

Bericht zur Unternehmensverantwortung 2021

Latventure Ecuador

Name des Unternehmens: Latventure Ecuador

Rechtlicher Status: Latventure Incoming Cia. Ltda.

Register für einzelne Steuerzahler (RUC): 1792075912001

Anschrift (Straße, Stadt, Provinz, Land und Postleitzahl): Av. Colón E8-57 y General José María Urbina
Edificio El Cisne, 8vo. Floor Oficinas A-B

Telefon(e): (+593-2) 2 546 540/2 905 737/2 901 207

Fax: (+593-2) 2 546 540

E-Mail: info@latventure.com

Website: www.latventure.com

CSR-Beauftragter: Kevin Mejía

E-Mail: kevin.mejia@latventure.com

Telefon: (+593-2) 2 901 207 Ext 34 / (+593) 99-796-2052

Basisberichtsjahr: 2021

Inhaltsverzeichnis

Schlüsselindikatoren	6
Profil des Unternehmens	6
Allgemeine Daten	8
Umfang der Diagnose und Datenerhebung	9
1. Verantwortung und Unternehmensführung	10
1.1. Unternehmenspolitik.....	10
1.2. Vorrangige Aktionsbereiche	11
1.3. Engagement der Geschäftsleitung.....	13
1.5. Information und Kommunikation	16
1.6. Aktionsbereiche und Überwachung	16
2. Wirtschaftliche Verantwortung	19
2.1. Umsatz.....	19
2.2. Operative Kosten	19
2.3. Tourismusangebot.....	20
2.4. Gestaltung des Tourismusangebots.....	21
2.5. Anbieter von Dienstleistungen	22
2.5.1. Beherbergungsbetriebe	23
2.5.2. Reiseleiter	24
2.5.3. Beförderungsunternehmen	25
2.5.4. Anbieter von Aktivitäten.....	26
2.6. Zufriedenheit der Dienstleistungsanbieter	27
2.7. Zufriedenheit der Kunden	27
2.8. Informationen an Kunden	29
3. Verantwortung für die Umwelt	31
3.1. Energie.....	31
3.2. CO2-Emissionen.....	31
3.3. Papierverbrauch	32
3.4. Versorgung	34
3.5. Erhaltung und nachhaltige Nutzung der Biodiversität	34
4. Soziokulturelle Verantwortung.....	36
4.1. Mitarbeiter	36

4.2.	Berufliche Struktur	36
4.3.	Arbeitsbedingungen	37
4.4.	Ausbildung und Weiterbildung.....	38
4.5.	Mitarbeiterzufriedenheit.....	42
4.6.	Fairness und Integration.....	43
4.7.	Menschenrechte und Schutz von Kindern	43
4.8.	Schutz und Rettung des kulturellen Erbes	44
4.9.	Respekt für lokale Gemeinden und Bevölkerungsgruppen.....	44
4.10.	Beteiligung der Gemeinde	45
4.11.	Auswirkungen auf die lokale Wirtschaft	46
4.12.	Politischer Einfluss	46
4.13.	Geschäftsgebaren im Einklang mit Gesetzen und Vorschriften	47
5.	Programm zur kontinuierlichen Verbesserung	48

Dieses Dokument bildet die Grundlage für die externe Prüfung. Nach der Durchführung der externen Prüfung kann der Bericht bestimmte sensible Daten auslassen, die das Unternehmen nicht veröffentlicht haben möchte. Bitte geben Sie klare, verständliche und überprüfbare Informationen an. Im Antrags- und Entscheidungsprozess des Zertifizierungsrates für die externe Prüfung ist der Bericht die wichtigste Grundlage für den Zugang zur TourCert-Zertifizierung.

Beschreiben Sie in diesem Zusammenhang bitte auf praktische und einfache Weise die Maßnahmen der sozialen Verantwortung sowie der Nachhaltigkeit im Rahmen ihrer Geschäftstätigkeit sowie die wichtigsten Schlussfolgerungen, die sich aus der ersten Diagnose ergeben.

Einführung

In diesem Nachhaltigkeitsbericht wird es als angemessen erachtet, relevante Daten über die Pandemie und ihre Auswirkungen auf die Tourismusbranche in Ecuador zu nennen.

Vor 2020 wuchs der Tourismussektor in Ecuador stetig, ist aber derzeit von der durch COVID-19 verursachten Gesundheitsgefährdung betroffen. Die geschlossenen Grenzen mehrerer Länder führten zu einem Rückgang der Besuchernachfrage, was sich unmittelbar auf den Tourismus und alle von diesem Sektor abhängigen Menschen auswirkte. Der Tourismus verzeichnete im Jahr 2020 eine negative Abweichung von 69,2 % bei den Deviseneinnahmen im Vergleich zu 2019 (Ministerium für Tourismus, 2020). Der Anteil des Tourismus, der die Bedeutung der internationalen Tourismusausgaben im Land darstellt, lag 2020 bei 1,3 % und 2019 bei 3,7 %. Im Jahr 2019 betrug der direkte Anteil des Tourismus am BIP 2,2 %, während er im Jahr 2020 auf 1,2 % sank.

In Ecuador hatte der Inlandstourismus im Jahr 2019 Gesamtausgaben in Höhe von 4,1 Mio. USD, was die Arbeitnehmerwirtschaft in diesem Sektor ankurbelte. Im Jahr 2020 betrugen die Ausgaben für den Inlandstourismus 1,5 Mio. USD. In den Monaten zwischen März und Mai 2020, in denen die größten Auswirkungen auf den Tourismussektor zu verzeichnen waren, sank der Nettoumsatz der wichtigsten Tourismusbranchen um 62,85 %.

Die durch die COVID 19-Pandemie ausgelöste Wirtschaftskrise war zweifellos eine große unternehmerische Herausforderung für Latventure. Die Bewältigung der Krise und die Möglichkeiten, wirtschaftlich zu überleben, wurden zu priorisierten Maßnahmen für die Geschäftsleitung und die Partner.

Während der Wirtschaftskrise, die den Tourismus auch heute noch beeinträchtigt, hat Latventure mehrere mögliche Szenarien und Strategien entwickelt, die es der Organisation ermöglichten, sich wirtschaftlich zu erholen.

Wichtig zu erwähnen ist, dass Latventure bei der Bewältigung der Krise seine Ausgabenstruktur rechtzeitig angepasst, die Kosten stark gesenkt und Einsparungen priorisiert hat, was es dem Unternehmen ermöglichte, während der Krise zu überleben. Zweifelsohne haben auch das gute Management der Finanzmittel für Notfälle sowie die guten Geschäftsbeziehungen mit strategischen Partnern und Dienstleistern, kurz gesagt, die wirtschaftliche Nachhaltigkeit, die Latventure seit seinen Anfängen auszeichnet, dazu

beigetragen, dass sich die Organisation zufriedenstellend erholt. Dank des wirtschaftlichen Aufschwunges ist nun eine vielversprechende Zukunft für den Tourismus in den Jahren 2023 - 2024 in Sicht.

Glücklicherweise haben die strategischen Allianzen, die Latventure vor der Pandemie mit den Unternehmensgruppen Latinconnect und Tourplan geschlossen hat, dazu beigetragen, dass das Unternehmen auch in der Wirtschaftskrise sein Kundenportfolio aufrechterhalten, verbessern und erweitern konnte. Dies ist zweifellos ein sehr positiver Aspekt, der es dem Unternehmen ermöglicht hat, Handels- und Geschäftsbeziehungen mit neuen Kunden aufzubauen.

Schlüsselindikatoren

Indikator	Einheit	Jahr
Umsatzrendite	(*)	-
CRS Index Kundeninformationen	97%	2021
Index der Zufriedenheit der Mitarbeiter	85%	2021
CO2 generiert pro Mitarbeiter	0,004886546 T	2021
Produktdesign-Index	80%	2021
CSR-Index der Unterkünfte	N/A (*)	2021
Index der Reiseführer	89%	2021
CSR-Index der Anbieter von Aktivitäten	77%	2021
CSR-Index der Transportunternehmen	85%	2021
Index der Zufriedenheit der besuchten Gemeinden	N/A	2021
Beitrag zur lokalen Entwicklung	-	-

() Umsatzrendite: vertrauliche Daten.*

N/A () CSR-Index der Unterkünfte: Der Index der Anbieter von Aktivitäten enthält CSR-Informationen zu Unterkünften, Ausflügen usw.*

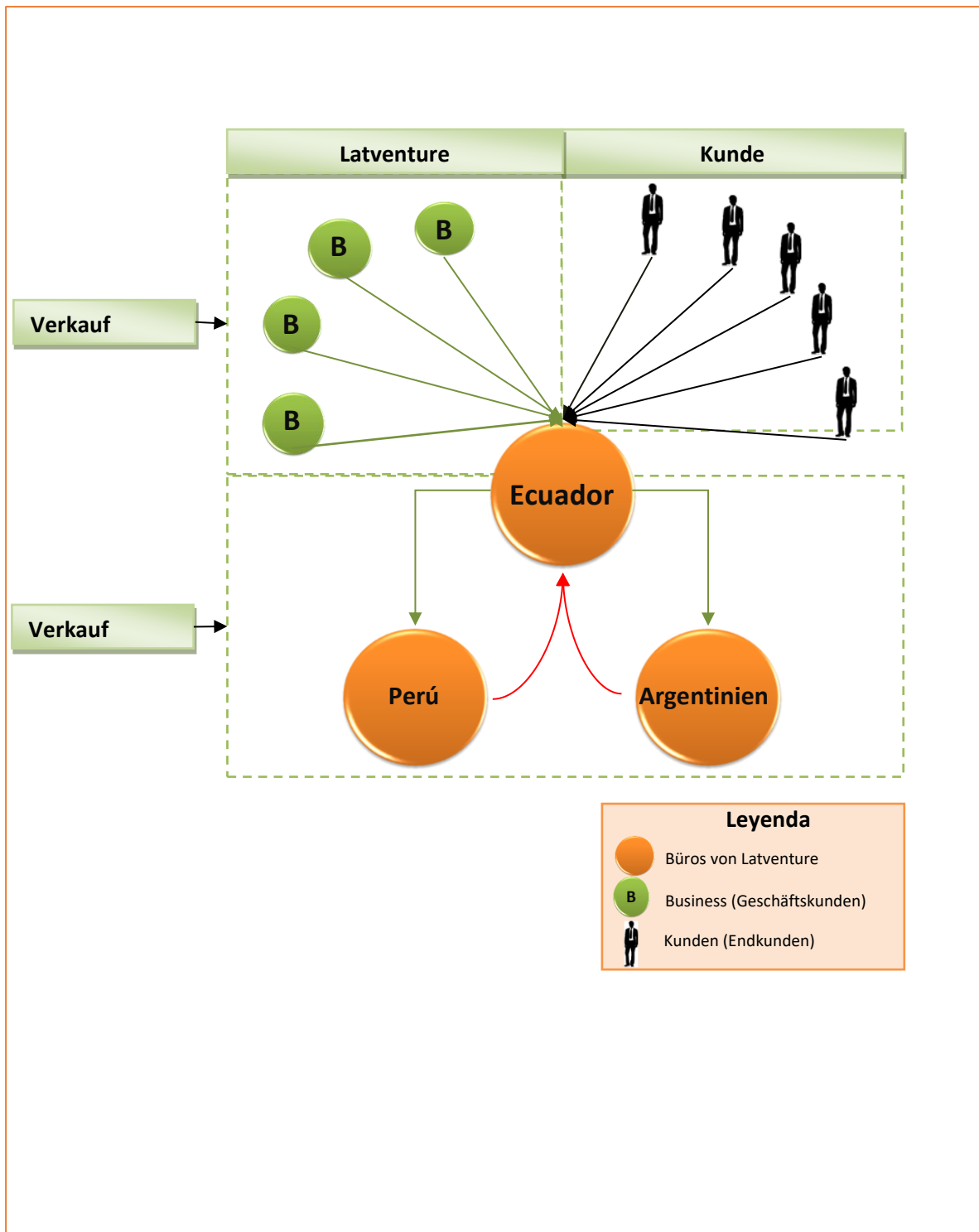
Profil des Unternehmens

Latventure wurde 2006 rechtskräftig gegründet. 2007 öffnete Latventure Incoming offiziell seine Türen als Reiseveranstalter in Ecuador. Die Eröffnung geht auf die Ideen von zwei Deutschen zurück, die in Südamerika eine Destination mit großem Potenzial für die Entwicklung des Tourismus sahen. Das Geschäftsfeld konzentrierte sich nicht auf den Massentourismus, sondern auf maßgeschneiderte Reisen mit familiengeführten Hotels, unterschiedlichen Routen und authentischen Erlebnissen, die den Kunden einen unvergesslichen Urlaub bescheren.

Jedes Jahr seit der Eröffnung des Unternehmens war voller bereichernder Erfahrungen, Anstrengungen und Motivation. Dank der harten Arbeit und des Wachstumsstrebens der Eigentümer und Gründer verfügt Latventure heute über ein großartiges Team von

Mitarbeitern, die sich jeden Tag für die optimale Entwicklung und das Wachstum des Unternehmens einsetzen.

Die Latventure-Gruppe besteht aus Partnerunternehmen in Südamerika, die sich auf die wichtigsten Reiseziele der Region - Argentinien, Peru und Chile - spezialisiert haben und dort hochwertige Dienstleistungen anbieten. Im Jahr 2014 wurde die Hakuna Matata Amazon Lodge in Archidona - Ecuador in die Latventure-Gruppe integriert, ein eigenes Produkt, welches die Entwicklung des nachhaltigen Tourismus fördert und vorantreibt.



Allgemeine Daten

Indikator	Einheit	Jahr
Jahresumsatz	(*)	
Anzahl der Mitarbeiter	8	2021
Anzahl der Reisenden	536	2021

(*) Jahresumsatz: Vertrauliche Information.

Umfang der Diagnose und Datenerhebung

Für die Diagnose der aktuellen Situation und die Datenerhebung wurden die von TourCert entwickelten Instrumente verwendet, die je nach Managementbereich Indikatoren und Parameter zur Bewertung des Konformitätsgrades des Unternehmens in Bezug auf Nachhaltigkeit und CSR festlegen.

Die von TourCert durchgeführten Umfragen bei verschiedenen Stakeholdern - Lieferanten, Mitarbeitern, Kunden, Tourismus Anbietern usw. - sind die wichtigste Datenquelle, die es ermöglicht, auf der Grundlage der Ergebnisse und der statistischen Prozentsätze die Bereiche des Managements, der Aktivitäten oder der Strategien zu bestimmen, die bei Latventure verbessert, umgesetzt oder verstärkt werden müssen, um ein erfolgreiches nachhaltiges Management und CSR zu erzielen.

Ein wichtiger positiver Aspekt ist, dass Latventure nun über zwei neue Reservierungssysteme, Tourplan und Latinconnect, verfügt, was das Unternehmen in seinem Streben nach Wachstum und Stärkung des Geschäfts einen Schritt weiterbringt. Wir sind sicher, dass diese digitalen Werkzeuge zur Entwicklung des Verkaufs beitragen und vor allem die Arbeit und die Reaktionszeit unserer Mitarbeiter optimieren werden, was uns zu einem effektiven und effizienten Unternehmen macht, das ausgezeichnete und qualitativ hochwertige Dienstleistungen anbietet.

Unser Hauptziel ist es, kurz- bis mittelfristig unser Engagement zur Unterstützung von Umweltschutz- und Gemeinschaftsprojekten zu verstärken. Wir erwägen mehrere Optionen für nachhaltige Projekte, an denen wir uns aktiv beteiligen werden, da wir uns bewusst sind, dass die Förderung nachhaltigen Handelns der Gesellschaft im Allgemeinen zugute kommt.

Es ist wichtig zu erwähnen, dass aufgrund der Pandemie Nachhaltigkeitsmaßnahmen für unsere Kunden an Bedeutung gewonnen haben. Jetzt fragt die große Mehrheit der Kunden nach Zertifizierungen, Plänen, Nachhaltigkeits- und CSR-Aktivitäten, die wir in Latventure durchführen.

1. Verantwortung und Unternehmensführung

1.1. Unternehmenspolitik

Die Entwicklung der Geschäftspolitik umfasste eine detaillierte Analyse der allgemeinen Grundsätze, der Geschäftsphilosophie, der Grundpfeiler, der Zukunftsprognosen von Latventure sowie des Engagements gegenüber den Stakeholdern des Geschäftsbereichs. Es wurden mehrere Leitlinien erstellt, die es ermöglichen, die Verhaltensweisen, die Arbeitsmethoden, das Arbeitsumfeld, die Produktivität, die Grundsätze sowie die Philosophie des Unternehmens klar zu erkennen.

Der Prozess der Entwicklung der Geschäftspolitik von Latventure umfasste eine Reihe von Schritten, die im Folgenden näher erläutert werden:

- Konzeption und Entwicklung von Maßnahmen, die objektiv, nützlich und mit dem Unternehmenszielen verbunden sind.
- Genehmigung von Richtlinien: Die notwendigen Anpassungen werden überprüft und vorgenommen, damit sie nach Vereinbarung und endgültiger Fassung von der Geschäftsleitung genehmigt werden können.
- Verbreitung der Unternehmenspolitik: Kontaktaufnahme mit allen Mitarbeitern, die mit der Arbeit des Unternehmens in Verbindung stehen, und Formalisierung ihrer Anwendung.
- Aufrechterhaltung der Anwendung, Einhaltung und Gültigkeit der Richtlinien.
- Regelmäßige Überprüfung und Aktualisierung der Unternehmenspolitik.

Vision:

Wir streben danach, eine stabile, innovative, sozial verantwortliche Reiseagentur mit einer erstklassigen Servicementalität, zuverlässigem Handeln und außergewöhnlichem Engagement zu sein. Gleichzeitig wollen wir die Reisebranche mit neuen Ideen bereichern und eine wichtige Rolle unter den südamerikanischen Managementgesellschaften (DMC) und den jeweiligen Urlaubsländern spielen.

Mission:

Wir sind ein zuverlässiger und vertrauenswürdiger Partner, der nicht nur Qualität, sondern auch Menschlichkeit verspricht. Der Kontakt zu unseren Kunden, Kollegen und Partnern ist für uns sehr wichtig. Unser Ziel ist es, das Leben unserer Kunden durch großartige Reisen und bleibende Erinnerungen zu bereichern und mit unseren Partnern und Kunden ein Arbeitsumfeld zu schaffen, das Kreativität und Entwicklung ermöglicht.

Philosophie:

Vielfalt ist ein grundlegender Aspekt für alle Ziele unseres Unternehmens. Daher wollen wir unsere Unternehmensphilosophie und -identität auf diesen gemeinsamen Werten aufbauen.

1. Professionalität: Der Grundwert unseres Unternehmens ist Professionalität. Wir begegnen unseren Kunden, Partnern und Kollegen mit Offenheit, Fairness und absoluter Professionalität.

2. Nachhaltigkeit: Wir suchen nicht nach einer kurzfristigen Lösung, sondern nach einem dauerhaften Resultat für unser Unternehmen. Nachhaltigkeit ist das Grundprinzip all unseres Handelns - ökonomisch, ökologisch und sozial.

3. Kundenorientierung: Alles, was wir tun, zielt darauf ab, ein tieferes Verständnis für unsere Kunden zu entwickeln, um individuelle Erwartungen und Bedürfnisse zu erkennen und diese nicht nur zu erfüllen, sondern zu übertreffen.

4. Preis-/Leistungsverhältnis: Wir bieten höchste Servicequalität zum besten Preis. Deshalb suchen wir ständig nach den besten Reismöglichkeiten zu optimalen Preisen und garantieren jederzeit Kostentransparenz.

5. Flexibilität: Wir passen uns stets den Bedürfnissen unserer Geschäftspartner an und können flexibel auf veränderte Bedingungen reagieren. Ein „nicht möglich“ ist für uns keine Option.

6. Innovation: Unsere Ideen sind die treibende Kraft für unser Handeln. Wir sind immer auf der Suche nach neuen Reiserouten und setzen auf eine Unternehmenskultur der Innovation.

1.2. Vorrangige Aktionsbereiche

Kunden: Es wichtig, mit unseren Kunden ein Verhältnis zu bilden, welches die folgenden Punkte beinhaltet: ein solides und gefestigtes Business-Image sowie die Aufrechterhaltung einer engen Beziehung mit unseren Kunden, die auf einer wirksamen und selbstbewussten Kommunikation basiert. Es wird als angemessen erachtet, die Kunden über die Maßnahmen zu informieren, die zur Nachhaltigkeit und CSR auf Länderebene beitragen, da diese Maßnahmen intern bei Latventure durchgeführt werden, um eine kontinuierliche Verbesserung und ein Engagement für die Prinzipien und Vorschriften, die für TourCert gelten, zu erreichen. Auf diese Weise wurde beschlossen, informative NewsTicker mit Themen zu Nachhaltigkeit und CSR mit den Kunden zu teilen.

Es ist wichtig zu erwähnen, dass durch die Einführung unserer Buchungssysteme Tourplan & Latinconnect die Dokumente (Buchungsbestätigung, Angebot, Check-in-Liste, Reiseroute), die wir an unsere Kunden senden, derzeit aktualisiert und inhaltlich verändert werden. Wir passen unsere Formate an diese digitalen Tools an, wodurch die Dokumente auf effektive und effiziente Weise mit unseren Kunden geteilt werden. Dadurch verbessert sich die Reaktionszeit und wir werden produktiver. Wir sind sicher, dass die Digitalisierung Latventure angenehme Vorteile bringen wird, die unsere Geschäftsbeziehungen und das Umsatzwachstum stärken werden.

Tourismusangebot: Seit 2016 sind Nachhaltigkeit und CSR für Latventure ein sehr wichtiger Aspekt. Unser Engagement für die Unterstützung lokaler Gemeinschaften und/oder nachhaltiger Projekte ist in unserem Tourismusangebot verankert. 100 % unserer Touren beinhalten mindestens einen Besuch von Gemeinschaftsprojekten, Naturschutzgebieten oder

Nationalparks. Aufgrund der Pandemie haben die Themen Nachhaltigkeit und CSR vor allem bei unseren Kunden an Bedeutung gewonnen, da die Nachfrage nach Reisen mit nachhaltigen Aktivitäten erheblich gestiegen ist. Aus diesem Grund entwickelt Latventure derzeit Reisen mit einem stärkeren Fokus auf Nachhaltigkeit und CSR, wobei der Beitrag zur lokalen Wirtschaft, der Schutz der Umwelt und der Artenvielfalt stets berücksichtigt wird.

Mitarbeiter: Als Folge der durch die COVID 19-Pandemie ausgelösten Krise traf Latventure im Rahmen seiner Optimierungs- und Kostensenkungsmaßnahmen die schwierige Entscheidung, auf die Dienste einiger seiner Mitarbeiter zu verzichten. Obwohl diese Entscheidung in engem Zusammenhang mit der Krise stand, verpflichtete sich Latventure gegenüber seinen Mitarbeitern, die aus dem Unternehmen ausgeschiedenen Mitarbeiter schrittweise wieder einzustellen, sobald und soweit sich die Situation verbessert. Nun freuen wir uns, berichten zu können, dass Latventure dank des guten Managements der Geschäftsleitung und der wirtschaftlichen Erholung des Incoming-Tourismus nun alle Mitarbeiter wieder eingestellt hat, und zwar in Vollzeit und zu den gleichen Arbeitsbedingungen. Zusätzlich zu der hohen Nachfrage nach Reservierungen und Anfragen konnte das Unternehmen neue Stellenangebote eröffnen und damit einen Beitrag zur lokalen Wirtschaft leisten. Wir sind zuversichtlich, dass die Zukunft des Tourismus für 2023 - 2024 vielversprechend ist und diese wirtschaftliche Erholung ein Geschäftswachstum ermöglichen wird.

Als Haupthandlungsfeld im Bereich der Mitarbeiterführung planen wir 2024 - 2025, dass alle unsere Mitarbeiter einen existenzsichernden Lohn und Sozialleistungen zusätzlich zu den von der ecuadorianischen Gesetzgebung gewährten Leistungen erhalten. Damit wollen wir einen Beitrag zu den Zielen der nachhaltigen Entwicklung (SDG 1 - Nein zur Armut) und (SDG 8 - Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum) leisten.

Anbieter: Aufgrund der durch die Pandemie verursachten Krise, die vor allem den Tourismussektor auf lokaler und internationaler Ebene betraf, litten die meisten Anbieter touristischer Dienstleistungen (Unterkünfte, Ausflüge, Transport) unter den Auswirkungen der Wirtschaftskrise und vernachlässigten die Wartung und Pflege ihrer Infrastrukturen. Aus diesem Grund ist es für Latventure eine Priorität, die Lieferanten, mit denen wir zusammenarbeiten, regelmäßig zu überprüfen, um unseren Kunden die Qualität der Dienstleistungen und die Instandhaltung der Infrastruktur, insbesondere im Hotelsektor, zu garantieren.

Umweltmanagement: Latventures prioritäres Handlungsfeld ist es, mittel- bis langfristig zu nachhaltigen Projekten zum Schutz der biologischen Vielfalt beizutragen, diese zu unterstützen und sich aktiv daran zu beteiligen. Es ist geplant, an einem der zahlreichen Projekte teilzunehmen, die von der Stiftung Jocotoco geleitet, verwaltet und durchgeführt werden. Die Stiftung entwickelt Maßnahmen und Aktivitäten zur Erhaltung einzigartiger Tier- und Pflanzenarten und verfügt über fünfzehn Reservate mit insgesamt 23.000 Hektar. Darüber hinaus wird es als sinnvoll erachtet, sich an den Projekten der Stiftung Amazonia Productiva zu beteiligen, deren Ziel es ist, durch Umweltprojekte und konkrete Maßnahmen ökologisch nachhaltige und wirtschaftlich lebensfähige Lebensräume zu schaffen.

In ähnlicher Weise wird Latventure in Zukunft zusätzliche Zertifizierungen für Nachhaltigkeit und CSR auf lokaler und internationaler Ebene anstreben, die es uns ermöglichen, gegenüber unseren Kunden die Verpflichtung zur Unterstützung und Pflege der Umwelt und der Artenvielfalt zu bekräftigen.

Nachhaltige Entwicklung auf lokaler Ebene: Latventure legt großen Wert auf die aktive Unterstützung sozialer Projekte, die der Gemeinschaft zugute kommen. Daher wird es als angemessen erachtet, sich an sozialen Projekten zu beteiligen, z. B. an der Unterstützung von Bildungszentren in ländlichen Gemeinden, an der Sozialarbeit in Unterstützungszentren und an der Gemeindeentwicklung sowie an geriatrischen Zentren.

Wirtschaftliche Daten: Es ist wichtig, dass Latventure auch in Zukunft Finanzmittel für Notfälle oder andere Eventualitäten bereithält. Die gute Verwaltung und Struktur der Ausgaben hat es der Organisation ermöglicht, die Krise größtenteils mit ihren eigenen wirtschaftlichen Ressourcen zu überwinden. Daher ist es sehr sinnvoll, diese Praxis des nachhaltigen Wirtschaftens fortzusetzen.

Management: Für die Geschäftsleitung von Latventure hat die Implementierung, das Funktionieren und die einhundertprozentige Betriebsfähigkeit des Reservierungs- und Betriebssystems von Tourplan & Latinconnect derzeit Priorität. Wir sind überzeugt, dass diese digitalen Tools zum Geschäftswachstum beitragen und es der Organisation ermöglichen werden, ihre Prozesse zu optimieren und sich als effektives, effizientes und leistungsfähiges Unternehmen zu konsolidieren, zusätzlich zur Verkürzung der Reaktionszeit auf Kundenanfragen, zur Optimierung der Arbeitszeit der Mitarbeiter und zur Verbesserung der Produktivität.

1.3. Engagement der Geschäftsleitung

Die Geschäftsleitung von Latventure verpflichtet sich dazu, sich die Prozesse, Indikatoren, Parameter, Maßnahmen und Strategien in jedem Managementbereich gemäß den TourCert-Standards anzueignen und diese in ihre Prozesse zu integrieren.

Was die Ressourcen betrifft, so stellt Latventure technologische, materielle, methodische und personelle Ressourcen bereit, um die Umsetzung, Einhaltung und Anwendung von Nachhaltigkeit und CSR in der Organisation zu erleichtern. Finanzielle Ressourcen sind zwar ein grundlegender Bestandteil der Entwicklung eines jeden Projekts, aber aufgrund der derzeitigen Wirtschaftskrise, die durch die Pandemie COVID 19 verursacht wurde, stellt Latventure im Rahmen seiner optimalen Ausgabenstruktur einen bestimmten Betrag zur Förderung der im Verbesserungsprogramm genannten Nachhaltigkeitsstrategien bereit. Mit der Reaktivierung und Erholung der Wirtschaft werden schrittweise mehr finanzielle Ressourcen bereitgestellt, um die Einhaltung der mittel- und langfristigen geplanten Planungen, Ideen, Strategien und Verbesserungsmaßnahmen zu ermöglichen und zu erleichtern.

Im Rahmen des Zertifizierungsprozesses ernennt Latventure Herrn Kevin Alexander Mejía Quillupangui - Data Manager - zum Verantwortlichen für Nachhaltigkeit und CSR, der für die Umsetzung und Überwachung des Prozesses innerhalb des Unternehmens zuständig ist.

Der für Nachhaltigkeit und CSR zuständige Mitarbeiter verfügt über die folgenden Eigenschaften, die es ihm ermöglichen, seine Aufgaben erfolgreich zu erfüllen.

- Kommunikationsfähigkeit, Empathie, kreatives Denken und Organisationstalent.
- Fundierte Ausbildung und einschlägige Berufserfahrung im Tourismus.
- Entscheidungsfähigkeit und Verfügbarkeit von Zeit für den Prozess.
- Führungsrolle bezüglich Fragen des Tourismus und der Nachhaltigkeit.
- Spaß an Teamarbeit und Dialog mit Kunden.

Latventure verpflichtet sich, der verantwortlichen Person die Ressourcen und die Zeit (4 Stunden pro Woche) zur Verfügung zu stellen, die für die Umsetzung des TourCert-Managementsystems in der Organisation erforderlich sind.

Darüber hinaus ist es wichtig zu erwähnen und zu betonen, dass Latventure alle nationalen und lokalen Regeln, Gesetze und Verordnungen einhält, die es dem Unternehmen erlauben, als Reiseveranstalter in strikter Übereinstimmung mit dem Gesetz zu arbeiten.

1.4. Analyse der Interessengruppen

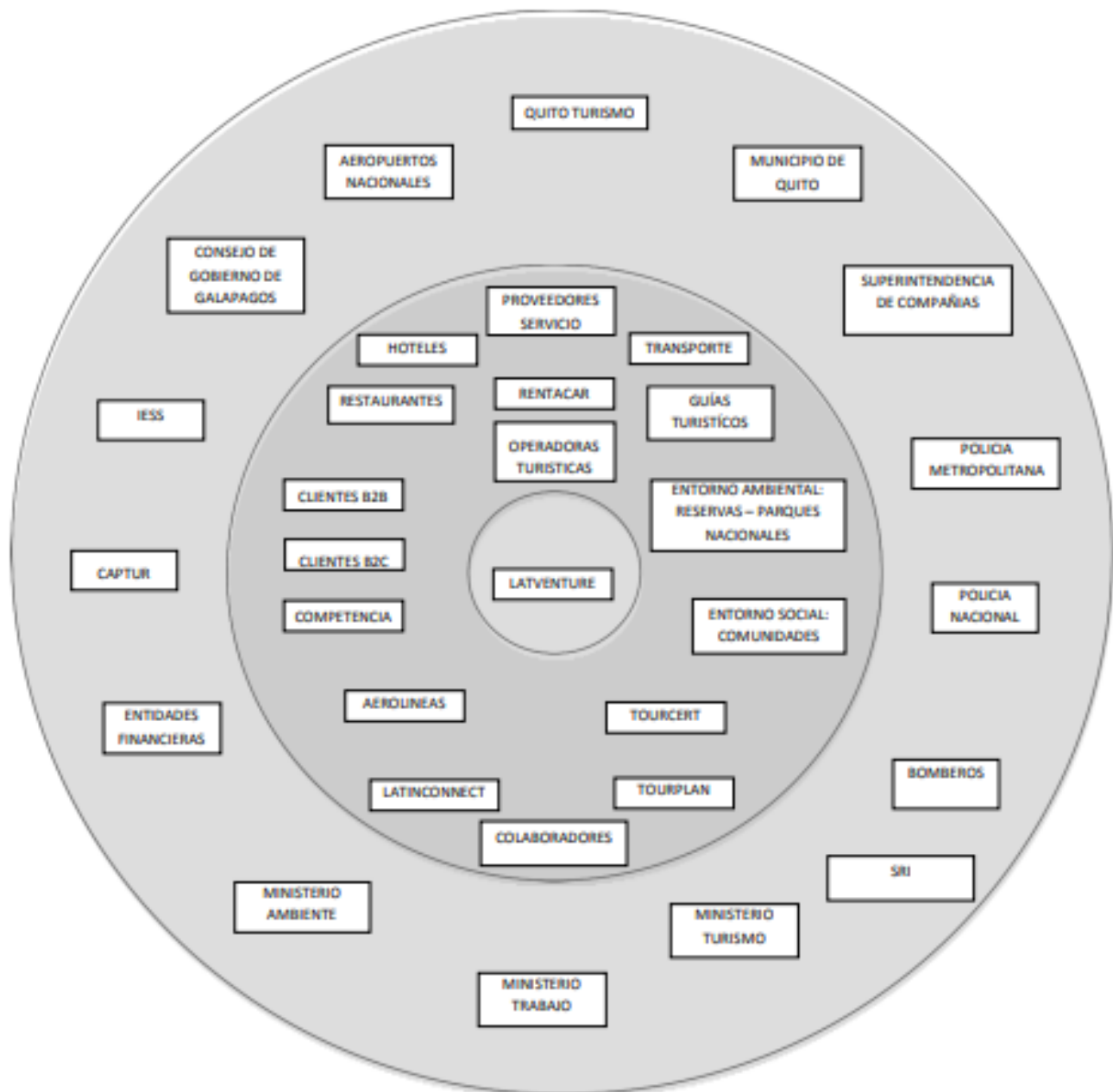
Die Beteiligung der Stakeholder ist für die Unternehmensführung von grundlegender Bedeutung, da alle Akteure, die direkt oder indirekt Teil der Organisationsstruktur sind, sei es als Eigentümer, Partner, Kunden oder Mitarbeiter, ein Interesse an der Entwicklung oder dem Ergebnis eines Prozesses oder Projekts haben, das allen Beteiligten zugute kommt.

Im Rahmen der Stakeholder-Bewertung werden je nach den Beziehungen zu den einzelnen identifizierten Stakeholdern verschiedene Handlungsfelder festgelegt. Die von TourCert erstellte Vorlage für das Stakeholder-Mapping von Latventure legt eine zirkuläre Struktur von intern zu extern fest, die es ermöglicht, die direkte oder indirekte Beziehung der Stakeholder zur Organisation zu identifizieren.

Intern: Mitarbeiter, Anbieter von Tourismusdienstleistungen (Hotels, Restaurants, Transfer, Reiseleiter, Reiseveranstalter, Fluggesellschaften), B2B- und B2C-Kunden, Wettbewerber, soziales und ökologisches Umfeld. Tourplan, Latinconnect.

Extern: Staatliche Stellen, die die touristischen Aktivitäten in Ecuador regeln und kontrollieren (Tourismusministerium, Umweltministerium, Galapagos Governing Council), staatliche Stellen, die die Einhaltung von Unternehmensvorschriften kontrollieren (Oberaufsichtsbehörde für Unternehmen), staatliche Stellen, die die Einhaltung von Arbeitnehmerrechten und -leistungen regeln (IESS, Arbeitsministerium), Tourismusverbände (Captur: Tourismuskammer von Ecuador), Sicherheit der Bürger und Kontrolle des

Mapa de las partes involucradas



1.5. Information und Kommunikation

Die Mechanismen, die wir für die Kommunikation mit unseren Kunden verwenden, sind die traditionellen Mittel, wie E-Mail und Skype. Infolge der Pandemie wurde die virtuelle Kommunikation (Videoanrufe) immer wichtiger, so dass heutzutage virtuelle Meetings über Zoom, Go To Meeting, Microsoft Teams und andere Plattformen zu unserem wichtigsten Kommunikationsmittel mit unseren Kunden geworden sind. Dieses nützliche Kommunikationsmittel erleichtert und ermöglicht eine effiziente und affektive Kommunikation mit den Kunden und unterstützt den Aufbau enger freundschaftlicher Beziehungen sowie der Teamarbeit.

Wir haben die Nutzung von Whatsapp implementiert, sowohl bei unseren B2B-Kunden als auch bei B2C-Kunden, die sich mitten in ihrer Tour auf dem ecuadorianischen Festland oder auf den Galapagos-Inseln befinden. Die Kunden haben unseren Whatsapp-Kontakt, über den wir rund um die Uhr für alle Fragen oder Anforderungen während des Aufenthalts zur Verfügung stehen. Unser Team von Mitarbeitern ist bereit, sich um jede Anfrage zu kümmern, wobei wir betonen, dass der Kundenservice in Deutsch, Englisch und Spanisch angeboten wird, um ein besseres Verständnis und eine bessere Kommunikation zu ermöglichen. Dieses Tool trägt wesentlich zur direkten Kommunikation bei, ermöglicht eine schnelle und effiziente Interaktion und erleichtert den Austausch von Informationen mit unseren Kunden.

Die von Latventure angebotenen Touren werden auf der Website veröffentlicht und stehen allen interessierten Kunden zur Verfügung. Mit der Einführung des Latinconnect-Systems werden Touren, Hotels und Ausflüge auf der Systemplattform veröffentlicht und können von allen DMCs, die über ein Konto verfügen und auf der Plattform registriert sind, eingesehen und gebucht werden. Die veröffentlichten Dienstleistungen enthalten detaillierte Informationen über die Tour (Preis, Reiseroute, Unterkunftsinformationen, Sprache), was den Verkauf und die Vermarktung der Produkte erleichtert.

Im Rahmen des Engagements von Latventure für Nachhaltigkeit und CSR wurde es als angemessen erachtet, die Entwicklung eines monatlichen Newsletters zu planen, der unsere Kunden über die Aktivitäten im Bereich Nachhaltigkeit und CSR informieren soll. Auf diese Weise sollen unsere strategischen Partner über die Verbesserungsmaßnahmen und Nachhaltigkeitsaktivitäten informiert werden, die Latventure und Ecuador auf Landesebene im Hinblick auf die Erhaltung der Umwelt und der Artenvielfalt entwickeln.

1.6. Aktionsbereiche und Überwachung

Die in Punkt 1.2 definierten prioritären Handlungsfelder werden auf der Grundlage der Analyse der aktuellen Situation festgelegt. Die Überwachung und Bewertung der Einhaltung und Umsetzung dieser Maßnahmen liegt dabei in der Verantwortung des Nachhaltigkeits- und CSR-Managers des Unternehmens liegt. Es ist wichtig zu betonen, dass die Aufgaben des CSR-

und Nachhaltigkeitsmanagers darin bestehen, die Anwendung und Einhaltung aller Strategien und Aktivitäten zur kontinuierlichen Verbesserung zu überwachen und zu gewährleisten.

Um die Erfüllung und Anwendung der für den Aktionsbereich festgelegten Strategien dokumentarisch zu kontrollieren, wird es als angemessen erachtet, Bewertungsmatrizen mit Indikatoren und Parametern zu entwickeln, die es ermöglichen, den Prozentsatz des Fortschritts, der Umsetzung, der Schwierigkeiten und der zu berücksichtigenden Beobachtungen für jede angegebene zu entwickelnde Aktivität zu bestimmen und zu kennen.

1.7. Anreizsysteme

Das Anreizprogramm, das bei Latventure ständig weiterentwickelt wird, besteht aus Leistungen für die Mitarbeiter, die zur persönlichen und beruflichen Entwicklung und zur Verbesserung ihrer Arbeitsleistung beitragen sollen.

Im Folgenden finden Sie eine Liste der Anreize, die derzeit von Latventure umgesetzt werden.

- Rechtsgültige Arbeitsverträge, gesetzliche Leistungen und faire wirtschaftliche Vergütung entsprechend dem Arbeitsmarkt, der Erfahrung und den beruflichen Fähigkeiten des Mitarbeiters.
- Verlängerte Ruhetage, die ecuadorianischen Vorschriften sehen 15 Tage Urlaub für Angestellte privater Unternehmen vor, Latventure gewährt seinen Angestellten 21 Tage Ruhezeit als Teil seiner Verpflichtung, sich um die Ablenkung, Freizeit und Unterhaltung seiner Angestellten zu kümmern und diese sicherzustellen.
- Die Geschäftsleitung von Latventure kümmert sich um das emotionale, gesundheitliche und persönliche Wohlergehen ihrer Mitarbeiter und verfügt daher über eine zugängliche Politik zur Gewährung von Freistellungen bei Krankheit, Mutterschaft, Vaterschaft oder persönlichen Notfällen.
- Jedes Jahr organisiert Latventure mit seinen Mitarbeitern Integrationsreisen, die die kameradschaftlichen Beziehungen und die Teamarbeit stärken und es dem Team ermöglichen, ihre Kenntnisse über den Betrieb und den Tourismus sowie die angebotenen Aktivitäten kennen zu lernen, zu verbessern und zu festigen.
- Im laufenden Jahr 2022 lobte die Geschäftsleitung von Latventure eine Kreuzfahrt nach Galapagos für eine Person des Teams aus. Diese Aktion wurde unter allen Mitarbeitern verlost und war Teil der Anerkennung für die Unterstützung, das Engagement und die Teamarbeit, die die Mitarbeiter während der Pandemiekrise gezeigt haben.
- Datentarif und Telefongespräche für Firmenhandys, die von den Mitarbeitern des Unternehmens genutzt werden, um zu einer guten Kommunikation mit Lieferanten und Kunden beizutragen.

Die Geschäftsleitung von Latventure bewertet jährlich die Umsetzung und Anwendung dieses Anreizprogramms. Diese Bewertung erfolgt auf individueller und persönlicher Basis mit jedem einzelnen Mitarbeiter des Unternehmens. Es ist wichtig, diese Bewertung durchzuführen, da

sie uns ermöglicht, die Kommentare, Ideen, Meinungsverschiedenheiten und Vorschläge der Mitarbeiter im Detail zu kennen.

Im Rahmen der prioritären Aktionsbereiche wird es als wichtig erachtet, die Maßnahmen des Anreizprogramms auszuweiten, die positiv zur persönlichen und beruflichen Entwicklung der Mitarbeiter beitragen. Es ist wichtig zu erwähnen, dass diese Maßnahmen in Abhängigkeit von der wirtschaftlichen Reaktivierung und der Erholung des Incoming-Tourismus festgelegt und durchgeführt werden.

1.8. Innovationsmanagement bei Dienstleistungen und Produkten

Während der durch die COVID 19-Pandemie ausgelösten Krise zeigte Latventure Flexibilität bei den Arbeitszeiten und -modalitäten. Diese Maßnahmen wirkten sich positiv auf die Reduzierung des Strom- und Wasserverbrauchs im Büro aus, was bei der Strukturierung und Verwaltung der Ausgaben während der Krise half.

Im Rahmen unseres Engagements für Nachhaltigkeit sind alle Computer so konfiguriert, dass sie nach einer bestimmten Zeit der Nichtbenutzung in einen Energiesparmodus übergehen, der zur Senkung des Stromverbrauchs beitragen soll.

Die Passagiere unserer Gruppenbuchungen erhalten bei der Ankunft einen wiederverwendbaren Becher, der es ihnen ermöglicht, während der gesamten Reise Getränke (Wasser, Tee, Limonade) zu konsumieren und gleichzeitig den Verbrauch und Kauf von PET-Flaschen zu vermeiden und einen Beitrag zum Umweltschutz zu leisten. Diese Aktion wird mittelfristig auch bei unseren FIT-Passagierbuchungen umgesetzt.

Im Hinblick auf eine korrekte Optimierung und Reduzierung der Ausgaben während der Wirtschaftskrise beschloss die Geschäftsleitung von Latventure, den Vertrag mit dem Unternehmen, das den Reinigungsdienst für das Büro leistete, zu kündigen. Derzeit wird dieser Dienst wieder aufgenommen, und Latventure hat den Reinigungsdienst erneut eingestellt, um einen Beitrag zum Wohlergehen, zur Sauberkeit und zur Organisation des Arbeitsplatzes zu leisten, damit die Mitarbeiter ihre Aufgaben optimal erfüllen können.

In den Gemeinschaftsbereichen und Abteilungen des Büros wurde eine informative Beschilderung angebracht, die die Mitarbeiter dazu auffordert, motiviert und ermutigt, den Wasser- und Stromverbrauch zu senken, und sie über die Maßnahmen informiert, die sie im Büro ergreifen und als Teil ihres Beitrags zu Nachhaltigkeit und CSR auch zu Hause umsetzen können.

2. Wirtschaftliche Verantwortung

2.1. Umsatz

Indikator	Einheit	Jahr
Umsatz	(*)	2021
Umsatz pro Mitarbeiter	N/A	2021
Gewinn aus Verkäufen	(*)	2021

(*) **Umsatz:** Vertrauliche Daten.

(*) **Gewinn aus Verkäufen:** Vertrauliche Daten.

Bei den Umsatzdaten handelt es sich um vertrauliche Wirtschaftsdaten, die nur von der Finanzabteilung und der Geschäftsleitung von Latventure eingesehen werden können, um entsprechende Verbesserungsstrategien anwenden zu können.

Als allgemeine Information kann jedoch erwähnt werden, dass die Marktsegmentierung von Latventure potenzielle Kunden auf der Grundlage von Merkmalen, Ähnlichkeiten und gemeinsamen Aspekten in Gruppen und Segmente unterteilt.

Hauptsächlich werden zwei Arten der Marktsegmentierung in Betracht gezogen: die geografische und die demografische.

Geografische Segmentierung: Die Variablen Land und Region werden berücksichtigt, wobei der Hauptmarkt von Latventure der europäische Markt ist, also Länder wie Deutschland, die Schweiz, Österreich, Frankreich und Dänemark.

Demografische Segmentierung: Die Variablen Alter, Geschlecht und sozioökonomischer Status werden berücksichtigt. Es wird festgestellt, dass das Durchschnittsalter der Latventure-Passagiere zwischen 50 und 60 Jahren liegt, das Geschlecht unbestimmt ist, sowohl Männer als auch Frauen zu unserem Markt gehören und der sozioökonomische Status mittelhoch ist.

2.2. Operative Kosten

Indikator	Einheit (total)	Jahr
Marketingkosten	N/A	2021
Administrative Kosten	(*)	2021
Andere Kosten	(*)	2021
Lieferantenkosten	(*)	2021

(*) **Administrative Kosten:** Vertrauliche Daten.

(*) **Andere Kosten:** Vertrauliche Daten.

(*) **Lieferantenkosten:** Vertrauliche Daten

Bei den wirtschaftlichen Informationen bezüglich der Betriebskosten handelt es sich um vertrauliche Daten, mit denen die Buchhaltungs-, Finanz- und Managementabteilungen von

Latventure arbeiten. Sie kennen die Zahlen, da sie für die Verwaltung und Planung der Kostenstruktur und die Kostenoptimierung zuständig sind.

Anzumerken ist, dass die Marketingkosten stark reduziert wurden, da die Förderung und Werbung für unsere Produkte und Reiseziele jetzt über digitale Medien, wie z. B. soziale Netzwerke, erfolgt. Zusätzlich kommen weitere digitale Werkzeuge zum Einsatz, was dazu beiträgt, den Papierverbrauch zu reduzieren.

In den vergangenen Jahren nahm Latventure aktiv an großen Tourismusmessen teil, die weltweit organisiert wurden. Um an diesen Veranstaltungen teilnehmen zu können, wurde ein gewisser Geldbetrag für die Entwicklung von Werbung und Printmarketing bereitgestellt, der geteilt und an die Kunden weitergegeben wurde. Es ist zu hoffen, dass mit dem wirtschaftlichen Aufschwung die Organisation der Messen bald wieder aufgenommen wird, damit Latventure wieder an diesen wichtigen Treffen der globalen Tourismusindustrie teilnehmen kann.

Zu den Verwaltungskosten gehören die Gehälter der Mitarbeiter, die Büromiete, die Gebäudekosten, der Verbrauch der Grundversorgung (Wasser, Strom, Telefon, Internet), Datentarife und Telefongespräche für Mobiltelefone sowie der Reinigungsdienst. Der andere Kostenindikator ermittelt die wirtschaftlichen Daten von Geschäfts-, Einarbeitungs- und Inspektionsreisen, die das Management von Latventure im Rahmen des Qualitätsmanagements und der Verbesserung von Dienstleistungen und Produkten durchführt.

2.3. Tourismusangebot

Indikator	Einheit (total)	Jahr
Verkaufte Übernachtungen insgesamt	4365	2021
Anzahl der Produkte	25	2021
Anzahl der Individualreisenden	154	2021
Anzahl der Gruppenreisenden	137	2021
Anzahl der Reisenden pro Reiseführer	10	2021
Durchschnittliche Dauer der Individualreisen	15 T	2021
Durchschnittliche Dauer der Gruppenreisen	20 T	2021

Latventure verfügt über einen umfangreichen Produktkatalog, der das touristische Angebot entsprechend der Marktsegmentierung und unter Berücksichtigung des Geschmacks und der Vorlieben der Kunden diversifiziert. Derzeit stehen den Kunden etwa 25 Produkte zur Verfügung, die die Entwicklung touristischer Aktivitäten in Kontinentalecuador und auf Galapagos umfassen.

Die beliebtesten und von den Kunden am meisten nachgefragten Produkte sind unsere Touren auf Galapagos, die als Inselhüpfen bekannt sind und es den Passagieren ermöglichen, die

Artenvielfalt der Flora, Fauna und den Charme der Inseln in Programmen von 5 bis 10 Tagen Dauer kennenzulernen.

In Bezug auf Kontinentalecuador sind die Rundreisen, die den Besuch und die Aktivitäten in den wichtigsten touristischen Zielen des Landes beinhalten, wie z.B. der Cotopaxi Nationalpark, das Chimborazo Fauna Production Reserve, der Cajas Nationalpark, die Route der Vulkane, Baños, Papallacta, Yasuní, Cuyabeno, die von den Kunden am meisten nachgefragten Produkte, da diese Programme, deren Dauer von 10 bis 15 Tagen reicht, dem Touristen erlauben, die Kulturen und touristischen Attraktionen Ecuadors, dem Land der 4 Welten, kennenzulernen und eine bereichernde Erfahrung zu machen.

In Bezug auf die Marktsegmentierung von Latventure lässt sich feststellen, dass 90 % der Passagiere aus Europa kommen, hauptsächlich aus Deutschland, Österreich, Dänemark, Frankreich und der Schweiz. Die restlichen 10 % entfallen auf Passagiere aus den Vereinigten Staaten.

Was die Anzahl der Einzel- und Gruppenreisenden 154 bzw. 137 betrifft, die im Zeitraum 2021 gereist sind, ist ein erheblicher Rückgang der Reisenden im Vergleich zu den Jahren 2018 - 2019 zu erkennen. Natürlich zeigen diese Statistiken die Krise des Incoming-Tourismus, die durch die Pandemie verursacht wurde. Es ist wichtig zu erwähnen, dass Latventure ab Februar 2021 die ersten Einzelreisenden nach der Pandemie empfangen hat, und im Oktober 2021, nach 18 Monaten, war es möglich, die ersten Gruppenreisenden nach der Pandemie zu empfangen. Zweifellos markieren eingie dieser Informationen einen historischen Meilenstein auf Geschäftsebene.

Infolge der Pandemie haben sich der Geschmack und die Vorlieben der Reisenden erheblich verändert, denn die Reisenden buchen und planen ihre Reise nun kurzfristig, so dass der Last-Minute-Verkauf an Bedeutung gewonnen hat. Außerdem entscheiden sich die Reisenden nun in der überwiegenden Mehrheit für die Art des individuellen Reisens. Dies ist das Verhalten der Reisenden, das sich in Latventure nach der Pandemie herauskristallisiert hat und das es uns ermöglicht, unser touristisches Angebot entsprechend dem neuen Geschmack und den Vorlieben der Kunden umzustrukturieren.

2.4. Gestaltung des Tourismusangebots

Indikator	Einheit	Jahr
CSR-Index des Produktdesigns (Durchschnitt der Ergebnisse aus den abgeschlossenen Umfragen)	80%	2021

Für die Bewertung des Produktdesigns wurden die repräsentativsten Produkte des touristischen Angebots von Latventure, das Inselhüpfen und die Rundreisen auf dem ecuadorianischen Festland, die den Besuch der wichtigsten touristischen Ziele beinhalten, berücksichtigt.

Das durchschnittliche Ergebnis der Analyse der Umfrage zur Produktgestaltung zeigt eine durchschnittliche Bewertung von 80 %, was Latventure zu dem Schluss kommen lässt, dass die Gestaltung des touristischen Angebots positiv ist und die von den TourCert-Vorschriften vorgegebenen Parameter berücksichtigt und angewendet werden.

Die Analyse der Umfrage ermöglicht es uns, die Stärken, Schwächen und Handlungsfelder zu bestimmen, an denen wir im Hinblick auf die Produktgestaltung arbeiten müssen. Auf diese Weise hat Latventure bei der Überarbeitung und Aktualisierung der Produkte die Diversifizierung und Einbeziehung nachhaltiger Aktivitäten, des Gemeinschaftstourismus und der sozialen Eingliederung in das Angebot als Priorität betrachtet, um einen positiven Beitrag zur lokalen Wirtschaft zu leisten, da die meisten dieser Aktivitäten von der lokalen Bevölkerung koordiniert und organisiert werden, was das Wachstum ihrer Gemeinschaft ermöglicht.

Die Hauptstärke unserer Produkte besteht darin, dass jeder von Latventure entworfene Kreislauf aktiv zur Entwicklung der lokalen Wirtschaft beiträgt. In der Geschäftspolitik von Latventure ist festgelegt, dass die beauftragten Dienstleister aus der Region stammen müssen. Deshalb arbeiten wir hauptsächlich mit Familienbetrieben zusammen, die zur lokalen Kreislaufwirtschaft beitragen.

In Bezug auf die Schwachstellen in der Produktgestaltung wurde infolge der Pandemie festgestellt, dass mehrere Anbieter von touristischen Dienstleistungen (Unterkünfte, Restaurants, Ausflüge, Transport) die Instandhaltung ihrer Infrastrukturen vernachlässigt haben. Es ist von größter Wichtigkeit, die Produkte mit Qualitätsdienstleistungen zu versehen, die es uns ermöglichen, den Kunden die Erfüllung von Qualitätsstandards zu garantieren. Aus diesem Grund wird es als angemessen erachtet, Inspektionsbesuche bei Unterkünften, Restaurants, Ausflügen und Transportmitteln durchzuführen, die hauptsächlich in unserem Tourismusangebot enthalten sind. Diese Tätigkeit ermöglicht es, die Qualität der Dienstleistungen zu überwachen und zu gewährleisten.

2.5. Anbieter von Dienstleistungen

In Bezug auf die Vertragsbedingungen mit unseren Lieferanten ist zu erwähnen, dass es nur sehr wenige Lieferanten gibt, mit denen wir eine Vereinbarung mit detaillierten Vertragsklauseln haben. Die überwiegende Mehrheit der Lieferanten legt Tarife fest, die für ein Jahr gelten und vertrauliche Tarife, Reservierungs-, Zahlungs- und Stornierungsbedingungen sowie andere wichtige Details enthalten.

Als Teil der Struktur und Verwaltung von Informationen in Latventure, ist der Tarif oder die Vereinbarung mit jedem Lieferanten ordnungsgemäß in unserem allgemeinen Server und Reservierungssystem und Tourplan gespeichert. Es ist wichtig, zusätzlich zum E-Mail-Backup ein digitales Dokument (Word, Excel oder PDF) zu haben, das die Tarifinformationen validiert

und garantiert. Alle unsere Mitarbeiter haben Zugriff auf den Informationsserver, so dass sie jederzeit die Tarife und Richtlinien für die Erstellung von Angeboten einsehen können.

Was die Auswahl der Anbieter betrifft, so sieht die Latventure-Philosophie vor, dass vorrangig lokale, meist familiengeführte touristische Dienstleistungsbetriebe (Unterkünfte, Restaurants, Ausflüge, Transport) genutzt werden, die einen Beitrag zur lokalen Wirtschaft leisten und die Lebensqualität der lokalen Akteure verbessern. Ein klares Beispiel für die Anwendung dieser Politik ist die Tatsache, dass 90 % unserer Reisen Unterkünfte in familiengeführten Hotels beinhalten, die meist von einheimischem Personal geführt werden. Wir vermeiden es so weit wie möglich, die Dienste internationaler Hotelketten in Anspruch zu nehmen; wenn der Kunde jedoch diesen Service wünscht, bearbeiten wir die Reservierung und das Angebot auf der Grundlage des Geschmacks, der Vorlieben und der Anforderungen des Kunden.

2.5.1. Beherbergungsbetriebe

Indikator	Einheit	Jahr
CSR-Index der Beherbergungsbetriebe (Durchschnitt der Ergebnisse der abgeschlossenen Umfragen)	77%	2021
Gesamtzahl der Beherbergungsbetriebe, mit denen gearbeitet wird	40	2021
Anzahl der befragten Beherbergungsbetriebe	20	2021
Prozentualer Anteil der befragten Beherbergungsbetriebe mit einem vom GSTC (Global Sustainable Tourism Council) anerkannten Nachhaltigkeitsiegel	(*)	2021
Prozentsatz der befragten Beherbergungsbetriebe, die einen TourCert Check haben	10%	2021

() CSR-Index der Beherbergungsbetriebe: Der in der Matrix angegebene Prozentsatz bezieht sich auf den Index der Aktivitätsanbieter.*

(): Daten unbekannt.*

Es ist wichtig zu erwähnen, dass sich der in der Matrix angegebene Prozentsatz der CSR von Beherbergungsbetrieben auf den durchschnittlichen Prozentsatz aller Aktivitätsanbieter (Unterkünfte, Restaurants, Reiseveranstalter) bezieht. Die TourCert-Plattform führt keine differenzierte Umfrage für jeden Tourismusdienstleister durch, weshalb es als angemessen erachtet wird, dass TourCert eine spezifische Umfrage für Beherbergungsbetriebe entwickelt.

Mit ungefähr 40 Beherbergungsbetrieben unterhalten wir geschäftliche Beziehungen. Die Anzahl der Beherbergungsbetriebe, die als Teil unserer Studienpopulation für die Entwicklung und Anwendung der Umfrage in Betracht gezogen wurden, ist 20. Um diese Stichprobe zu durchzuführen, haben wir die Hotels in Betracht gezogen, mit denen wir hauptsächlich in unserem touristischen Angebot arbeiten. Dank der Bereitschaft und Zusammenarbeit der 20 Betriebe, die auf die Umfrage geantwortet haben, wurde es uns ermöglicht, realitätsgetreue Informationen über das Hotelmanagement zu erfahren, mit dem wir derzeit arbeiten.

Die wichtigsten Schlussfolgerungen aus der Auswertung der Beherbergungsumfrage zeigen, dass die größte Stärke von Latventure in den engen Geschäftsbeziehungen zu den Anbietern liegt, die vorteilhafte Vereinbarungen in Bezug auf die Preis-, Zahlungs- und

Stornierungsbedingungen ermöglichen. Diese fruchtbaren Verhandlungen verschaffen Latventure einen wichtigen Wettbewerbsvorteil, der wiederum die Diversifizierung des touristischen Angebots und vor allem die Flexibilität und das Management guter Geschäftsbeziehungen erleichtert, die den Kunden gewährt werden.

Was die Schwachstellen betrifft, so zeigen die Ergebnisse der Umfrage, dass es den Betrieben an Gelegenheiten und wirtschaftlichen Möglichkeiten mangelt, um Umwelt-, Nachhaltigkeits- oder CSR-Zertifizierungen zu erhalten. Die überwiegende Mehrheit der Betriebe ist nicht in der Lage, sich die Umsetzung von Indikatoren oder Parametern zu leisten, die von den Zertifizierungen vorgeschrieben werden, da diese eine beträchtliche Investition bedeutet, die sie sich aufgrund der Krise derzeit nicht leisten können, zumal es sich bei der überwiegenden Mehrheit der befragten Betriebe um kleine Familienunternehmen handelt. Das Engagement der Betriebe im Rahmen ihrer Planung, ihres Geschäftswachstums und ihrer Zukunftsprognosen berücksichtigt jedoch die Möglichkeit, mittel- bis langfristig nachhaltige Zertifizierungen zu erhalten. Derzeit verfügen 90 % der befragten Betriebe über Zertifizierungen für den Kundenservice, wie beispielsweise Tripadvisor.

2.5.2. Reiseleiter

Indikator	Einheit	Jahr
CSR-Index der Reiseleiter (Durchschnitt der Ergebnisse der durchgeführten Umfragen)	77%	2021
Gesamtanzahl der Reiseleiter	20	2021
Anzahl der befragten Reiseleiter	9	2021
Prozentsatz der eingegangenen Antworten	75%	2021

Um die entsprechende Bewertung dieses Indikators des TourCert-Standards durchzuführen, wurde es als angemessen erachtet, die zu untersuchende Population mit 12 Reiseleitern festzulegen, wobei den Reiseleitern, die hauptsächlich für FIT- und Gruppenbuchungen eingesetzt werden, Vorrang eingeräumt wurde. Die Umfrage wurde durchgeführt und von 9 Reiseleitern beantwortet.

Die größte Stärke ist die Professionalität der Latventure-Reiseleiter, die es ermöglicht, einen entsprechenden Reiseleiterdienst bei den Touren und Rundreisen zu gewährleisten, so dass die Kunden nach Abschluss der Tour ein positives Feedback über den Service abgeben. Es ist wichtig zu erwähnen, dass alle Reiseleiter über ausgezeichnete berufliche Fähigkeiten, ein umfangreiches Wissen über das kulturelle und natürliche Erbe Ecuadors und eine perfekte Beherrschung der Fremdsprache (Deutsch, Englisch, Französisch) sowie eine menschliche Qualität und Kundenbetreuung verfügen, was die Qualität der Reiseleitung garantiert.

Die von Latventure zusammen mit dem Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e. V. organisierten Schulungsprogramme für Reiseleiter ermöglichten es, das Wissen der Reiseleiter über Nachhaltigkeit und CSR zu stärken und zu festigen.

Was die Schwachstellen betrifft, so wird eine Analyse und Anpassung der Tarife für Reiseleiter und Transporteure als mittel- bis langfristige Verbesserungsstrategie festgelegt, wobei die Erhöhung bestimmter Vorleistungen, die sich unmittelbar auf die Ausübung ihrer Tätigkeit auswirken, berücksichtigt wird.

Alle Reiseleiter wurden auf die Anwendung des Verhaltenskodexes aufmerksam gemacht, der es ihnen ermöglicht, sich über die Regeln und Vorschriften zu informieren, die sie bei der Ausübung ihrer Tätigkeit strikt einhalten müssen.

2.5.3. Beförderungsunternehmen

Indikator	Einheit	Jahr
CSR-Index der Beförderungsunternehmen (Durchschnitt der Ergebnisse der durchgeführten Umfragen)	85%	2021
Gesamtanzahl der Beförderungsunternehmen	4	2021
Anzahl der auskunftgebenden Beförderungsunternehmen	3	2021
Anzahl der erhaltenen Antworten	75%	2021

Die Transportanbieter von Latventure setzen sich aus vier Beförderungsunternehmen zusammen, von denen drei auf die entsprechende Umfrage geantwortet haben. Auf diese Weise lassen sich die wichtigsten Stärken und Schwächen als Teil des Ergebnisses der durchgeführten Bewertung ermitteln.

Die größte Stärke besteht darin, dass das Beförderungspersonal die von den örtlichen Behörden erlassenen Vorschriften für den Einsatz touristischer Beförderungsmittel vollständig einhält, dass die für die Beförderung von Reisenden eingesetzten Beförderungsmittel ordnungsgemäß überprüft werden und die gesetzlich vorgeschriebenen technischen Fahrzeugkontrollen bestehen.

Es ist wichtig zu erwähnen, dass es mittel- bis langfristig zu einer Tarifierhöhung für Beförderungsunternehmen kommen wird, da die Kraftstoffpreise in Ecuador derzeit gestiegen sind und dies das wichtigste Instrument für die Entwicklung ihrer Tätigkeit ist.

Der Verhaltenskodex wurde mit den Beförderungsunternehmen abgesprochen, so dass sie über die Verhaltensregeln und -vorschriften, die sie bei der Ausübung ihrer Tätigkeit anwenden müssen, informiert sind.

In Bezug auf die Schwachstellen wird es als angemessen erachtet, die Beförderungsunternehmen in Fragen der Nachhaltigkeit und der sozialen Verantwortung der Unternehmen zu schulen, da es im gemeinsamen Interesse liegt, dass die

Beförderungsunternehmen informiert sind und wissen, welche Maßnahmen sie im Rahmen ihres Beitrags zur Nachhaltigkeit ergreifen können.

Es wird auch als angemessen erachtet, im Rahmen der Verbesserungsstrategien die Beförderungsunternehmen in die Verpflichtung einzubeziehen, die CO₂-Emissionen zu verringern und den durch ihre Transportmittel verursachten Kohlenstoff-Fußabdruck bei der bei der Ausübung ihrer Tätigkeit zu kompensieren, als Teil ihrer Verpflichtung zu Nachhaltigkeit und Umweltschutz.

2.5.4. Anbieter von Aktivitäten

Indikator	Einheit	Jahr
CSR-Index der Anbieter von Aktivitäten (Durchschnitt der Ergebnisse aus den abgeschlossenen Umfragen)	77%	2021
Gesamtanzahl der Anbieter von Aktivitäten	10	2021
Anzahl der auskunftgebenden Anbieter von Aktivitäten	3	2021
Prozentsatz der erhaltenen Antworten	30%	2021

() CSR-Index der Anbieter von Aktivitäten: Der in der Matrix angegebene Prozentsatz bezieht sich auf den Index der Anbieter von Aktivitäten.*

Es ist wichtig zu erwähnen, dass der in der Matrix angegebene CSR-Prozentsatz der Aktivitätsanbieter sich auf den durchschnittlichen Prozentsatz aller Aktivitätsanbieter (Unterkünfte, Restaurants, Reiseveranstalter) bezieht. Die TourCert-Plattform führt keine differenzierte Umfrage für jeden Tourismusdienstleister durch, weshalb es als angemessen erachtet wird, dass TourCert eine spezifische Umfrage für Reiseveranstalter entwickelt.

Was die Anbieter von Aktivitäten - Reiseveranstalter - betrifft, so arbeitet Latventure mit 10 lokalen Veranstaltern zusammen, die strategisch in den wichtigsten Reisezielen wie Galapagos, Baños, Cuenca, Guayaquil, Riobamba usw. angesiedelt sind. Die Dienstleistungen dieser Veranstalter vor Ort zu haben, ermöglicht es, einen Wettbewerbsvorteil in Bezug auf Qualität und Preis zu erzielen.

Die lokalen Veranstalter, mit denen wir zusammenarbeiten, bieten spezielle Ausflüge an, wie z.B. Extrem- und/oder Abenteueraktivitäten, Trekking- und Fahrradausflüge usw. Es ist wichtig, die Aktivitäten mit diesen Veranstaltern abzuwickeln, da sie über die erforderlichen Genehmigungen und Ausrüstungen verfügen, um eine angemessene Durchführung der Ausflüge zu gewährleisten.

Generell ist die Beteiligung der lokalen Veranstalter an der Durchführung und Beantwortung der Erhebungen sehr gering, was eine echte Analyse der Stärken und Schwächen dieses für den Tourismus äußerst wichtigen Sektors nicht zulässt. Daher ist es ideal, einen Follow-up- und Kontrollmechanismus zu planen, der die aktive Beteiligung dieses strategischen Sektors an künftigen Erhebungen gewährleistet.

2.6. Zufriedenheit der Dienstleistungsanbieter

Indikator	Einheit	Jahr
Index der Zufriedenheit der Dienstleister (Durchschnitt der Ergebnisse aus den durchgeführten Umfragen)	83%	2021
Anzahl der Dienstleister, mit denen wir zusammenarbeiten	40	2021
Anzahl der auskunftgebenden Dienstleister	35	2021
Prozentsatz der erhaltenen Antworten	88%	2021

() Index der Zufriedenheit der Dienstleister: Er gibt die durchschnittliche CSR-Leistung der Anbieter touristischer Dienstleistungen an.*

Die TourCert-Plattform verfügt nicht über eine spezifische Umfrage, die es uns ermöglicht, den Zufriedenheitsindex der Anbieter zu ermitteln. Daher wurde die Analyse dieser Matrix auf der Grundlage des durchschnittlichen CSR-Index-Indikators der Dienstleister (Aktivitäten, Reiseleiter und Transportanbieter) durchgeführt.

Die Gesamtzahl der Dienstleister, mit denen Latventure zusammenarbeitet, beläuft sich auf ca. 40, darunter Unterkünfte, Reiseleiter, Transportunternehmen und lokale Reiseveranstalter. Die Antwortquote liegt bei durchschnittlich 88 %, so dass Latventure in der Lage ist, Strategien zur kontinuierlichen Verbesserung des Managements der Dienstleister zu evaluieren und vorzuschlagen.

Generell besteht die größte Stärke von Latventure darin, mit Dienstleistern, die sich der touristischen Tätigkeit verschrieben haben, zusammenzuarbeiten, die die Qualität ihrer Dienstleistungen und des Kundendienstes garantieren. Es ist erwähnenswert, dass die Anbieter die geltenden Vorschriften und Bestimmungen einhalten und daher über die erforderlichen Genehmigungen für ihre Tätigkeit verfügen.

Die engen Geschäftsbeziehungen, die Latventure mit den einzelnen Lieferanten unterhält, die gute Kommunikation und die für die beteiligten Parteien vorteilhaften Vereinbarungen ermöglichen es Latventure, die Tarifbedingungen, die Zahlungspolitik und die flexible Stornierungspolitik zu verwalten, was einen wichtigen Wettbewerbsvorteil darstellt, der sich im Qualitäts-Preis-Indikator widerspiegelt.

Bei künftigen Umfragen sollte die aktive Beteiligung aller Dienstleister gestärkt werden, denn mit einer größeren Anzahl beantworteter Umfragen erhält man echte Informationen über die aktuelle Situation, die Kommentare und Vorschläge der Anbieter sind gültig und werden bei der Planung des Verbesserungsprogramms berücksichtigt.

2.7. Zufriedenheit der Kunden

Indikator	Einheit	Jahr
Index der Kundenzufriedenheit	90%	2021
Teilnahmequote an der Kundenbefragung	60%	2021

Die in der Kundenzufriedenheitsmatrix angegebenen durchschnittlichen Prozentsätze entsprechen einer früheren Studie, die von unseren B2B-Kunden durchgeführt wurde, die die Ergebnisse der Analyse im Rahmen ihrer strategischen Allianz und der Entwicklung einer kontinuierlichen Verbesserung mit Latventure geteilt haben.

Latventure verfügt derzeit nicht über eine Methodik zur Messung der Kundenzufriedenheit. Dabei ist zu berücksichtigen, dass etwa 95 % unserer Kunden B2B-Kunden sind, so dass Latventure nur als lokaler Veranstalter fungiert. Die Durchführung der Umfrage und die Datenanalyse erfolgt direkt durch den Kunden, der die Indikatoren und Bewertungsparameter festlegt.

Intern verfügt Latventure über einen Prozess für die Verwaltung des erhaltenen Feedbacks. Es kommt nicht sehr häufig vor, dass wir Feedback von Kunden erhalten, in der Regel sind es negative Kommentare, die eine gewisse wirtschaftliche Rückerstattung verlangen. In Bezug auf negative Kommentare zeigt der gängige Prozess die folgenden Schritte für die Verwaltung von Informationen auf.

- Besprechung des Feedbacks des B2B-Kunden mit dem Betriebsleiter und der für die Buchung zuständigen Person.
- Mitteilung des Feedbacks an die beteiligten Akteure und Anforderung eines ausführlichen und gründlichen Berichts über das ermittelte Ereignis.
- Prüfung der Antwort (Bericht) des Dienstleisters bezüglich der Beschwerde des Reisenden im Detail.
- Erstellung des entsprechenden Berichts mit so vielen detaillierten Informationen wie möglich.
- Übermittlung des Berichts an den B2B-Kunden und Warten auf die Antwort.
- Analyse, ob die Beschwerde oder das negative Feedback eine rechtzeitige finanzielle Rückerstattung an den Kunden zur Folge hat.
- Verfolgung des Falles sowohl mit dem B2B-Kunden als auch mit dem Dienstleister, um zu überprüfen, ob die Abhilfemaßnahmen umgesetzt werden.

Im Hinblick auf den Prozess, der bei positivem Feedback angewandt wird, werden die folgenden Schritte für die Bearbeitung der Informationen festgelegt.

- Analyse des Feedbacks des B2B-Kunden zusammen mit dem Supervisor und der für die Durchführung der Buchung zuständigen Person.
- Übermittlung des Feedbacks an die Stakeholder und Ausdruck des Danks Latventures für ihr Engagement für Qualitätsservice und Kundenbetreuung.
- Übermittlung einer Antwort an den B2B-Kunden, in der für seinen Beitrag gedankt wird, denn es motiviert Latventure und das Team, seine Aktivitäten und Funktionen proaktiv, effektiv und effizient durchzuführen.

Abschließend lässt sich sagen, dass es angebracht ist, einen Überwachungs- und Kontrollmechanismus einzurichten, der es ermöglicht, die positiven und negativen

Kommentare der Reisenden zu kennen. Der Austausch von Rückmeldungen der Reisenden mit B2B-Kunden sollte verstärkt werden, um gegebenenfalls Korrekturmaßnahmen zu ergreifen oder dem Dienstleister eine Botschaft der Motivation und der Glückwünsche für die geleistete Arbeit zu übermitteln.

2.8. Informationen an Kunden

Indikator	Einheit	Jahr
CSR-Index Kundeninformationen (Durchschnitt der Ergebnisse aus den ausgefüllten Umfragen)	97 %	2021

Die Verkaufsabteilung ist bei Latventure für das Ausfüllen der Kundeninformationserhebung zuständig und das Mitarbeiterteam ist für den direkten Kontakt, die effektive und transparente Kommunikation mit jedem Kunden verantwortlich.

Für Latventure war das Informationsmanagement mit den Kunden schon immer von grundlegender Bedeutung. Eine klare und effektive Kommunikation ist unerlässlich, da sie eine transparente Kommunikation auf der Grundlage der Prinzipien, Werte und der Geschäftsphilosophie ermöglicht.

Infolge der Pandemie wurde die Kommunikation mit den Kunden zu einem sehr wichtigen Aspekt. Geschäftsbeziehungen und strategische Allianzen waren entscheidend für das Überleben und die schrittweise Überwindung der Krise.

Nachfolgend finden Sie eine Liste der Aktivitäten, die im Zusammenhang mit der Kommunikation mit Kunden entwickelt wurden.

- Newsletter mit Informationen über COVID 19, Statistiken über bestätigte Fälle, Beschränkungen und Anforderungen für die Einreise nach Ecuador und Galapagos auf dem Luftweg, Biosicherheitsmaßnahmen, die in Ecuador für Bürger und ausländische Reisende zu beachten sind.
- Newsletter mit Informationen zu Nachhaltigkeit und CSR, Aktionen und Aktivitäten, die die Regierung Ecuadors im Rahmen der Nachhaltigkeit und des Umweltschutzes entwickelt.
- Erstellung eines Cloud-Speichers mit eigenen Fotos von Ecuador und Galapagos, damit die Kunden in ihren digitalen Medien für das Reiseziel werben können, und zwar mit der Gewissheit, dass es sich um autorisierte Fotos handelt.
- Veröffentlichungen in sozialen Netzwerken (Facebook und Instagram), die die wichtigsten Reiseziele in Ecuador und Galapagos bewerben.
- Ständige persönliche virtuelle Treffen mit den Kunden, um Kontakte zu knüpfen und besondere Politiken und Zahlungsbedingungen aufgrund der Pandemie auszuhandeln und um den Verkauf und die Erholung des Tourismussektors zu fördern.

- Spezialisierte Webinare über Ecuador und die Galápagos-Inseln, die von den Reiseleitern im Rahmen der Werbung für unsere touristischen Produkte in den Medien gehalten wurden.
- Stärkung der Funktionalität des WhatsApp-Notfallkontakts, der Kunden und Reisenden rund um die Uhr zur Verfügung steht und eine einfache Kommunikation und Verständigung auf Deutsch, Englisch, Französisch und Spanisch ermöglicht.

Die Maßnahmen, die für eine korrekte Kommunikation mit den Kunden entwickelt wurden, tragen positiv dazu bei, dass Latventure derzeit enge Handels- und Geschäftsbeziehungen unterhält, was sich günstig auf das Geschäftswachstum und das Umsatzniveau auswirkt.

3. Verantwortung für die Umwelt

3.1. Energie

Indikator	Einheit	Jahr
Stromverbrauch	4822 kWh	2021
Stromverbrauch pro Mitarbeiter*in	608 kWh	2021

Was die Energiequellen betrifft, so verbraucht das Latventure-Büro Strom, der hauptsächlich für die Computerausrüstung und die Server des IT-Systems verwendet wird. Die Nutzung erneuerbarer Energien ist nicht durchführbar, da die Infrastruktur der Gebäude und Anlagen nicht für groß angelegte Änderungen geeignet ist und zudem hohe Investitionen in den Aufbau, die Umsetzung und die Anpassung an das ordnungsgemäße Funktionieren alternativer Energien erforderlich sind.

Es ist wichtig zu bedenken, dass das Team von Mitarbeitern im Zeitraum 2020-2021 von zu Hause aus arbeitete, was eine erhebliche Energieeinsparung in den Büros bedeutete. Die Flexibilität dieser Arbeitsmethode führte zu einer Senkung des Energieverbrauchs um 50 % im Vergleich zu den Vorjahren.

Die Maßnahmen, die Latventure in seinem Büro als Teil des Energieoptimierungs- und -einsparungsplans entwickelt hat, sind im Folgenden aufgeführt:

- Computergeräte, die so konfiguriert sind, dass sie nach einer bestimmten Zeit automatisch in den Energiespar- oder Ruhemodus wechseln, wenn der Benutzer das Gerät nicht benutzt.
- Nutzung des natürlichen Lichts: Das Büro von Latventure verfügt über vorteilhafte Fenster, die zu einer optimalen natürlichen Beleuchtung beitragen, so dass im Laufe des Tages keine Scheinwerfer/Lampen eingeschaltet werden müssen.
- Informative Beschilderung im Büro, in den Abteilungen und in den Gemeinschaftsbereichen, die die Mitarbeiter dazu auffordert und motiviert, zum Energiesparen beizutragen.

3.2. CO2-Emissionen

Indikator	Einheit	Jahr
Gesamte CO2 -Emissionen	4.82 kg	2021
CO2 -Emissionen pro Mitarbeiter*in	0.60 kg	2021

In Bezug auf die CO2-Emissionen führt Latventure folgende Maßnahmen durch, um den Energieverbrauch und die Mobilität zu reduzieren.

In Anbetracht der Tatsache, dass Ecuador ein relativ kleines Land in Bezug auf die Fläche ist, wird der Transfer zwischen den wichtigsten touristischen Destinationen (Städte), in der Regel auf dem Landweg durchgeführt. Auf diese Weise reduzieren wir den Einsatz von Inlandsflügen für den Transfer unserer Passagiere, allerdings überlassen wir die endgültige Wahl immer den Kunden. Ob sie Ihren Transfer per Inlandsflug oder auf dem Landweg bevorzugen; wir geben den Kunden die Optionen, die am besten zu ihren Budget-, Sicherheits- und Komfortvorstellungen passen.

Im Allgemeinen ist der Prozentsatz der Inlandsflüge auf dem ecuadorianischen Festland sehr gering. Um die Galapagos-Inseln zu besuchen, müssen unsere Kunden jedoch mit dem Flugzeug reisen, da dies das einzige Transportmittel ist, um die Inseln zu erreichen. Daher ist der Flug Festland-Ecuador - Galapagos-Inseln der am häufigsten genutzte Inlandsflug.

3.3. Papierverbrauch

Indikator	Einheit (total)	Jahr
Gesamtgewicht des Papiers	49.46 kg	2021
Gewicht des verbrauchten Papiers pro Kunde	N/A	2021
Gewicht des verbrauchten Papiers pro Mitarbeiter*in	6.18 kg	2021
Prozentsatz des Recyclingpapiers (im Verhältnis zur Gesamtmenge)	14 %	2021

Der Papierverbrauch und das Papierrecycling bei Latventure sind klar strukturiert, mit klaren und spezifischen Maßnahmen, die einen rationellen Verbrauch und die Wiederverwendung von Papier ermöglichen.

Im Büro wird weißes Papier (Bond) für den Druck offizieller Dokumente verwendet, wie z. B. Buchungsbestätigungen, Reisedokumente, Dienstleistungsbelege, Rechnungen usw. Der Papierlieferant, der Latventure beliefert, liefert Papier, das den Nachhaltigkeits- und Qualitätsstandards ISO14001 und ISO9001 entspricht und zudem recycelbar ist.

Die aus irgendeinem Grund fehlerhaft bedruckten Blätter, die noch eine leere Seite zum Bedrucken haben, werden in ein einzelnes Fach gelegt, in dem die größte Menge an Blättern gesammelt wird. Danach wird das für die Wiederverwendung verfügbare Papier gewogen (Prozentsatz an recyceltem Papier), und schließlich wird das Papier in das Druckerfach gelegt und ist bereit für die Wiederverwendung.

Die Blätter, die fehlerhafte Ausdrücke aufweisen und die zwei Seiten des Blattes verbraucht haben, werden gelagert und an das Recyclinglager geschickt, um anschließend an ein Umweltmanagementunternehmen verkauft zu werden.

Die Blätter, die zu 90 % wiederverwendet werden können, werden ausgeschnitten, und die sauberen Seiten werden zu Notizblöcken verarbeitet, die an die Mitarbeiter weitergegeben werden, damit sie sie für Notizen und Erinnerungen verwenden können.

Die im Rahmen von Latventure entwickelten Maßnahmen werden mit dem Mitarbeiterteam abgestimmt, so dass jeder weiß, was zu tun ist, um den Verbrauch und das Recycling von Papier zu optimieren.

Es ist wichtig zu erwähnen, dass alle Recyclingmaterialien, die bei Latventure gesammelt werden, für den späteren Verkauf ordnungsgemäß klassifiziert werden. Dies geschieht jährlich bei Unternehmen, die als Umweltmanagementunternehmen zertifiziert sind und Latventure ein Zertifikat ausstellen, das Informationen über den Recyclinganteil der einzelnen Materialien enthält.

GRAHAM RECICLAJE 

COMPRAMOS
Papel, Cartón, Plástico
Espumaflex y Chatarra

Quito, 11 de Febrero del 2022

CERTIFICADO

GRAHAM RECICLAJE. Gestor de Residuos Calificado por la Dirección Metropolitana de Medio Ambiente con registro MAE-RA-2013-69147 certifica haber recibido de la empresa **LATVENTURE INCOMING CIA.LTDA.** con número de RUC 1792075912001 los siguientes materiales:
(Ref.: 001-100-000000094)

- 43 KILOS DE CARTON
- 13 KILOS DE PLASTICO
- 31 KILOS DE PAPEL
- 7 KILOS CHATARRA

Los materiales retirados son usados **EXCLUSIVAMENTE** como materia prima para reciclaje.

La empresa **LATVENTURE INCOMING CIA.LTDA.** puede hacer uso de este certificado como más convenga a sus intereses.

Atentamente,


Ing. Erika Salgado
Responsable de Compras

De los Cipreses N65-91 y Eucaliptos (Sect. Parques del Recuerdo) • Teléfono: 3482 043 • Telefax:3464 258 Cel: 0968 543 977
Quito - Ecuador

3.4. Versorgung

Indikator	Einheit	Jahr
Prozentualer Anteil regionaler und lokaler Produkte	95%	2021
Prozentualer Anteil umweltfreundlicher Produkte	40%	2021

Was die Versorgung bei Latventure betrifft, so werden hauptsächlich Materialien für Bürobedarf, Reinigungsmittel, Kantinenbedarf, Drucker und Computerausrüstung eingekauft. Was die Dienstleistungen betrifft, so wird ein Reinigungsdienst beauftragt, der für die Hygiene, Reinigung und Desinfektion der Büroräume zuständig ist.

Die überwiegende Mehrheit der Produkte wird auf nationaler Ebene hergestellt und entspricht den Qualitäts- und Nachhaltigkeitskriterien, da die Behörden für die Überprüfung der Einhaltung der Normen und Vorschriften zuständig sind, die die nationalen und lokalen Erzeuger zur Einhaltung der Parameter für Qualität und Nachhaltigkeit verpflichten.

Der Reinigungsdienstleister ist derjenige, der Reinigungsmittel liefert, die den Nachhaltigkeitskriterien entsprechen und umweltfreundlich sind; zur Überprüfung dieses Indikators können Sie das Produktdatenblatt heranziehen, das detaillierte Informationen enthält.

Im Rahmen des Programms zur kontinuierlichen Verbesserung und des Engagements für Nachhaltigkeit verfügt Latventure über ein Handbuch für den nachhaltigen Einkauf, in dem Leitlinien und Indikatoren für die Beschaffung von Produkten (Bürobedarf, Reinigungsmittel, Kantinenbedarf, Drucker, Computerausrüstung) auf der Grundlage von Umweltkriterien festgelegt sind. Für die Auswahl der Lieferanten wurde eine Matrix entwickelt, in der Parameter und Indikatoren für Nachhaltigkeit und CSR festgelegt sind, die es uns ermöglichen, den Grad der Einhaltung der Vorschriften und den Beitrag zur Nachhaltigkeit und CSR der Dienstleistungsanbieter zu bewerten.

3.5. Erhaltung und nachhaltige Nutzung der Biodiversität

Indikator	Einheit	Jahr
Anzahl der Hektar biologisch wichtiger Flächen, die direkt unterstützt werden	(*)	2021
Anzahl der Hektar von biologischer Bedeutung, die indirekt unterstützt werden	D/D	2021

(*) Anzahl der Hektar biologisch wichtiger Flächen, die direkt unterstützt werden: Die Informationen werden nach der Teilnahme an nachhaltigen Projekten aktualisiert.

D/D Anzahl der Hektar von biologischer Bedeutung, die indirekt unterstützt werden: Nicht bekannt

Die touristische Tätigkeit in Ecuador setzt voraus, dass die rechtmäßig gegründeten und beim Ministerium für Tourismus und Umwelt registrierten Reiseveranstalter die geltenden Vorschriften einhalten und zum Schutz der biologischen Vielfalt in den Nationalparks und den ökologischen Reservaten mit ökologischer Bedeutung und Tier- und Pflanzenarten beitragen.

Auf diese Weise trägt Latventure jährlich durch den Erwerb von Patenten und Genehmigungen für den Eintritt und die Registrierung von Besuchern in Nationalparks und ökologischen Reservaten (Cotopaxi, Chimborazo, Antisana, Illinizas, Cotacachi Cayapas, Cajas National Park) einen bestimmten Geldbetrag bei, der von der zuständigen Stelle verwaltet wird, die für die Entwicklung von Aktivitäten, Mechanismen und Aktionen zur Förderung des Schutzes der biologischen Vielfalt verantwortlich ist.

Um unser Engagement für die Nachhaltigkeit zu verstärken, besteht unser Hauptziel für die nahe Zukunft in der Teilnahme und aktiven Unterstützung von Nachhaltigkeits- und CSR-Projekten in Zusammenarbeit mit privaten Organisationen, Stiftungen und Nichtregierungsorganisationen, die es unseren Mitarbeitern ermöglichen, an Nachhaltigkeitsworkshops teilzunehmen, die das öffentliche Bewusstsein für die Bedeutung des Umweltschutzes fördern.

Um dieses Ziel zu erreichen, haben wir Kontakt zu zwei führenden Organisationen aufgenommen, die Nachhaltigkeitsprojekte fördern: die Fundación Jocoto, eine Einrichtung, die Maßnahmen und Aktivitäten zur Erhaltung einzigartiger Tier- und Pflanzenarten entwickelt und über fünfzehn Reservate verfügt, die zusammen 23.000 Hektar schützen, und die Fundación Amazonia Productiva, die versucht, durch Umweltprojekte und konkrete Maßnahmen ökologisch nachhaltige und wirtschaftlich lebensfähige Lebensräume zu schaffen.

Der entsprechende Bericht, die Fotos, die beigesteuerten Hektar biologischer Bedeutung und andere Informationen über die Beteiligung von Latventure an nachhaltigen Projekten, die das feste Bekenntnis zu Nachhaltigkeit und CSR als grundlegendem Bestandteil der Unternehmensphilosophie und -werte bestätigen, werden zu gegebener Zeit an Kunden und Reisende weitergegeben.

4. Soziokulturelle Verantwortung

4.1. Mitarbeiter

Das Mitarbeiterteam von Latventure bestand im Jahr 2021 aus 9 Mitarbeitern, 6 Frauen und 3 Männern, die aufgrund der durch die Pandemie COVID 19 verursachten Wirtschaftskrise in diesem Jahr in Teilzeit arbeiteten, mit den gesetzlichen Leistungen, die in den Vorschriften für diese Art von Arbeit festgelegt sind.

Im Laufe des Jahres 2021 hatten wir auch die Unterstützung und Hilfe ausländischer Praktikanten, die in der Verkaufsabteilung mitarbeiteten, sowie die Zusammenarbeit mit einheimischen Praktikanten, die ihre vorherberuflichen Praktika in der Betriebs- und Reservierungsabteilung absolvierten.

Was die Buchhaltung von Latventure betrifft, so ist das externe Unternehmen Advise direkt für die Verwaltung der Buchhaltung, die Rechnungsstellung, die Bilanzen usw. zuständig. Für die korrekte Entwicklung und Ausführung der Buchhaltung delegiert Advise eine für die Buchhaltung von Latventure verantwortliche Person, die Vollzeit in den Büros des Unternehmens arbeitet.

In Bezug auf die Reiseleiter ist zu erwähnen, dass die, die mit Latventure zusammenarbeiten, ihre Arbeit als Freiberufler verrichten und je nach Verfügbarkeit ihrer Agenda mit Latventure bei der Durchführung von FIT- oder Gruppenbuchungen zusammenarbeiten.

Da dieser Nachhaltigkeits- und CSR-Bericht aus dem Jahr 2021 stammt, gilt es anzumerken, dass das Team der Mitarbeiter von Latventure seit Januar 2022 aus 11 Mitarbeitern, 8 Frauen und 3 Männern, besteht, die angesichts der wirtschaftlichen Erholung derzeit in Vollzeit arbeiten. Das ordnungsgemäße Management von Latventure, das als oberstes Ziel die Betreuung und das Wohlergehen der Mitarbeiter in den Vordergrund stellte, erfüllt die Geschäftsleitung des Unternehmens nun mit Stolz und Zufriedenheit, da 100 % des Teams im Büro und zu den gleichen Vertragsbedingungen arbeiten.

4.2. Berufliche Struktur

Indikatoren	Einheit	Jahr
Anzahl der Vollzeitbeschäftigten	7	2021
Anzahl der Teilzeitbeschäftigten	2	2021
Anzahl der Mitarbeiter auf Zeit	0	2021

Anteil (%) der Mitarbeiter mit Behinderungen	0%	2021
Anzahl und prozentualer Anteil von Männern und Frauen an der Gesamtzahl der Beschäftigten	3 Männer 6 Frauen 33.33% Männer 66.66% Frauen	2021
Anteil (%) von Frauen in Führungspositionen	50%	2021
Anteil (%) der Männer in Führungspositionen	50%	2021
Gesamtzahl der Mitarbeiter (Vollzeit)	7	2021
Anzahl der Freiberufler	0	2021

Die Personalstruktur zeigt, dass das weibliche Geschlecht in der Organisation überwiegt, was im Allgemeinen in Tourismusunternehmen sehr üblich ist. Latventure versucht jedoch, die Beteiligung beider Geschlechter schrittweise auszugleichen, so dass bis zum Jahr 2022 ein höherer Anteil des männlichen Geschlechts vorhanden sein wird.

4.3. Arbeitsbedingungen

Die Mitarbeiter von Latventure haben rechtlich unbefristete Arbeitsverträge, die optimale Arbeitsbedingungen, Gehälter und Löhne je nach Sektor und Kompetenz des Mitarbeiters vorsehen. Zusätzlich zu den gesetzlichen Leistungen hält Latventure die Verpflichtungen als Arbeitgeber strikt ein. Die öffentlichen Stellen sind dafür verantwortlich, zu überwachen, zu überprüfen und zu bestätigen, dass das Unternehmen allen seinen vertraglichen Verpflichtungen nachkommt.

Der Arbeitstag in Latventure wird auf der Grundlage der örtlichen Vorschriften und der geltenden Bestimmungen festgelegt, d.h. 8 Stunden pro Tag, mit einer Stunde Pause für die Verpflegung, von Montag bis Freitag. In Latventure gibt es keine Überstunden (Nachtstunden, Wochenenden, Feiertage), so dass die Bezahlung von Überstunden nicht vorgesehen ist, es sei denn, es handelt sich um außergewöhnliche Fälle mit vorheriger Genehmigung des Abteilungsleiters und der Geschäftsführung. Es ist jedoch wichtig zu erwähnen, dass die Mitarbeiter der Verkaufs- und Betriebsabteilung für alle Notfälle außerhalb ihrer Arbeitszeit zur Verfügung steht.

Zur Erfassung und Kontrolle der Arbeitszeiten wurde eine biometrische Uhr eingeführt. Dieses Instrument ermöglicht eine genauere Analyse der aktuellen Arbeitsbedingungen und die Festlegung von Verbesserungsmaßnahmen auf der Grundlage der Analyse der Ergebnisse.

Latventure bietet auch Sozialleistungen, die sich nach den Fähigkeiten der Mitarbeiter richten. Dazu gehören verlängerte Ruhetage, flexibler Urlaub, Integrationsmaßnahmen, ein mobiler Datentarif, FAM-Reisen und Incentive-Reisen für das gesamte Team, die vom Unternehmen organisiert und vollständig finanziert werden.

Jedes Jahr führt die Geschäftsleitung von Latventure eine individuelle und personalisierte Leistungsbeurteilung jedes Mitarbeiters durch, die es uns ermöglicht, die Kommentare und Vorschläge des Mitarbeiters in Bezug auf seine Funktion, sein Arbeitsteam und seine Arbeitsbedingungen zu erfahren. Nach der Beurteilung und auf der Grundlage der Leistung, des Engagements und der beruflichen Fähigkeiten des Mitarbeiters legt die Geschäftsleitung Mechanismen und Maßnahmen zur Verbesserung und Stärkung der Aspekte fest, die einen niedrigen Ergebnisindikator aufweisen.

4.4. Ausbildung und Weiterbildung

Die Aus- und Weiterbildung des Mitarbeiterteams ist von grundlegender Bedeutung, da die Auffrischung der Kenntnisse es den Mitarbeitern ermöglicht, ihre Arbeitsaufgaben besser zu erfüllen.

Latventure bietet zwei Arten von Schulungen an: interne und externe.

Interne Schulungen: Sowohl für Mitarbeiter, die neu in das Unternehmen eingetreten sind, als auch für Mitarbeiter, die eine neue Stelle antreten, wird ein Schulungsprogramm erstellt. In beiden Fällen verfügt Latventure über einen Schulungsplan, in dem das zu behandelnde Thema festgelegt ist, und die mit der Durchführung der Schulung beauftragte Person, der Ausbilder, ist dafür verantwortlich, das Material oder die Unterlagen vorzubereiten, die das Verständnis und das Lernen des Mitarbeiters erleichtern.

Ebenso ermöglicht die völlige Offenheit von Latventure die Entwicklung und Durchführung von Schulungen zu spezifischen Themen, die die Mitarbeiter je nach Bedarf anfordern, um das Lernen zu verstärken und ein besseres Verständnis ihrer Aufgaben und der in ihrem Job auszuführenden Prozesse zu erhalten.

Die Geschäftsleitung und die verschiedenen Abteilungen koordinieren und organisieren auch interne Schulungen zu Themen von gemeinsamem Interesse, z. B. Die Einführung von neuen Produkten, die Durchführung neuer Programme oder Ausflüge, Angebotsformate usw. Ein Thema von großer Bedeutung für Latventure ist derzeit die Schulung zur Funktionsweise und zu den Instrumenten der Systeme Tourplan und Latinconnect, die vom Tourplan-Supportteam für Lateinamerika sowie von dem für die Einführung und Pflege des Systems in Latventure zuständigen Datenmanager durchgeführt wird.

Es folgt ein Beispiel für das Schulungsprogramm für die Mitarbeiter der Verkaufsabteilung.



Onboarding – Einarbeitungsplan

Name neue/r Mitarbeiter/in: _____ Personalnummer: _____
 Abteilung: _____ Vorgesetzte/r: _____
 Datum des Eintritts: _____

Phase	Aufgabe	Zuständiger	Datum	Erledigt
Phase 1: Vor Arbeitsbeginn	Buchhaltung / Fachabteilung informieren			<input type="checkbox"/>
	Personalunterlagen prüfen – Reisepass / Ausweis / Visum / Führungszeugnis / Bankdaten / Digitalfoto			<input type="checkbox"/>
	Arbeitsvertrag vorbereiten			<input type="checkbox"/>
	Kolleginnen und Kollegen informieren			<input type="checkbox"/>
	Betreuer / Mentor auswählen			<input type="checkbox"/>
	Info-Email an neuen Mitarbeiter schicken <ul style="list-style-type: none"> • Beginn Datum und Uhrzeit • Treffpunkt und Empfangsperson/en • Parkmöglichkeiten /Verkehrsanbindung • Notwendige mitzubringende Gegenstände 			<input type="checkbox"/>
	Arbeitsplatz einrichten <ul style="list-style-type: none"> • Platz auswählen • Tisch/Stuhl/Schreibtisch / PC / Telefon / Arbeitsmaterial organisieren • Email- und Skype Adresse erstellen • Anmeldung in Tourplan & Latinconnect und Zugangsdaten 			<input type="checkbox"/>
	Schlüssel organisieren			<input type="checkbox"/>
	Empfangsunterlagen organisieren <ul style="list-style-type: none"> • Latventure- und Hakuna Matata Flyer • Interne Richtlinien („reglamento interno“) 			<input type="checkbox"/>
	Aufnahme in Email-Verteiler und WhatsApp Gruppe			<input type="checkbox"/>
Organisation von notwendigen Schulungen			<input type="checkbox"/>	
Aufgaben für die ersten Tage erstellen			<input type="checkbox"/>	
Phase 2: Am ersten Tag	Empfang des neuen Mitarbeiters & Begleiten zum Arbeitsplatz			<input type="checkbox"/>
	Empfangsunterlagen aushändigen			<input type="checkbox"/>
	Materialien aushändigen <ul style="list-style-type: none"> • Schlüssel • Arbeitsmaterial 			<input type="checkbox"/>
	Rundgang / Vorstellung von Kollegen und Abteilungen / Büro zeigen			<input type="checkbox"/>
	Organisatorische Themen <ul style="list-style-type: none"> • Arbeitszeit / Arbeitszeiterfassung / Pausen • Ansprechpartner / Telefonliste • Büroregeln (Sauberkeit, Küche, Toilette) • Recycling • Corona Protokoll 			<input type="checkbox"/>
	Einführung in das Unternehmen <ul style="list-style-type: none"> • Struktur & Meilensteine • Länderbüros & Team • Papaya Tours & Externe Kunden • Reiseprodukte • Unternehmensphilosophie • Nachhaltigkeit • USP 			<input type="checkbox"/>
	Erklärung der Tätigkeit <ul style="list-style-type: none"> • Arbeitsweise / Kommunikation / Befugnisse / Organigramm • Schwerpunkte / Verantwortungsbereich • Im Bezug zum ganzen Unternehmen 			<input type="checkbox"/>
Erklärung der weiteren Einarbeitung / Erwartungen an die nächsten Tage			<input type="checkbox"/>	
Gemeinsame Pause mit den Kollegen			<input type="checkbox"/>	

Phase 3: In den ersten zwei Wochen	Einarbeitung in das aktuelle Arbeitssystem <ul style="list-style-type: none"> • Travel Cockpit • Fileserver P:/ • Formate 			<input type="checkbox"/>
	Einarbeitung in das Tourplan System			<input type="checkbox"/>
	Verkauf – Einführung <ul style="list-style-type: none"> • B2C / B2B • Interner Verkauf – Papaya Tours • Externer Verkauf – Allgemein / Evaneos • Latinconnect 			<input type="checkbox"/>
	Verkauf – Destination Ecuador <ul style="list-style-type: none"> • Ecuador Webinar • Galapagos Webinar • Typische Reiserouten 			<input type="checkbox"/>
	Verkauf – Reiseprodukte <ul style="list-style-type: none"> • Arten - FIT / Gruppe • Gruppen – Serie / Sonder / Zubucher • Kategorien – Länderkombi / Rundreise / Mietwagenreise / Reisebaustein / Galapagos Kreuzfahrt / Galapagos Insel Hopping / Ausflüge • Thema – Aktiv / Erlebnis / Familie / Honeymoon 			<input type="checkbox"/>
	Verkauf – Angebote <ul style="list-style-type: none"> • Kalkulation • Verkaufspreise • Angebotsformat 			<input type="checkbox"/>
	Verkauf – Angebote (Übungssession)			<input type="checkbox"/>
	Verkauf – Marketing <ul style="list-style-type: none"> • Ländermagazin / Newsticker • Soziale Medien (Instagram, Facebook) • Messen • Mitgliedschaften 			<input type="checkbox"/>
	Operations – Einführung <ul style="list-style-type: none"> • Ecuador Festland / Galapagos • FIT / Gruppen • Vorbereitung / Durchführung / Nachbereitung 			<input type="checkbox"/>
	Operations – Leistungserbringer <ul style="list-style-type: none"> • Hotel / Lodge • Transport • Guide / Driver Guide • Kreuzfahrtschiff • Airline • Andere • „Convenios“ 			<input type="checkbox"/>
	Operations – Buchungen <ul style="list-style-type: none"> • Planung / Werkzeuge • Bloqueo • Reservierung • Briefing • Reiseunterlagen 			<input type="checkbox"/>
	Buchhaltung – Einführung <ul style="list-style-type: none"> • Zahlungsausgang / Zahlungstage • Kundenrechnung 			<input type="checkbox"/>
	Feedback gegen Ende der zweiten Woche einholen, Vertiefungsbedarf ermitteln			<input type="checkbox"/>
	Gegebenenfalls Anpassung der Einarbeitung			<input type="checkbox"/>
Phase 4: Nach der Einarbeitung	Video Schulungen			<input type="checkbox"/>
	Evaneos <ul style="list-style-type: none"> • Zoom Schulung • Kundenübernahme • Gespräch mit Evaneos 			<input type="checkbox"/>
	Erste Arbeitsgebiete <ul style="list-style-type: none"> • Inhalte pflegen (Tourplan, Latinconnect) • Ländermagazin / Newsticker • Soziale Medien (Instagram, Facebook) 			<input type="checkbox"/>
	Externe Kunden informieren & Vorstellung			<input type="checkbox"/>

Externe Schulungen: Das externe Schulungsprogramm basiert auf Schulungen, die von nationalen Tourismuseinrichtungen und -verbänden angeboten werden, z. B. von der Tourismuskammer, einem Verband, dem Latventure seit mehreren Jahren angehört und der aktiv und regelmäßig an den von dieser Einrichtung angebotenen Schulungen teilnimmt.

Das Latventure-Team hat an Schulungen zu verschiedenen Themen wie Erste Hilfe, Umgang mit Feuerlöschern, Kundenservice, Marketing und Werbung und anderen wichtigen Themen teilgenommen, die zur Verbesserung der persönlichen und beruflichen Fähigkeiten des Teams beitragen.

Nachfolgend finden Sie ein Beispiel für die Teilnahmebescheinigung an der Schulung *Strategisches Digitales Marketing* von TourCert.



4.5. Mitarbeiterzufriedenheit

Indikatoren	Einheit	Jahr
Index der Mitarbeiterzufriedenheit	84.55%	2021
Index für Strategie und Management	86.2%	2021
Index der Arbeitsbedingungen	82.9%	2021
Index für Umweltschutz am Firmensitz	86.2%	2021
Index für Umweltverhalten der Mitarbeiter	78.6%	2021
Index für den Schutz, die Aufwertung des kulturellen Erbes und die Unterstützung der lokalen Gemeinschaften	83.6%	2021
Prozentualer Anteil der Mitarbeiter, die an der Umfrage teilgenommen haben	77.7%	2021
Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit der Mitarbeiter im Unternehmen	2 años	2021

Das Team von Mitarbeitern ist für Latventure von grundlegender Bedeutung, denn motivierte, geschätzte und wertgeschätzte Mitarbeiter wirken sich positiv auf das Unternehmen aus, da sie das Erreichen von Zielen und Vorgaben erleichtern, die zum Wachstum des Unternehmens beitragen.

Die Umfrage zur Mitarbeiterzufriedenheit wurde mit vollem Erfolg durchgeführt, das Engagement des Teams ermöglichte es, dass 7 von 9 möglichen Mitarbeitern die Umfrage ausfüllten. Die zwei Mitarbeiter, die die Umfrage nicht ausfüllten, waren der Rechtsvertreter und der Geschäftsführer. Der kooperative Geist des Teams erleichterte die Analyse der Ergebnisse und ermöglichte die Festlegung von Strategien zur kontinuierlichen Verbesserung.

Die Auswertung der Ergebnisse zeigt, dass die Mitarbeiter mit dem Management von Latventure recht zufrieden sind. Es gibt Indikatoren mit einem niedrigen Prozentsatz an Zufriedenheit, wie z.B. der Indikator des Gleichgewichts zwischen den Aufgaben und der erhaltenen Vergütung, bei dem die große Mehrheit der Mitarbeiter ihre Unzufriedenheit kundtut, wobei der niedrige Prozentsatz natürlich auf die Tatsache zurückzuführen ist, dass das Team mehrere Monate lang in reduzierter Stundenzahl (Teilzeit) arbeitete und eine geringere Vergütung entsprechend der Arbeitsmodalität erhielt. Diese Maßnahme wurde im Rahmen der Kostenoptimierung ergriffen, um die durch die Pandemie COVID 19 ausgelöste Wirtschaftskrise zu überstehen und zu überwinden. In Anbetracht dieser Tatsache und angesichts der wirtschaftlichen Erholung der Tourismusbranche (Anstieg der Buchungen) ergriff die Geschäftsleitung von Latventure die notwendigen Korrekturmaßnahmen und passte den vollen Arbeitstag (Vollzeit) und die gleichen Vertragsbedingungen für das gesamte Mitarbeiterteam an.

In Bezug auf die Stärken, die sich aus den Ergebnissen der Umfrage ergeben, sind die folgenden Punkte hervorzuheben.

- Die Entscheidungen der Geschäftsleitung sind verständlich und klar.
- Zugang zu den Informationen und Unterlagen, die für die Ausführung der Aufgaben der Stelle erforderlich sind.
- Entwicklung und Rückmeldung von Kenntnissen und Fähigkeiten im Arbeitsbereich.
- Achtung der Gleichberechtigung von Geschlecht, Alter und Kultur.
- Gutes Arbeitsklima, konstruktive Zusammenarbeit und gegenseitige Unterstützung.

- Das Gefühl der Wertschätzung und des Respekts seitens der Mitarbeiter und der Geschäftsführung.

Die durchschnittliche Verweildauer der Mitarbeiter bei Latventure beträgt 2 Jahre. Im Vergleich zu früheren Evaluierungsprozessen zeigt das Team jetzt eine Arbeitsplatzstabilität im Unternehmen, die die Stärkung und Gewährleistung interner Prozesse und die Erfüllung mittel- und langfristiger Ziele erleichtert, die zum Unternehmenswachstum beitragen.

4.6. Fairness und Integration

Bei Latventure stehen Respekt und Chancengleichheit an erster Stelle. Es gibt keine Unterscheidung aufgrund von ethnischer Zugehörigkeit, Alter, Religion, sexueller Orientierung oder Behinderung. Das Team der Mitarbeiter wird fair und gleichberechtigt behandelt, was zu einem ausgezeichneten Arbeitsumfeld und einer guten Kameradschaft beiträgt.

Unstimmigkeiten zwischen den Mitarbeitern sind minimal, aber im Falle eines bestimmten Problems werden Dialog- und Kommunikationsmechanismen eingerichtet, um das Verständnis und die Verständigung zwischen den beteiligten Parteien zu erleichtern. Diese Maßnahme trägt zur Stärkung des Arbeitsumfelds und der Teamarbeit bei.

Das Team der Mitarbeiter hat volle Einsicht und Zugang zum Schulungsprogramm, so dass ihr Recht auf Lernen und Feedback gewährleistet ist. Das Schulungsprogramm von Latventure berücksichtigt die Beteiligung aller Abteilungen des Unternehmens, mit spezifischen Schulungen für jeden Bereich.

4.7. Menschenrechte und Schutz von Kindern

Latventure ist fest entschlossen, die Menschenrechte und den Schutz von Minderjährigen zu verteidigen, mit besonderem Augenmerk auf die sexuelle Ausbeutung von Kindern, die ein großes Problem darstellt, das vor allem in unterentwickelten Ländern auftritt. Um zur Linderung dieses Problems beizutragen, ratifizieren wir unseren Beitrag durch die Unterzeichnung der ESNNA-Verpflichtungserklärung.

Mit der Unterzeichnung des Verpflichtungsgesetzes gegen die sexuelle Ausbeutung von Kindern und Jugendlichen wird auf der Grundlage der Bestimmungen der ecuadorianischen Verfassung deutlich, dass der gesamte Tourismussektor in Übereinstimmung mit dem Nationalen Plan für ein gutes Leben, dem Globalen Ethikkodex für den Tourismus, internationalen Abkommen und dem Kodex für Kinder und Jugendliche zusammen mit allen zuständigen Behörden und Regierungsebenen für die Prävention der sexuellen Ausbeutung von Kindern im Reise- und Tourismusbereich verantwortlich ist.

Neben der Unterzeichnung der ESNNA-Verpflichtung legt Latventure im Rahmen der Sozialisierung und Verbreitung bei den Akteuren des Tourismussektors in den für die Leistungserbringer aufgestellten Verhaltensrichtlinien besonderen Wert auf die Stärkung und Verteidigung der Menschenrechte und des Kinderschutzes, wobei das Wichtigste ist, dass alle Personen, Unternehmen und Institutionen, die Teil des Tourismussektors sind, aktiv zur Prävention von Ausbeutung beitragen.

4.8. Schutz und Rettung des kulturellen Erbes

Das touristische Angebot von Latventure umfasst Besuche von Touristenattraktionen, die in Ecuador zum Kulturerbe erklärt wurden, wie z.B. das historische Zentrum von Quito, Cuenca und die Galapagos-Inseln. Der entwickelte Mechanismus sieht vor, dass die Reiseleiter für den Umgang mit den Reisenden, die Verhaltensregeln, die Achtung und den Schutz des kulturellen Erbes verantwortlich sind.

Darüber hinaus werden im Verhaltenskodex für Touristen und in den allgemeinen Informationen für Kunden die Verhaltensregeln, die Reisende während ihres Besuchs von materiellen, immateriellen und natürlichen Gütern, die Teil des kulturellen Erbes sind, beachten und einhalten müssen, klar angegeben.

4.9. Respekt für lokale Gemeinden und Bevölkerungsgruppen

Latventure ist fest entschlossen, die Gemeinden und die örtliche Bevölkerung zu respektieren. Das touristische Angebot umfasst Besuche verschiedener gemeinschaftlicher Tourismusprojekte, wie z.B. die Gemeinden "La Calera", "Razuñan", "Santa Rita", "Nizag" und "Morochos". Die Reiseleiter sind für den Umgang mit den Reisenden, die Verhaltensregeln und den Respekt gegenüber den Gemeinden verantwortlich. Für Latventure ist es wichtig, diese Aktivitäten in die Touren einzubeziehen, da sie dazu beitragen, die Wirtschaft der Gemeinde anzukurbeln und die Gemeindeentwicklung zu fördern.

Genauso wie wir unsere Kunden über die Realität der Gemeinden in Ecuador informieren, in Bezug auf den Lebensstil, also hart arbeitende Menschen, die sich der Landwirtschaft und der Viehzucht widmen, die in bescheidenen Unterkünften leben, aber mit einem wichtigen menschlichen Sinn, Service und Kundendienst, ist es wichtig, diese Informationen mit den Reisenden zu teilen, so dass sie sich bei der Entwicklung ihrer Reise im Klaren über die Realität sind, die sie erleben werden.

4.10. Beteiligung der Gemeinde

Das touristische Angebot von Latventure umfasst den Besuch und die Inanspruchnahme von touristischen Dienstleistungen (Unterkunft, Transport, Verpflegung, Führung) in lokalen Gemeinden. Die aktive Beteiligung der Reisenden an der Gemeinschaft wird als sinnvoll erachtet, da sie zur lokalen Wirtschaft beiträgt, ebenso wie die Interaktion des Reisenden mit der lokalen Bevölkerung, der Respekt vor der Kultur, dem Lebensstil und anderen Faktoren, die Diversifizierung des touristischen Angebots begünstigt und es dem Reisenden ermöglicht, eine bereichernde Erfahrung des Erlebnistourismus mitzunehmen.

Im Folgenden sind einige der Gemeinschaftsprojekte aufgeführt, die im Rahmen der Touren angeboten werden und die es angesichts der positiven Aufnahme durch die Reisenden ermöglichen, einen wirtschaftlichen Beitrag zur Entwicklung der lokalen Wirtschaft zu leisten.

Puruha Razurcu - Razu Ñan: Unterstützung der Gemeinschaft durch die Einstellung lokaler Führer, ein Besuch in der Gemeinschaft der Weberinnen, bei dem der Reisende die traditionellen Techniken des Schafschurens und des Webens von Schafwolle kennen lernen kann und vor allem eine touristische Erfahrung durch den Austausch von Geschichten und Anekdoten mit Baltazar Ushca, bekannt als der "letzte Eispickelmacher des Chimborazo".

Quichua Native Travel: Gemeinschaft in Otavalo, die eine Vielzahl von touristischen Programmen, besonders Homestay-Aktivitäten, also die Beherbergung bei Gastfamilien, anbietet. Diese Aktivität ermöglicht es dem Reisenden, die einzigartige Erfahrung zu machen, mit einer Bauernfamilie zu leben und etwas über ihre Bräuche, Traditionen und ihren Lebensstil zu lernen.

Hakuna Matata Amazon Lodge - Santa Barbara Community: Durch die Vermarktung, den Verkauf und die Durchführung des Explorer-Programms leistet der Reisende einen Beitrag zur Santa Barbara Community, die das Erlebnis bietet und es dem Touristen ermöglicht, die typische Amazonas-Gastronomie kennenzulernen und daran mitzuwirken sowie die Aktivitäten und die tägliche Arbeit der Einheimischen kennenzulernen.

Gemeinde Nizag: In Alausí gelegen, bietet diese Gemeinde die Dienste von Führern, Verpflegung und Transport auf einer sehr interessanten touristischen Wanderroute an. Sie gibt dem Reisenden die Möglichkeit, die berühmte "Teufelsnase" kennenzulernen und die Strecke des Zuges, der als schwierigste Eisenbahn der Welt bezeichnet wird, aus einer Panoramaperspektive zu sehen. Es ist eines der Meisterwerke der Ingenieurskunst, das durch ein Zickzack-Design diese enorme geographische Besonderheit, bekannt als "Teufelsnase", überwinden konnte.

Fischergemeinde von San Cristobal: Das touristische Angebot, vor allem in unseren Gruppenreisen, beinhaltet einen Besuch in der Fischergemeinde von San Cristobal - Galapagos. Diese Aktivität ermöglicht es den Reisenden, ein typisches und traditionelles Abendessen mit einer Familie zu teilen, deren Haupteinkommensquelle der Fischfang ist.

Inti Sisa: Die in Guamote ansässige Gemeinde, die sich hauptsächlich aus indigenen Völkern zusammensetzt, unterstützt aktiv das Frauengemeinschaftszentrum, das Schulprojekt der Gemeinschaft, die Gemeinschaftsunterkünfte und trägt im Zusammenhang mit den Tourismusaktivitäten der Gemeinschaft zur Vermarktung und zum Verkauf des Gemeinschaftsreiseprogramms bei, das den Reisenden ein bereicherndes Tourismuserlebnis bietet.

4.11. Auswirkungen auf die lokale Wirtschaft

Indikator	Einheit	Jahr
Anteil (%) der Beschäftigten aus dem Ort oder der Region	66%	2021
Anteil (%) der Lieferanten, die aus dem Ort oder der Region stammen	100%	2021

Latventure leistet einen wichtigen Beitrag zur lokalen Wirtschaft, denn 66 % der Mitarbeiter sind Einheimische (Ecuador), die restlichen 33 % des Teams sind Ausländer (Deutschland), die der Verkaufsabteilung angehören. Natürlich ist es wichtig, ein spezialisiertes Verkaufsteam zu haben, das den Hauptmarkt von Latventure kennt, damit die Betreuung und Kommunikation mit den Kunden transparent, effektiv und durchsetzungsfähig ist.

Bei den Anbietern von touristischen Dienstleistungen (Unterkunft, Verpflegung, Transport, Reiseführer) handelt es sich zu 100 % um lokale Anbieter, so dass die Erlöse direkt zu den Hauptakteuren gelangt.

Generell ist das touristische Angebot von Latventure ganz darauf ausgerichtet, zur lokalen Wirtschaft beizutragen und sie zu unterstützen. Deshalb umfassen die meisten Reisen Unterkünfte in Familienbetrieben, Aktivitäten und Ausflüge mit lokalen Tourismusanbietern sowie Gemeinschaftstourismus, um zur Wiederbelebung der nachhaltigen Wirtschaft beizutragen.

4.12. Politischer Einfluss

Latventure hat keine politischen Neigungen oder Affinitäten und unterstützt daher auch keine politischen Parteien finanziell.

Auf der Grundlage der Einhaltung lokaler Gesetze und Vorschriften leistet Latventure die jährlichen und monatlichen Zahlungen von Steuern, Patenten, Arbeitgeberbeiträgen, IESS-Zugehörigkeit und anderen Werten an staatliche Stellen, die für Kontrolle und Überprüfung der Einhaltung der Vorschriften und der unternehmerischen Verantwortung verantwortlich sind.

Latventure gehört der CAPTUR (Provinzkammer für Tourismus Pichincha) an, einer Vereinigung von Tourismusbetrieben und der höchsten Instanz, die die Tourismusbranche

vertritt. Sie ist für den Dialog mit den staatlichen Stellen zuständig, um gemeinsame Vorteile für alle Mitglieder zu erzielen.

4.13. Geschäftsgebaren im Einklang mit Gesetzen und Vorschriften

Die enge Geschäftsbeziehung mit den Lieferanten ermöglicht es uns, die Einhaltung der geltenden Betriebsgenehmigungen, Gesetze und Vorschriften durch den Lieferanten zu kennen und darüber informiert zu sein.

Um die Einhaltung der Betriebsgenehmigungen der Lieferanten zu überprüfen und zu bestätigen, fordert Latventure die Unternehmen jährlich auf, die auf das laufende Jahr aktualisierten Genehmigungen zu übermitteln; diese Unterlagen werden ordnungsgemäß im Dateisystem gespeichert.

Illegale Handlungen und Korruption kommen in der Wertschöpfungskette in keiner Form vor, so dass es in den Jahren seit der Gründung von Latventure nie zu solchen Fällen gekommen ist.

5. Programm zur kontinuierlichen Verbesserung

Das Verbesserungsprogramm umfasst alle kurz-, mittel- oder langfristig umzusetzenden Maßnahmen, die sich aus der Diagnose der verschiedenen Erhebungen und Bewertungen ergeben. Diese liefern den notwendigen Input für die Priorisierung der grundlegenden Aspekte, die in das Verbesserungsprogramm aufgenommen werden sollen.

Das Verbesserungsprogramm wird ordnungsgemäß aktualisiert und in die Avanti Cockpit TourCert Plattform eingegeben.