenes e, indirectamente, a más de la mitad de la población de Paracas. |
| Asimismo, ante el cambio de autoridades, se retomó contacto con las autoridades de la Municipalidad de Urubamba, para reiterarles el interés de la empresa en ejecutar el proyecto de Mejoramiento del Parque Charcahuaylla en la provincia de Urubamba, con el objetivo de darle a la población de Urubamba un espacio de recreación y esparcimiento acorde a su desarrollo. El parque contará con instalaciones deportivas y de esparcimiento, espacios de estacionamiento y beneficiará directamente a más de 1,500 personas de la comunidad e indirectamente a casi el 80% de su población. El proyecto contempla el mantenimiento del mismo por un periodo determinado y la autosostenibilidad del mismo, por lo que no se tienen previstos impactos negativos. |

De manera adicional se destacan las siguientes acciones por cada hotel. Se debe resaltar que la sede que más relacionamiento tiene y ha tenido con la comunidad durante el periodo 2019 fue el hotel Tambo del Inka en Urubamba, Cusco.

| **Acciones con las comunidades de INTURSA[[25]](#footnote-25)** | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Hotel** | **Acción / Programa** | **Número beneficiados** | **Número de voluntarios (en caso aplique)** | **Tipo de impacto** |
| **Tambo del Inka (Urubamba)** | Actividad social en Charcahuaylla para el nuevo alcalde de Urubamba con exposición de proyectos sociales de TDI | La comunidad de Charcahuaylla | - | Relaciones comunitarias |
| Campaña escolar de comunidades Chupani, Chaullacocha y Yanamayo en marzo | 150 familias | - | Relaciones comunitarias |
| Desayuno en centro especial en CEBA General Ollanta | 150 familias | - | Relaciones comunitarias |
| Pronoei Huayllabamba donación de material de construcción para escuela de niños de comunidades | 25 niños | - | Relaciones comunitarias |
| Festividad de Torrechayoc, donaciones de 300 refrigerios | 300 personas | - | Relaciones comunitarias |
| Campaña de friaje en comunidades, Chupani, Chaullacocha y Yanamayo | 150 familias | - | Relaciones comunitarias |
| Pinta tu barrio | 70 casas | - | Relaciones comunitarias |
| Donaciones de refrigerios para Campania de limpieza Rio Urubamba | 100 refrigerios | - | Medio Ambiente. |
| Campaña de concientización del medio ambiente para instituciones educativas CEBA General Ollanta y Yanamayo, realizado por Gladys Adapta | 80 personas | - | Medio Ambiente. |
| Reciclafest con RAEE. Donaciones de aparatos electrónicos en desuso | - | - | Medio Ambiente |
| Fitotoldo y 4000semillas de 400 variedades de papas nativas en comunidad Yanamayo | 50 niños | - | Relaciones comunitarias |
| Chocolatada navideña y regalos a los niños de Chupani, Chaullacocha y Yanamayo | 150 familias | - | Relaciones comunitarias |
| Donaciones de panetones a compañía de bomberos | 15 personas. | - | Relaciones comunitarias |
| Chocolatada en centro especial Yanapasum | 100 personas. | - | Relaciones comunitarias |
| Capacitaciones en el centro CEBA General Ollanta todo el año | 35 alumnos. | - | Relaciones comunitarias |
| Donaciones de pan todo el año a colegios Arco iris y Valle Sagrado | 300 alumnos. | - | Relaciones comunitarias |
| **Palacio del Inka (Cusco)** | PDI apoya a Mantay – una casa refugio para madres menores de edad víctimas de violencia sexual – otorgando un espacio para que vendan sus productos. Se donaron USD$ 4800 en términos de alquiler del espacio de ventas | 15 personas | 1 voluntario | Relaciones comunitarias |
| Donación camas a Misioneros Siervos de los Pobres. Donación de USD$ 1800 en concepto de camas. | 20 personas | 4 voluntarios | Relaciones comunitarias |
| Apoyo Comunidad Huaccoto: Parte del equipo de dirección del hotel viajó a la comunidad para donar comida y ropa. También les estamos comprando papas orgánicas. Se donaron USD$70 en concepto de comida. | 40 familias | 10 voluntario | Relaciones comunitarias |
| Plantando Árboles en Ccoya: trabajado con la comunidad para plantar árboles y recuperar zonas verdes devastadas por un incendio forestal. Donación de USD$300 en concepto de árboles y agua. |  | 100 voluntarios | Medio Ambiente |
| Donación a Hospital Antonio Lorena de toallas, batas, etcétera. USD$ 16000 en donaciones. |  | 1. voluntarios | Relaciones comunitarias |
| Limpieza de Campo de Fútbol en periferia de Cusco |  | 14 voluntarios | Relaciones comunitarias/ Medio Ambiente |
| **Hotel Paracas (Paracas)** | Limpieza de Playa en mayo población del Chaco Paracas y turistas | 5000 personas[[26]](#footnote-26) | 50 voluntarios | Medio Ambiente |
| Limpieza de Playa en setiembre | 5000 personas[[27]](#footnote-27) | 44 voluntarios | Medio Ambiente |
| Pintado de Capilla Paracas | 200 personas por semana[[28]](#footnote-28) | 11 voluntarios | Relaciones Comunitarias |
| Navidad Niños en Colegio La Esperanza Paracas | 65 niños | 30 voluntarios | Relaciones Comunitarias |

Adicionalmente, en Urubamba, se empezó a trabajar el proyecto Nuna, cuya primera etapa estuvo dirigida a los colaboradores del hotel y cuya segunda etapa beneficiará directamente a la comunidad. Este proyecto tiene como objetivo mejorar las relaciones del hotel a nivel interno y externo, a través de diversas actividades que cubren algunas necesidades detectadas en los talleres de exploración realizados durante el año. Los resultados de la segunda etapa podrán verse en el 2020, periodo en el que se desarrollarán diversas iniciativas del mismo.

* + 1. Cultura viva

La empresa define la cultura como la manifestación del conocimiento, las tradiciones y las costumbres de los diferentes pueblos. Esta cultura viva se enlaza con INTURSA de distintas formas.

Los hoteles coinciden en recoger, desde su diseño interior, diversos elementos que permiten al huésped conectarse con la cultura local. Elementos como quipus, telares y máscaras son parte relevante de la decoración de Tambo del Inka, por ejemplo. Así como lo son las piezas de la Escuela Cusqueña o de artesanos reconocidos como la familia Mendivil, en el Palacio del Inka; y también las pinturas plasmadas en las cenefas de los techos y algunas paredes de la Casona de los Cuatro Bustos, a cargo de artistas plásticos de Andahuaylillas. Otra manera de enlazar la cultura local con el hotel se da a través de la gastronomía usando y resaltando los ingredientes de cada localidad. La carta de platos y bebidas tiene como protagonistas a las papas nativas, la muña, el maíz y la coca en los hoteles del Cusco; mientras en Paracas son los pescados y mariscos los principales ingredientes de los platos que ofrece el hotel, así como el pisco en el caso de las bebidas.

De este modo, la preservación de la cultura y las tradiciones locales es un tema principal y estratégico para la empresa. Conscientes de ello la promoción y revalorización de la cultura local se gestiona desde dos frentes principales: el área de Experiencias y el área de Alimentos y Bebidas.

Desde el área de Experiencias, la empresa ubica los programas y proyectos relacionados a mantener la cultura local viva. Se crean y desarrollan experiencias únicas que perdurarán en la memoria de los huéspedes y les permitirá encontrar y descubrir una cultura auténtica y milenaria. A través de su operador turístico Venturia, INTURSA brinda un manual de experiencias que encienden la curiosidad de los huéspedes y, a su vez, promueven la cultura y las tradiciones locales para asegurar la preservación e inclusión de productos locales.

Cabe mencionar que la mayoría de estas experiencias incluyen la participación de miembros de las comunidades locales quienes actúan como facilitadores y protagonistas de las mismas. Adicionalmente, la empresa procura darle un espacio a los artesanos locales para que puedan relacionarse directamente con los huéspedes a la vez de la venta de sus productos, generando ingresos para su comunidad.

Las experiencias están relacionadas a las tradiciones culturales de cada sede. Las más representativas se encuentran en Cusco y Valle sagrado como: la ruta de las papas nativas, encuentro de dos mundos, bordado tradicional cusqueño, mitos y leyendas andinas, preparación de pan de semillas andinas, demostración de técnicas textiles ancestrales y; por parte de Paracas, la pesca artesanal de conchas.

De otro lado, como parte de las iniciativas desarrollada por Turismo Cuida para los ejes de preservación y desarrollo del patrimonio cultural, se encuentra el emblemático Plan Wallata: un proyecto público-privado que reúne a diversos actores de la sociedad con miras a preservar y potenciar a Ollantaytambo como pueblo inca viviente, al ser un eje fundamental del corredor turístico Cusco-Machu Picchu. Este programa incluye el desarrollo de capacidades productivas, acondicionamiento urbano, fortalecimiento de gestión local para el desarrollo turístico y articulación comercial. El proyecto viene desarrollándose exitosamente gracias a la colaboración con la Municipalidad de Ollantaytambo, el Mincetur y otros organismos internacionales como Ayuda en Acción. En el 2019, Turismo Cuida firmó con la Unesco un convenio marco que permitirá impulsar conjuntamente programas, proyectos y actividades destinadas a estudiar, proteger y promover el patrimonio cultural con el fin de posicionar a la cultura como eje fundamental para lograr procesos de desarrollo sostenibles.

## ACERCA DEL REPORTE DE SOSTENIBILIDAD

Para INTURSA es grato presentar su Reporte de sostenibilidad 2019, desarrollado de conformidad con la opción Esencial de los estándares de la Global Reporting Initiative (GRI). Este es un documento que reafirma su compromiso con la transparencia y comunicación de logros y avances en su gestión económica, social y ambiental, así como el valor que genera a sus accionistas, clientes, colaboradores y a la sociedad en general. (GRI 102-48) (GRI 102-49) (GRI 102-50) (GRI 102-51) (GRI 102-52) (GRI 102-54)

El presente documento cubre el periodo comprendido entre el 1 de enero de 2019 y el 31 de diciembre de 2019 teniendo una periodicidad de publicación anual.

### Temas Materiales Incluidos

La identificación de temas materiales o materialidad es un principio en la elaboración de reportes de sostenibilidad bajo la metodología de la Global Reporting Initiative (GRI). (GRI 102-46) (GRI 102-47) (GRI 102-48)

INTURSA considera como tema material cualquier asunto que tenga la capacidad de afectar la creación de valor de la empresa bajo la mirada de la compañía y de los grupos de interés. Una adecuada materialidad permite identificar los puntos más relevantes para la gestión sostenible de la empresa en el ámbito económico, social y ambiental.

La metodología utilizada para determinar los temas materiales consistió en cuatro etapas:

|  |  |
| --- | --- |
| 1. **Revisión**   Se revisó el top 5 de los reportes de sostenibilidad del ranking de sostenibilidad de RobecoSAM 2019 en el sector hotelero y resorts.  Adicionalmente, se revisó informes del área de Sostenibilidad, así como la Memoria Anual y las Políticas y Código de Conducta. | 1. **Identificación**   Para la identificación de expectativas se hizo encuestas, entrevistas y paneles de diálogo con los principales Grupos de Interés de la Empresa.  Como parte de la identificación de impactos, se realizó entrevistas con las gerencias. Ello generó una base sobre cómo funciona INTURSA detallando los principales hitos y cambios de gestión del año 2019. |
| 1. **Priorización**   La metodología utilizada para priorizar los temas más relevantes para los grupos de interés fue la priorización de expectativas con más representación. Por otro lado, el procedimiento utilizado para priorizar los impactos de sostenibilidad fue la evaluación de riesgos (estrategia, mejores prácticas, cumplimiento legal y beneficio/severidad). | 1. **Validación**   Los resultados de la matriz de materialidad fueron validados por la Gerencia Corporativa de Comunicaciones, encargada de supervisar la estrategia de sostenibilidad. Así, los temas de sostenibilidad material se relacionaron con los temas GRI y con ello se seleccionó los indicadores a reportar. |

### Gráfico de materialidad

A continuación, se detallan los temas materiales incluidos en el presente reporte, su nivel de cobertura y grupos de interés relacionados.

Gráfico de materialidad

Imagen que contiene texto

Descripción generada automáticamente

|  |
| --- |
| **Leyenda** |
| Temas estratégicos |
| Temas relevantes |
| Temas no materiales |
|  |

Si bien los temas materiales estratégicos y relevantes representan impactos generados por la empresa y las expectativas de los grupos de interés, en este reporte de sostenibilidad la cobertura de estos impactos está limitada principalmente a las operaciones de INTURSA.

(GRI 103-1 )(GRI-102-48)

A continuación, presentamos la lista de nuestros temas materiales, su definición, su nivel de cobertura[[29]](#footnote-29) y donde se generan los impactos relacionados a cada tema material: (GRI 102-46)

|  |  | TEMAS MATERIALES (GRI 102-47) (GRI 102-49) | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | Tema material | Definición | Cobertura | ¿Quién genera el impacto? |
| TEMAS ESTRATÉGICOS | 1 | **Compras locales** | Prácticas para la priorización de compras a proveedores de la localidad de los hoteles | Cobertura interna | Operación de la empresa |
| 2 | **Ecoeficiencia operacional** | Hace referencia a cómo la empresa ha implementado un sistema de gestión ambiental en todas sus operaciones. | Cobertura interna y externa | Operación de la empresa, proveedores y operadores turísticos |
| 3 | **Impactos a la biodiversidad** | Cuidado de la flora y fauna local y servicios de ecoturismo. | Cobertura interna | Operación de la empresa, proveedores y operadores turísticos |
| 4 | **Seguridad y salud en el trabajo** | Hace referencia a la gestión de riesgos e implementación de cultura de seguridad para prevenir incidentes y accidentes laborales. | Cobertura interna y externa | Operación de la empresa y proveedores |
| 5 | **Igualdad de oportunidades** | Garantizar a todos los colaboradores las mismas posibilidades de acceder al bienestar social digno y justo, y poseer los mismos derechos sin distinción alguna de procedencia, sexo, origen nacional o étnico, color, religión, etc. | Cobertura interna | Operación de la empresa |
| 6 | **Respeto a los derechos humanos** | Hace referencia a cómo la empresa asegura el respeto de los derechos humanos dentro de la empresa y a lo largo de su cadena de valor. | Cobertura interna y externa | Operación de la empresa y operadores turísticos |
| 7 | **Comunidades locales** | Relación con las poblaciones locales a través de programas de desarrollo, capacitación o integración de las comunidades a la actividad económica, etc. | Cobertura interna | Operación de la empresa |
| 8 | **Clima laboral** | Hace referencia a la Inversión en programas de desarrollo local, que satisfagan necesidades de las comunidades identificadas y generen valor a la empresa. | Cobertura interna | Operación de la empresa y Comunidad |
| 9 | **Satisfacción de los clientes** | Conocer las expectativas de los servicios y atención de los huéspedes. | Cobertura interna y externa | Operación de la empresa y operadores turísticos |
| 10 | **Lucha contra la corrupción** | Hace referencia a la gestión que la empresa realiza para prevenir la corrupción y soborno dentro de sus actividades. | Cobertura interna | Operación de la empresa |
| TEMAS RELEVANTES | 11 | **Desempeño económico** | Hace referencia al retorno económico de las actividades comerciales de la empresa. | Cobertura interna y externa | Operación de la empresa |
| 12 | **Gestión de la seguridad y salud de los clientes** | Velar por la salud y seguridad de los huéspedes en cada uno de los ambientes y locación de los hoteles. | Cobertura interna y externa | Operación de la empresa y operadores turísticos |
| 13 | **Brindar alimentos y bebidas saludables** | Disponer y brindar opciones de alimentos y bebidas bajos en azúcar, sal, grasas saturadas, etc. | Cobertura interna | Operación de la empresa |
| 14 | **Privacidad y protección de datos** | Es la gestión de la privacidad y confidencialidad de datos de los huéspedes. | Cobertura interna y externa | Operación de la empresa y operadores turísticos |
| 15 | **Gestión de quejas y reclamos** | Medios para atender y buscar soluciones con eficiencia a las quejas y reclamos de los huéspedes y colaboradores. | Cobertura interna y externa | Operación de la empresa y operadores turísticos |
| 16 | **Formación y desarrollo** | Hace referencia al desarrollo del recurso humano a través de planes de formación capacitación y oportunidades de desarrollo profesional. | Cobertura interna | Operación de la empresa |
| 17 | **Gobierno corporativo** | Hace referencia a la actuación de la empresa en base a lineamientos éticos y de valores corporativos y a mantener una estructura orgánica y funcional del Gobierno Corporativo, de acuerdo con el Código de Buen Gobierno Corporativo | Cobertura interna | Operación de la empresa |
| 18 | **Cumplimiento con la regulación** | Cumplir con las leyes, normas del sistema nacional o local. | Cobertura interna | Operación de la empresa |
| 19 | **Ética empresarial** | Lineamientos para la conducta del personal de acuerdo con la ética y los valores de la empresa. | Cobertura interna | Operación de la empresa |
| 20 | **Desarrollo de Proveedores** | Prácticas para promover la gestión eficaz de los proveedores con capacitación, contratos a largo plazo, alianzas, etc. | Cobertura interna | Operación de la empresa |

## ÍNDICE DE CONTENIDO GRI

(GRI 102-55)

| **Estándar GRI** | **Contenido** | **Página** | **Omisión** | [[30]](#footnote-30)ODS [1] |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| ***Fundamentos*** | | | | |
| GRI 101: Fundamentos 2016 | - | - | - | - |
| ***Contenidos generales*** | | | | |
| GRI 102: Contenidos generales 2016 | 102-1: Nombre de la empresa. | 6 | - | - |
| 102-2: Principales marcas, productos y/o servicios. | 6 | - | - |
| 102-3: Ubicación de la sede principal. | 72 | - | - |
| 102-4: Ubicación de las operaciones | 6 | - | - |
| 102-5: Naturaleza de la propiedad y forma jurídica. | 6,72 | - | - |
| 102-6: Mercados servidos. | 9 | - | - |
| 102-7: Tamaño de la empresa. | 5 | - | - |
| 102-8: Información sobre empleados y otros trabajadores. | 29 | - | ODS N°8 |
| 102-9: Descripción de la cadena de cadena de suministro. | 51 | - | - |
| 102-10: Cambios significativos en la empresa y en la cadena de suministros. | 7,9,12 | - | - |
| 102-11: Descripción de cómo la empresa ha adoptado un planteamiento o principio de precaución. | 44,45 | - | - |
| 102-12: Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la empresa suscriba o apruebe. | 15,53 | - | - |
| 102-13: Membresía en Asociaciones y/o organizaciones nacionales e internacionales de promoción/lobby. | 10 | - | - |
| 102-14: Declaración del presidente del Directorio sobre la relevancia de la sostenibilidad para la empresa y su estrategia. | 4 | - | - |
| 102-16: Valores, principios, estándares y normas de conducta de la empresa. | 7,13, 17 | - | ODS N°16 |
| 102-18: Estructura de gobierno de la empresa. | 11 | - | - |
| 102-40: Relación de los grupos de interés de la empresa. | 19 | - | - |
| 102-41: Acuerdos de negociación colectiva. | 27,30 | - | ODS N°8 |
| 102-42: Base para la identificación y selección de grupos de interés. | 19 | - | - |
| 102-43: Enfoques adoptados para la participación de los grupos de interés. | 19,20 | - | - |
| 102-44: Principales preocupaciones y asuntos de interés, por grupo de interés, que hayan surgido a través de la participación de los grupos de interés. | 21 | - | - |
| 102-45: Entidades incluidas en los estados financieros consolidados. | 12 | - | - |
| 102-46: Proceso de definición del contenido y cobertura del reporte de sostenibilidad. | 21, 58 | - | - |
| 102-47: Temas materiales identificados. | 58,60 | - | - |
| 102-48: Explicación del efecto de cualquier cambio en la información reportada en los reportes de sostenibilidad previos. | 58,60 | - | - |
| 102-49: Cambios significativos en relación con reportes anteriores. | 58,61 | - | - |
| 102-50: Periodo que cubre el reporte de sostenibilidad. | 58 | - | - |
| 102-51: Fecha del último reporte de sostenibilidad. | 58 | - | - |
| 102-52: Ciclo de reportaje. | 58 | - | - |
| 102-53: Punto de contacto. | 72 | - | - |
| 102-54: Declaración de elaboración del reporte de conformidad con los estándares GRI. | 58 | - | - |
| 102-55: Tabla indicadora de la localización de la información estándar dentro del reporte de sostenibilidad. | 63 | - | - |
| 102-56: Políticas y prácticas de verificación externa del reporte de sostenibilidad. | Este reporte no cuenta con verificación externa | - | - |
| ***Temas materiales*** | | | | |
| ***Desempeño Económico*** | | | | |
| GRI 103: Enfoque de gestión 2016 | 103-1: Explicación del tema material y su cobertura. | 60 | - | - |
| 103-2: El enfoque de gestión y sus componentes. | 12 | - | - |
| 103-3: Evaluación del enfoque de gestión. | 12 | - | - |
| GRI 201: Desempeño Económico 2016 | 201-1: Valor económico directo generado y distribuido. | 12 | - | ODS N°2, 5, 7, 8, 9 |
| **Impactos económicos indirectos** | | | | |
| GRI 103: Enfoque de gestión 2016 | 103-1: Explicación del tema material y su cobertura. | 60 | - | - |
| 103-2: El enfoque de gestión y sus componentes. | 53 | - | - |
| 103-3: Evaluación del enfoque de gestión. | 53 | - | - |
| GRI 203 Impactos económicos indirectos 2016 | 203-1:Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados | 54 | - | ODS N°1,5,8 |
| **Prácticas de Adquisición** | | | | |
| GRI 103: Enfoque de gestión 2016 | 103-1: Explicación del tema material y su cobertura. | 60 | - | - |
| 103-2: El enfoque de gestión y sus componentes. | 51 | - | - |
| 103-3: Evaluación del enfoque de gestión. | 51 | - | - |
| GRI 204: Prácticas de Adquisición 2016 | 204-1: Proporción de gasto en proveedores locales. | 51,52 | - | - |
| ***Anticorrupción*** | | | | |
| GRI 103: Enfoque de gestión 2016 | 103-1: Explicación del tema material y su cobertura. | 60 | - | - |
| 103-2: El enfoque de gestión y sus componentes. | 16 | - | - |
| 103-3: Evaluación del enfoque de gestión. | 16 | - | - |
| GRI 205: Anticorrupción 2016 | 205-2: Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción | 16 | - | ODS N°16 |
| ***Energía*** | | | | |
| GRI 103: Enfoque de gestión 2016 | 103-1: Explicación del tema material y su cobertura | 60 | - | - |
| 103-2: El enfoque de gestión y sus componentes | 45 | - | - |
| 103-3: Evaluación del enfoque de gestión | 45 | - | - |
| GRI 302: Energía 2016 | 302-1: Consumo energético dentro de la organización. | 45 | - | ODS N°7, 8, 12, 13 |
| 302-3: Intensidad energética. | 45 | - | ODS N°7, 8, 12, 14 |
| ***Agua*** | | | | |
| GRI 103: Enfoque de gestión 2016 | 103-1: Explicación del tema material y su cobertura. | 60 | - | - |
| 103-2: El enfoque de gestión y sus componentes. | 47 | - | - |
| 103-3: Evaluación del enfoque de gestión. | 47 | - | - |
| GRI 303: Agua 2016 | 303-1: Extracción de agua por fuente. | 47 | - | ODS N°6 |
| ***Biodiversidad*** | | | | |
| GRI 103: Enfoque de gestión 2016 | 103-1: Explicación del tema material y su cobertura. | 60 | - | - |
| 103-2: El enfoque de gestión y sus componentes. | 49 | - | - |
| 103-3: Evaluación del enfoque de gestión. | 49 | - | - |
| GRI 304: Biodiversidad 2016 | 304-2: Impactos significativos de las actividades, los productos y los servicios en la biodiversidad. | 49 | - | ODS N°6, 14, 15 |
| ***Emisiones*** | | | | |
| GRI 103: Enfoque de gestión 2016 | 103-1: Explicación del tema material y su cobertura. | 60 | - | - |
| 103-2: El enfoque de gestión y sus componentes. | 48 | - | - |
| 103-3: Evaluación del enfoque de gestión. | 48 | - | - |
| GRI 305: Emisiones 2016 | 305-1: Emisiones directas de GEI. (alcance 1). | 48,49 | - | ODS N°3, 12, 13, 14, 15 |
| 305-2: Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2). | 48,49 | - | ODS N°3, 12, 13, 14, 15 |
| 305-4: Intensidad de las emisiones de GEI. | 48,49 | - | ODS N°3, 12, 13, 14, 15 |
| ***Efluentes y Residuos*** | | | | |
| GRI 103: Enfoque de gestión 2016 | 103-1: Explicación del tema material y su cobertura. | 60 | - | - |
| 103-2: El enfoque de gestión y sus componentes. | 50 | - | - |
| 103-3: Evaluación del enfoque de gestión. | 50 | - | - |
| GRI 306: Efluentes y Residuos 2016 | 306-2. Residuos por tipo y método de eliminación. | 51 | - | ODS N°3, 6, 12 |
| ***Empleo*** | | | | |
| GRI 103: Enfoque de gestión 2016 | 103-1: Explicación del tema material y su cobertura. | 60 | - | - |
| 103-2: El enfoque de gestión y sus componentes. | 27 | - | - |
| 103-3: Evaluación del enfoque de gestión. | 27 | - | - |
| GRI 401: Empleo 2016 | 401-1: Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal. | 28,29,30 |  | ODS N°5 ,8 |
| 401-2: Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales. | 31 | - | - |
| ***Relaciones trabajador-empresa*** | | | | |
| GRI 103: Enfoque de gestión 2016 | 103-1: Explicación del tema material y su cobertura. | 60 | - | - |
| 103-2: El enfoque de gestión y sus componentes. | 27, 33 | - | - |
| 103-3: Evaluación del enfoque de gestión. | 27, 33 | - | - |
| GRI 402: Relaciones trabajador-empresa 2016 | 402-1: Plazos de aviso mínimos sobre cambios operacionales | 27, 33 | - | ODS N°8 |
| ***Salud y Seguridad en el Trabajo*** | | | | |
| GRI 103: Enfoque de gestión 2016 | 103-1: Explicación del tema material y su cobertura. | 60 | - | - |
| 103-2: El enfoque de gestión y sus componentes. | 40, 41, 42, 43 | - | - |
| 103-3: Evaluación del enfoque de gestión. | 40, 41, 42, 43 | - | - |
| GRI 403: Salud y Seguridad en el Trabajo 2016 | 403-1: Representación de los trabajadores en comités formales trabajador-empresa de salud y seguridad. | 40 | - | ODS N°8 |
| 403-2: Tipos de accidentes y tasas de frecuencia de accidentes, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de muertes por accidente laboral o enfermedad profesional. | 43 | - | ODS N°8 |
| ***Formación y Enseñanza*** | | | | |
| GRI 103: Enfoque de gestión 2016 | 103-1: Explicación del tema material y su cobertura. | 60 | - | - |
| 103-2: El enfoque de gestión y sus componentes. | 37,38 | - | - |
| 103-3: Evaluación del enfoque de gestión. | 37,38 | - | - |
| GRI 404: Formación y Enseñanza 2016 | 404-1: Media de horas de formación al año por empleado. | 38 |  | ODS N°4, 5, 8 |
| 404-3: Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional. | 38 |  | ODS N°5, 8 |
| ***Diversidad e igualdad de oportunidades*** | | | | |
| GRI 103: Enfoque de gestión 2016 | 103-1: Explicación del tema material y su cobertura. | 60 | - | - |
| 103-2: El enfoque de gestión y sus componentes. | 11 | - | - |
| 103-3: Evaluación del enfoque de gestión. | 11,35 | - | - |
| GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades 2016 | 405-1: Diversidad del Directorio y empleados por categoría profesional. | 11,35 | - | - |
| ***No Discriminación*** | | | | |
| GRI 103: Enfoque de gestión 2016 | 103-1: Explicación del tema material y su cobertura. | 60 | - | - |
| 103-2: El enfoque de gestión y sus componentes. | 33 | - | - |
| 103-3: Evaluación del enfoque de gestión. | 33 | - | - |
| GRI 406: No Discriminación 2016 | 406-1: Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas. | 33 |  | ODS N°5, 8, 16 |
| ***Trabajo infantil*** | | | | |
| GRI 103: Enfoque de gestión 2016 | 103-1: Explicación del tema material y su cobertura. | 60 | - | - |
| 103-2: El enfoque de gestión y sus componentes. | 53 | - | - |
| 103-3: Evaluación del enfoque de gestión. | 53 | - | - |
| GRI 408: Trabajo infantil 2016 | 408-1: Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil | 53 | - | ODS N° 8, 16 |
| ***Trabajo Forzoso u obligatorio*** | | | | |
| GRI 103: Enfoque de gestión 2016 | 103-1: Explicación del tema material y su cobertura. | 60 | - | - |
| 103-2: El enfoque de gestión y sus componentes. | 53 | - | - |
| 103-3: Evaluación del enfoque de gestión. | 53 | - | - |
| GRI 409: Trabajo Forzoso u obligatorio 2016 | 409-1: Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio | 53 | - | ODS N° 8 |
| ***Evaluación de derechos humanos*** | | | | |
| GRI 103: Enfoque de gestión 2016 | 103-1: Explicación del tema material y su cobertura. | 60 | - | - |
| 103-2: El enfoque de gestión y sus componentes. | 33 | - | - |
| 103-3: Evaluación del enfoque de gestión. | 33 | - | - |
| GRI 412: Evaluación de Derechos Humanos 2016 | 412-2: Formación de empleados en políticas o procedimientos sobre derechos humanos | 33 | - | - |
| ***Comunidades locales*** | | | | |
| GRI 103: Enfoque de gestión 2016 | 103-1: Explicación del tema material y su cobertura. | 60 | - | - |
| 103-2: El enfoque de gestión y sus componentes. | 53 | - | - |
| 103-3: Evaluación del enfoque de gestión. | 53 | - | - |
| GRI 413: Comunidades locales 2016 | 413-1: Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo. | 53 | - | - |
| ***Salud y seguridad de los clientes*** | | | | |
| GRI 103: Enfoque de gestión 2016 | 103-1: Explicación del tema material y su cobertura. | 60 | - | - |
| 103-2: El enfoque de gestión y sus componentes. | 22 | - | - |
| 103-3: Evaluación del enfoque de gestión. | 22 | - | - |
| *GRI 416: Salud y seguridad de los clientes* 2016 | 416-1: Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios (Alimentos y bebidas /plato solidario, turismo, habitaciones, leyes y reglamentos, diseño de construcción de hoteles) | 22 | - | ODS N°16 |
| ***Privacidad de los clientes*** | | | | |
| GRI 103: Enfoque de gestión 2016 | 103-1: Explicación del tema material y su cobertura. | 60 | - | - |
| 103-2: El enfoque de gestión y sus componentes. | 26 | - | - |
| 103-3: Evaluación del enfoque de gestión. | 26 | - | - |
| GRI 418: Privacidad de los clientes 2016 | GRI 418-1 Reclamos relativos a la violación de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente | 26 | - | ODS N°16 |
| ***Cumplimiento Regulatorio Socioeconómico*** | | | | |
| GRI 103: Enfoque de gestión 2016 | 103-1: Explicación del tema material y su cobertura. | 60 | - | - |
| 103-2: El enfoque de gestión y sus componentes. | 27 | - | - |
| 103-3: Evaluación del enfoque de gestión. | 27 | - | - |
| GRI 419: Cumplimiento Regulatorio Socioeconómico 2016 | 419-1: Incumplimiento de las leyes y normativas en los ámbitos social y económico. | No hay casos significativos que reportar | - | ODS N°16 |
| ***Ética empresarial*** | | | | |
| GRI 103: Enfoque de gestión 2016 | 103-1: Explicación del tema material y su cobertura. | 60 | - | - |
| 103-2: El enfoque de gestión y sus componentes. | 16 | - | - |
| 103-3: Evaluación del enfoque de gestión. | 16 | - | - |
| Ética empresarial 2016 | No GRI: Describir cómo se gestiona la ética en la empresa y qué iniciativas se desarrollaron durante el 2019. | 16 | - | - |
| Reportar los principales indicadores falta hacía la gestión ética de la empresa. |
| ***Clima y Cultura Organizacional*** | | | | |
| GRI 103: Enfoque de gestión 2016 | 103-1: Explicación del tema material y su cobertura. | 60 | - | - |
| 103-2: El enfoque de gestión y sus componentes. | 31, 32 | - | - |
| 103-3: Evaluación del enfoque de gestión. | 31, 32 | - | - |
| Clima y Cultura Organizacional 2016 | No GRI: Describir los resultados de la encuesta de clima y el enfoque de la cultura organizacional de INTURSA, así como las iniciativas desarrolladas. | 31, 32 | - | - |
| ***Alimentos saludables y bebidas*** | | | | |
| GRI 103: Enfoque de gestión 2016 | 103-1: Explicación del tema material y su cobertura. | 60 | - | - |
| 103-2: El enfoque de gestión y sus componentes. | 22 | - | - |
| 103-3: Evaluación del enfoque de gestión. | 22 | - | - |
| Alimentos saludables y bebidas 2016 | No GRI: Describir las iniciativas para promover y difundir alimentos saludables y bebidas en los clientes | 22 | - | - |
| ***Gestión de quejas y reclamos*** | | | | |
| GRI 103: Enfoque de gestión 2016 | 103-1: Explicación del tema material y su cobertura. | 60 | - | - |
| 103-2: El enfoque de gestión y sus componentes. | 25 | - | - |
| 103-3: Evaluación del enfoque de gestión. | 25 | - | - |
| Gestión de quejas y reclamos 2016 | Describir cómo se gestiona las quejas y reclamos y qué iniciativas se desarrollaron durante el 2019. | 25 | - | - |
| Reportar los principales indicadores de gestión de quejas y reclamos |
| ***Satisfacción de clientes*** | | | | |
| GRI 103: Enfoque de gestión 2016 | 103-1: Explicación del tema material y su cobertura. | 60 | - | - |
| 103-2: El enfoque de gestión y sus componentes. | 23 | - | - |
| 103-3: Evaluación del enfoque de gestión. | 23 | - | - |
| Satisfacción de clientes 2016 | Describir cómo se gestiona la experiencia del cliente y qué iniciativas se desarrollaron durante el 2019. | 23 | - | - |
| Reportar los principales indicadores de satisfacción del cliente |
| ***Desarrollo de proveedores*** | | | | |
| GRI 103: Enfoque de gestión 2016 | 103-1: Explicación del tema material y su cobertura. | 60 | - | - |
| 103-2: El enfoque de gestión y sus componentes. | 51 | - | - |
| 103-3: Evaluación del enfoque de gestión. | 51 | - | - |
| Desarrollo de proveedores 2016 | No GRI: Describir las iniciativas para promover el desarrollo de proveedores locales dentro de la empresa, así como la oferta de experiencias brindada al cliente. | 52 | - | - |
| ***Buen Gobierno Corporativo*** | | | | |
| GRI 103: Enfoque de gestión 2016 | 103-1: Explicación del tema material y su cobertura. | 60 | - | - |
| 103-2: El enfoque de gestión y sus componentes. | 11 | - | - |
| 103-3: Evaluación del enfoque de gestión. | 11 | - | - |
| Buen Gobierno Corporativo 2016 | No GRI: Describir cómo se gestiona el Buen Gobierno Corporativo en INTURSA | 11 | - | - |



**INVERSIONES NACIONALES DE TURISMO S.A.**(GRI 102-5)

Domicilio Fiscal

Amador Merino Reyna 551, San Isidro, Lima, Perú.(GRI 102-3)

Toda comunicación referente al Reporte de Sostenibilidad 2019 debe ser dirigida a la Gerencia Corporativa Legal de INTURSA.

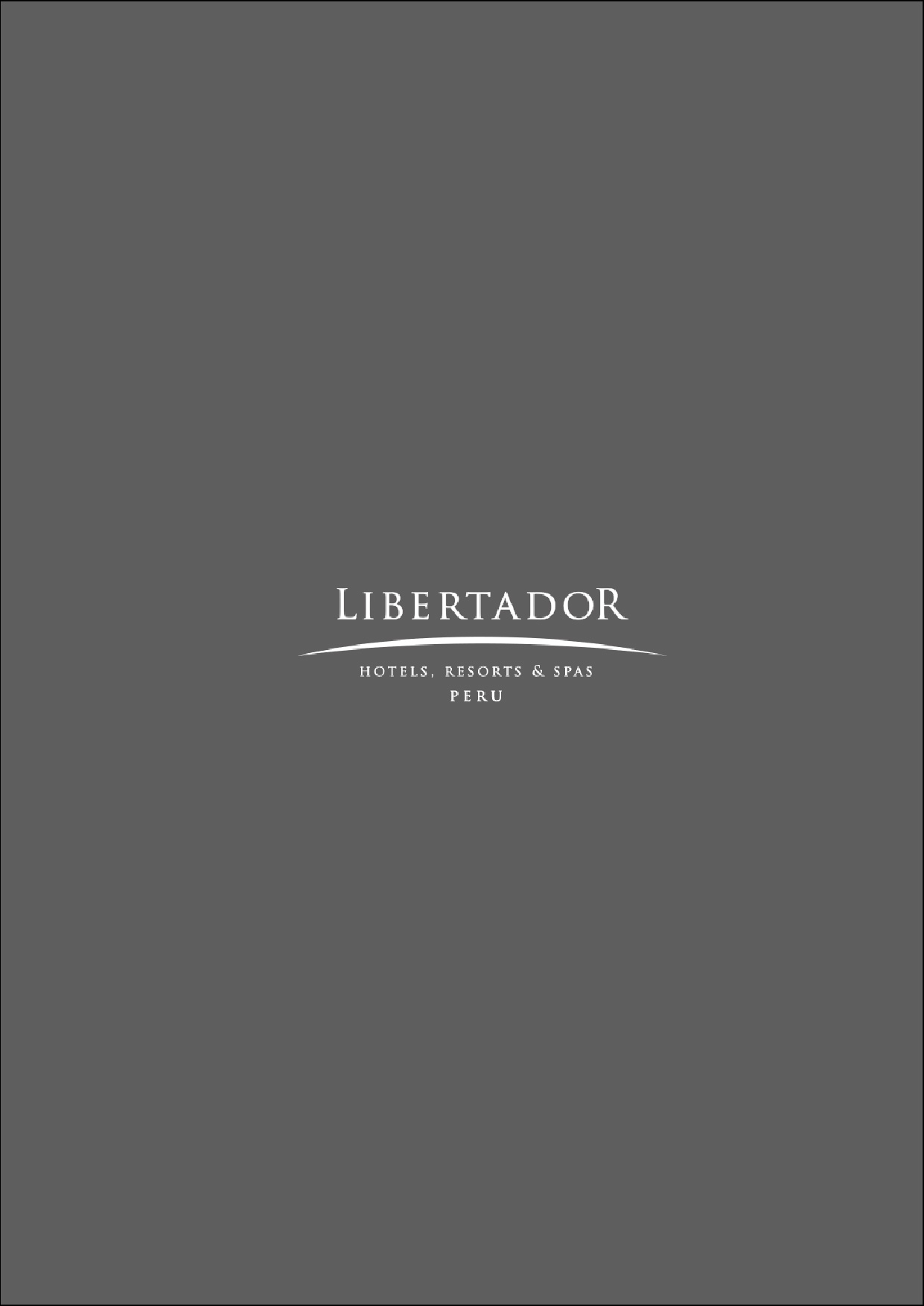
E-mail:aostoaza@libertador.com.pe( GRI 102-53)

****

**Elaborado por:**

Avanza Sostenible

[www.avanzasostenible.com](http://www.avanzasostenible.com)



1. Los hoteles Libertador Lima y Libertador Puno fueron vendidos y entregados a sus nuevos propietarios en setiembre de 2019. De este modo, INTURSA culminó el 2019 con 6 hoteles en su portafolio. [↑](#footnote-ref-1)
2. Los hoteles fueron vendidos y entregados a sus nuevos propietarios en setiembre de 2019. [↑](#footnote-ref-2)
3. Inaugurado en abril de 2019 [↑](#footnote-ref-3)
4. ALF: Agua, Luz y Fuerza (combustible) [↑](#footnote-ref-4)
5. KPIs: *Key performance indicator* (Indicador clave de desempeño) [↑](#footnote-ref-5)
6. Se han vinculado los ODS según los proyectos o iniciativas mencionadas en la página de la Organización Mundial del Turismo (OMT) (web: <https://media.unwto.org/es/turismo-agenda-2030>) [↑](#footnote-ref-6)
7. Fuente: Política de Anticorrupción y Soborno. [↑](#footnote-ref-7)
8. Fuente: Política de Gestión de Conflicto de Intereses. [↑](#footnote-ref-8)
9. (\*) *Stakeholders* críticos [↑](#footnote-ref-9)
10. La información presentada en la síntesis de reconocimientos de todos los hoteles del portafolio de INTURSA al cierre del 2019. [↑](#footnote-ref-10)
11. Fuente: Política de igualdad de oportunidades de empleo [↑](#footnote-ref-11)
12. Los beneficios corporativos están relacionados a los descuentos en Outlets para familiares directos y las tarifas especiales de alojamiento. [↑](#footnote-ref-12)
13. Fuente: Plan de equidad de género [↑](#footnote-ref-13)
14. Fuente: Política de Prevención y Sanción del Hostigamiento Sexual [↑](#footnote-ref-14)
15. Fuente: Plan de equidad de género de INTURSA [↑](#footnote-ref-15)
16. Índice de probabilidad (IP): Nos indica la cantidad de accidentes relacionada a un periodo de tiempo de 200,000 horas trabajadas. **IP=N° de accidentes X200,000/N° Horas hombre trabajadas.** [↑](#footnote-ref-16)
17. Índice de consecuencia (IC): Es el número de días perdidos por efecto de los accidentes relacionados a un periodo de 200,000 horas trabajadas. **IC= N° de días no trabajados X200,000/N° horas hombre trabajadas.**

    La información consignada en Libertador Lima corresponde de enero a setiembre 2019, fecha en que se culminó el proceso de venta del hotel. [↑](#footnote-ref-17)
18. [↑](#footnote-ref-18)
19. La información consignada en Libertador Puno corresponde de enero a setiembre 2019, fecha en que se culminó el proceso de venta del hotel. [↑](#footnote-ref-19)
20. Certificación LEED BD+C: Hotel Tambo del Inka. 06/12/2010   
     Certificación LEED O+M: Hotel Westin Lima. 12/03/2016 [↑](#footnote-ref-20)
21. tCO2eq= Toneladas de CO2 equivalentes [↑](#footnote-ref-21)
22. Los resultados contemplan los siguientes gases: CO2, CH4, N2O y HFC. [↑](#footnote-ref-22)
23. KPI= Emisiones GEI [kg.CO2eq.] / Hab. Ocupada [↑](#footnote-ref-23)
24. Proveedor local, es aquel proveedor que pertenece a la zona en donde se encuentra el hotel (Cusco, Urubamba, Paracas y Lima). [↑](#footnote-ref-24)
25. El cuadro presentado es la compilación de las actividades realizadas durante el 2019 en los hoteles ubicados en Urubamba, Cusco y Paracas [↑](#footnote-ref-25)
26. Contabilizando a la población del Chaco Paracas y Turistas [↑](#footnote-ref-26)
27. Contabilizando a la población del Chaco Paracas y Turistas [↑](#footnote-ref-27)
28. Población de Paracas [↑](#footnote-ref-28)
29. Cobertura: Descripción de dónde se producen los impactos de cada aspecto. [↑](#footnote-ref-29)
30. [↑](#footnote-ref-30)