

A man wearing a straw hat and a plaid shirt is talking on a mobile phone in a green field. The background shows a vast landscape with utility poles and a clear sky.

# Mejor cobertura, mayor integración

Reporte de sostenibilidad 2017

The Claro logo, which consists of the word "Claro" in white text inside a red circle with a white outline.

Claro



# Contenido

(102-14)



## 1. Nosotros

Carta del Director General 03



## 2. Gestión Humana Responsable

Nuestro equipo 05  
Bienestar Laboral 08  
Formación de Capacidades y Desarrollo Profesional 09  
Salud y Seguridad en el Trabajo 12



## 3. Gestión Ambiental Responsable

Consumo de energía 15  
Emisiones 17  
Residuos por tipo y método de eliminación 18



## 4. Gestión Social Responsable

Nueva infraestructura sostenible para conectar mejor a los peruanos 20  
Seguridad de nuestros productos y servicios 21  
Programas sociales



## 5. Gestión Corporativa Responsable

Valores y principios 25  
Visión y Misión 25  
Adhesión a iniciativas externas y asociaciones 25  
Distinciones y certificaciones recibidas 26  
Gobierno Corporativo 27  
Anticorrupción 27  
Publicidad responsable 28  
Atención y servicio oportunos para nuestros clientes 28  
Privacidad del cliente 29  
Cadena de Suministro 30



## 6. Acerca de este Reporte

Nuestros grupos de interés 32  
Nuestros temas materiales 34  
Notas finales 35  
Índice de Contenido GRI 36



**Estamos orgullosos de haber mantenido, en el 2017, relaciones comerciales con más de 1,750 proveedores, 90% de ellos de origen nacional, y 97% de ellas medianas y pequeñas empresas.**

## Carta del Director General

(102-14)

Como empresa de telecomunicaciones estamos convencidos de que la única manera de ser sostenibles en el mercado de hoy es garantizando un crecimiento responsable de la mano de nuestros grupos de interés, gestión que nos ha permitido ser reconocidos este año como Empresa Socialmente Responsable (ESR), un distintivo que recibimos con orgullo y que nos confirma que el camino que elegimos, colocando a la sostenibilidad como parte de la cultura organizacional y la estrategia de negocio, es el correcto.

Estamos orgullosos de haber mantenido, en el 2017, relaciones comerciales con más de 1,750 proveedores, 90% de origen nacional, y 97% de ellos, son medianas y pequeñas empresas. Esto da cuenta de nuestro aporte al desarrollo de emprendimientos nacionales.

El 2017, además, ha sido un año de retos, competencia y dinamismo en el mercado peruano de las telecomunicaciones, lo que nos ha llevado a innovar con novedosas campañas comerciales y publicitarias siempre en beneficio de nuestros clientes, ofreciéndoles servicios y productos cada vez más atractivos.

Pero este año también nos sorprendió el fenómeno de El Niño Costero, que provocó uno de los mayores desastres naturales en la zona norte del Perú. Con ello, nuestra infraestructura de red sufrió innumerables daños que afectaron las comunicaciones. Sin embargo, gracias a nuestro Plan de Continuidad del Servicio, que se activa ante situaciones como ésta, nuestra empresa tuvo la mejor respuesta de cara a mantener comunicados en medio del desastre a los usuarios en las zonas de Piura, Lambayeque, La Libertad y Áncash.

Con este suceso que afectó a miles de peruanos, nuestros colaboradores activaron una campaña de ayuda mediante la recolección de agua, alimentos no perecibles, ropa y



otros objetos necesarios para apoyar a los damnificados. Asimismo, se movilizaron, junto a una brigada especial enviada desde México por la Fundación Carlos Slim, llevando más de 400 carpas y plantas potabilizadoras que purificaron 50,000 litros de agua por día, así como motobombas para extraer agua inundada y lodo en las zonas afectadas.

Finalmente, nos enorgullece presentar nuestro Tercer Reporte de Sostenibilidad de conformidad con los Estándares del Global Reporting Initiative – GRI en la opción esencial, el cual muestra nuestro compromiso con el desarrollo del país.

Muchas gracias.

**Humberto Chávez López**  
DIRECTOR GENERAL



# 1. Nosotros

(102-1, 102-4, 102-5)

Somos América Móvil Perú S.A.C., subsidiaria de América Móvil, la cuarta compañía más grande de telecomunicaciones a nivel mundial en términos de suscripciones móviles, fuera de China.

América Móvil cuenta con oficinas corporativas en México y tiene operaciones en 25 países de América, Europa y el Caribe: Argentina, Austria, Bielorrusia, Brasil, Bulgaria, Chile, Colombia, Costa Rica, Croacia, Ecuador, El Salvador, Eslovenia, Estados Unidos, Guatemala, Honduras, Macedonia, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Puerto Rico, República Dominicana, Serbia y Uruguay.

Las telecomunicaciones son base fundamental para integrar a las personas y promover la igualdad de oportunidades y desarrollo para todos. Por ello, durante el 2017, se realizó un gran despliegue de nuestra infraestructura con el objetivo de expandir nuestro servicio móvil (voz y datos de Internet), incrementando así nuestra cobertura móvil y acercando las nuevas tecnologías a cada vez más peruanos.

Este esfuerzo por llevar mayor comunicación implicó una serie de acciones conjuntas como la implementación de fibra óptica<sup>1</sup>, elemento que, si bien implica una mayor inversión económica, pues es necesario utilizar una infraestructura de soporte de calidad, nos permite unir a todo un centro poblado o localidad con la red de Claro.

Una vez que la zona ya cuenta con nuestra red es imprescindible la instalación de antenas, pues solo así se asegura que cada poblador del lugar pueda utilizar el servicio móvil para comunicarse. Como resultado de este trabajo, al cierre del 2017, logramos conectar a 22,925 centros poblados a nivel nacional.

(102-2, 102-3, 102-4, 102-6, 102-7)

(1) Filamento de material dieléctrico, como el vidrio o los polímeros acrílicos, capaz de conducir y transmitir impulsos luminosos de uno a otro de sus extremos; permite la transmisión de comunicaciones telefónicas, de televisión, otros, a gran velocidad y distancia, sin necesidad de utilizar señales eléctricas.



Además, nuestros clientes contaron con una variedad de servicios como telefonía móvil prepago y postpago, telefonía fija, Internet móvil y fijo, televisión por cable y satelital, así como otros servicios de valor agregado. Esto permitió atender las distintas necesidades de comunicación de personas y empresas.

La expansión de nuestro servicio y la variedad de nuestra oferta de negocio, nos permitió estar presente en las 25 regiones del Perú, contando con:

**13'789,423**

millones de líneas de acceso:

**12'391,596**

usuarios de líneas móviles



**1'397,827**

de telefonía fija, Internet y televisión de paga





## 2. Gestión Humana Responsable

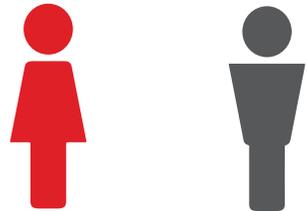


### Nuestro equipo

(102-7; 102-8)

Al cierre del 2017 contamos con 4,068 colaboradores en planilla, presentes en todo el país. De ellos, el 43,8% son mujeres, el 91,8% se encuentra bajo un contrato permanente y el 30,5% labora en regiones distintas a Lima.

#### Colaboradores según género y tipo de contrato



**1,782**

**2,286**

Permanente	1,594	2,139
Temporal	188	147
<b>Tipo de contrato</b>		

#### Colaboradores según ubicación geográfica y tipo de contrato



Lima

**2,829**

Norte

**506**

Centro

**233**

Sur

**500**

	<b>4,068</b>
	<b>3,733</b>
	<b>335</b>
<b>Total</b>	

### Valor Económico

(201-1)

En el 2017, el total de nuestros ingresos ascendieron a:

#### Valor Económico Generado

Ingresos totales

**5,436 millones de soles**

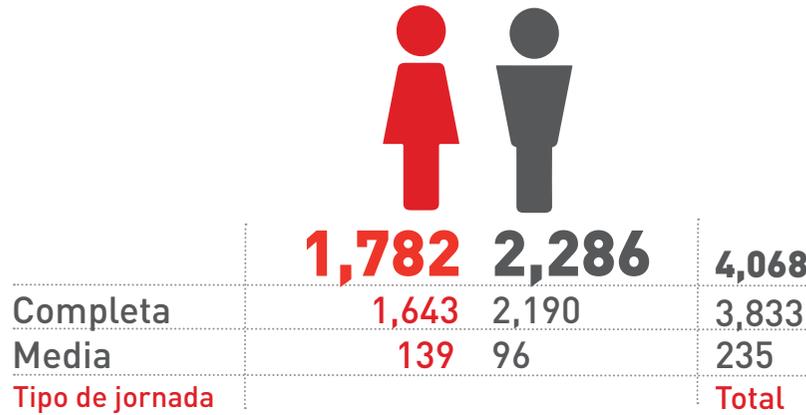
#### Valor Económico Retenido

Utilidad de la operación

**511 millones de soles**

El Valor Económico Retenido corresponde a EBIT (Earnings Before Interest and Taxes). Beneficio antes de intereses e impuestos.

## Colaboradores según género y tipo de jornada laboral



Cabe señalar que el rubro de nuestro negocio no demanda la contratación de personal por temporadas específicas para brindar nuestro servicio.

### Contrataciones Externas

Debido a la naturaleza de nuestro negocio y en aras de continuar llevando nuestro servicio a todo el país, contamos con personal externo como contratistas para el despliegue de nuestra red de telecomunicaciones y personal para atención a nuestros clientes (presencial y telefónica) en algunos de nuestros centros de atención y *call centers*.

Es así que mantenemos contrato con empresas contratistas (terceras) que nos brindan los siguientes servicios:

- Mantenimiento integral en Red de Acceso, Sedes Tecnológicas, Sedes Administrativas y Locales Comerciales.
- Mantenimiento de la Planta Externa de Fibras Ópticas.

En lo que respecta a la atención presencial de nuestros clientes, contamos con empresas terceras que colaboran con nosotros brindando servicios en:

- Puntos Atención y Ventas: 1,837 Canales de Atención Indirectos (Distribuidores, Cadenas, Centros de Atención al Cliente Externo, y Centros de Atención y Pagos).

### Número de personas contratadas en estas empresas terceras:

Región	CACE	CAP	DAC	CADENAS
Lima	409	35	2,533	812
Sur	88	52	1,326	150
Norte	80	51	1,982	374
Centro	12	43	1,081	249
<b>TOTAL</b>	<b>589</b>	<b>181</b>	<b>6,922</b>	<b>1,585</b>

Referente a la atención telefónica contamos con:



**1,054 asesores en los call centers contratados**

Cabe indicar que solo en la atención a nuestros clientes, presencial y telefónica, estamos generando

**más de 10,000  
puestos de trabajo  
indirectos**



## Rotación y nuevas contrataciones de personal

(401-1)

### Ceses (rotación)

Durante el 2017, registramos el cese de 556 colaboradores lo que representa una tasa de rotación del 13.67%. Para una mejor clasificación los distribuimos por edad, género y región:

Rango de Edad	Colaboradores Cesados	Tasa de cese
Menor igual a 25	91	4.82%
26 a 30	196	5.29%
31 a 40	215	0.86%
41 a 50	35	0.37%
51 a 60	15	0.10%
Mayor igual a 61	4	2.24%
<b>Total general</b>	<b>556</b>	<b>13.67%</b>

Género	Colaboradores Cesados	Tasa de cese
Femenino	247	6.07%
Masculino	309	7.60%
<b>Total general</b>	<b>556</b>	<b>13.67%</b>

Región	Colaboradores Cesados	Tasa de cese
Centro	33	0.81%
Lima	388	9.54%
Norte	49	1.20%
Sur	86	2.11%
<b>Total general</b>	<b>556</b>	<b>13.67%</b>

### Contrataciones

Durante el periodo reportado registramos un ingreso de 616 personas, lo cual representa una tasa contratación del 15.14%. Para una mejor clasificación los distribuimos por edad, género y región:

Rango de Edad	Contrataciones	Tasa de contratación
Menor igual a 25	218	5.36%
26 a 30	266	6.54%
31 a 40	115	2.83%
41 a 50	17	0.42%
<b>Total general</b>	<b>616</b>	<b>15.14%</b>

Género	Contrataciones	Tasa de contratación
Femenino	300	7.37%
Masculino	316	7.77%
<b>Total general</b>	<b>616</b>	<b>15.14%</b>

Región	Contrataciones	Tasa de contratación
Centro	52	1.28%
Lima	408	10.02%
Norte	52	1.28%
Sur	104	2.55%
<b>Total general</b>	<b>616</b>	<b>15.14%</b>

## Ejecutivos por puesto y ubicación geográfica

(202-2)

A nivel nacional contamos con 686 colaboradores en puestos de nivel ejecutivo. De ellos, el 75,1% se encuentra localizado en Lima, el 11,4% se ubica en la región norte del país, el 3% en la zona centro y el 10,5% en el sur.

Puesto	Lima	Norte	Centro	Sur
Gerente General	1	-	-	-
Directores	31	1	-	1
Gerentes	99	6	-	8
Jefes	225	39	10	33
Supervisores	159	32	11	30
<b>Total</b>	<b>515</b>	<b>78</b>	<b>21</b>	<b>72</b>



**A nivel nacional contamos con 686 colaboradores en puestos de liderazgo.**



**Durante el 2017, otorgamos 10,221 días laborales en licencias por maternidad y 413 días en licencias por paternidad.**

## Bienestar Laboral

[401-2]

Cumplimos con otorgarles a todos los colaboradores con contratación permanente o temporal seguro de vida y salud, además de vacaciones remuneradas.

En el caso de los colaboradores a plazo permanente también se les otorga el pago de gratificaciones de acuerdo a ley.

En línea con la legislación nacional vigente, respecto de la licencia de maternidad y paternidad, durante el 2017, otorgamos 10,221 días laborales en licencias por maternidad y 413 días en licencias por paternidad.

Nuestras colaboradoras en período de lactancia cuentan con un lactario institucional a su disposición en nuestra sede principal.

Además, reconocemos el esfuerzo y dedicación de nuestros colaboradores mediante otros beneficios como:



### Bono por nacimiento

Nuestros colaboradores que se convirtieron en padres o madres recibieron una bonificación por el nacimiento de su hijo o hija.



### Licencia por fallecimiento de familiar

Nuestros colaboradores cuentan con tres días hábiles de licencia y un bono monetario que asciende al sueldo mínimo vital por el fallecimiento de algún familiar directo.



### Tarjeta de alimentos

Otorgamos una subvención mensual a nuestros colaboradores para que pueden acceder a la compra de alimentos en más de 20 mil establecimientos a nivel nacional.



### Bono por escolaridad

Brindamos a nuestros colaboradores bonos por cada hijo que tenga entre 3 y 18 años.



### Acceso a nuestros servicios

Adicionalmente a ello, todos nuestros colaboradores acceden a planes de conectividad en telefonía, cable e internet con descuentos especiales.

# Formación de Capacidades y Desarrollo Profesional

## Actividades Formativas

{404-1}

Para ofrecer un servicio de calidad a nuestros clientes es fundamental que nuestros colaboradores cuenten con las herramientas, conocimientos y habilidades personales y profesionales necesarias para un desempeño de alto nivel. En ese sentido, implementamos los siguientes programas de formación durante el 2017:

- **Programa de Cursos de Liderazgo:** Busca consolidar las competencias transversales de nuestro modelo de negocio. Comprende lecciones mensuales y presenciales a cargo de instructores internos y externos, así como virtuales.

**Participaron 1,360 colaboradores.**

- **Programa de Cursos de Especialización:** Busca actualizar los conocimientos profesionales en diversas especialidades para alinear a los colaboradores a la estrategia de la compañía. Comprende lecciones mensuales presenciales a cargo de instructores internos y externos.

**Participaron 963 colaboradores.**

- **Programa de Inducción a los nuevos colaboradores:** Busca que los nuevos colaboradores puedan conocer más sobre la empresa, su cultura y el negocio de las telecomunicaciones. Se desarrolla cada semana de forma semi presencial con instructores internos.

**Participaron 616 colaboradores.**

- **Programa de Seguridad y Salud Ocupacional:** Busca capacitar a todos los colaboradores en materia de Seguridad y Salud Ocupacional, preparándolos para actuar en situaciones de emergencia. Se realiza de manera anual, bajo la modalidad virtual.

**Participaron 3,377 colaboradores.**

Destacamos, además, los siguientes avances que se desarrollaron para fortalecer nuestra gestión en la formación de nuestros colaboradores:

- **Modelo de Competencias:** Adaptamos los comportamientos que definen cada una de las competencias transversales aplicables al personal administrativo y los asesores de los Centros de Atención al Cliente. Además, definimos nuevos niveles de dominio para la evaluación de cada comportamiento.
- **Programa de Liderazgo Harvard ManageMentor:** Implementamos este prestigioso programa, dirigido a los líderes estratégicos de la empresa que ofrece 40 cursos virtuales.
- **Ciclo de Conferencias:** Iniciamos un ciclo de conferencias a cargo de universidades peruanas y extranjeras en temas de liderazgo, servicio y gestión, dirigido a diferentes públicos objetivos como colaboradores, mandos medios y líderes estratégicos.
- **Diseño de Cursos Virtuales Internos:** Nuestro Centro de Formación Claro diseñó 12 cursos virtuales dirigidos a mandos medios, adaptando sus contenidos a disposición de nuestros colaboradores.
- **Plataforma de aprendizaje Success Factors:** Potenciamos el uso de la plataforma Success Factors como una herramienta que permite a los colaboradores autogestionar su desarrollo y automatizar su proceso de capacitación.
- **Nuevas instalaciones del Centro de Formación Claro:** Inauguramos las nuevas instalaciones del Centro de Formación Claro, equipadas con 5 laboratorios y 3 aulas multiusos.

Durante el 2017, recibieron capacitación relacionada a sus funciones 4,093 colaboradores a tiempo completo. De ellos, el 75,4 % pertenece al nivel jerárquico inicial en nuestra organización y cada uno, recibió en promedio, 44,7 horas de capacitación. Destacamos, además, que el número promedio de horas de capacitación recibido por cada colaboradora fue de 42,9 horas; mientras que, en el caso de los hombres, dicha cifra es de 32,7 horas.



**Potenciamos el uso de la plataforma Success Factors como una herramienta que permite a los colaboradores autogestionar su desarrollo y automatizar su proceso de capacitación.**

**Número de colaboradores a tiempo completo capacitados y horas de capacitación brindadas según género y nivel jerárquico**

Puesto	Personas		Horas de capacitación	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Nivel mínimo de entrada	1,394	1,690	69,946	67,861
Coordinador o similar	80	221	1,230	3,164
Jefe o similar	236	331	3,517	4,383
Gerente o similar	35	76	384	984
Director o similar	4	25	14	222
Director de negocio o similar	0	1	0	2
<b>Total</b>	<b>1,749</b>	<b>2,344</b>	<b>75,091</b>	<b>76,616</b>

Las actividades de capacitación también beneficiaron a los colaboradores a tiempo parcial y temporal. Así, se encontró que, en promedio, las mujeres de este tipo de contratación recibieron 71,9 horas de formación durante el 2017, mientras que los hombres recibieron 65,6 horas.

**Número de colaboradores a tiempo parcial y temporales capacitados y horas de capacitación brindadas según género**

Tipo de Colaboradores	Personas		Horas de capacitación	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
A tiempo parcial	264	220	18,705	12,948
Temporales	154	197	11,356	14,392
<b>Total</b>	<b>418</b>	<b>417</b>	<b>30,061</b>	<b>27,340</b>

Asimismo, contamos con el programa de **Mejora Continua** bajo el cual se despliega capacitaciones en generación de soluciones, herramientas de gestión y toma de decisiones, que beneficiaron a 105 colaboradoras y 141 colaboradores de nuestra empresa con un total de 820 y 1,223 horas de capacitación, respectivamente.



Todas las actividades de capacitación y desarrollo realizadas en el 2017 demandaron una inversión aproximada de

**S/. 2.208.000**



## Evaluación del Desempeño

(404-3)

Evaluamos el desempeño de nuestros colaboradores con el fin de promover su desarrollo en la empresa. En línea con nuestro Código de Ética, medimos, el cumplimiento de sus objetivos en el puesto y sus competencias en términos de comunicación, generación de soluciones, orientación a los servicios y trabajo en equipo.

A continuación se muestra la cantidad de colaboradores evaluados según género y categoría laboral:

Colaboradores evaluados (sin practicantes)			Colaboradores evaluados según género		
Total	Evaluados	Sin evaluar*	Total	Femenino	Masculino
3,746	3,520	226	3,520	1,529	1,991
	94%	6%		43%	57%

\* No se realizó evaluación a los colaboradores que ingresaron después del 1 de julio 2017.

### Colaboradores evaluados según categoría laboral

Total	Director	Gerente	Jefe	Asesor	Empleado
3,520	34	117	294	1,000	2,075
	1%	3%	8%	28%	59%





**Alcanzamos el 100% de los exámenes médicos ocupacionales programados para el presente periodo, los cuales representan 1,620 en total.**

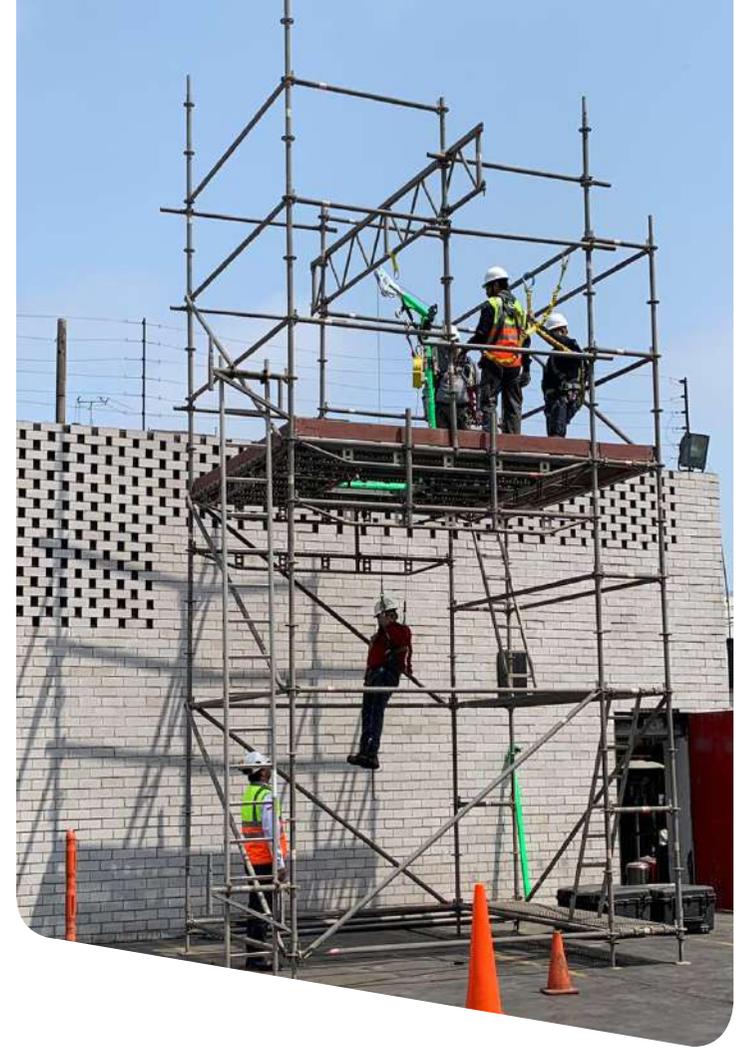
## Salud y Seguridad en el Trabajo

(403-1, 403-2, 403-3, 403-4)

Proporcionamos entornos seguros a todos nuestros colaboradores y gestionamos la prevención de riesgos ocupacionales. Para ello, contamos con una Política de Medio Ambiente, Seguridad y Salud en el Trabajo en la cual se establecen nuestros principios y compromisos para garantizar la seguridad de nuestros colaboradores; y un Comité de Seguridad y Salud en el Trabajo, que representa al 100% de los empleados de Claro con el que ponemos en práctica los planes que abarcan estos temas.

En esa línea, nuestras principales acciones desarrolladas durante el 2017 fueron las siguientes:

- **El 98% de colaboradores realizó los cursos de capacitación en SST** (Seguridad y Salud en el Trabajo) brindados por la empresa.
- **Cumplimos con el 96% de los requisitos que la norma OHSAS 18001** (Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo) exige, enfocados en gestionar la prevención de accidentes, la reducción de riesgos y el bienestar de nuestros colaboradores.
- **Desarrollamos programas para reducir el riesgo de incidentes o accidentes** en los lugares de trabajo tales como: lugar de trabajo ergonómico en los Centros de Atención al Cliente en Lima; y manejo del estrés, y salud y/o nutrición para el personal observado en el chequeo preventivo del 2016.
- **Alcanzamos el 100% de los exámenes médicos ocupacionales** programados para el presente periodo, los cuales representan 1, 620 en total.



(403-2)

A continuación, se detallan las estadísticas de salud y seguridad en el trabajo que se presentaron durante el 2017, según género y región.

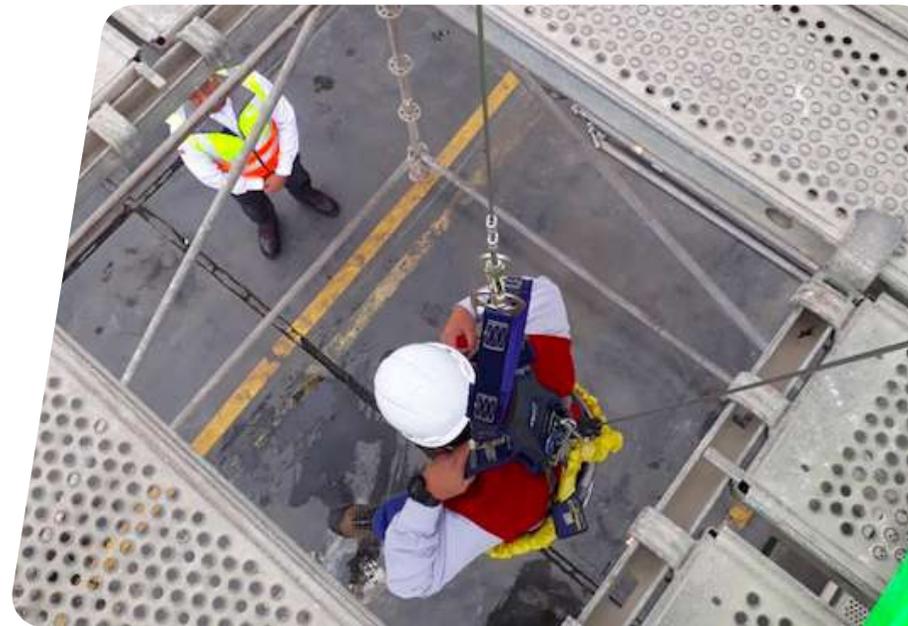
Género	Tasa de Frecuencia de Accidentes (TFA)	Tasa de Incidencia de Enfermedades Profesionales (TIEP)	Tasa de Días Perdidos (TDP)	Muertes
Femenino	0.457	0	3.66	0
Masculino	0.457	0	42.96	0

Región	Tasa de Frecuencia de Accidentes (TFA)	Tasa de Incidencia de Enfermedades Profesionales (TIEP)	Tasa de Días Perdidos (TDP)	Muertes
Lima	0.23	0	1.83	0
Norte	0.69	0	46.82	0
Centro	0	0	0	0
Sur	0	0	0	0

Cabe resaltar que nuestra tasa de frecuencia de enfermedad ocupacional (OIFR) es igual a 0 (cero).

Para la presentación de las estadísticas de accidentes utilizamos nuestro Procedimiento de Atención de Incidentes y Accidentes de Trabajo, basado en la Ley 29783, Ley de Seguridad y Salud en el Trabajo, el cual incluye al 100% de colaboradores de la empresa, representado enteramente por los Comités de Seguridad y Salud en el Trabajo.

Referente al personal externo, solo se registró 1 accidente por parte de un colaborador que realizaba actividades administrativas en nuestra sede principal. Sin embargo, ésta no era de riesgo. Al no existir recurrencia de accidentes, en el 2017 no se generó una Tasa de Frecuencia de Accidentes (TFA) del personal externo.





## 3. Gestión Ambiental Responsable

[201-2]

Sabemos que el cambio climático es una realidad, por ello desarrollamos constantemente acciones que enfrenten los riesgos que éste podría ocasionar a nuestro servicio de telecomunicaciones. Asimismo, conscientes de que como empresa generamos un impacto en el ambiente, orientamos nuestro modelo de negocio al respeto del entorno en toda nuestra cadena de valor. Para ello creamos mecanismos que aseguren el uso eficiente de los recursos que utilizamos para operar.

### Fenómeno del Niño

Durante marzo y abril del 2017, el Perú atravesó uno de los mayores desastres climáticos, el Fenómeno de El Niño Costero. Ello trajo lluvias torrenciales que ocasionaron inundaciones y huacos que afectaron nuestra red al presentar múltiples cortes simultáneos que interrumpieron el servicio de voz y datos. Sin embargo, al contar con un Plan de Continuidad del Servicio que se activa en casos de emergencia como éste, nuestra empresa tuvo la mejor respuesta y pudo recuperar pronto la comunicación.

Por ejemplo, nuestra radiobase en Huarmey, ubicada en la región Áncash, fue afectada por una inundación y, en respuesta, efectuamos el drenaje del agua y el acondicionamiento de la sala de equipos para evitar el reingreso del agua, así como la reinstalación de los equipos a una mayor altura.

Con referencia a nuestra planta externa de fibra óptica, presentamos múltiples afectaciones producto de los desbordes y caída de puentes, principalmente en las zonas de Chimbote, Trujillo, Chiclayo y Piura. Al respecto, modificamos las rutas soterradas e instalamos postes como ruta alternativa a los puentes para garantizar la continui-



**Contamos con un Plan de Continuidad del Servicio que se activa en casos de emergencia para brindar una pronta respuesta y asegurar la comunicación de nuestros clientes.**

dad de las comunicaciones. Por consiguiente, y como solución definitiva, venimos trabajando en el diseño de sistemas a través de túneles para evitar a futuro el problema en caso de desbordes de ríos.

Respecto a los cortes masivos y prolongados de energía durante este tipo de desastres, instalamos baterías para incrementar los tiempos de respaldo en caso de cortes de energía y de esta manera, asegurar nuestro servicio.

Cabe señalar que nuestras principales sedes tecnológicas en las zonas de desastre no fueron afectadas por este fenómeno climatológico.





**Cerca del 60% de nuestros clientes fijos y móviles reciben hoy su facturación de manera electrónica lo que nos ha permitido salvar más de 16,000 árboles desde el 2014.**

## Reducción de papel

Una de nuestras líneas de acción enfocada en reducir nuestro impacto en el planeta es el Recibo por *Email*, iniciativa que reemplaza el recibo impreso en el que se detalla la facturación de nuestros clientes postpago de manera que puedan acceder a éste, las veces que lo requieran, incluso antes de su fecha de vencimiento.

Gracias a ello, cerca del 60% de nuestros clientes fijos y móviles reciben hoy su facturación de manera electrónica lo que nos ha permitido salvar más de 16,000 árboles desde el 2014.

Iniciamos también la implementación de la Contratación Digital, que evita seguir utilizando papel y así el cliente puede recibir vía correo electrónico su contrato en digital por los servicios que haya elegido contratar. El proyecto, que es un piloto, se encuentra disponible en las aplicaciones de venta móvil y en los CAC (centros de atención al cliente). Cuando culmine el período de pruebas se desplegará en todos los canales y puntos de venta.

Promovemos, además, la eliminación de las guías telefónicas ante el organismo regulador y el cambio de emisión de los recibos físicos a electrónicos.

## Consumo de energía

(302-1)

Como empresa de telecomunicaciones, requerimos de energía para operar y brindarles a nuestros clientes el servicio que requieren los 365 días del año. Nuestra red requiere de energía para operar, en nuestras estaciones base donde se ubican las antenas y otros equipos, usamos energía eléctrica. Asimismo, contamos con algunas plantas generadoras de energía que usan combustible, esto debido a que en el Perú existen muchos lugares que aún no cuentan con acceso a una red eléctrica y de esta manera nos aseguramos de poder proporcionar conectividad a nuestros usuarios que se ubican en dichas zonas.

**Durante el 2017, el consumo total de nuestra energía fue de:**



**119,555,997  
KW-Hr.**

### Energía de fuentes no renovables

(302-1\_a)

En todas nuestras operaciones a nivel nacional registramos un consumo de 1,843,767.36 KW-Hr.



**1,843,767.36**

ENERGIA TOTAL (KW-hr)

**6,637.56**

ENERGIA TOTAL (GJ)

### Energía de fuentes renovables

Enfocados en reducir nuestro impacto en el ambiente, utilizamos energía proveniente de fuentes renovables, principalmente solar y eólica. Es así que durante el 2017 tuvimos un consumo de 844,007, 1 KW-Hr.



**844,007.1**

ENERGIA TOTAL (KW-hr)

**3,038.42**

ENERGIA TOTAL (GJ)

### Consumo de Combustible

Durante el 2017, el consumo total de combustible fue de 2, 291,398.71 litros, siendo el 72% destinado a la producción de electricidad que necesitan nuestros equipos para asegurar el servicio en aquellas zonas donde no existe este recurso.

	Unidad	Utilizado para el transporte <sup>1</sup>	Utilizado para la producción de electricidad
<b>Gasolina</b>	L	466,111.01	160,671.65
<b>Diesel</b>	L	168,385.48	1,483,871.4
<b>Gas LP</b>	L	12,359.174	

(1) Vehículos propios o arrendados por la empresa, incluidos montacargas.

### Consumo de electricidad

Nuestro consumo de electricidad total asciende a 119,555,997.

Electricidad utilizada para:	Basado en la ubicación (KWHr)
Servicios de las instalaciones (iluminación, aire acondicionado, etc.)	23,911,199.4
Producción o servicios relacionados con la producción	95,644,797.6
<b>TOTAL</b>	<b>119,555,997.0</b>

### Consumo de refrigeración

En lo concerniente al uso de energía para refrigeración, el área de Compras no registra adquisiciones de refrigerante en el periodo 2017. Las necesidades de este producto para los equipos de aire acondicionado en operación son atendidas por el servicio de mantenimiento contratado (tercero), la cual asciende a 53,245.24 KW-Hr que equivalen a 8,924 kg. de refrigerantes R22 y ecológicos 407C, R410A, R134A, R422D, utilizados en este servicio.



**Durante el 2017, el consumo de combustible fue de 2, 291,398.71 litros, siendo el 72% destinado a la producción de electricidad que necesitan nuestros equipos para asegurar el servicio en las zonas que no cuentan con este recurso.**



**Respecto a nuestro consumo per cápita se obtuvo 5.29 toneladas de CO<sub>2</sub> por colaborador, cifra menor a nuestra primera medición que alcanzó las 5.99 toneladas de CO<sub>2</sub>, logrando así una reducción del 12%.**

## Emisiones

(305-1, 305-2, 305-3, 305-5)

En el 2017 realizamos la segunda medición de nuestra huella de carbono en nuestra principal sede administrativa, ubicada en el distrito de La Victoria, en la ciudad de Lima. Esta herramienta nos permite conocer los impactos que generamos en el ambiente producto de las actividades de nuestra operación.

Es así que nuestra huella generó 10,501.62 toneladas de CO<sub>2</sub>, cifra menor en comparación a la del 2015 que registró 10,683 toneladas de CO<sub>2</sub>. Respecto a nuestro consumo per cápita, se obtuvo 5.29 toneladas de CO<sub>2</sub> por colaborador, cifra menor a nuestra primera medición que alcanzó las 5.99 toneladas de CO<sub>2</sub>, logrando así una reducción del 12%.

Nuestra principal reducción se evidencia en el consumo de papel. Esto debido a iniciativas como el Recibo por *email* en el que invitamos a nuestros clientes a recibir la facturación de su servicio de manera electrónica y la implementación de la Contratación Digital, en el que enviamos a nuestros usuarios el contrato de su servicio mediante un correo electrónico.

Respecto a las principales fuentes de emisión en la que registramos una variación se encuentra el consumo de electricidad que está relacionado a la contratación de más colaboradores, el transporte de vehículos propios y el transporte aéreo. Frente a ello, nos comprometemos a continuar desarrollando acciones para reducir en la mayor medida su impacto en el entorno.

Alcances	Emisiones GEI 2017 [tCO <sub>2</sub> e]	Participación general [%]
 <b>Alcance 1</b> [Comprende la generación de electricidad, gases en extintores, transporte propio y refrigerantes]	<b>1,152.19</b>	<b>10.97%</b>
 <b>Alcance 2</b> [Comprende el consumo de energía eléctrica]	<b>3,536.46</b>	<b>33.68%</b>
 <b>Alcance 3</b> [Comprende el consumo de transporte de colaboradores casa-trabajo, transporte aéreo, transporte terrestre, consumo de papel, consumo de agua, transporte de insumos, generación de residuos, generación otra energía, servicio de taxi y gases por soldadura]	<b>5,812.97</b>	<b>55.35%</b>

## Residuos

(301-1, 306-2, 306-4)

Nuestro principal objetivo en materia de residuos es asegurar su desecho responsable apostando siempre por procesos de reutilización y reciclaje. En esa línea contamos con las siguientes acciones:

### Reciclaje de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEE)

Como empresa de telecomunicaciones buscamos mejorar nuestro servicio. Se hace necesario entonces el mantenimiento constante de nuestra infraestructura, en cuanto a la actualización tecnológica y sobre todo a la difícil geografía que posee nuestro país para realizar las instalaciones. En esa línea, los aparatos electrónicos que utilizamos para operar son reciclados al culminar su tiempo de vida útil.

De la misma manera, convencidos de la importancia por promover una cultura de reciclaje en el país, no solo como gestión interna, sino también con el involucramiento de la empresa privada, institución pública y la comunidad en general, desarrollamos el programa **Yo reciclo, yo soy Claro**, iniciativa que fomenta el acopio responsable de Residuos de Aparatos Eléctricos y Electrónicos (RAEE) tales como celulares, teléfonos fijos, *routers*, *modems*, decodificadores, entre otros.

Para ello, hemos implementado más 100 contenedores de acopio de este tipo de residuos en todos nuestros centros de atención al cliente a nivel nacional y en algunas



**Hemos implementado más 100 contenedores de acopio de este tipo de residuos en todos nuestros centros de atención al cliente a nivel nacional y en algunas empresas aliadas.**



empresas aliadas, permitiendo así que todos tengan la oportunidad de reciclar. Además, más de 160 empresas e instituciones (clientes corporativos y no clientes), se han sumado a reciclar sus residuos electrónicos a través de nuestro programa

Además, durante este año, establecimos una alianza estratégica con Comintel Recycling, operador autorizado por la Dirección General de Salud Ambiental (DIGESA) quienes bajo el esquema de una economía circular se encargan de la recolección, transporte, almacenamiento, tratamiento, reaprovechamiento y disposición final de los RAEE.

Comintel Recycling, además, cuenta con un socio estratégico especializado en el tratamiento de tarjetas electrónicas, Dinamyc Recycling, empresa norteamericana que reinserta los residuos reaprovechables a la cadena productiva como materia prima, reduciendo así el consumo de recursos para la generación de nuevos productos. Para el caso de la disposición final trabaja con Befesa, Petramás y Tower and Tower en el Perú.



**Gracias al desarrollo de buenas prácticas con el ambiente, logramos reciclar 274 toneladas de RAEE, más del doble de la cifra establecida como meta anual según normativa del Ministerio del Ambiente.**

Buscando involucrar a nuestros grupos de interés, en alianza con Comimtel Recycling y distintas municipalidades del interior del país, venimos desarrollando el RECI-CLAFEST, iniciativa que contempla la ejecución de seminarios de educación ambiental y campañas de reciclaje de RAEE, creando así espacios descentralizados donde las organizaciones y las personas tengan la oportunidad de reciclar sus residuos electrónicos en beneficio del planeta.

Durante el 2017 esta iniciativa se desarrolló en conjunto con la Municipalidad Provincial de Lambayeque y la Municipalidad Provincial de Arequipa logrando reciclar más de 120 toneladas de RAEE entre ambas ciudades.

Asimismo, creamos el Distintivo RECICLA: Reconocimiento a las Empresas Comprometidas con el Ambiente, que es entregado a las empresas e instituciones que se suman a nuestro programa, mediante la entrega de sus residuos electrónicos.

Además, desde el 2017 contamos con nuestro Plan de Manejo de RAEE aprobado por el Ministerio de Transportes y Comunicaciones, mediante el cual cumplimos con el Decreto Supremo N°001-2012-MINAM-Reglamento Nacional para la Gestión y Manejo de RAEE y la Resolución Ministerial N°200-215-MINAM en los que se indica que la gestión de los RAEE deben integrar a las empresas, instituciones y ciudadanía.

Es así que, gracias al desarrollo de estas buenas prácticas, logramos recolectar y reciclar un total de 274,001.38 kilos de RAEE, más del doble de la cifra establecida como meta anual según normativa.

### **Reciclaje de papel, cartón y plástico**

Bajo el principio de fomentar una cultura amigable con el ambiente, contamos con contenedores de reciclaje de papel y botellas plásticas en algunas de nuestras sedes administrativas y centros de atención al cliente donde nuestros colaboradores ocupan este tipo de residuos, que luego son recogidos por recicladores formalizados de la ONG Ciudad Saludable con quienes mantenemos una alianza estratégica, logrando así, mejorar su calidad de vida y la de sus familias.



Al cierre del 2017 logramos entregar 41.35 toneladas de papel y cartón, y 178 kilos de botellas plásticas.

### **Residuos orgánicos e inorgánicos**

Respecto a los desechos orgánicos e inorgánicos, éstos tienen una eliminación directa por parte de la empresa a través de los servicios de limpieza de los municipios.



## 4. Gestión Social Responsable

[201-2]

### Infraestructura sostenible para conectar mejor a los peruanos

[203-1, 203-2, 304-1, 413-1]

Buscando acercar los beneficios de las telecomunicaciones a cada vez más peruanos, en el 2017 ejecutamos el proyecto Canon, que consiste en el despliegue de cobertura móvil en zonas rurales previamente seleccionadas en coordinación con el Ministerio de Transportes y Comunicaciones. Para ello se inició la implementación de 126 radiobases<sup>2</sup> 3G en 126 centros poblados. El proyecto terminará de desarrollarse en el 2018.

La extensión de cada radiobase se desplegó en localidades rurales rodeadas de bosques, vegetación, áreas agrícolas y ganaderas. Siete de las 126 radiobases instaladas requirieron de una Evaluación Ambiental Preliminar - Declaración de Impacto Ambiental, debido a que su ubicación era en zonas de seis Áreas Naturales Protegidas. Las siete estaciones base se ubican en los departamentos de Puno, Madre de Dios, San Martín y Pasco.

Además, se instaló la red dorsal de fibra óptica<sup>3</sup> en las regiones de Piura y San Martín lo que implicó atravesar parte de una zona protegida, y, con el fin de salvaguardar nuestra biodiversidad, fue necesaria la opinión del Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas por el Estado (SERNANP) y la Dirección General de Asuntos Socioambientales del Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC) para así continuar con su despliegue.

[307-1]

Además, con el objetivo de asegurar el despliegue de infraestructura bajo una gestión que respete el ecosistema, cumplimos con los Límites Máximos Permisibles (LMP)



en materia de Ruido y Emisiones No Ionizantes. Ello se refleja en que durante el 2017 no hemos registrado sanciones monetarias ni no monetarias por incumplimientos a la normativa ambiental.

Asimismo, se realizan capacitaciones al personal que participará en cualquier obra de infraestructura y se revisa que se cuenten con todas las normas de seguridad necesarias. Antes de iniciar las labores se realiza la Reunión Diaria de Instrucción Técnica, Seguridad, Salud y Medio Ambiente, a fin de identificar los riesgos potenciales y recomendar las medidas de control de acuerdo al Análisis Seguro de Trabajo.

[2] En comunicaciones por radio, una estación base es una instalación de radio para la comunicación bidireccional. Se usa para comunicar con una o más radios móviles o teléfonos celulares. Las estaciones base se usan para conectar radios de baja potencia, como por ejemplo la de un teléfono móvil o una computadora portátil con una tarjeta WiFi. La estación base sirve como punto de acceso a una red de comunicación fija (como Internet o red telefónica) o para que dos terminales se comuniquen entre sí.

[3] La tecnología de fibra óptica permite la transmisión de grandes volúmenes de información y facilita la comunicación de voz y datos ofrecidos mediante los servicios de telefonía móvil y fija, internet fijo y televisión por cable. Su implementación requiere de un gran esfuerzo humano y económico, al requerirse múltiples estudios técnicos en las zonas por donde se desplazará, a fin de prevenir su degradación y procurar su óptimo funcionamiento.



**Debemos mencionar que la radiación emitida por estas antenas es 500 veces menor al nivel recomendado por la Organización Mundial de la Salud – OMS.**

## Seguridad de nuestros productos y servicios

(416-1)

Nos preocupamos por mantener y respetar los estándares de los fabricantes, los cuales pasan por evaluaciones aprobadas por la Organización Mundial de la Salud (OMS). Además, somos una empresa socialmente responsable y tenemos un estricto control respecto al manejo de material sobrante de nuestras instalaciones.

La implementación de estructuras cumple las normas técnicas peruanas (Código Nacional de Electricidad, Código Nacional de Edificaciones) e internacionales (Asociación Americana de Ensayo de Materiales – ASTM por sus siglas en inglés American Society of Testing Materials) para garantizar su seguridad y la de las personas; y para el caso de las ampliaciones de infraestructura en las torres de telecomunicaciones se realizan previamente evaluaciones estructurales.

### Impactos en la ampliación de cobertura móvil

El incremento de nuestros servicios genera un gran impacto positivo en el país, ya que ha propiciado que muchas poblaciones se vean beneficiadas de manera económica, debido a la activación y mejora de servicios de datos e Internet. En general en el Perú continúa incrementándose el tráfico de datos comparado con el de voz, las personas cada vez hablan menos y se digitalizan más.

Para lograr nuestro objetivo de ampliación de cobertura, es necesaria la instalación de infraestructura para mejorar la calidad de nuestra señal en las zonas urbanas y rurales de todas las regiones del país. Dicho esfuerzo también comprende atender la principal preocupación de las comunidades acerca de los niveles de radiación que las radio bases emitirán una vez instaladas. Al respecto, debemos mencionar que la radiación emitida por estas antenas es 500 veces menor al nivel recomendado por la Organización Mundial de la Salud – OMS, por tanto esta entidad asegura que a la fecha no se ha demostrado que las antenas de telecomunicaciones tengan algún efecto que atente contra la salud de las personas.



Dicha información, sin embargo, no es de conocimiento de la mayoría de los pobladores y autoridades, por lo que realizamos talleres y publicamos materiales de difusión a fin de sensibilizarlos sobre los beneficios que la instalación de la infraestructura puede ofrecerles para sus vidas y las de sus familias.

No obstante, aún existen grupos de personas que no están de acuerdo con el despliegue de las antenas, lo cual genera reclamos ante su Municipalidad y retrasan los proyectos de optimización de cobertura de red.

En algunos casos realizamos encuestas para conocer la percepción de los vecinos de la zona a intervenir, acerca de los servicios de telecomunicaciones y el despliegue



**Gracias a nuestro aporte voluntario y el de nuestros colaboradores se recaudaron más de 83 mil soles que fueron entregados a Kusimayo para la implementación de 19 casas mejoradas en el distrito de Caminaca, provincia de Azángaro, en Puno.**

(4) Es importante notar que, aunque son de menor frecuencia, se han registrado eventos como hostilidad o dificultad en el diálogo y/o negociación con los ciudadanos de las zonas aledañas a la instalación de la infraestructura; agresiones físicas o verbales al personal a cargo de la obra, pérdida de materiales de construcción y/o herramientas de trabajo, manifestaciones, etc.

de infraestructura, así como otros estudios de campo para obtener información económica y social relevante de la zona.

Generalmente, existen comunidades organizadas donde identificamos a los dirigentes y solicitamos reuniones con ellos a fin de explicarles el proyecto. Paralelamente, avanzamos en las gestiones con la autoridad municipal, con el objetivo de obtener los permisos y licencias necesarios para la implementación de las antenas, así como ante otras instituciones en el caso de proyectos que resulten ambiental o arqueológicamente sensibles, en línea con lo establecido en la Ley 29022, Ley para la Expansión de Infraestructura de Telecomunicaciones.

En algunos casos, existen dificultades para el logro de consensos comunitarios frente a la instalación de nuestra infraestructura, por tanto solicitamos el apoyo del Ministerio de Transportes y Comunicaciones que se encarga de gestionar la participación de médicos, radiólogos e ingenieros en las actividades de sensibilización, a fin de responder a las dudas de los pobladores. Desafortunadamente, existen casos en los que el rechazo a la instalación de las antenas es expresado a través de acciones que derivan en el retraso o la paralización de las obras.<sup>4</sup> Frente a dicha situación, mantenemos una actitud propositiva, resaltando los beneficios de una mejor calidad de comunicación para su localidad.

## Programas sociales

### Proyecto Casa Caliente Limpia

(413-1)

Con el objetivo de ayudar a mejorar las condiciones de vida de las poblaciones altoandinas afectadas por las bajas temperaturas durante la temporada de friaje, por segundo año consecutivo, apoyamos junto a nuestros colaboradores el proyecto “Casa Caliente Limpia”, una iniciativa impulsada por la Asociación Kusimayo que promueve la implementación de viviendas más calientes y cocinas saludables.

Gracias a nuestro aporte voluntario y el de nuestros colaboradores, se implemen-



taron 19 casas mejoradas en el distrito de Caminaca, provincia de Azángaro, en la región Puno.

El proyecto emplea una tecnología desarrollada por la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP) que permite generar y mantener el calor en el interior de las casas. Además, con la construcción de cocinas saludables, el proyecto consigue reducir hasta en un 90% la contaminación al interior de las viviendas, minimizando la posibilidad de que los pobladores padezcan enfermedades respiratorias ocasionadas por la inhalación del humo de sus cocinas a leña o fuego abierto; lo que equivaldría al consumo de 20 cajetillas de cigarrillo al día.



**En el 2017, la Red de Voluntarios Claro se movilizó a nivel nacional para apoyar en diversas labores a los afectados por el fenómeno de El Niño Costero. Se entregaron más de 4 TN de víveres, más de 400 carpas, 20 plantas potabilizadoras de agua y 8 motobombas de extracción de agua, entre otros.**

### **Voluntariado: UnaSolaFuerza**

El 2017 fue un año excepcionalmente duro para el país. El fenómeno climatológico denominado El Niño Costero azotó las regiones de la costa norte y centro del país, además de localidades en las regiones de Ica y Arequipa. Según los reportes oficiales, más de 150 personas fallecieron, alrededor de 500 quedaron heridas y 19 desaparecieron; mientras que más de 140 mil peruanos fueron damnificados y casi un millón fueron afectados a nivel nacional.

La situación crítica motivó el esfuerzo conjunto del sector público y privado que, bajo el emblema #UnaSolaFuerza, organizaron diversas acciones de ayuda mediante el traslado y entrega de agua, alimentos no perecibles, ropa, diversas herramientas, repelentes, carpas, entre otros.

Con el fin de facilitar la comunicación de los peruanos, Claro también puso a disposición de las personas afectadas, el servicio de mensajería de texto (SMS) y llamadas de voz gratuitas en épocas de desastres naturales.

La Red de Voluntarios Claro se movilizó a nivel nacional para apoyar en diversas labores junto a una brigada especial enviada desde México por la Fundación Carlos Slim, entregando más de cuatro toneladas de víveres, más de 400 carpas que fueron donadas, 20 plantas potabilizadoras de agua que purificaron 50 mil litros por día, 8 motobombas de extracción de agua, 3 bombas de extracción de lodo, y movilizandando 100 técnicos voluntarios para la reparación y restablecimiento de los servicios de telecomunicaciones.

### **Voluntariado Corporativo**

En Lima, una vez que la emergencia de los desastres naturales había pasado, la Red de Voluntarios Claro participó junto a otras brigadas de voluntariado corporativo organizadas por la asociación United Way Perú, en la reconstrucción y reacondicionamiento de

la Institución de Educación Inicial N° 161 de Carapongo, ubicada en el distrito de San Juan de Lurigancho, en la región Lima, beneficiando a más de 200 niños de la zona.

### **Manejar y chatear NO VA**

Conscientes de los riesgos que conlleva el uso del teléfono móvil mientras se conduce un vehículo de transporte, continuamos con la ejecución del programa "Manejar y chatear NO VA", que busca crear una cultura de sensibilización en las personas para que eviten el uso de las aplicaciones de mensajería instantánea -chats- mientras conducen un vehículo.

### **Run Trin Pum**

Es una iniciativa que forma parte del programa "Manejar y chatear NO VA", que busca instruir a los niños sobre la importancia de respetar las reglas de tránsito. Run, Trin, Pum es una canción infantil que advierte a los menores sobre la importancia que los adultos no utilicen un celular para chatear mientras manejan un vehículo.

Durante el 2017, gracias a una alianza estratégica con el Touring y Automóvil Club del Perú sumamos esfuerzos para llevar un circuito de charlas de educación vial dirigida a niños en etapa escolar. Esta iniciativa permitió sensibilizar a más de 19 mil estudiantes de inicial y primaria de instituciones educativas en Lima y Callao, mediante un bus escuela en el que se les enseña, a través de clases teóricas y prácticas, el peligro que representa que un adulto utilice el celular al manejar, convirtiéndose de esta manera en embajadores de la iniciativa.

Además, como parte del trabajo en conjunto se instalaron distintas piezas de comunicación con mensajes de sensibilización en las sedes del Touring y Automóvil Club del Perú ubicadas en los distritos de Lince y Villa El Salvador, en Lima, logrando impactar a alrededor de 50 mil personas mensualmente.



**400 carpas**  
donadas

**20 plantas**  
potabilizadoras  
de agua que purificaron  
50 mil litros por día

**8 motobombas**  
de extracción de agua

**3 bombas**  
de extracción de lodo

**100 técnicos**  
voluntarios  
para la reparación  
y restablecimiento  
de los servicios de  
telecomunicaciones





## 5. Gestión Corporativa Responsable

### Valores y principios

(102-16)

En Claro Perú, al formar parte de América Móvil, compartimos los mismos valores y principios de ética empresarial, los cuales ponemos en práctica en todas nuestras actividades diarias, buscando alcanzar mayores niveles de excelencia, productividad y liderazgo.



**Honestidad**



**Legalidad**



**Desarrollo humano**



**Optimismo y actitud positiva**



**Respeto**



**Austeridad**



**Creatividad empresarial**



**Responsabilidad social**



**Productividad**



**Sustentabilidad**

### Misión y Visión

**Nuestra misión** es lograr que la población de cada uno de los países en donde operamos tenga acceso a productos y servicios de calidad con la más avanzada tecnología en telecomunicaciones, a precios accesibles, para acercar cada día más a las personas.

**Nuestra visión** es ser la empresa de telecomunicaciones de más rápido crecimiento y preservar nuestro liderazgo en la industria de las telecomunicaciones.

### Adhesión a iniciativas externas y asociaciones

(102-12, 102-13)

Nos encontramos adheridos a las siguientes iniciativas externas y asociaciones, tanto a nivel nacional como internacional:

- **Perú 2021:** Iniciativa que nace en el sector privado peruano para promover la sostenibilidad. Formamos parte de su Patronato desde junio del 2015.
- **Pacto Mundial de las Naciones Unidas:** Desde febrero del 2016, América Móvil y sus subsidiarias (incluyendo a Claro Perú) están adheridas a esta iniciativa concebida para la promoción de la ciudadanía corporativa responsable a nivel internacional.
- **Asociación Interamericana de Empresas de Telecomunicaciones (ASJET):** Organización que trabaja por el desarrollo de las telecomunicaciones y la sociedad de la Información en la región.
- **Asociación GSMA:** Gremio que representa los intereses de las empresas de telecomunicaciones de todo el mundo, que unen a casi 800 operadores y más de 300 empresas relacionadas al ecosistema móvil más amplio, incluidos fabricantes de



## Recibimos el Distintivo Empresa Socialmente Responsable (ESR) otorgado por la asociación civil Perú 2021, que premia a las empresas que aplican la sostenibilidad como parte de su cultura organizacional y estrategia de negocio.

dispositivos y dispositivos, compañías de software, proveedores de equipos y compañías de Internet, así como organizaciones en sectores industriales.

- **Asociación para el Fomento de la Infraestructura Nacional (AFIN):** Gremio que agrupa a las principales empresas concesionarias de infraestructura de servicios públicos en los sectores de energía, transporte, telecomunicaciones, salud y saneamiento en el Perú.
- **Sociedad de Comercio Exterior del Perú (COMEXPERÚ):** Gremio privado que agrupa a las principales empresas vinculadas al Comercio Exterior en el Perú.
- **Cámara de Comercio de Lima (CCL):** Uno de los gremios empresariales más representativos del país, con más de 15 mil asociados.
- **Asociación Nacional de Anunciantes (ANDA):** Organización que agrupa a las principales empresas que invierten en publicidad en el Perú.
- **Consejo Nacional de Autorregulación Publicitaria (CONAR):** Iniciativa privada que busca instaurar la cultura de la autorregulación en la industria publicitaria.
- **Asociación de Buenos Empleadores (ABE):** Iniciativa que promueve la Responsabilidad Social Laboral en el Perú, fomentando el respeto a las personas. Pertenecemos a ella desde hace cuatro años.

## Distinciones y certificaciones recibidas

Nos enorgullece haber obtenido las siguientes distinciones y certificaciones:



- **Distintivo Empresa Socialmente Responsable (ESR):** Otorgado por la asociación civil sin fines de lucro Perú 2021, que premia a las empresas que aplican la sostenibilidad como parte de su cultura organizacional y estrategia de negocio.
- **Certificación ISO 9001:2008:** Contamos con la certificación ISO 9001:2008 (norma internacional que se aplica a los sistemas de gestión de calidad) renovada en el 2017, cuyo alcance abarca servicios de telecomunicaciones locales y de larga distancia implementados en la red fija: voz, datos, acceso dedicado a Internet, video y venta de equipos para clientes del mercado corporativo fijo en sus procesos de: ventas, diseño de soluciones a la medida, instalación y habilitación del servicio, atención a clientes y mantenimiento técnico.



## Gobierno Corporativo

[102-18]

Estamos convencidos de la importancia de establecer buenas prácticas de gobierno corporativo como línea base de una gestión sostenible. Por ello contamos con un Comité de Ética que tiene por objetivo evaluar los conflictos de intereses que puedan presentarse entre directores, gerentes, jefes, funcionarios y demás colaboradores, en el marco del Código de Ética vigente. Además, este organismo dirige las investigaciones en torno a denuncias relativas a dichos hechos y, establece sanciones y planes de acción ante ellas. Sus actividades son desarrolladas en confidencialidad y con objetividad, protegiendo al denunciante ante posibles amenazas.

El Comité de Ética se encuentra conformado por directivos de las áreas de Legal, Recursos Humanos, Finanzas, Auditoría y Aseguramiento de Ingresos, y Prevención de Fraudes.

## Anticorrupción

[205-2]

En línea con nuestros valores corporativos de honestidad, respeto y legalidad, rechazamos las acciones de corrupción en cualquiera de sus formas, y a todo nivel en nuestra organización.

Para ello, contamos con una línea de denuncia a través de la cual es posible poner en conocimiento situaciones o hechos que puedan ir en contra de nuestro Código de Ética. Su funcionamiento garantiza el cumplimiento de cinco principales elementos para una adecuada gestión de las denuncias:



Las denuncias pueden ser realizadas directamente mediante el buzón electrónico [lineadedenuncia@americamovil.com](mailto:lineadedenuncia@americamovil.com)



**Nuestro siguiente paso es pasar a un modelo integral de gestión digital. La visión, sin embargo, no es eliminar nuestros Centros de Atención al Cliente, sino lograr que la visita a los mismos sea una experiencia memorable.**

## Publicidad Responsable

[206-1]

En los últimos años, la competencia en el mercado peruano de telecomunicaciones ha mostrado un importante dinamismo, lo que nos llevó al lanzamiento de numerosas campañas comerciales y publicitarias en beneficio de los consumidores, ofreciéndoles servicios y productos cada vez más novedosos y atractivos.

En ese sentido, y con el fin de asegurar una comunicación responsable, elaboramos lineamientos legales para la revisión de la publicidad o las pautas internas que informan al área de Mercadeo acerca de las obligaciones legales que el contenido de cada una de nuestras piezas y/o campañas publicitarias deben cumplir. La observancia de dichos lineamientos es obligatoria y no reemplaza a la revisión final a cargo del área Legal.

### Información y etiquetado de producto y servicios

[417-1, 417-2, 417-3]

Toda la información sobre los equipos y servicios que brindamos se encuentra en la página web oficial: [www.claro.com.pe](http://www.claro.com.pe)

Cabe señalar que, a pesar de no existir una obligación legal de informar acerca de los componentes de los productos; en Claro somos conscientes de la importancia de brindarle información de primera mano a nuestro cliente. Por ello en nuestra página web oficial hemos consignado información respecto de las características y beneficios de nuestros productos, así como en las revistas de los equipos que comercializamos, y la información sobre el uso seguro de los mismos se incluye en el manual de cada fabricante.

## Atención y servicio oportunos para nuestros clientes

[102-11; 102-44]

Somos conscientes de que la satisfacción de nuestros clientes es nuestra principal razón de ser como compañía. Por ello, Claro Perú ha iniciado un plan de mejora y optimización de procesos con el objetivo de migrar a los clientes hacia la autogestión o atención por cuenta propia, una tendencia que ya se vive a nivel mundial.



Hoy en día, cada vez más, los procedimientos están pasando a ser gestionados a través de Internet (90% aproximadamente). Considerando que, alrededor del 50% de las visitas a nuestros Centros de Atención al Cliente (CAC) son para realizar pagos, estamos trabajando en alternativas de auto-pago mediante cajeros automáticos, los cuales también pueden ser útiles para la reposición de *chips*, cumpliendo con la normativa de la biometría (identificación por huella digital), actividad que representa el 30% de las visitas.

Nuestro siguiente paso es pasar a un modelo integral de gestión digital. La visión, sin embargo, no es eliminar nuestros Centros de Atención al Cliente, sino lograr que la visita a los mismos sea una experiencia memorable. Para ello se requiere el compromiso de todas las áreas de la empresa, pues si bien la atención presencial representa el primer contacto con el cliente, cualquier requerimiento o solicitud, dependerá de un trabajo en equipo coordinado. Todo lo que hacemos por y para nuestros clientes se debe resumir en una palabra: calidad.

Bajo ese enfoque, desarrollamos un Programa de Inmersión en el que participaron,

inicialmente, nuestros líderes de distintas áreas de la empresa, el cual consistía en que directores, gerentes y jefes fueran destacados a algún Centro de Atención durante dos días y atendieran de manera directa a nuestros clientes. Vale decir, conocer procesos y experimentar lo que significa entender cuáles son las necesidades de un cliente. Luego de ello, se realizaron reuniones de trabajo donde se recogieron sus apreciaciones sobre esta experiencia en un CAC, así como las oportunidades de mejora que nos permitirán continuar trabajando por ofrecer siempre el mejor servicio.

En diciembre, se coordinó con la Subdirección de Recursos Humanos para hacer extensivo este programa a los nuevos colaboradores. El objetivo: brindar una orientación efectiva que les permita comprometerse desde el inicio con el nuevo enfoque de “vivir la experiencia de servicio en nuestros Centros de Atención al Cliente”. A la fecha, han participado del programa de inmersión, 210 líderes y 26 nuevos colaboradores.

## Privacidad del cliente

(418-1)

A través de nuestra red transitan grandes volúmenes de información pública y privada vinculada a personas y empresas. Dicho contenido no está exento de amenazas externas y/o internas, por lo que resulta necesario que, como empresa prestadora de servicios de telecomunicaciones, tomemos medidas para asegurar el riesgo de filtración de datos sensibles.

### Acciones Internas

Registro de auditoría para todas las consultas de detalle de llamadas realizadas en nuestra base de datos, así como el acceso a información de nuestros clientes en los distintos aplicativos de gestión. Asimismo, se implementaron contraseñas de autorización para el acceso al detalle de llamadas por parte de cualquiera de nuestros asesores, lo cual requerirá, a su vez, la verificación y aprobación de un supervisor.

De existir reclamos de clientes relativos a posibles fugas de información, estas son investigadas por la Gerencia de Seguridad de la Información, obteniéndose los me-



## Visitamos los principales Centros de Atención Telefónica (Call Centers) para supervisar el cumplimiento de nuestras políticas de seguridad y privacidad.

dios probatorios pertinentes, identificándose plenamente a los colaboradores responsables y generándose su desvinculación inmediata, de probarse el caso, todo en coordinación con las áreas Legal y Recursos Humanos. Si bien esta medida representa un fuerte disuasivo, buscamos realizar constantes campañas de concientización en la materia a todo el personal.

### Acciones Externas

En el caso de los proveedores que pudiesen tener acceso a información privada de nuestros clientes, por ejemplo distribuidores o *call centers*, les exigimos acciones similares de concientización hacia sus colaboradores. Además, revisamos y fortalecimos los acuerdos de confidencialidad suscritos con ellos, detallándoles los estándares de seguridad y privacidad que les exigimos e imponiéndoles penalidades monetarias en caso se incumplan.

Durante el 2017 visitamos los 6 principales Centros de Atención Telefónica (*call centers*) que nos brindan soporte en la atención al cliente, para supervisar el cumplimiento de nuestras políticas de seguridad. Con dichas visitas se monitoreó cerca del 70% del total de agentes existentes en estos *call centers*. En este año también trabajamos con el área Legal el establecimiento de una línea base para el tratamiento de datos personales en los Centros de Atención al Cliente, a fin de cumplir con la Ley 29 733, Ley de Protección de Datos Personales.

### Herramientas y Políticas

Además de las acciones de cumplimiento y prevención de vulneraciones a la privaci-

dad y datos personales de nuestros clientes, contamos con herramientas tecnológicas como McAfee Total Protection for Data Loss Prevention (DLP), una *suite* que ayuda a visualizar el uso de los datos, así como a detectar su salida masiva.

Esta plataforma brinda avisos que nos permiten iniciar investigaciones y emprender acciones correctivas o disciplinarias, según la gravedad de la situación. Contamos también con la solución IBM QRadar Security Information and Event Management (SIEM), que nos permite identificar a aquellos agentes con un número elevado o inusual de consultas de información de clientes.

Entre otras medidas implementadas se encuentran el bloqueo del uso de puertos USB y lectoras de CD/DVD en todas nuestras computadoras y estaciones de trabajo, según directivas específicas; así como la prohibición del uso de teléfonos móviles, acceso a correos externos o Internet en las estaciones de trabajo de los asesores de los Centros de Atención al Cliente.

En cuanto a políticas organizacionales en la materia se refiere, contamos con una Política de Seguridad de la Información, gestionada por la Gerencia de Seguridad de la Información, cuyas directrices se complementan con los procesos de utilización correcta y segura de los recursos de información, así como con los requerimientos de seguridad de la información para prestación de servicios tercerizados.

### Reclamos recibidos

En el 2017 recibimos 21 reclamos vinculados al tratamiento de datos personales que no tuvieron lugar ni a multa ni sanción y para los cuales se adoptaron medidas correctivas inmediatas.

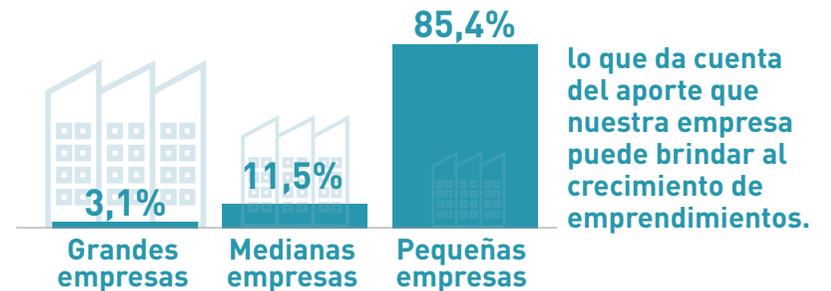
### Cadena de Suministro

(102-9)

Estamos comprometidos con el desarrollo del país, por ello 1,579 de nuestros proveedores pertenecen al mercado nacional (90.2%), mientras 172 (9.8%) al ámbito internacional.



### Según su tamaño, 54 de ellos fueron





**Requerimos que nuestra cadena de suministro cumpla con un comportamiento empresarial responsable con su entorno. Por ello, 535 de nuestros proveedores reconocieron haber recibido y leído nuestro Código de Ética.**

Además, para brindar un servicio de calidad, requerimos que nuestra cadena de suministro esté compuesta de proveedores líderes en su rubro y cuyo comportamiento empresarial sea responsable con su entorno.

Por ello, en el 2017, 535 de nuestros proveedores reconocieron por escrito haber recibido y leído nuestro Código de Ética.

Asimismo, segmentamos a nuestros proveedores de acuerdo a las características de los productos que nos brindan, su importancia para nuestra cadena de suministro y el nivel de riesgo en las materias ambiental y de derechos humanos.

Característica	Número de proveedores
Proveedores de gran volumen (aquellos que representan un alto valor económico de compra)	54
Proveedores de componentes críticos (aquellos que nos proveen de tecnología para el despliegue de infraestructura)	100
Proveedores no sustituibles (aquellos que nos proveen de equipos móviles)	84
Proveedores de alto riesgo ambiental (aquellos que son responsables de la instalación y desinstalación de infraestructura)	181
Proveedores con alto riesgo en vulneraciones a los Derechos Humanos (aquellos que podrían representar un riesgo de trabajo forzoso, trabajo infantil, prácticas de discriminación)	242

Para el caso de nuestra área de Mercado Corporativo, trabajamos con proveedores específicos que son evaluados anualmente en el marco de la Certificación ISO 9001 que gestiona los procesos de calidad.



## 6. Acerca de este Reporte

[102-48, 102-49, 102-50, 102-51, 102-52, 102-54, 102-56]

El presente reporte de sostenibilidad ha sido preparado de conformidad con los Estándares del Global Reporting Initiative – GRI, en la opción Esencial. Esta memoria, brinda información correspondiente al año 2017, no habiendo sido verificada por un auditor externo. El último Reporte de Sostenibilidad, correspondiente al año 2016, fue elaborado en el año 2017, no existe ningún cambio representativo, salvo el de la revisión de temas materiales que se trabajó priorizando algunos temas en lugar de otros debido a cambios en la coyuntura del país. No existen, además, cambios en la manera en que se declara la información en relación con el reporte del año anterior. Se estima emitir información acerca de la sostenibilidad de la empresa de manera anual. Este reporte no cuenta con verificación externa.

### Nuestros grupos de interés

[102-40, 102-42, 102-43, 102-44]

La metodología utilizada para el mapeo de grupos de interés fue la de Mitchell, Agle y Woods, más conocida como “poder, legitimidad y urgencia”. Los resultados fueron los siguientes:



**El último Reporte de Sostenibilidad, correspondiente al año 2016, fue elaborado en el año 2017, no existe ningún cambio representativo, salvo el de la revisión de temas materiales que se trabajó priorizando algunos temas en lugar de otros debido a cambios en la coyuntura del país.**





**Los grupos de interés más relevantes identificados para Claro son: el Estado, seguido por los clientes y sociedad (este último representa a los "no clientes" y población general).**

De acuerdo a los resultados de los talleres internos, y tal como se refleja en la matriz anterior, los grupos de interés más relevantes identificados para Claro son: el Estado (específicamente los organismos reguladores), seguido por los clientes y sociedad (este último representa a los "no clientes" y población general), seguido por los socios estratégicos, que principalmente son los "terceros-de-cara-al-cliente" tales como *call centers*, oficinas de atención al cliente y oficinas comerciales, así como técnicos. Los colaboradores y proveedores ocupan un quinto y sexto lugar, seguido de medioambiente y de los medios de comunicación. Todos estos temas se han desarrollado en cada uno de los capítulos del presente reporte.

A continuación, se muestra una lista más detallada de los subgrupos de interés priorizados.

STAKEHOLDERS	CANALES DE COMUNICACIÓN (Reportes, mailing, redes sociales, otros)	FRECUENCIA (Anual/ Mensual/ Semanal)
Colaboradores	Intranet	<b>Permanente</b>
	Línea de denuncia	<b>Permanente</b>
	Correo electrónico	<b>Permanente</b>
	Reuniones	<b>Permanente</b>
Clientes	Piezas Gráficas	<b>Permanente</b>
	App Mi Claro	<b>Permanente</b>
	Centros de atención	<b>Permanente</b>
	Canales digitales	<b>Permanente</b>
	Call Center	<b>Permanente</b>
	Encuestas	<b>Permanente</b>
Proveedores	Redes Sociales	<b>Permanente</b>
	Reuniones Personales	<b>Ocasional</b>
	Correo electrónico	<b>Ocasional</b>
	Línea de denuncia	<b>Permanente</b>
Sociedad y Opinión Pública	Llamadas telefónicas	<b>Ocasional</b>
	Programas Socioambientales	<b>Regular</b>
	Reuniones	<b>Ocasional</b>
	Notas de Prensa	<b>Regular</b>
	Conferencias de Prensa	<b>Regular</b>
	Talleres de digitalización	<b>Ocasional</b>
Competencia	Reuniones gremiales	<b>Regular</b>
Gobierno	Reuniones	<b>Regular</b>
Comunidades	Programas Socioambientales	<b>Regular</b>
	Correo electrónico	<b>Regular</b>
	Cartas	<b>Regular</b>

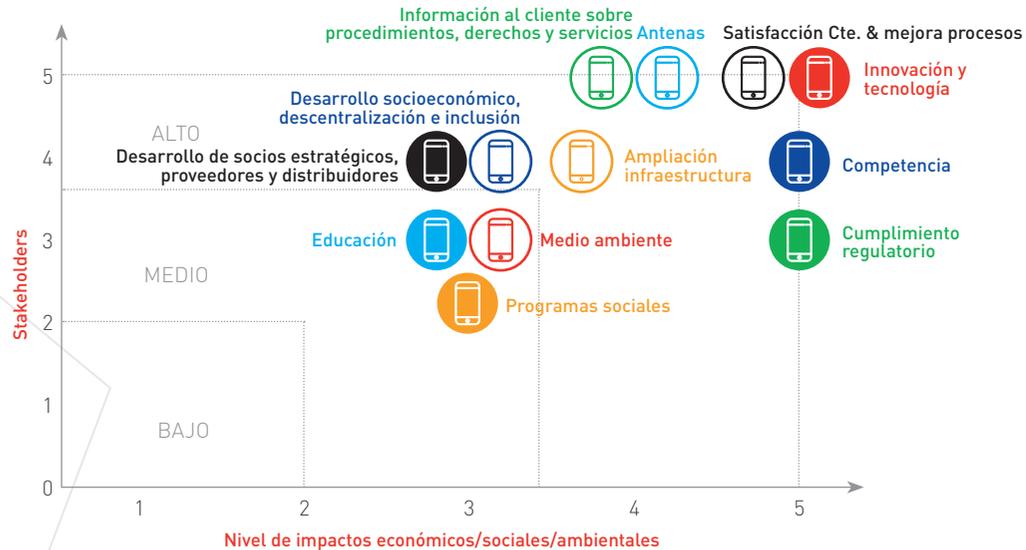


## Nuestros temas materiales

[102-46, 102-47]

Con el fin de identificar y priorizar los temas materiales se tomó como base los resultados del informe de mapeo de grupos de interés realizado anteriormente. El análisis de materialidad se inició con un *focus group* con colaboradores (internos) y continuó con entrevistas a representantes de diferentes grupos de interés. Asimismo se revisaron objetivos, metas y planes de Claro así como entrevistas a Gerentes y Directores, con el objetivo de definir los impactos desde el punto de vista de la empresa. La principal herramienta utilizada fue el AA1000.

La siguiente matriz muestra los resultados de materialidad según la importancia brindada por los grupos de interés (eje vertical) y los impactos sociales, ambientales y económicos de la empresa (eje horizontal).



**El análisis de materialidad se inició con un focus group con colaboradores (internos) y continuó con entrevistas a representantes de diferentes grupos de interés.**



Los principales temas revisados antes de elaborar el presente reporte fueron “Desarrollo socioeconómico, descentralización, inclusión”, acompañado de “ampliación de infraestructura” y “desarrollo de socios estratégicos”, con el fin de brindar un mejor servicio a los clientes de Claro, los cuales son atendidos, en gran parte, por representantes de socios estratégicos de la empresa, que son parte importante de la cadena de valor. Asimismo, se priorizó el impacto positivo que trae consigo la ampliación de cobertura a diferentes partes del país para contribuir con el desarrollo socioeconómico del Perú. La cobertura es interna y externa debido al nivel de relacionamiento que se tiene de manera frecuente con los clientes de la empresa y con los socios estratégicos de la misma.

Los temas materiales identificados fueron alineados con los estándares GRI para definir los contenidos a reportar.

## Notas finales

[102-53]

Para consultas acerca del presente reporte, puede comunicarse con el siguiente correo electrónico: **[mery.corales@claro.com.pe](mailto:mery.corales@claro.com.pe)**

## Índice de Contenido GRI

[102-55]

Estándar GRI	Contenido	Pág.	Omisiones
<b>Contenidos generales</b>			
GRI 102: Contenidos Generales 2016	102-1 Nombre de la organización	4	
	102-2 Actividades, marcas, productos y servicios	4	
	102-3 Ubicación de la sede	4	
	102-4 Ubicación de las operaciones	4	
	102-5 Propiedad y forma jurídica	4	
	102-6 Mercados servidos	4	
	102-7 Tamaño de la organización	4, 5	
	102-8 Información sobre empleados y otros trabajadores	5	
	102-9 Cadena de suministro	30	
	102-10 Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro		No se reportaron cambios significativos en la cadena de suministro
	102-11 Principio o enfoque de precaución	28	
	102-12 Iniciativas externas	25	
	102-13 Afiliación a asociaciones	25	
	102-14 Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones	3	
	102-16 Valores, principios, estándares y normas de conducta	25	
	102-18 Estructura de gobernanza	27	
102-40 Lista de grupos de interés	32		
102-41 Acuerdos de negociación colectiva	20		
102-42 Identificación y selección de grupos de interés	20		

102-43	Enfoque para la participación de los grupos de interés	20	
102-44	Temas y preocupaciones clave mencionados	20	
102-45	Entidades incluidas en los estados financieros consolidados		Los estados financieros consolidados de Claro Perú se realizan a nivel corporativo. Por tal motivo, el presente reporte solo toma en cuenta a la subsidiaria América Móvil Perú.
102-46	Definición de los contenidos de los informes y las coberturas del tema	36	
102-47	Lista de los temas materiales	36	
102-48	Re expresión de la información	32	
102-49	Cambios en la elaboración de informes	32	
102-50	Periodo objeto del informe	32	
102-51	Fecha del último informe	32	
102-52	Ciclo de elaboración de informes	32	
102-53	Punto de contacto para preguntas sobre el informe	35	
102-54	Declaración de elaboración del informe de conformidad con los Estándares GRI	35	
102-55	Índice de contenidos GRI	35	
102-56	Verificación externa	32	
<b>Temas materiales</b>			
<b>Desempeño económico</b>			
GRI 201: Desempeño Económico 2016	201-1 Valor económico directo generado y distribuido	5	
	201-3 Obligaciones del plan de beneficios definidos y otros planes de jubilación		

Presencia en el mercado			
GRI 202: Presencia en el mercado 2016	202-1 Ratio del salario de categoría inicial estándar por sexo frente al salario mínimo local		
	202-2 Proporción de altos ejecutivos contratados de la comunidad local	7	
Impactos económicos indirectos			
GRI 203: Impactos económicos indirectos 2016	203-1 Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados	20	
	203-2 Impactos económicos indirectos significativos	20	
Prácticas de Adquisición			
GRI 204: Prácticas de Adquisición 2016	204-1 Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción		
Anticorrupción			
GRI 205: Anticorrupción 2016	205-1 Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción		
	205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	27	
	205-3 Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas		
Energía			
GRI 302: Energía 2016	302-1 Consumo energético dentro de la organización	15	
	302-2 Consumo energético fuera de la organización		
	302-4 Reducción del consumo energético		
Biodiversidad			
GRI 304: Biodiversidad 2016	304-2 Impactos significativos de las actividades, los productos y los servicios en la biodiversidad		No se reportaron impactos significativos.
Emisiones			
GRI 305: Emisiones 2016	305-5 Reducción de las emisiones de GEI	17	

Efluentes y Residuos			
GRI 306: Efluentes y residuos 2016	306-2 Residuos por tipo y método de eliminación	18	
	306-4 Transporte de residuos peligrosos	18	
Empleo			
GRI 401: Empleo 2016	401-1 Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	7	
	401-3 Permiso parental		
Salud y seguridad en el trabajo			
GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo 2016	403-1 Representación de los trabajadores en comités formales trabajador - empresa de salud y seguridad	12	
	403-2 Tipos de accidentes y tasas de frecuencia de accidentes, enfermedades profesionales, días perdidos absentismo y número de muertes por accidente laboral o enfermedad profesional	12, 13	
	403-4 Temas de salud y seguridad tratados en acuerdos formales con sindicatos	12	
Formación y enseñanza			
GRI 404: Formación y enseñanza 2016	404-1 Media de horas de formación al año por empleado	9	
	404-2 Programas para mejorar aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	9	
	404-3 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	11	
	405-2 Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres		
No Discriminación			
GRI 406: No discriminación 2016	406-1 Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas		No se reportaron casos de discriminación.

### Comunidades locales

GRI 413: Comunidades locales 2016	413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	20, 22
-----------------------------------	---	--------

### Salud y seguridad de los clientes

GRI 416: Salud y seguridad de los clientes 2016	416-1 Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios	21
	416-2 Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios	21

### Marketing y Etiquetado

GRI 417: Marketing y Etiquetado 2016	417-3 Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing	28
--------------------------------------	--	----

