

Memoria de
Sostenibilidad
2019-2021

MIRANDO HACIA EL FUTURO JUNTOS



MIRANDO HACIA EL FUTURO JUNTOS

GRI 2-1, 2-2, 2-3, 2-4

1. Como empresa socialmente responsable, estamos comprometidos con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas. Avanzamos a paso firme, con el ánimo de aprender las lecciones que nos deja el presente para adoptar mejores prácticas en beneficio de nuestros colaboradores, clientes y proveedores.
2. Confiamos en nuestro país y por eso invertimos en la creación de un mejor futuro. ¡Apostamos por una Honduras en desarrollo!
3. Compartimos los valores de nuestra sociedad y queremos crecer juntos.
4. Planteamos esta visión hacia el futuro desde la identidad de nuestras marcas y sobre la base de la relación con nuestros clientes.



Alcance y Cobertura

GRI 2-1, 2-2, 2-3, 2-4

Constituye un verdadero honor presentarles la segunda Memoria de Sostenibilidad de Grupo INTUR. En la misma encontrará la respuesta de nuestro gobierno corporativo a las expectativas de las partes interesadas.

Continuamos respetando los principios de Global Reporting Initiative (GRI). Esta vez cumplimos el criterio "in accordance" con la Guía de Sostenibilidad GRI Standards Universal -verificada por la Fundación Hondureña de Responsabilidad Social Empresarial (FUNDAHRSE)-; pero también nos apegamos a los Objetivos de Desarrollo Sostenible 2030 y a los Indicadores de RSE (INDICARSE), homologados con la norma ISO 26000.

Nuestra información cubre desde enero de 2019 hasta diciembre de 2021, período en el cual enfrentamos los efectos de la pandemia COVID-19 y el impacto de los huracanes Eta y Iota. Salvo esta excepción, continuaremos publicando nuestra memoria en forma bienal.

Gracias por su atención.



Puede enviar sus consultas a:
Martha Amaya
martha.amaya@intur.hn





Little Caesars



POPEYES

DUNKIN'

Pollo CAMPERO



CIRCLE K

ACCIVAL

MISIÓN
CREAR LOS MEJORES
MOMENTOS PARA
COMER Y COMPARTIR.

INTUR

VISIÓN
SER EL MÁS GRANDE
Y MEJOR OPERADOR
DE FRANQUICIAS EN
CENTROAMÉRICA
AL 2022.



INSTITUTO



"Dios, Estudio y Trabajo"

INTERACCIONES



SSANGYONG

IMVESA



MAZDA

FOTON



Índice

02	Alcance y Cobertura
06	Carta del Presidente
08	Impactos
11	Gobierno Corporativo
12	Quiénes Somos
13	Divisiones de Negocio
18	Marcas Líderes
20	Gobierno Corporativo
22	Nuestra Cultura Corporativa
24	Modelo de Sostenibilidad
26	Premios y Reconocimientos
29	Transparencia y Materialidad
35	Enfoque al Futuro
36	Compromiso con los más Altos Estándares Empresariales
37	Valor Económico
38	Nuestra Eficiencia Ambiental
40	Compromiso con la Alimentación
41	Cadena de Valor
42	Compromiso con Nuestra Gente
44	Bienestar y Calidad de Vida
46	Beneficios de un Gran Clima Laboral
48	Un Modelo de Actuación Frente a COVID y las Tormentas Eta e Iota
51	Solidaridad en Tiempos de Pandemia
55	Fundación INTUR – Oportunidad Para Todos
56	Compromiso con la Comunidad
56	Impacto Sostenible en la Sociedad
58	Fundación INTUR
67	Anexos
68	Verificación Externa
70	Tabla de Indicadores de Desempeño

Carta del Presidente

GRI 2-11, 2-22

Ingeniero
Eduardo Kafati
Presidente/CEO Grupo INTUR

“**VEAMOS CON
OPTIMISMO EL FUTURO;
CONTINUAREMOS
CONTRIBUYENDO CON
EL DESARROLLO DE
HONDURAS.**”

Celebramos el bicentenario de la independencia en un contexto marcado por la pandemia de COVID-19 y las tormentas Eta y Iota, pero optimistas enfrentamos dicho momento difícil y como lo prometimos en su oportunidad, hoy somos la empresa Holding de Restaurantes de Servicio Rápido (QSR) globales más grande y de mayor crecimiento en la región centroamericana. Desde nuestra creación en 1990, nos propusimos alcanzar este objetivo; treinta años después, nos sentimos orgullosos de haberlo hecho una realidad.

Ha sido un esfuerzo en conjunto con nuestros colaboradores, clientes, proveedores, pero - sobre todo- con nuestras comunidades, con quienes hemos formado una relación que trasciende lo económico y a quienes expresamos nuestro profundo agradecimiento.

¿Cuáles han sido los principales logros obtenidos durante el proceso de recuperación económica y social por el que atraviesa nuestro país y cómo hemos respondido a los retos que nos ha impuesto la crisis?

El primero de ellos es haber mantenido nuestra planilla de trabajos directos e indirectos. Hemos brindado a nuestros colaboradores una oportunidad de llevar ingresos a sus familias y con ello, contribuido a la economía del país.

“Alcanzamos nuestro propósito de incorporar la tecnología a la cadena de valor, lo que nos permitió crear más de 1,150 nuevos empleos indirectos en las plataformas digitales.”

El segundo es haber fortalecido nuestra cadena de valor al registrarse más de 4,817 millones de Lempiras en compras totales durante el periodo 2019-2021, e incrementar lo que corresponden a proveedores locales.

El tercer propósito alcanzado es haber incorporado la tecnología a la cadena de valor, lo que permitió crear más de 1,150 nuevos empleos indirectos mediante las plataformas tecnológicas con canales digitales como: pedido en línea, entrega a domicilio, recoger en restaurante, call center y autoservicio.

Finalmente, hemos elevado nuestro valor económico y realizado una sustancial contribución al Estado de Honduras, gracias al pago de alrededor de 1,400 millones de Lempiras en impuestos durante el periodo 2019-2021.

Vemos el futuro con optimismo, pero reconocemos que hay amenazas que están fuera de nuestro control como las mutaciones del virus que produce COVID-19, los conflictos internacionales, el cambio climático y los efectos de la pobreza en nuestro país.

También conocemos de la capacidad de resiliencia de nuestras comunidades, con las que esperamos seguir impulsando y fortaleciendo un liderazgo responsable.

Nos proponemos, asimismo, incrementar nuestras inversiones, crear más empleos, generar la mejor experiencia con nuestros clientes, robustecer los vínculos con nuestros proveedores, cumplir con el pago responsable de los impuestos, e invertir en el crecimiento sostenible.

Estamos enfocados en la agenda 2030 de los Objetivos de Desarrollo Sostenible y en los principios éticos y culturales, reflejados tanto en la visión y misión de nuestros socios fundadores como en los compromisos contraídos por la corporación de nuestras marcas globales y divisiones del Grupo INTUR. Bajo esa premisa avanzamos en la consolidación de nuestra corporación, la más grande de la región centroamericana en el desarrollo de marcas.

Nos complace presentar la segunda memoria de actividades de nuestra corporación, un documento en el que damos a conocer los principales logros y objetivos de Grupo INTUR, una empresa “orgullosamente hondureña”, identificada con las buenas causas, ligada con la excelencia y comprometida con nuestro país.



Impactos Grupo INTUR 2019-2021

GRI 2-7, 201-1, 401-1, 207-1

Crecimiento

7%
crecimiento compuesto
de ventas



76%
crecimiento en ventas
no presenciales

Empleo

+15,000
empleos indirectos



1,150
empleos generados
por ventas no presenciales

50/50

Equidad de género en el empleo

* Incluye INTUR, AR e Imvesa

Impuestos



L1,400M
en pago de impuestos
(2019-2021)

Fuente: Inteligencia de Negocios, División Financiera INTUR
Cifras aproximadas expresadas en Millones (M) de Lempiras.

Proveedores

1,357
proveedores



L4,817M
en compras totales

Operaciones

2 países
en operaciones
internacionales



Inversión



500mil US\$
inversión energética

Educación

+6,000
becas de Educación Media
a través del Instituto INTUR



1,600
graduados del
Instituto INTUR



Gobierno Corporativo

Quiénes Somos

El Grupo INTUR nació en Honduras en 1990, gracias a la visión de don Camilo Kafati Simón y de su hijo Eduardo Kafati Nosthas.

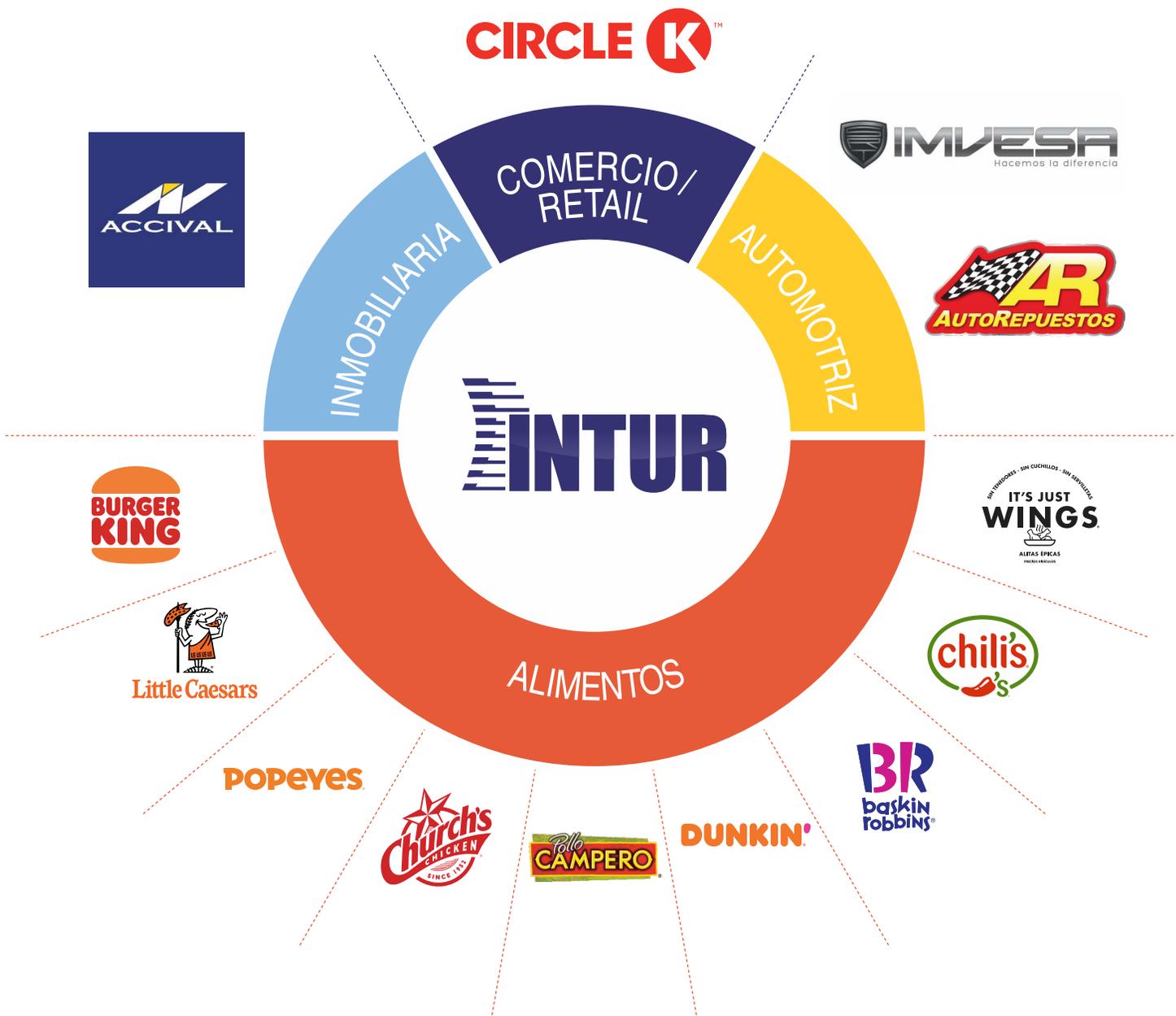
Don Camilo, nuestro cofundador, ya había incursionado en la empresa privada en 1970 con la creación de la Importadora de Vehículos (Imvesa). Combinaba su actividad empresarial con su labor como miembro del Benemérito Cuerpo de Bomberos de Honduras, donde expuso su vida para salvar

a sus compatriotas y socorrer a los damnificados durante los huracanes Fifi en 1974 y Mitch en 2008. En 2018 la Cámara de Comercio e Industrias de Cortés reconoció su contribución con el desarrollo de Honduras al entregarle el Premio El Forjador.

Treinta años después, el Grupo INTUR cuenta con cuatro divisiones estratégicas de negocios: Alimentos, Inmobiliaria, Retail (Comercio) y Automotriz.



Divisiones de Negocio



División Alimentos

La División de Alimentos, está centrada en el manejo, desarrollo y operaciones de QSR y Casual Dining, en busca de nuevas oportunidades de negocios.

Integrada por nueve marcas:

- Burger King
- Little Caesar's Pizza
- Popeyes
- Church's Chicken
- Dunkin'
- BR Baskin Robbins
- Pollo Campero
- Chili's
- It's Just Wings



División Inmobiliaria

En la División Inmobiliaria se distingue Accival, creada en 1993 con un concepto que se extiende desde los centros comerciales, hasta modernos complejos de oficinas y negocios, zonas de almacenamiento y bodegas, condominios de apartamentos, townhouses y restaurantes.

Nuestra División Inmobiliaria es responsable de la construcción, renta y venta de locales comerciales, espacios de oficinas, construcción de restaurantes y oportunidades de negocios.



12MUS\$

invertidos entre
2019 - 2021



13

Centros Comerciales
Santa Mónica





División de Retail



La División de Retail es responsable del desarrollo y operaciones de la Franquicia Circle K, uno de los líderes mundiales en tiendas de conveniencia que Grupo INTUR ha desarrollado desde 2011 con presencia en Honduras y Guatemala, bajo el concepto de tiendas propias y subfranquiciados.



44

Tiendas de
Conveniencia



División Automotriz



La cuarta división está formada por el segmento automotriz Imvesa y Auto Repuestos AR, éste último fundado en 1985. Hoy día diversificado en ocho ciudades con 20 sucursales y consolidado como el líder en tiendas de repuestos y similares en el país.

20

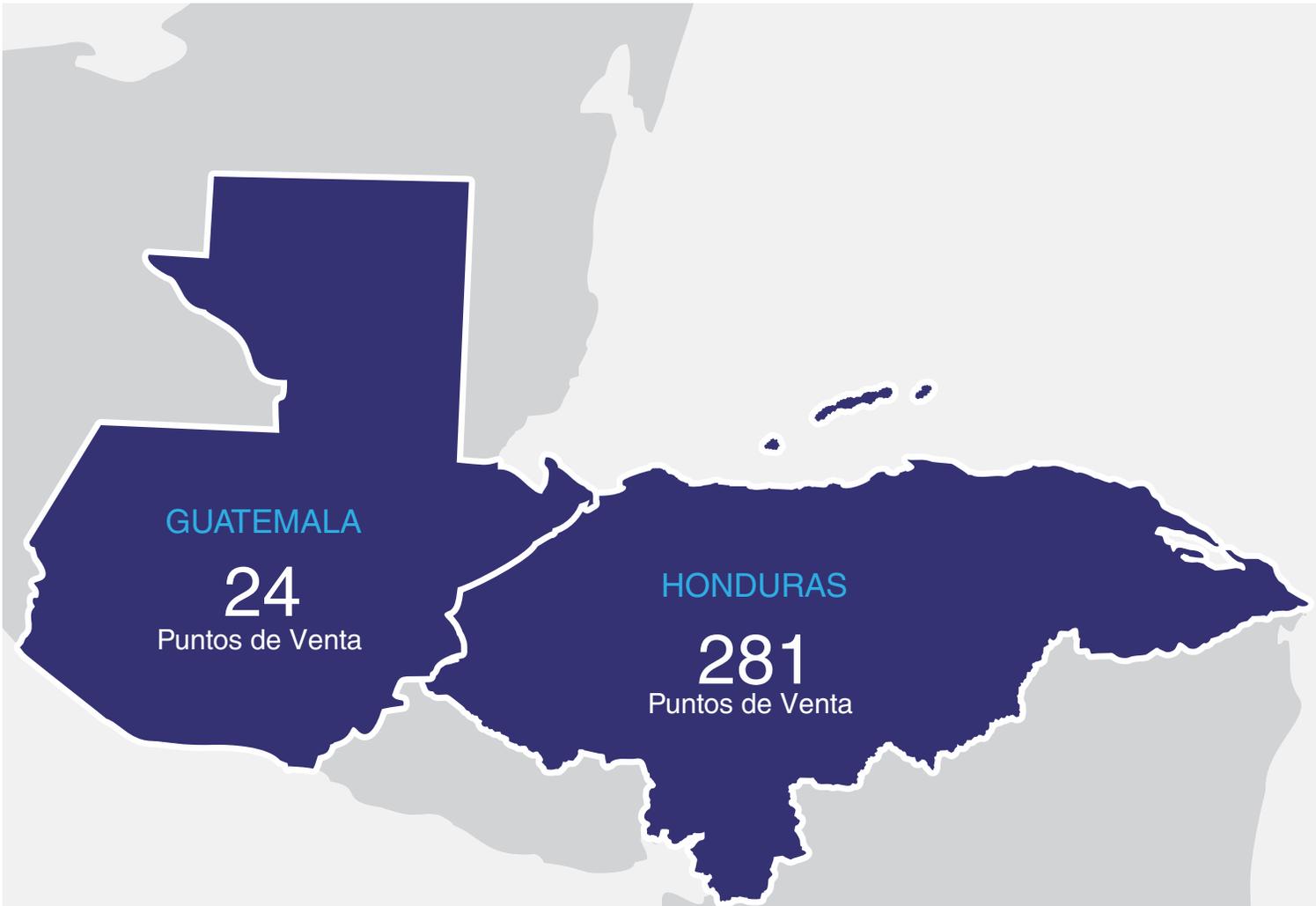
Sucursales de AutoRepuestos



2

Sucursales de Imvesa (SPS y La Ceiba)





Presencia



Puntos de Venta



POPEYES



Marcas Líderes

+ de 30 años alimentando tus mejores momentos para comer y compartir.

Nuestro portafolio de diez marcas globales lidera el mercado.

A lo largo de estos años hemos logrado un crecimiento constante y sostenible que actualmente nos posiciona como el operador líder de franquicias en la región centroamericana. Seguimos creciendo y consolidando nuestro liderazgo y presencia para servirles mejor.



SEGMENTOS



Restaurantes de Servicio Rápido

147 / 48%



Comida Casual

25 / 8%



Tiendas de Conveniencia

44 / 15%



Cadena de Café y Helados

89 / 29%

74

15

2

2

44

DUNKIN'

BR
baskin
tobbins

chili's

SIN FIDEOS - SIN CUCHILLOS - SIN SEMILLAS
IT'S JUST WINGS
ALITAS ÉPICAS
PRECOS REVICADOS

CIRCLE K

Gobierno Corporativo

GRI 2-10, 2-17, 2-27

Con base en la cobertura y complejidad de nuestras operaciones, hemos creado una estructura corporativa de seis niveles liderada por nuestro Presidente, quien también es nuestro principal ejecutivo.

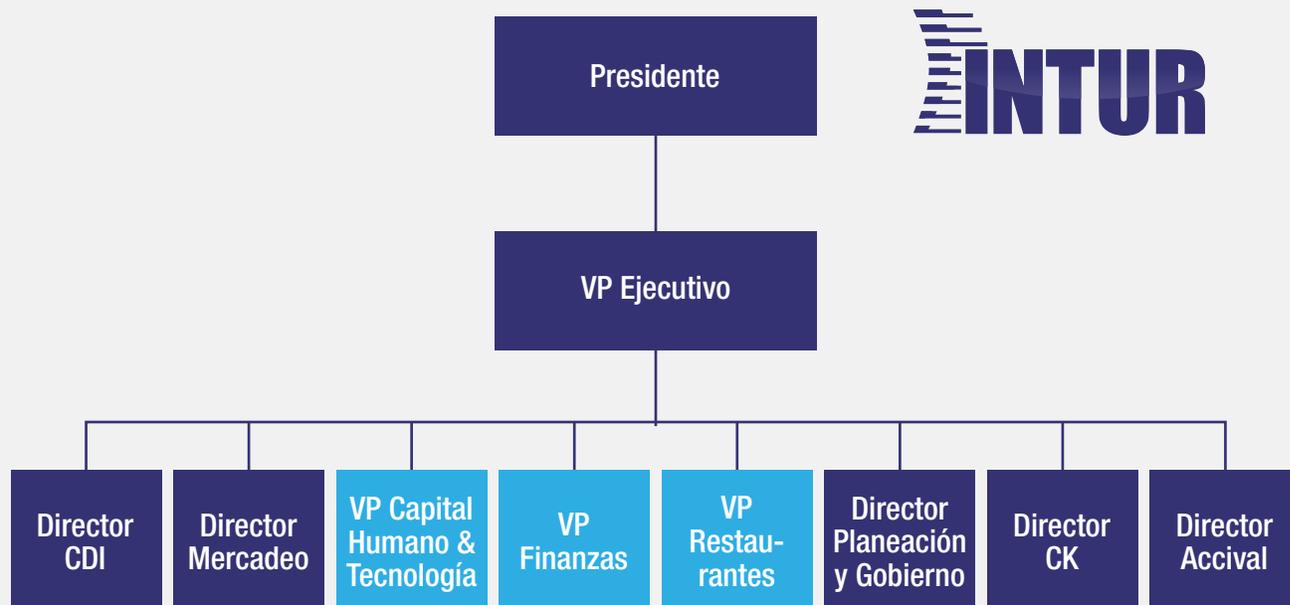
A nuestra estructura le acompañan seis comités organizacionales que nos permiten ser más ágiles, estar más cerca de nuestras partes interesadas y tener más capacidad de dar respuesta en forma sinérgica.

A nuestra plataforma corporativa se suma la Fundación INTUR y el Instituto INTUR, sobre los cuales descansa nuestra política de Responsabilidad Social Empresarial además de nuestro plan estratégico de sostenibilidad. Más información de nuestra historia y estructura corporativa la encontrará en intur.hn/sostenibilidad/



Estructura de Gobierno Corporativo

GRI 2-9



Nuestro gobierno corporativo genera las políticas de la organización en sintonía con nuestra visión, misión, competencias y compromisos institucionales y de sostenibilidad. Nuestros valores nos conducen a contar con una política de irrestricto cumplimiento regulatorio y sobre la misma, se levantan nuestros compromisos institucionales y el respeto a los derechos humanos. Es así como nuestra matriz de cumplimiento regulatorio incluye:

- La Carta Magna de la República de Honduras.
- La Declaración Universal de los Derechos Humanos.
- La Carta Internacional de Derechos Humanos.
- La Declaración de las Naciones Unidas sobre los Derechos de los Pueblos Indígenas.
- El Pacto Mundial de las Naciones Unidas.
- Los Principios de Empoderamiento de las Mujeres.
- Los Convenios de la Organización Internacional del Trabajo.
- La Convención Internacional de los Derechos del Niño.
- La Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad.
- La Convención sobre la Tortura y otros Delitos o Penas Cruelles, Inhumanos y Degradantes.
- La Convención Internacional sobre la Eliminación de todas las Formas de Discriminación de la Mujer.
- Los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas.

Nuestra Cultura Corporativa

GRI 2-15

Visión

Ser el más grande y mejor operador de franquicias en Centroamérica al 2022.



Misión

Crear los mejores momentos para comer y compartir.



Valores

GRI 2-23, 2-26



Nuestra gente es importante: Nuestro principal activo es nuestra gente. Estamos en una empresa conformada por personas con talento y compromiso, por lo que reconocemos el valor de cada individuo para el cumplimiento de nuestros planes y metas.



El cliente es nuestra razón de ser: Nos esmeramos en la entrega de productos y servicios que cumplan con los más altos estándares por su calidad y con el precio más conveniente.



Trabajo en equipo: Es una elección personal de trabajar en equipo para lograr los resultados clave.



Rendición de cuentas: Comunicamos a nuestros socios, colaboradores, donantes, beneficiarios y a la sociedad en general, todas las labores que desarrollamos basados en la honestidad, la mutua responsabilidad y el máximo acceso a la información.



Integridad: Es actuar con lealtad, responsabilidad y apegados a los valores éticos y morales en sus relaciones interpersonales dentro de la empresa y como miembro de la comunidad.



Innovación: Es la mejora continua en todas las actividades de la empresa, la constante búsqueda y posterior aplicación de nuevos procesos y formas de trabajo con innovación y eficiencia y con apoyo en la tecnología y en el análisis de la data.

Nuestras políticas y procedimientos sobre conducta ética corporativa se reflejan en nuestro credo y código de conducta y reglamento interno de trabajo, cuya aplicación está a cargo del Departamento de Auditoría, Cumplimiento y Capital Humano.

A su vez, nuestra cultura anticorrupción se refleja en nuestro compromiso de regirnos por el Foreign Corrupt Practices (FCPA), bajo el cual regulamos nuestras relaciones y prácticas de transparencia entre las empresas y el Gobierno. Nuestro Código de Ética es conocido por todo nuestro equipo, establece nuestra integridad y fortalece un ambiente laboral positivo y de convivencia como parte del proceso de inducción a lo largo de la relación laboral.

Modelo de Sostenibilidad

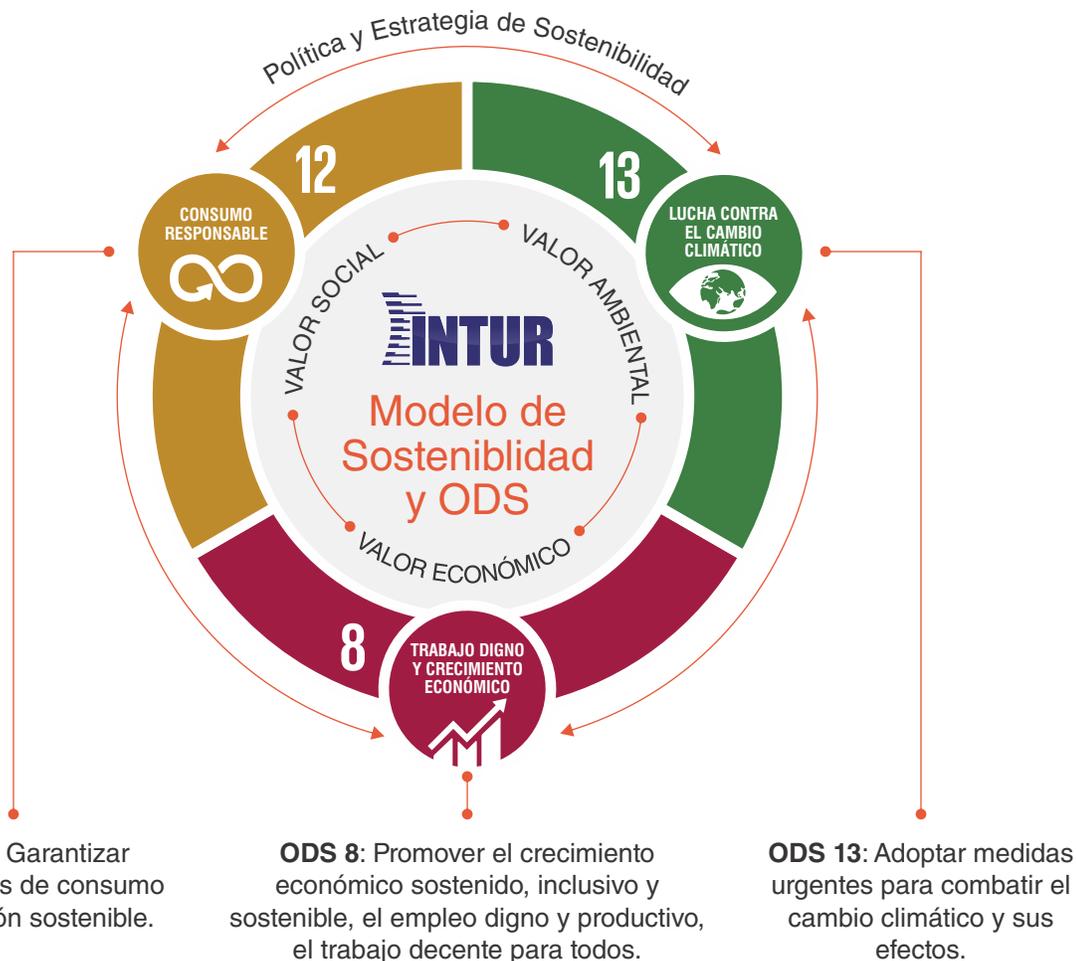
GRI 2-24

A partir de las directrices generadas por el gobierno corporativo se establecen los elementos de actuación y para ello, es fundamental el significado y propósito de nuestra conducta empresarial.

En Grupo INTUR entendemos la sostenibilidad como el desarrollo de nuestro proyecto empresarial con una visión a largo plazo, el impulso de la innovación y el mejoramiento continuo para contribuir a la triple creación de valor económico, social y ambiental en todas las comunidades donde operamos.

La política y estrategia de sostenibilidad fue aprobada el 10 de enero del 2018 y alineada a los principales retos de nuestro sector. Responde a las normativas y estándares internacionales como la norma ISO 26000, los principios del Pacto Global de las Naciones Unidas y los Objetivos de Desarrollo Sostenible y la Agenda 2030.

En este sentido, nos hemos identificado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria, el mejoramiento de la nutrición y promover la agricultura sostenible.





Premios y Reconocimientos

INTUR

- Sello ESR FUNDAHRSE (otorgado por 12 años consecutivos).
- Reconocimiento del Banco de Alimentos de Honduras por el invaluable apoyo como socio donante y por su compromiso con la lucha contra el hambre y desnutrición (2019).
- Reconocimiento de USAID por su aporte al desarrollo de la fuerza laboral, contribuyendo a cambiar vidas, familias y comunidades de la juventud hondureña.
- Reconocimiento de las Fuerzas Armadas por el apoyo al programa Guardianes de la Patria con la Fundación INTUR (2020).
- Reconocimiento de United Way por su invaluable contribución como asociado fundador (2021).

BURGER KING

- Reconocimiento de participación del programa Inocuidad Alimentaria Latinoamérica (2015).
- Mejores Prácticas de Operaciones (2014).
- Excelencia en Mercadeo (2009, 2010, 2014).

LITTLE CAESARS

- Reconocimiento Pizza Pride Award, otorgado por la Corporación Little Caesars al franquiciado que demuestra un verdadero espíritu de liderazgo y emprendimiento, así como un tremendo compromiso y lealtad a la marca.
- Excelencia Operativa (12 restaurantes recibieron placas de oro durante visitas realizadas en 2018).
- Mayor franquiciado con aumento en ventas (2018).
- Mercadeo del Año por destacarse a nivel internacional con la campaña Super Cheese (2018).

CHURCH'S CHICKEN

- Mejor Franquiciado Operador de las Américas con la máxima nota en el ranking de medición de satisfacción de cliente (2018).
- Excelencia Operativa (2015, 2016).
- Franquiciado Socio del Año.

POPEYES

- Mejor Franquiciado Operador de las Américas con la máxima nota en el ranking de medición de satisfacción de cliente (2018).
- Platón de Plata a la Excelencia Operativa a tres de nuestros restaurantes por ser los primeros en excelencia operativa a nivel mundial (2010, 2016, 2018).

DUNKIN'

- Reconocimiento a la excelencia alcanzada en la planta de producción de donas a nivel de Latinoamérica (2017).
- Excelencia en Mercadeo (2017).
- Mayor crecimiento comparativo de tráfico en tiendas (2017).
- Responsabilidad social y participación comunitaria (2014).

POLLO CAMPERO

- Mayor crecimiento internacional en ventas comparativas (2015).

CHILI'S

- The Guest Counts Engage Team Members Global Conference F'18: Marca #1 a nivel global en clima laboral y satisfacción de empleados.





Transparencia y Materialidad

Transparencia y Materialidad

GRI 2-14, 2-30

Nuestros temas abarcan la transparencia y la rendición de cuentas, integridad con liderazgo y anticorrupción, diálogo y confianza con los grupos de interés, innovación y mejoramiento continuo, estándares internacionales e impacto ambiental.

El Global Reporting Initiative define la materialidad como un concepto similar al de relevancia y significa: “abordar aquellos aspectos que reflejen los efectos económicos, ambientales y sociales significativos de la organización o influyan de un modo sustancial en las evaluaciones de los grupos de interés”.

En la materialidad es fundamental la selección de las partes o grupos de interés y se denominan así a las entidades o individuos que pueden afectar de manera significativa las actividades, los productos o los servicios de la organización y cuyas acciones pueden afectar dentro de lo razonable la capacidad de la organización para desarrollar con éxito sus estrategias y alcanzar sus objetivos. Se incluyen aquí las entidades o los individuos, cuyos derechos - en virtud de una ley o un acuerdo- les permite plantear con total legitimidad determinadas exigencias a la organización.

Antecedentes

Antes de la pandemia y la crisis ambiental habíamos iniciado un proceso de consulta social a través de la firma consultora española TONIC. De ese trabajo especializado se desprendió la estrategia de Responsabilidad Social Empresarial; con un plan de mejoría que permitió identificar las percepciones y expectativas de nuestras partes interesadas. Precisamente, uno de los subproductos de este proceso fue enumerar nuestras partes y clasificarlas de acuerdo con su incidencia en nuestras decisiones y operaciones.



Metodología

Posteriormente, y con el apoyo de FUNDAHRSE, creamos un mecanismo de monitoreo, reporte y verificación con el cual hemos conducido el proceso de materialidad. En el primer paso, hemos integrado desde hace más de once años nuestro monitoreo

con la métrica IndicaRSE, homologada con la norma ISO 26000. Es así como nuestro promedio en el trienio estudiado ha alcanzado un 91 por ciento. Los avances en las materias pueden observarse en el gráfico y cuadro siguientes:

Grupo INTUR

Métrica IndicaRSE (año, porcentajes)

Materia	2019	2020	2021
1 Gobernanza	97	74	89
2 Derechos Humanos	92	93	82
3 Prácticas Laborales	97	98	98
4 Medio Ambiente	78	84	77
5 Prácticas Justas de Operación	100	100	88
6 Asuntos de Consumidores	87	87	92
7 Participación de la Comunidad	93	93	87
Promedio	89	93	88



Fuente: Fundahrse (2019-2021) IndicaRSE

Transparencia y Materialidad

GRI 3-1, 3-2, 3-3

Validación

En la primera Memoria de Sostenibilidad, publicada en 2018 bajo el estándar GRI y con el acompañamiento de FUNDAHRSE, incluimos nuestra primera construcción de

materialidad. Los contenidos expuestos en la materialidad 2018 son los hilos conductores bajo los cuales rendimos cuentas en esta segunda Memoria de Sostenibilidad.

Matriz de Materialidad Compromiso hacia las Partes Interesadas

Dimensión	Indicador	GRI	Nivel	Compromiso Institucional
Económica	Creación de empleo	Valor económico 201-1, 203-2	Externo	Compromiso con Nuestra Gente
Social	Salud y seguridad de los consumidores	Productos certificados en higiene e inocuidad 416-1	Interno	Compromiso con la Alimentación
Ambiental	Consumo de energía dentro de la organización	Intensidad energética 201-1, 201-2, 302-1	Interno	Compromiso con los Más Altos Estándares Empresariales

Fuente Grupo INTUR (2018) Memoria de Sostenibilidad

Verificación

La verificación alcanzada en aquel momento nos permitió llegar a la opción Core. En esta segunda revisión, hemos integrado el suplemento sectorial de procesamiento de alimentos e incorporado los contenidos temáticos de fiscalidad.

La gobernanza implantada a través de nuestro modelo de sostenibilidad y su respectivo plan se une a nuestra matriz de riesgo. El cuadro siguiente refleja los elementos que nos permiten identificar la magnitud del impacto y que puede convertirse en un riesgo para la organización.

Modelo de Sostenibilidad y Matriz de Riesgo

Derecho Humano Principal	Derecho relacionado	Parte Interesada	Impacto	Frecuencia
Derecho al acceso de alimentos	Derecho a un adecuado nivel de vida	Empleados	2	2
Derecho al acceso de la información	Derecho de los consumidores	Clientes/ Consumidores	3	4
Derecho al acceso al agua	Derecho a un ambiente sano	Comunidad	3	3

Fuente Grupo INTUR (2018) Memoria de Sostenibilidad



MISIÓN
CREAR LOS MEJORES
MOMENTOS PARA
COMERCIAR A PARTIR.

INTUR

Enfoque al Futuro

Compromiso con los más Altos Estándares Empresariales

GRI 201-1, 401-1

Somos conscientes de la responsabilidad y liderazgo que conlleva el tamaño de nuestra operación, por ello estamos comprometidos con ejercerlo de manera responsable y ética, mediante la adopción de la transparencia y el diálogo como herramientas que garanticen la confianza mutua con nuestros grupos de interés.

Trabajamos para conocer, mitigar y compensar el impacto ambiental de nuestras operaciones, a través de la innovación y el mejoramiento continuo para lograr un desempeño sostenible y de largo plazo.

Nuestros Logros

- Nuestras ventas no presenciales se duplicaron, lo que nos permitió, crear más de



1,150
nuevos empleos.

- Mantuvimos nuestro aporte en impuestos anuales en un promedio anual de



447
millones de Lempiras.



Valor Económico

El momento más crítico del cierre de la economía nos obligó a reinventarnos para atender las necesidades de nuestros clientes y colaboradores a través del fortalecimiento de nuestras ventas presenciales.

Al mismo tiempo, nuestras ventas no presenciales crecieron exponencialmente en el periodo 2020-2021, cuando se crearon 1,150 empleos indirectos para atender las modalidades de pedido a domicilio, para llevar y autoservicio.

A pesar de la contracción económica provocada por la pandemia y las tormentas tropicales, durante los últimos tres años mantuvimos un promedio de pago de impuestos muy cercano al periodo anterior a la emergencia sanitaria. Podemos afirmar que aportamos una significativa inversión en la economía regional y nacional.

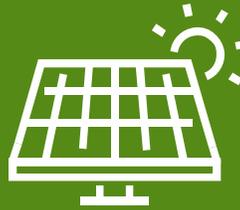


Nuestra Eficiencia Energética Propuesta

GRI 302-3

Hemos iniciado un esfuerzo sostenible para reducir nuestro consumo de energía y en tal sentido se ha cuantificado el impacto de nuestra inversión en energía solar en dos comunidades piloto.

Proyectos piloto energía solar



Indicador	Burger King, Church's Chicken Puerto Cortés 59,59 kWp-DC	Centro Comercial Santa Mónica Miraflores Tegucigalpa 77,77 kWp
Kg CO2 No generados	1,028,432	1,310,735
Equivale al CO2 producidos para consumir kilowatts	6,586,210	8,738,236
Equivale al CO2 absorbido por esta cantidad de árboles	2,742	3,495
Equivale a litros de agua	4,874,053	6,212,016
Necesarios para producir estos kilowatts	1,624,694	2,070,672



Adicionalmente, desde 2019 hemos ejecutado una iniciativa para la compra de hornos, freidoras, mantenedores y aires acondicionados de alta eficiencia, cuya inversión es superior a 500,000 Dólares.



Compromiso con la Alimentación



GRI 419-1

Nuestro compromiso es ofrecer los más altos estándares de calidad para garantizar la seguridad alimentaria y la salud de nuestros consumidores; asimismo, contribuir con la reducción del hambre y el desarrollo de la proveeduría local en las comunidades donde tenemos presencia. Impulsamos estrategias de mercadeo y trabajamos de cerca con nuestros proveedores, con el fin de construir relaciones de beneficio y crecimiento mutuo bajo mejores prácticas internacionales.

Desde la primera Memoria de Sostenibilidad mostramos nuestra infraestructura de calidad en alimentos, un renglón en el que incluimos:

Nuestros Logros

- Sumamos 22 nuevos proveedores, en su mayoría nacionales, a nuestra cadena de valor. Nuestras compras a los abastecedores locales alcanzan el 36 por ciento.
- Somos un motor de la economía local con compras promedios anuales de 1,606 millones de Lempiras.

Infraestructura de Calidad en Alimentos

a)

La Estandarización

que abarca nuestro alineamiento con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, las Certificaciones como ServSafe y NSF, así como las auditorías externas de nuestras marcas globales.

b)

La Normalización

con el uso de ISO 26000.

c)

Los Procesos de Verificación

como el GRI y la medición especialmente con REV (Restaurant Excellent Visit), igual que lo hacemos con nuestra franquicia Burger King, entre otras.

GRI 2-6, 419-1

Cadena de Valor

En el periodo de la pandemia le dimos un fuerte impulso a la capacidad de nuestra cadena de valor local y regional que abarca las operaciones internacionales en alianza con nuestras franquicias y marcas.

La modificación del mercado también generó cambios en nuestras operaciones de compras que, en su totalidad, crecieron en promedio 7 por ciento, hasta alcanzar los 4,817 millones de Lempiras.

El impacto se observó en el crecimiento del número de proveedores. Integramos 22 nuevos suplidores, principalmente nacionales, siempre en apego a los más altos estándares de calidad y seguridad.



En los últimos tres años nuestro mercado experimentó cambios, al punto que las compras locales alcanzaron un promedio de 1,606 millones de Lempiras.



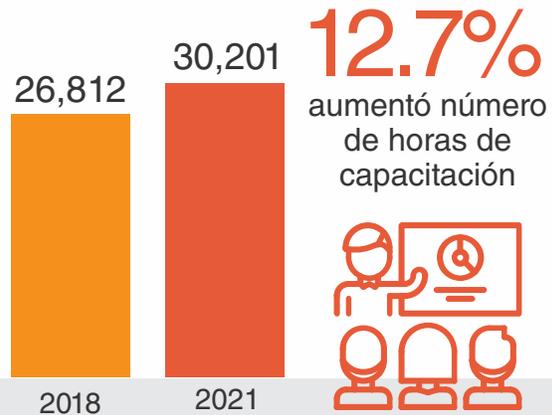
Compromiso con Nuestra Gente

GRI 201-1, 401-1



Nuestros colaboradores son el corazón y motor de nuestra operación. Por ello estamos comprometidos con ser un empleador ético, justo, responsable e inclusivo que ofrezca puestos de trabajo dignos, seguros y que vele por el bienestar y desarrollo de nuestro equipo.

Horas de Capacitación



Generación de Empleo DIVISIÓN DE ALIMENTOS



El índice de rotación de personal se redujo al 50 por ciento.

Colaboradores porcentajes según género y rango de edad



Somos una empresa de jóvenes

68%

de nuestros colaboradores están comprendidos entre 18 y 30 años.

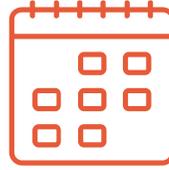
50 | 50

Equidad de género en el empleo.



85%
Clima
Laboral

Nuestro porcentaje global de clima laboral es de 85 por ciento, entre los más altos de la región centroamericana, según un estudio realizado por Explico Consultores de Guatemala.



98%
Plan de
Vacaciones

Alcanzamos el 98 por ciento de cumplimiento del plan de otorgamiento de las vacaciones a nuestros colaboradores en 2021.



Bienestar y Calidad de Vida

Mantenemos un fuerte compromiso con nuestra gente; velamos por la salud, integridad y bienestar de nuestros colaboradores y sus familias, a través de los beneficios que les proporcionamos, con el fin de que tengan una mejor calidad de vida. Entre estos incentivos se enumeran:

 <p>Servicio médico interno en alianza con el Hospital de Especialidades Fundación Ruth Paz en San Pedro Sula, Cortés.</p>	 <p>Acceso de nuestros colaboradores y sus familias a consultas médicas en las clínicas INTUR.</p>	 <p>Póliza de seguro médico y de vida contratado con una empresa líder en el ramo.</p>	 <p>Alianzas con empresas de salud (Óptica Santa Lucía, Punto Farma, entre otras).</p>
 <p>Promovemos la cultura de ahorro en los colaboradores para que voluntariamente se afilien a la Cooperativa Chorotega.</p>	 <p>Préstamos con la banca privada a bajos intereses para la compra de vivienda, vehículos, y otros propósitos.</p>	 <p>Descuentos y créditos con casas comerciales, a través de convenios.</p>	 <p>Planes corporativos accesibles con empresas de telecomunicaciones (Claro, Tigo).</p>



Beneficios de un Gran Clima Laboral

GRI 2-19

La generación de un sentimiento de pertenencia es clave para consolidar el compromiso de los colaboradores e incrementar el rendimiento de la empresa. Para nosotros es de suma importancia brindar a nuestra gente la oportunidad de expresar sus necesidades y su criterio sobre el clima laboral que prevalece en nuestro grupo.

A través de la aplicación de herramientas, es posible medir el entorno de trabajo para potenciar mejores prácticas y elevar el desempeño laboral.

Por esta razón es que desde 2019 hemos contratado a la firma consultora regional EXPLICICO, con una amplia experiencia en la elaboración de estudios para grandes empresas, incluyendo encuestas de clima laboral.

La imparcialidad, respeto, compañerismo, orgullo, comunicación, condiciones de trabajo y desempeño, son los criterios fundamentales que han sido evaluados por la mencionada firma consultora.

INTUR ha obtenido elevados porcentajes en las evaluaciones aplicadas durante el 2019-2021 que nos colocan entre las grandes empresas líderes de la región. Conforme a tales resultados, hemos establecido los puntos críticos y tomado las determinaciones que son necesarias y pertinentes para continuar tomando en cuenta las opiniones de nuestros colaboradores.

Hemos puesto en marcha recomendaciones orientadas a continuar con la mejora en la atmósfera de trabajo, lo que nos ha permitido elevar los indicadores y variables vinculadas con el desempeño de los colaboradores, aún en tiempos de pandemia.





Un Modelo de Actuación Frente a COVID-19 y las Tormentas Eta e Iota

A diciembre del 2021, el 100 por ciento de nuestros colaboradores contaban con la primera dosis de la vacuna anti COVID-19, 98.6 por ciento tenía la segunda aplicación y el 34.1 había recibido la tercera inyección.

La pandemia nos dio la oportunidad de poner a prueba nuestra cultura organizacional ante situaciones de crisis, saber adaptarnos con rapidez y garantizar la continuidad de nuestras operaciones de forma segura y saludable para nuestros clientes, colaboradores, familiares y partes interesadas.

Aun con nuestra experiencia y compromiso en términos de inocuidad en nuestros productos y servicios, la crisis sanitaria, y posteriormente la ambiental, representaron una exigencia extraordinaria por su impacto masivo en todos los aspectos de nuestra empresa y sociedad.

Cuando Honduras se sumó a los países que confirmaron la presencia del COVID-19, en Grupo INTUR activamos el Comité de Crisis con un plan basado en tres áreas: prevención, mitigación y reactivación.

El primer paso se construyó y diseñó para evitar la propagación acelerada y reducir el pico del contagio. El segundo fue establecido en función de atender a los colaboradores y familiares afectados y la tercera etapa, se orientó a reducir el impacto económico y financiero de la crisis e iniciar un retorno paulatino y planificado de manera rápida, eficaz y responsable.



* A diciembre del 2021



1) Prevención

Con el objetivo de garantizar nuestras operaciones y servicios, nos dispusimos a cumplir estrictamente con los protocolos de bioseguridad establecidos en beneficio de nuestros clientes, socios comerciales y comunidades. Con tal fin, pusimos en marcha un plan de emergencia contra el COVID-19, que incluyó varios componentes.

Comunicación: Establecimos diversas líneas de comunicación por medio de las cuales nuestras principales autoridades interactuaban con nuestros colaboradores, proveedores y partes interesadas. Nos asesoramos con nuestras marcas globales para informar sobre la situación de emergencia, escuchar dudas, atender inquietudes y brindar recomendaciones.

Un programa de Webinars hizo posible que en el momento del confinamiento se enviaran mensajes de ánimo y se crearan habilidades para construir un ambiente seguro y productivo en los restaurantes, oficinas y en nuestros hogares.

Responsabilidad individual: Fortalecimos las comunicaciones para que los colaboradores y sus familias, proveedores y clientes adoptaran medidas de prevención ajustadas a los protocolos de bioseguridad (lavado de manos, cubrirse la boca y nariz al momento de toser y estornudar, uso correcto de la mascarilla, distanciamiento físico y la limpieza de superficies y objetos de uso diario; además, todos los protocolos de mejores prácticas como Servsafe y otras).



2 Mitigación

Responsabilidad Social: Utilizamos el trabajo en casa en todo lo posible como una modalidad eficaz para reducir el contagio y operamos en los restaurantes con el mínimo número de colaboradores, a quienes les suministramos todas las facilidades e insumos para reducir el riesgo de infección. Todas nuestras instalaciones cumplieron con los más altos estándares de higiene y limpieza, incluida la colocación de alfombras de pediluvio y estaciones de gel.

Instruimos para que los colaboradores asistieran a los laboratorios clínicos, centros de triaje y hospitales. Brindamos el acompañamiento médico, tanto a nuestros empleados como a sus dependientes sin ningún costo.

Durante todo el periodo de la emergencia, Grupo INTUR apoyó con alimentación e insumos de bioseguridad, tanto a los centros de emergencia como a buena parte del personal de primera línea que atendió a nuestros colaboradores y a la población en general.

En la medida que el cierre de la economía era superado paulatinamente, reforzamos nuestros mecanismos de control, ampliamos los servicios de entrega a domicilio y despacho de órdenes para llevar y mejoramos el enfoque de la atención para los proveedores. Este conjunto de actividades nos llevó a invertir más en tecnología.

En la medida que las vacunas llegaban al país, coordinamos rápidamente la inmunización de nuestro personal, según las prioridades establecidas por las autoridades y de forma prudencial, iniciamos el regreso responsable a las instalaciones de nuestros restaurantes.

3 Reactivación

En esta etapa procuramos que el mayor porcentaje de nuestros colaboradores fuesen vacunados. Así, entonces, en diciembre de 2021 logramos que el 100 por ciento del personal estuviese inmunizado. Aunque dentro de nuestras instalaciones no se presentaron contagios directos, en los casos de contagio por factores externos les dimos la máxima prioridad y atención conforme a protocolo de bioseguridad.



Solidaridad en Tiempos de Pandemia

Durante tres meses consecutivos y en el epicentro de la emergencia, entregamos 72,000 porciones de alimento a los héroes nacionales que lucharon contra la pandemia en Honduras y también a los habitantes de algunas de las comunidades donde operan los restaurantes de nuestra compañía.

Las entregas se hicieron con productos de Burger King, Little Caesars, Popeyes, Church's Chicken y Dunkin'. Este proyecto de solidaridad estuvo diseñado en dos fases que arrancaron el 28 de marzo, cuando se detectaron los primeros casos y se extendieron hasta el pasado 22 de junio.



Fueron entregadas 31,406 porciones de comida a hospitales del país en las zonas central y norte. La distribución incluyó a personal médico, de enfermería, técnicos y empleados administrativos. De igual manera, llevamos asistencia alimentaria a elementos de la Policía Nacional, del Benemérito Cuerpo de Bomberos y de COPECO, para un total de 40,594 raciones entregadas en las tres ciudades más importantes del país.

Nuestro compromiso con el pueblo hondureño también se hizo manifiesto por medio de la Fundación INTUR, con donaciones a las comunidades en las que tenemos presencia. A 2021, más de 6,000 jóvenes y adultos de esas mismas ciudades habían recibido becas del Instituto INTUR.



Solidaridad en Tiempos de Pandemia



40,594

a policías, bomberos
y COPECO



72,000

Porciones de alimento
entregadas



31,406

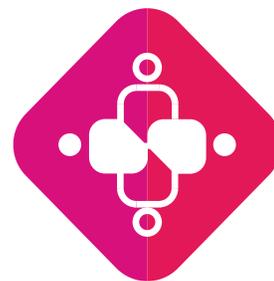
a personal
de salud





Fundación INTUR Oportunidad Para Todos

Compromiso con la Comunidad



Comprendemos que nuestro crecimiento y sostenibilidad están directamente vinculados con el desarrollo de las comunidades donde tenemos presencia. Por esta razón es que la estrategia de Grupo INTUR está dirigida a expandir nuestras actividades, ofrecer

siempre las mejores experiencias y espacios, fomentar el empleo, incentivar el emprendimiento y la competitividad local; igualmente, establecer alianzas para el desarrollo, en el marco del respeto a la cultura, tradiciones, patrimonio y derecho de las personas.

Impacto Sostenible en la Sociedad

Durante sus treinta años de exitosa trayectoria, INTUR se ha caracterizado por su proyección social enfocada a brindar oportunidades de capacitación y educación formal a sus colaboradores y a un segmento de la población que, por situaciones adversas a su voluntad, abandonan sus estudios de nivel medio.

Por iniciativa de nuestro Presidente, Ing. Eduardo Kafati, y como fruto de un esfuerzo de trabajo en equipo y con gran ilusión de quienes pudieron hacer realidad este sueño, el 19 de febrero del 2007 abrimos las puertas del Instituto INTUR en Tegucigalpa y en agosto del mismo año, en San Pedro Sula. INTUR es la única empresa privada en Honduras que ha creado un instituto propio para elevar el nivel educativo y mejorar la calidad de vida de sus colaboradores y de cientos de servidores públicos.

Nuestro Instituto está acreditado y supervisado por la Secretaría de Educación. Actualmente es impulsado por la Fundación INTUR.

El Instituto de Educación Media a Distancia INTUR pertenece a la modalidad de Metodologías Alternativas para Jóvenes y Adultos a Distancia (MAJAD), que es la nueva denominación otorgada a este modelo en la Ley Fundamental. Los Institutos INTUR están aprobados por acuerdo 1756-SE-10 del 24 de agosto de 2010 y funcionan bajo los lineamientos de un sistema semipresencial.

Nuestros programas cuentan con un horario flexible para brindar a los estudiantes la oportunidad de completar sus estudios mientras trabajan. Además, hemos puesto en funcionamiento una sala cuna en apoyo a todos aquellos alumnos que son padres y madres de familia y necesitan de un espacio para el cuidado de sus hijos mientras asisten a sus clases.



El Instituto INTUR ofrece servicios de educación a jóvenes y adultos con atención especial a nuestros colaboradores y sus familiares, pero también a miembros del Benemérito Cuerpo de Bomberos, de la Policía Nacional, de la Base Aérea Armando Escalón Espinal y del programa Guardianes de la Patria de las Fuerzas Armadas.

Igualmente, extendemos nuestra cobertura a otras personas que, por su situación de vulnerabilidad y pobreza, no pueden costearse sus estudios en el sistema formal.

En cumplimiento de la normativa de la Secretaría de Educación, le hemos dado al Trabajo Educativo Social dos orientaciones: un programa de alfabetización en el período 2014-2018 y un modelo alternativo de educación popular en salud.



Carta de la Presidenta

Licenciada
Ana María Villeda de Kafati
Presidenta de la Fundación INTUR

“HEMOS INCIDIDO
POSITIVAMENTE EN LA
VIDA DE LOS
HONDUREÑOS, A
TRAVÉS DE LA
EDUCACIÓN Y EL
EMPLEO.”



Como Presidenta de la Junta Directiva de la Fundación INTUR, quiero expresar mi más sincero agradecimiento por ser parte del sueño de generar oportunidades para todos y por el apoyo brindado en estos años. A través de sus donaciones y las aportaciones de Grupo INTUR, hemos logrado transformar vidas e impactar positivamente en miles de niños, jóvenes y adultos.

Hemos asumido un papel protagónico en el desarrollo de nuestro país y promovido la igualdad de oportunidades en materia de educación, salud y empleo, que son factores indispensables para eliminar la pobreza y generar comunidades sostenibles.

Enfocamos la gestión estratégica de la Fundación INTUR en la promoción de alianzas con otras organizaciones globales internacionales y regionales para crear un

cambio positivo en las familias hondureñas y contribuir con el desarrollo de la comunidad y del país.

Finalmente, quiero recalcar que nuestro compromiso con la población hondureña es permanente e invitarles a que sumemos esfuerzos encaminados al crecimiento de nuestra Honduras, a través de la educación y el empleo.

La Fundación INTUR manifiesta un especial agradecimiento a los clientes, colaboradores, proveedores, socios y amigos, que han contribuido a cumplir metas y objetivos a lo largo de los años. Gracias a su apoyo brindamos oportunidades de educación y empleo y desarrollamos proyectos que mejoran la calidad de vida de miles de niños, jóvenes y adultos de Honduras.

Nuestra Labor

Fundación INTUR ha logrado transformar vidas e impactar positivamente en muchos niños, jóvenes y adultos, mediante la generación de oportunidad para todos.

En el 2007, enfocamos nuestros esfuerzos en mejorar el nivel educativo de los colaboradores del Grupo por medio de la creación del Instituto INTUR. Con el éxito alcanzado, tomamos la decisión de expandir ese beneficio a la comunidad. Es así como en 2010 nace la Fundación INTUR con la visión de crear “oportunidad para todos” basados en sus pilares principales: educación, salud, empleo y valores morales, por medio de alianzas con organizaciones que trabajan en estas áreas, hemos beneficiado a miles de hondureños.



Creemos firmemente que el involucramiento con los diferentes actores que interactúan con el entorno de la empresa, es fundamental para generar cohesión y construir sociedades sostenibles. Impulsamos esta visión desde la gestión estratégica de la Fundación INTUR y seguiremos en la ruta de las alianzas, con el fin de crear un cambio positivo en las familias hondureñas y contribuir con el desarrollo del país.



Fundación INTUR

GRI 2-28



Visión

Construir un futuro prometedor para las comunidades en donde trabajamos y vivimos, mejorando la salud de niños y formando jóvenes líderes que promuevan el desarrollo de la sociedad con una base educativa sólida para engrandecer a Honduras.

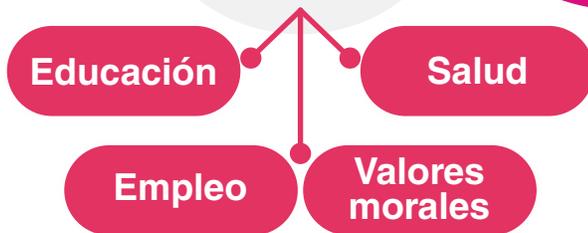


Misión

Nace con el compromiso de mejorar la esperanza de vida de muchos niños, además de construir las bases y ofrecer las herramientas en materia de educación a jóvenes y adultos de escasos recursos, enfocando nuestro proyecto educativo en el otorgamiento de becas estudiantiles del nivel medio a través de la Fundación.

Oportunidad Para Todos

PILARES



Junta Directiva

Presidente

Ana María Villeda Ferrari

Vice-Presidente

Camille Kafati Villeda

Secretario

Roberto Villeda Álvarez

Fiscal

Enrique Rodríguez Burchard

Vocal

Eduardo Kafati Nosthas

Alcance Instituto INTUR

6,000
becas de
Educación Media



1,600
graduados



Graduación en Tiempos de Pandemia

La pandemia ha provocado una crisis sin precedentes en todos los ámbitos. En nuestro país, dio lugar al cierre masivo de las actividades presenciales de instituciones educativas; sin embargo, hemos tenido que reinventarnos y continuar con las clases de manera virtual, tal como lo dispusieron autoridades de turno de la Secretaría de Educación, a inicios de la emergencia sanitaria.

En este tiempo difícil celebramos nuestra Décimoprimera Graduación de Bachilleres-promoción 2020 en un acto simbólico con invitados especiales y un número limitado de jóvenes representantes de los egresados. Fue un reto para nuestra institución culminar un período académico en tales circunstancias

adversas. Para los nuevos profesionales resultó un verdadero triunfo haber salido adelante aun con las dificultades económicas y contratiempos familiares que tuvieron que enfrentar.

La misión del Instituto INTUR, desde su creación, es formar profesionales que promuevan el desarrollo de la sociedad y prepararlos para enfrentar con éxito las exigencias del mercado laboral, por lo cual estamos en una constante búsqueda de elevar el nivel de sus egresados por medio de la incorporación a la malla curricular de capacitaciones adicionales que fortalezcan los talentos, habilidades y competencias de sus estudiantes

Logros de la Fundación INTUR

GRI 413-1, 413-2, 201-3

OPORTUNIDAD PARA TODOS - ALIANZAS

Como Fundación, creemos firmemente que las buenas relaciones con los diferentes sectores que tienen vínculos con nuestra empresa son fundamentales para generar cohesión y construir sociedades sostenibles. Por ello, esta visión la impulsamos desde la gestión estratégica de la Fundación INTUR y seguiremos por la ruta de las alianzas, con el fin de crear un cambio positivo en las familias hondureñas y contribuir con el desarrollo de la comunidad y el país.

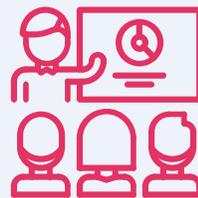
Cada día la Fundación crece y esto significa "la oportunidad" para que miles de jóvenes tengan acceso a la educación, a través de nuevas alianzas que permiten que muchos de ellos puedan culminar sus estudios y que otros continúen su desarrollo profesional, con miras a integrarse en el mercado laboral.

Socios destacados:

Proyecto METAS

Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo (USAID)

Durante 2016 fueron capacitados más de 859 jóvenes en competencias laborales básicas en las siguientes áreas: matemática aplicada, análisis de la información y lectura comprensiva. Todos ellos recibieron el certificado internacional "WorkKeys" de ACT, un reconocimiento que les ha brindado mayores oportunidades de éxito en el mercado laboral.



+859

jóvenes capacitados



USAID
DEL PUEBLO DE LOS ESTADOS
UNIDOS DE AMÉRICA



Empleando Futuros (USAID)

Entre 2019 y 2021 se generaron pasantías laborales para más de 1,000 jóvenes del programa. El 30 por ciento de ellos fueron incorporados en nuestras marcas.



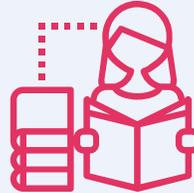
+1,000

jóvenes en pasantía profesional
30% fue contratado

EMPLEANDO
FUTUROS

Proyecto Génesis/ FUNADEH

Iniciamos con el otorgamiento de becas en los años 2017, 2018 y 2019 a más de 400 jóvenes de las zonas más vulnerables del norte y centro del país.



400

jóvenes becados



Proyecto Fuerza Laboral Juvenil World Vision

En 2019 llevamos a cabo la firma del primer convenio de cooperación con World Vision. Como producto de esta alianza, fueron asignadas becas a un grupo de participantes del Proyecto Fuerza Laboral Juvenil de World Vision.



186

jóvenes becados

World Vision

Debido a los buenos resultados de esta iniciativa, hemos renovado por tercera vez la cooperación entre World Vision y Fundación INTUR, esto ha hecho posible que 186 jóvenes hayan resultado beneficiados en los años 2019, 2020 y 2021.



Hacia 15 Años Transformando Vidas

INSTITUTO



“Dios Estudio y Trabajo”

Desde la creación de Instituto INTUR, el 19 de febrero del 2007, hemos favorecido a más de 6,000 hondureños con becas completas para educación media, gracias al apoyo de grupo INTUR y nuestros clientes. En 14 generaciones hemos visto alcanzar su sueño de graduarse como Bachilleres en Ciencias y Humanidades a más de 1,600 profesionales en nuestras sedes de Tegucigalpa y San Pedro Sula.

Nuestro legado avanza:

- Durante 10 años hemos extendido el beneficio a otras áreas impactando a más de 6,000 jóvenes y adultos.
- Contamos con becas completas; subsidiamos directamente a jóvenes de casas hogares o en algunos casos, a personas que atraviesan una situación particular.
- Hemos realizado una inversión significativa en equipo y mejora de las instalaciones en ambas sedes, gracias al apoyo de Grupo INTUR y a las campañas de recaudación de fondos.
- Promovemos la empleabilidad mediante el fortalecimiento de las capacidades sociolaborales de nuestros estudiantes.
- Vinculamos los aportes de cada convenio en beneficio de toda la población estudiantil.
- Hemos continuado en crecimiento, a pesar de las dificultades que hemos enfrentado, como es el caso de la pandemia y sus consecuencias socioeconómicas. Nuestra población estudiantil sigue en aumento y en evolución a nivel nacional.



Anexos

Informe de Verificación Externa

A las partes interesadas del GRUPO INTUR



Introducción

La Fundación Hondureña de Responsabilidad Social Empresarial FUNDAHRSE es una organización del sector privado de Honduras. Creada en el 2004 cuenta con un código de ética a fin de asegurar altos estándares de transparencia e integridad y así prevenir posibles conflictos de interés. FUNDAHRSE en su carácter de verificador independiente bajo los requerimientos de cumplimiento ético ha desarrollado una amplia experiencia en los procesos de verificación de los estándares GRI, conduciendo las evaluaciones de la norma ISO 26000 y la métrica IndicaRSE para las organizaciones hondureñas. Al respecto ha tenido a su cargo conducir el proceso de análisis de la Memoria de Sostenibilidad 2019-2021 del GRUPO INTUR para lo cual se implementaron una serie de técnicas de evaluación.

Alcance de la Verificación

La función principal de FUNDAHRSE fue proporcionar una declaración de veracidad sobre la información vertida en la Memoria de Sostenibilidad 2019-2021 del Grupo INTUR de acuerdo con los requisitos de las Normas y Estándares Internacionales de:

- GRI-Standards Universal
- Objetivos de Desarrollo Sostenible
- INDICARSE 2015
- ISO 26000:2010

Con tal sentido se definió una metodología siguiendo el proceso de GRI-Standards y que incluyó la revisión del contenido de la presente memoria, los datos de contenidos básicos y específicos como los documentos sectoriales asociados. La información verificada descansa en las operaciones de Grupo INTUR y los datos proporcionados por la organización declarante.

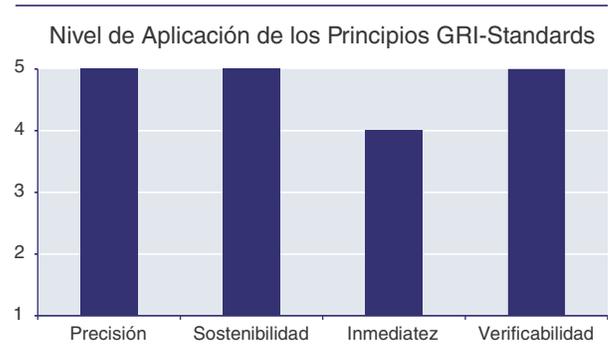
Metodología Empleada

FUNDAHRSE verificó la consistencia de la información con base en los principios para determinar los contenidos de una memoria GRI-Standards y para ello se recurrió a la verificación de la documentación relevante y pertinente provista por Grupo INTUR, las entrevistas a personas claves para la generación de los indicadores, acceso a los registros de historias y testimonios, análisis de los documentos sectoriales y muestreo de los principales indicadores de desempeño de la organización. Se anexa la tabla correspondiente con el detalle de la metodología para la verificación de los indicadores.

Conclusiones

Basado en el trabajo de verificación se ha concluido que la Memoria de Sostenibilidad 2019-2021 de Grupo INTUR se ha realizado cumpliendo el criterio “in accordance” con la guía para la elaboración de las Memorias de Sostenibilidad de GRI-Standards y las normas de calidad arriba expuestas.

El siguiente gráfico refleja el nivel de aplicación de los principios establecidos por los criterios internacionales utilizados. **En el mismo se observa la aplicación de los principios que permiten considerar la Memoria de Sostenibilidad 2019-2021 de Grupo INTUR de conformidad con GRI-Standards.**



Aspectos Destacados

- Se destaca la integración del Grupo INTUR a los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Organización de Naciones Unidas, su alineamiento con ISO 26000 y la métrica de INDICARSE. Cumpliendo así con los principios de sostenibilidad y verificabilidad.
- Se verifica la realización y el respeto a los principios de precisión e inmediatez en función de la entrega de información para la adopción de decisiones frente a los impactos a las partes interesadas.
- Presencia de la debida diligencia en lo referente a temas asociados con la salud y seguridad de los clientes, la creación de empleo y el consumo de energía dentro de la organización

Áreas de Mejora

- Evaluar el impacto de la gestión del Grupo INTUR en su contribución al desarrollo de Honduras y de los países donde opera.
- Acelerar los procesos para la integración de los indicadores de gestión ambiental asociados con los ODS y el acuerdo de Paris.
- Mantener el proceso de sostenibilidad del Grupo INTUR en alineamiento con los Objetivos de Desarrollo Sostenible en función de la reactivación económica de la región centroamericana.

San Pedro Sula, 26 de agosto del 2022

Roberto Leiva
Director Ejecutivo Fundahrse

Declaración de Uso	INTUR ha elaborado el Informe conforme a los estándares GRI para el periodo comprendido entre el primero de enero del 2019 al 31 de diciembre del 2021
GRI 1 Usado	GRI fundamentos 2021
Estándares Temáticos	GRI 201 Desempeño económico 2016, GRI 401 Empleo 2016, GRI 416 Salud y seguridad de los clientes 2016, GRI 302 Energía 2016, GRI 207 Fiscalidad 2019
Estándares Sectoriales GRI Aplicables	G4 Procesamiento de alimentos

GRI 2

Contenidos Generales

Sección	Descripción GRI	Contenido GRI	Página	Tema Material	Omisión	No. ref. del estándar sectorial GRI	ODS y Metas
Perfil de la Organización y Prácticas de Reporte	Detalles de la organización	2-1	1, 2, 12				
	Entidades incluidas en el reporte de sostenibilidad	2-2	1, 2, 13				
	Periodo objeto de reporte, frecuencia y punto de contacto	2-3	1, 2				
	Reexpresión de información	2-4	1, 2				
Actividades y Colaboradores	Actividades, cadena de valor y otras relaciones vinculadas al negocio	2-6	41				
	Empleados internos	2-7	8				
Gobernanza	Estructura de gobernanza	2-9	21				
	Nominación y selección del máximo órgano de gobierno	2-10	20				
	Presidente del máximo órgano de gobierno	2-11	6				
	Función del máximo órgano de gobierno en la supervisión de la gestión de impactos (riesgos)	2-12	33				

GRI 2

Contenidos Generales

Sección	Descripción GRI	Contenido GRI	Página	Tema Material	Omisión	No. ref. del estándar sectorial GRI	ODS y Metas
Gobernanza	Delegación de responsabilidades en el manejo de riesgos e impactos	2-13	33				
	Función del máximo órgano de gobierno en la elaboración de informes de sostenibilidad	2-14	30				12.6.1
	Conflictos de interés	2-15	22				
	Comunicación de inquietudes críticas	2-16	33				
	Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno	2-17	20				
	Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno	2-18	31				
	Políticas de remuneración	2-19	20, 46				
	Proceso de determinación de remuneraciones	2-20				No disponible	
	Ratio de compensación total anual	2-21				No disponible	
Estrategia, Políticas y Prácticas	Declaración sobre la estrategia de sostenibilidad	2-22	6				
	Políticas de compromiso en conducta de negocio responsable	2-23	23				
	Difusión de políticas	2-24	24				
	Proceso de remediación de impactos negativos	2-25	33				
	Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas	2-26	23				
	Cumplimiento de leyes y regulaciones	2-27	20, 21				
	Participación en Asociaciones	2-28	60				
Participación de los Grupos de Interés	Acuerdos de negociación colectiva	2-29				No se registran acuerdos	
	Enfoque para la participación de los grupos de interés	2-30	30				

GRI 3**Temas Materiales**

Sección	Descripción GRI	Contenido GRI	Página	Tema Material	Omisión	No. ref. del estándar sectorial GRI	ODS y Metas
GRI 3: TEMAS MATERIALES 2021	Proceso de determinación de los temas materiales	3-1	32				16
	Lista de los temas materiales	3-2	32				16
	Gestión de los temas materiales	3-3	32				16

Contenidos por Tema Material

GRI 3: Temas Materiales 2021	Estándar GRI	Contenido GRI	Página	No. ref. del estándar sectorial GRI	ODS y Metas
Creación de Empleo	Valor Económico	201-1 401-1	08,09, 36-37, 42-43	201, 401	8.1.1 8.2.2
Salud y Seguridad de los Consumidores	Productos certificados en higiene e inocuidad	419-1	40-41	416	12.5
Consumo de Energía dentro de la Organización	Intensidad energética	302-3	38-39	302	7.3.1

Temas de los Estándares Sectoriales GRI Aplicables Considerados No Materiales

Estándar GRI	Contenido GRI	Página	Omisión	ODS y Metas
Fiscalidad 2019	207-1	08-09		17.1
G4 Sector de Procesamiento de Alimentos	G4 sector disclosures	40-41		2.2



www.intur.hn



POPEYES



CIRCLE 



Little Caesars





BR
baskin
robbins®



DUNKIN'®



Church's
CHICKEN
SINCE 1952



Pollo
CAMPERO



www.intur.hn