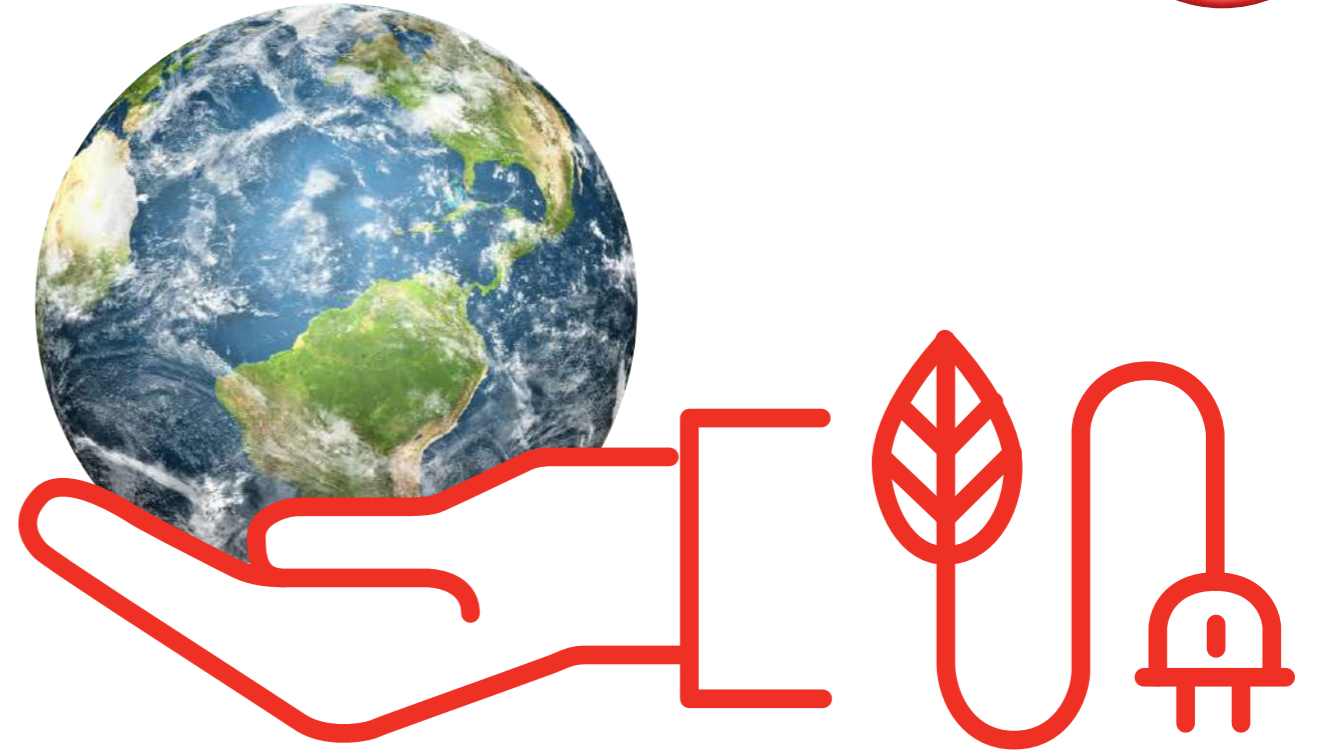




# Reporte de Sostenibilidad

# 2021



# Índice

01

## Sobre Nosotros

- Carta del Director General
- Somos parte de América Móvil
- Nuestro Negocio
- Desempeño Económico
- Propósito y Valores
- Asociaciones

02

## COVID-19

- Plan para la Vigilancia
- Retorno al Trabajo Presencial

03

## Hitos y Reconocimientos

- Principales Hitos
- Reconocimientos

04

## Resultados

- Empleo
- Salud y Seguridad
- Transformación Digital
- Conectividad
- Producto
- Terceros
- Ambiente

05

## Gestión Sostenible

- Diálogo con Grupos de Interés
- Enfoque Sostenible
- Prioridades
- Seguridad de la Información
- Infraestructura
- Proyectos de Transformación Digital
- Experiencia de Clientes
- Equipo Claro
- Aliados
- Gestión Ambiental

06

## Contenidos GRI

- Tabla de Contenidos



# 01

Sobre  
Nosotros



## Carta del Director General

102-14

En el 2021 las restricciones por la pandemia empezaron a disminuir, incluso así, este resultó un año bastante retador. El Perú tiene mucho camino por recorrer en materia de telecomunicaciones, lo cual nos impulsa a reafirmar nuestro compromiso para seguir llevando conectividad a todo el país y contribuir con el desarrollo y mejoras en las condiciones de vida de los peruanos.

El retorno al trabajo presencial se dio de manera progresiva, en un formato híbrido y siempre priorizando la salud y bienestar de todos nuestros empleados, quienes gracias a su talento y compromiso hacen posible el logro de nuestros resultados.

La inversión en modernización continúa, pusimos en marcha el nuevo “Cable Submarino del Pacífico”, aproximadamente 7,300 km de fibra óptica instalados para atender la creciente demanda de servicios de Internet, datos y contenido en el país. También se inició la comercialización de servicios residenciales con tecnología 5G, así también el despliegue de la red móvil 5G.

La digitalización en nuestra operación toma mayor relevancia, seguimos potenciando soluciones que se ajusten a las necesidades de nuestros clientes. Mi Claro App se convierte en el centro de nuestro ecosistema digital y cerca de 8 millones de usuarios ya utilizan esta aplicación para autogestionar sus servicios.

Nuestro enfoque en la sostenibilidad se fortalece, nuestra cobertura sigue creciendo, apuntando a llegar a poblaciones más vulnerables. Solo la ejecución de proyectos sociales como el Canon por cobertura y el Proyecto Regional Lima nos permitió conectar en el año a más de 235 mil habitantes en 334 localidades del país.

Conformamos nuestro Comité de Diversidad e Inclusión a través del cual se lideran, impulsan y ejecutan distintas iniciativas en la empresa. En temas ambientales, nuestro programa de gestión y manejo de Residuos de Aparatos Eléctricos y Electrónicos (RAEE) toma mayor impulso este año y se consolida como uno de los más importantes del país.

Los invito a leer nuestro Reporte de Sostenibilidad 2021 donde encontrarán los principales resultados de nuestra gestión en el último año. Gracias por elegirnos, por formar parte de la familia Claro y por permitirnos seguir mejorando la vida de los peruanos a través de las telecomunicaciones.



**Humberto Chávez**  
Director General

Somos parte de América Móvil

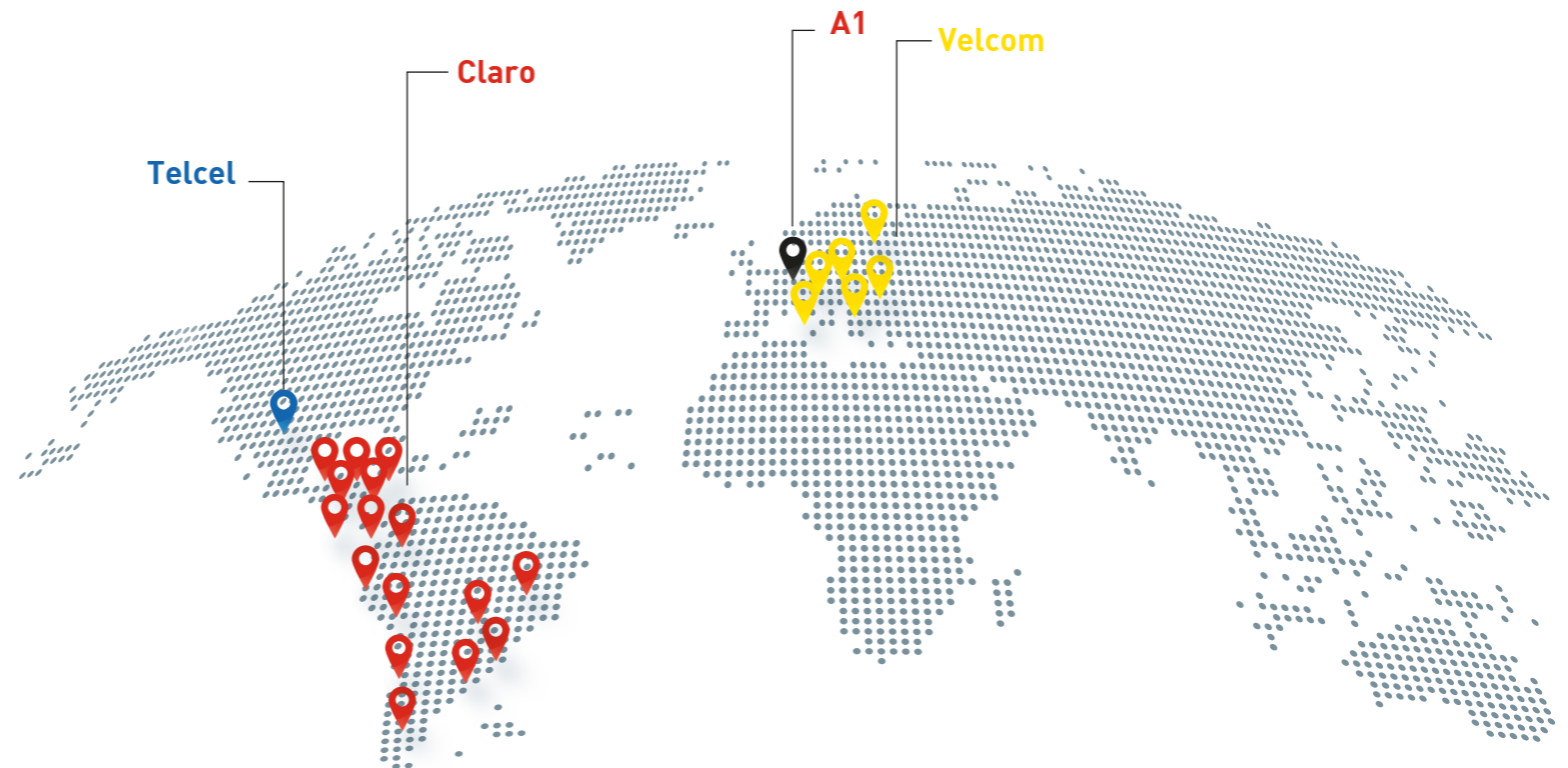
# Somos Claro Perú

102-2; 102-4

Subsidiaria de América Móvil, **la empresa líder en servicios integrados de telecomunicaciones en Latinoamérica**. El despliegue de su plataforma de comunicaciones de clase mundial le permite ofrecer a sus clientes un portafolio de servicios de valor agregado y soluciones de comunicación mejoradas en América y Europa.

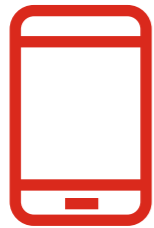
Con presencia en **24 países de América, Europa y el Caribe**, operando bajo la marca Claro en 16 países del continente:

Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Puerto Rico, República Dominicana y Uruguay. Asimismo, contamos con las marcas Telcel en México, y A1 en Austria y Europa del Este. Como Claro, llevamos 16 años conectando a las 24 regiones del Perú con una red de alta calidad que permite generar oportunidades de productividad, integración, educación, entretenimiento y seguridad a cada vez más peruanos.



## Nuestro Negocio

**Desarrollamos y ofrecemos un amplio portafolio** de productos y servicios acordes a las necesidades de nuestros clientes, así como servicios de valor agregado.



Móvil



Hogar



Negocios



Empresas



Video



Música

## Desempeño Económico

# Valor económico generado

Componente	2020	2021
<b>Valor económico directo generado</b>		
Ingresos	5,069'319,781	6,172'441,425
<b>Valor económico retenido</b>		
Valor económico generado menos valor económico distribuido	683'692,910	1,043'515,946

## Propósito y Valores

102-16



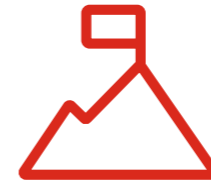
# Propósito

**Mejorar la vida de los peruanos** a través de las telecomunicaciones.



# Visión

Ser la empresa de telecomunicaciones de **más rápido crecimiento** y **preservar nuestro liderazgo** en la industria de las telecomunicaciones.



# Misión

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**.



# Cultura

**Sostenibilidad**  
**Eficiencia**  
**Cercanía**  
**Confianza**  
**Innovación**



## Asociaciones

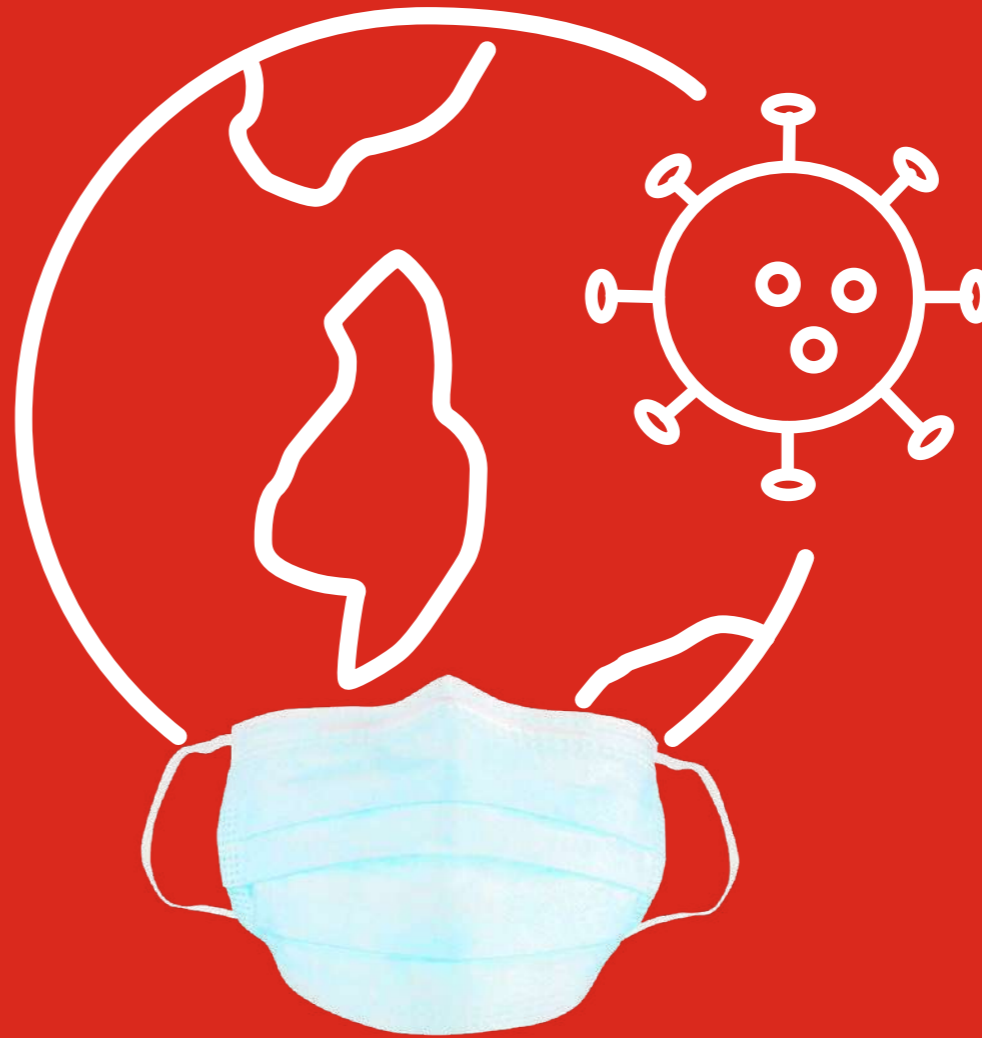
102-13



- Asociación para el Fomento de la Infraestructura Nacional (AFIN)
- Sociedad de Comercio Exterior del Perú (COMEXPERÚ)
- Asociación Nacional de Anunciantes (ANDA)
- Consejo Nacional de Autorregulación Publicitaria (CONARP)
- Asociación de Buenos Empleadores (ABE)
- Asociación GSMA
- Cámara de Comercio Americana del Perú (AMCHAM)
- Sociedad Nacional de Industrias (SNI)

# 02

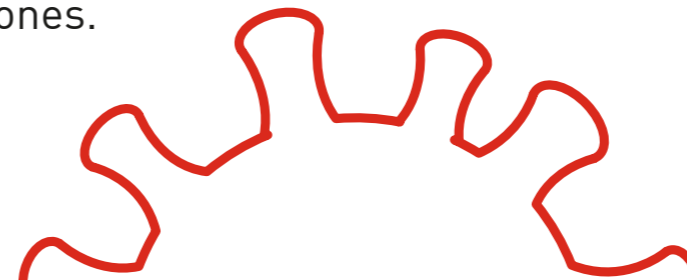
## COVID-19



## Plan para la Vigilancia

# Continuamos implementando el Plan para la vigilancia, prevención y control de la COVID-19

siguiendo las especificaciones establecidas por la normativa expedida por el Ministerio de Salud y Ministerio de Transportes y Comunicaciones.



**Identificamos y realizamos seguimiento a todos los casos sospechosos, contactos directos y confirmados de COVID-19 a nivel nacional, en especial,**



**371**

**empleados considerados como población vulnerable que pudieran presentar un mayor riesgo ante esta enfermedad.**

**Entregamos equipos de protección personal (EPP)** a los empleados que continuaron trabajando y que se incorporaron al trabajo presencial en sedes administrativas, Centros de Atención al Cliente (CAC) y personal operativo.

Realizamos

**22 capacitaciones**

**relacionadas a la prevención de la COVID-19 a empleados, proveedores y contratistas.**



## Plan de retorno al trabajo presencial

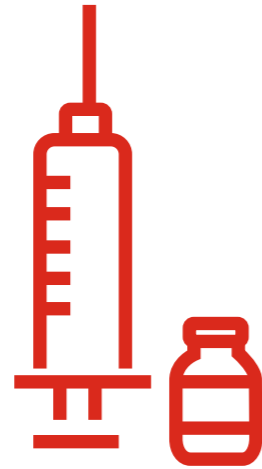
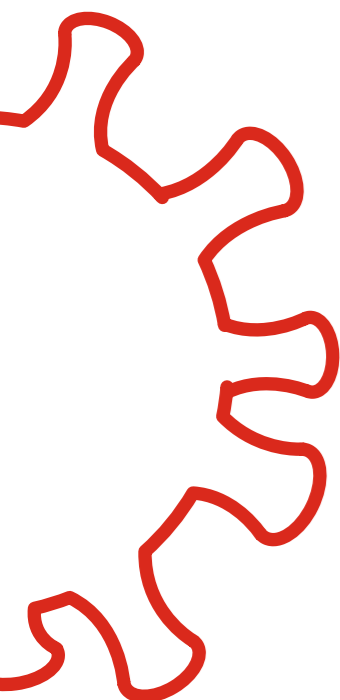
Realizamos campañas comunicacionales con el fin de sensibilizar y comunicar a los empleados sobre las medidas a tomar para la prevención de la COVID-19. **Desplegamos el portal Claro te Cuida** para estos fines, dando a conocer las normas de convivencia, reportar actos inseguros y accidentes, entre otras cosas.

En el mes de octubre,

# se retornó a las oficinas

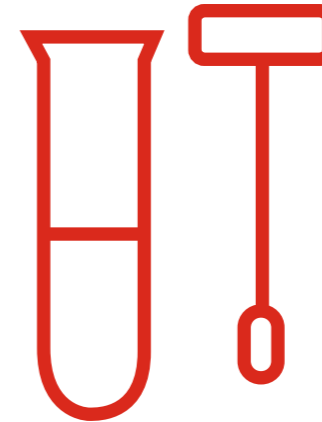
en modalidad semipresencial con el fin de cumplir con el **50% de aforo permitido y en horarios escalonados**. Las personas mayores de 65 años y aquellos con comorbilidades o alguna otra condición vulnerable no participaron.





**98%**

**del personal estaba vacunado con 2 dosis al cierre de diciembre.**

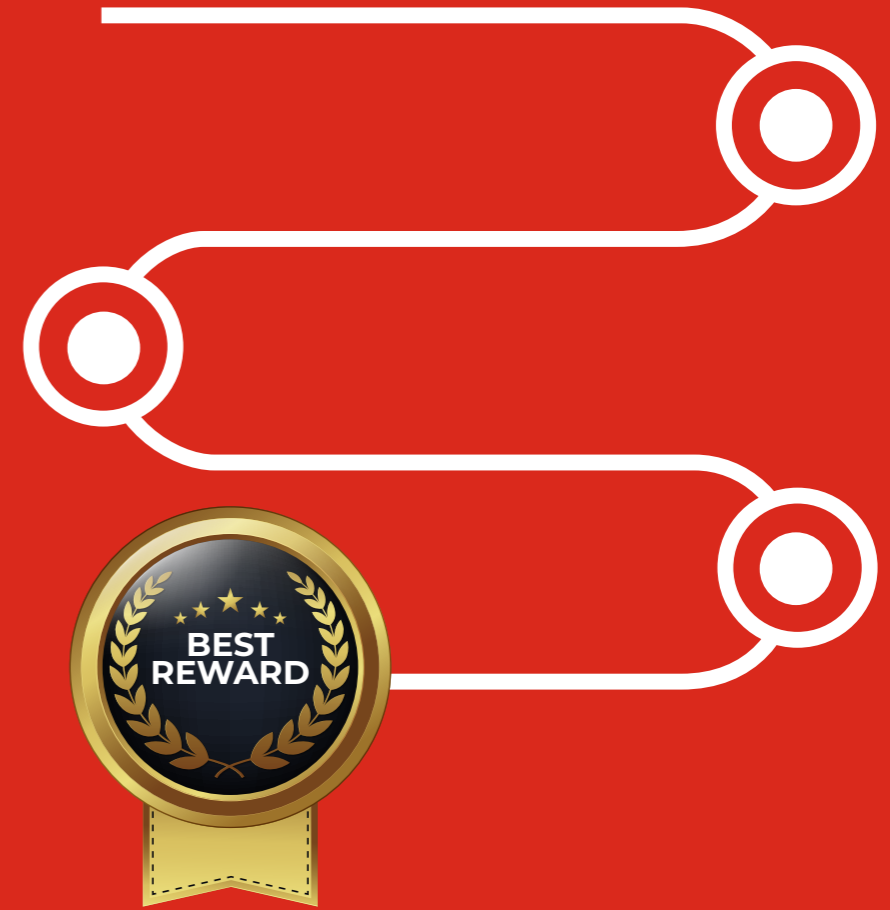


**1,443**

**pruebas COVID se realizaron al personal de los CAC y personal de campo.**

# 03

## Hitos y Reconocimientos





# marzo



Iniciamos la comercialización de servicios residenciales con 5G.

Fuente: <https://cl4.ro/np5g>

Instalamos un nuevo cable submarino para mejorar la conectividad de Latinoamérica.

Fuente: <https://cl4.ro/npcablesub>



Llevamos Internet de alta velocidad a 291 localidades de la Región Lima.

Fuente: <https://cl4.ro/nppronatel>

# mayo

# julio



Fuimos reconocidos como empresa socialmente responsable por 5.º año consecutivo.

Fuente: <https://cl4.ro/npclaroesr>

Obtuvimos el primer lugar del Ranking de la Calidad de Atención elaborado por Osiptel.

Fuente: <https://cl4.ro/osiptelrcau>

Lanzamos al espacio un nuevo satélite, el sexto más grande y moderno de nuestra flota.

Fuente: <https://cl4.ro/npstarone>

# agosto

Cumplimos

# 16 años

de sólida presencia en el Perú.



**Pobladores de la localidad de Vilca en Yauyos acceden por primera vez al Internet móvil 4G gracias a Claro.**

Fuente: <https://www.claro.com.pe/institucional/centro-de-prensa/vilca-yauyos-internet-movil-4g/>



**Claro es reconocida como una de las mejores empresas para jóvenes profesionales en el Perú.**

Fuente: <https://cl4.ro/npefy>

# setiembre

# octubre



Instalamos cámaras de monitoreo de tráfico en tiempo real que transmiten con tecnología 5G al servicio de la comunidad.

Fuente: <https://www.claro.com.pe/institucional/centro-de-prensa/claro-ala-oo-h-camaras-5g/>

Fuimos reconocidos como la **empresa con mejor reputación en el sector telecomunicaciones** según el Ranking Merco Empresas.

Fuente: <https://cl4.ro/npmerco1p>

Osiptel nos ubicó como el **operador con la red de Internet móvil más veloz.**

Fuente: <https://cl4.ro/osiptelredv>

# noviembre

## Reconocimientos



Somos la empresa

# Nº 1

en el **ranking sectorial** y escalamos 11 posiciones en el ranking general.



Somos la única empresa del sector dentro de los primeros

# 20

puestos de **las más responsables con el medioambiente.**



Escalamos

# 22

posiciones en el **ranking general.**



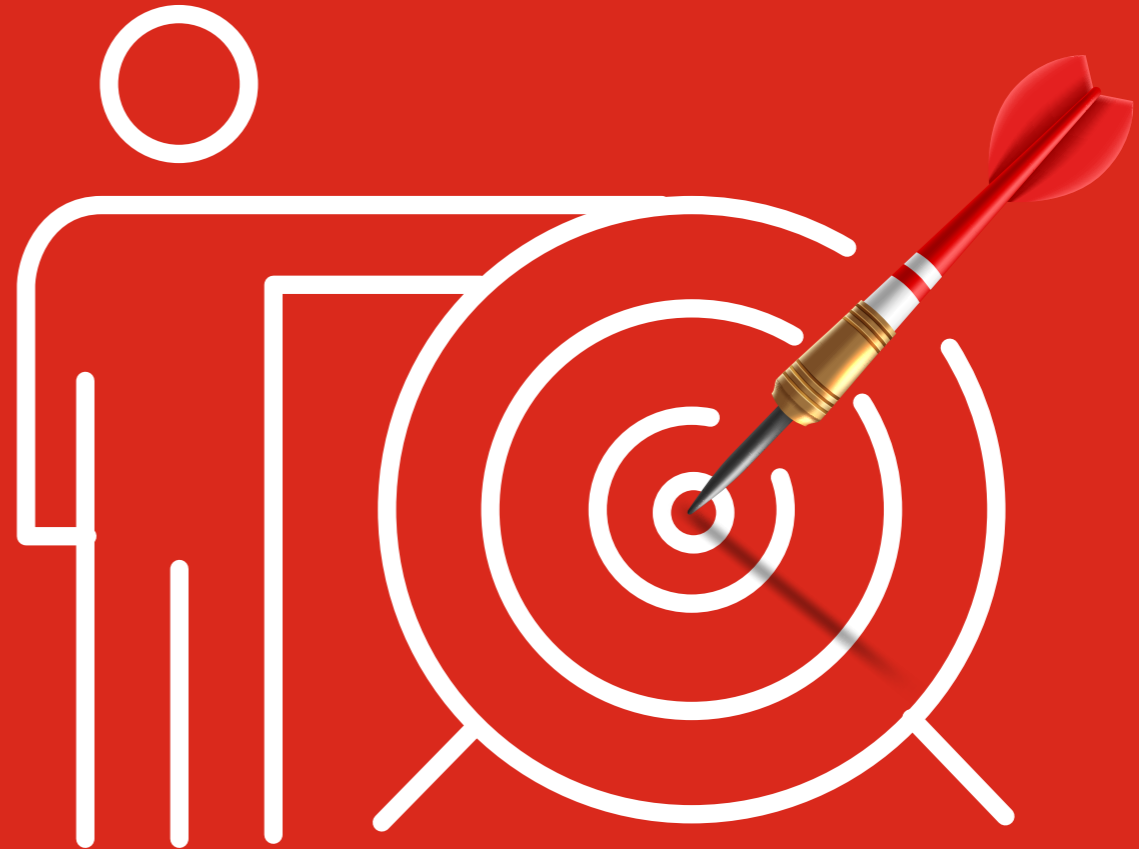
Por quinto año consecutivo recibimos este reconocimiento, **incrementando nuestro puntaje en**

# +30

puntos con respecto al 2019.

# 04

## Resultados

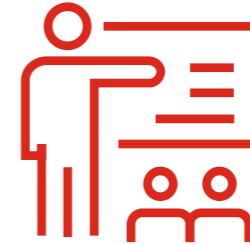


Empleo



**3,657**

puestos de trabajo directos generados.



**166,560**

horas destinadas a capacitación.

Trabajamos de la mano con

**1,345**

proveedores

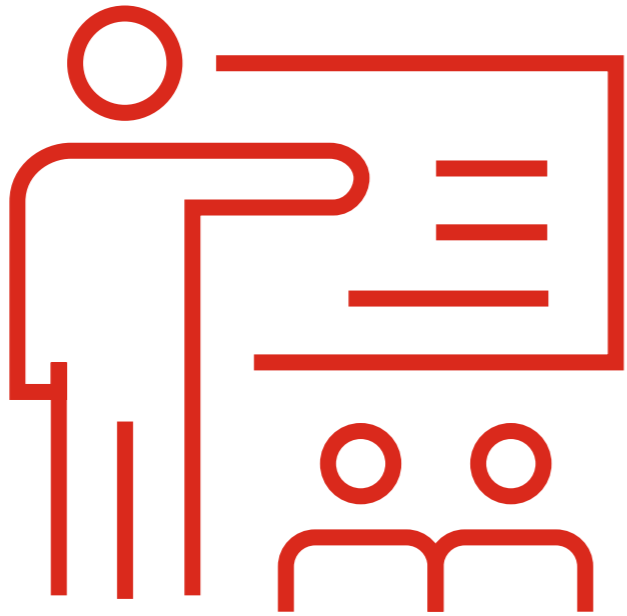
**799**

distribuidores

**58**

contratistas de red

## Salud y seguridad



# 26,125.5

horas de capacitación realizadas a empleados en cursos obligatorios de salud y seguridad.

## Transformación digital



33

proyectos de transformación digital ejecutados e implementados.

93%

de las transacciones que se realizaron por canales de autoatención.



## Conectividad



# 17,498

centros poblados del país conectados con tecnologías 2G, 3G, 4G y/o 5G, de los cuales 6,190 localidades están declaradas bajo los criterios de la regulación local.

# +8,730

usuarios capacitados en ofimática en el marco del Proyecto Regional Lima.

## Producto

En el último año migraron

**1'778,605**

líneas móviles a Claro

registrando un crecimiento del

**47%** en las migraciones  
respecto al 2020.

Terceros



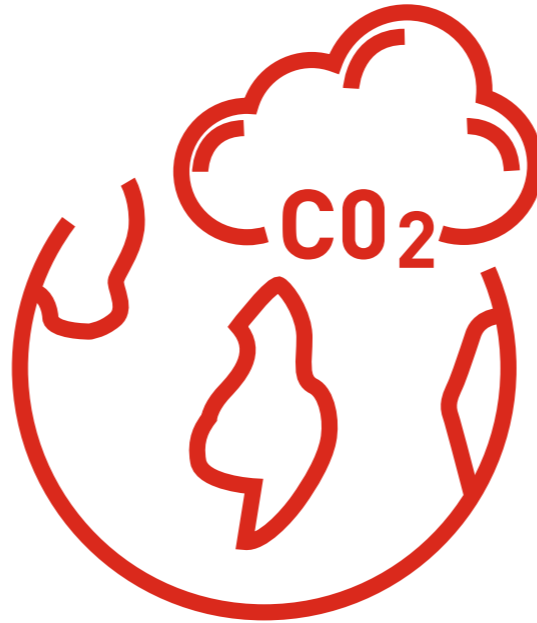
USD **1,387'355,912.52**

en compras realizadas, de las cuales el **63%** representa el volumen de compras locales.

## Ambiente

# 67

proyectos de reducción de combustible desarrollados.

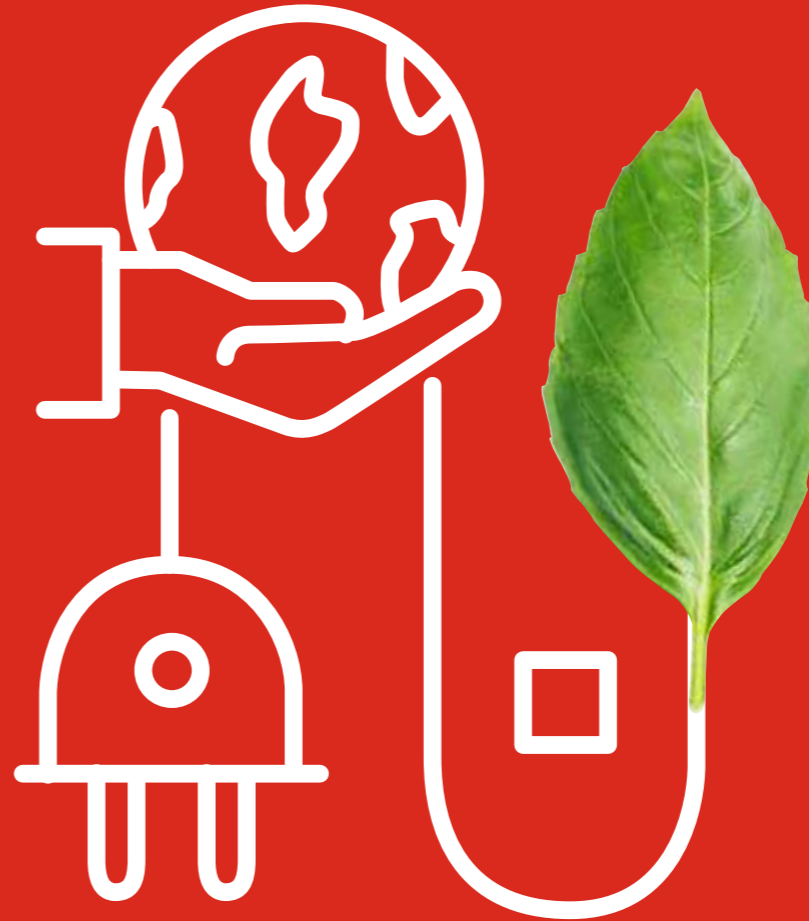


# Reducimos 96,150

toneladas de CO<sub>2</sub>e  
de nuestras emisiones  
de alcance 1 y 2.

# 05

## Gestión Sostenible



## Diálogo con Grupos de Interés

102-40; 102-42; 102-43; 102-44

Grupo de Interés	Mecanismo de Relación y Consulta	Periodicidad
Accionistas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecidos por el Corporativo en México</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecidos por el Corporativo en México</li> </ul>
Gobierno	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reuniones</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Continuo</li> </ul>
Clientes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• App Mi Claro</li> <li>• Centros de Atención al Cliente</li> <li>• Canales digitales</li> <li>• Call Center</li> <li>• Encuestas</li> <li>• Redes sociales</li> <li>• Libro de reclamaciones</li> <li>• Llamadas</li> <li>• Visitas</li> <li>• Portal de denuncias</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Continuo</li> <li>• Continuo</li> <li>• Continuo</li> <li>• Continuo</li> <li>• Continuo</li> <li>• Continuo</li> <li>• Continuo</li> <li>• Continuo</li> <li>• Continuo</li> <li>• Continuo</li> </ul>
Medios de comunicación y líderes de opinión	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reuniones presenciales y virtuales</li> <li>• Entrevistas</li> <li>• Correo electrónico</li> <li>• Comunicación corporativa</li> <li>• Atención telefónica</li> <li>• Notas de prensa, comunicados, otros</li> <li>• Eventos</li> <li>• Reporte de Sostenibilidad</li> <li>• Portal de denuncias</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Continuo</li> <li>• Continuo</li> <li>• Continuo</li> <li>• Continuo</li> <li>• Continuo</li> <li>• Continuo</li> <li>• Trimestral/semestral</li> <li>• Anual</li> <li>• Continuo</li> </ul>
Socios comerciales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reuniones</li> <li>• Llamadas</li> <li>• Correo electrónico</li> <li>• Portal de denuncias</li> <li>• Hojas de ventas</li> <li>• Encuesta</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Continuo</li> <li>• Continuo</li> <li>• Continuo</li> <li>• Continuo</li> <li>• Semanal</li> <li>• Semanal</li> </ul>

Grupo de Interés	Mecanismo De Relación Y Consulta	Periodicidad
Colaboradores	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Intranet</li> <li>• WhatsApp Claro</li> <li>• La Antena</li> <li>• App Vive Bien</li> <li>• Correo electrónico</li> <li>• Portal de denuncias</li> <li>• Encuesta de clima laboral</li> <li>• Success Factors</li> <li>• Reuniones por dirección</li> <li>• Encuesta ENPS</li> <li>• Evaluación riesgo psicosocial</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Continuo</li> <li>• Continuo</li> <li>• Continuo</li> <li>• Continuo</li> <li>• Continuo</li> <li>• Continuo</li> <li>• Continuo</li> <li>• Semestral</li> <li>• Continuo</li> <li>• Continuo</li> <li>• Semestral</li> <li>• Anual</li> </ul>
Proveedores	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reuniones</li> <li>• Llamadas</li> <li>• Correo electrónico</li> <li>• Mensajería instantánea</li> <li>• Portal de denuncias</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Continuo</li> <li>• Continuo</li> <li>• Continuo</li> <li>• Continuo</li> <li>• Continuo</li> </ul>
Sociedad Civil y comunidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Llamadas</li> <li>• Reuniones presenciales y virtuales</li> <li>• Correo electrónico</li> <li>• Atención telefónica</li> <li>• Eventos especiales del sector</li> <li>• Eventos de responsabilidad social</li> <li>• Reporte de Sostenibilidad</li> <li>• Portal de denuncias</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Continuo</li> <li>• Continuo</li> <li>• Continuo</li> <li>• Continuo</li> <li>• Semestral/Anual</li> <li>• Semestral/Anual</li> <li>• Anual</li> <li>• Continuo</li> </ul>

## Enfoque Sostenible

# Estrategia de sustentabilidad

102-12

Como parte del grupo América Móvil, en Claro Perú nos encontramos comprometidos con la gestión sostenible de nuestras operaciones.



### Haciendo posible un mejor planeta

Minimizamos nuestra huella ambiental y contribuimos a evitar las emisiones de gases de efecto invernadero de nuestros clientes a través de servicios de conectividad y soluciones digitales.



### Haciendo posible una mejor sociedad

A través de la conectividad, promovemos el desarrollo económico y la inclusión, contribuyendo a combatir la pobreza y a generar mayores oportunidades en la región.



### Haciendo posible un mejor lugar de trabajo

Nuestra experiencia del cliente y el éxito de nuestro negocio, se basan en atraer, desarrollar y retener al mejor talento. Por ello, fomentamos el crecimiento en un entorno laboral favorable.



### Haciendo posible un mejor entorno empresarial

La ética y la integridad rigen nuestro actuar diario, en la operación y con nuestra cadena de valor, para honrar la confianza que han depositado nuestros grupos de interés en nosotros.





# Principios que nos guían



Pacto Global  
de las Naciones Unidas

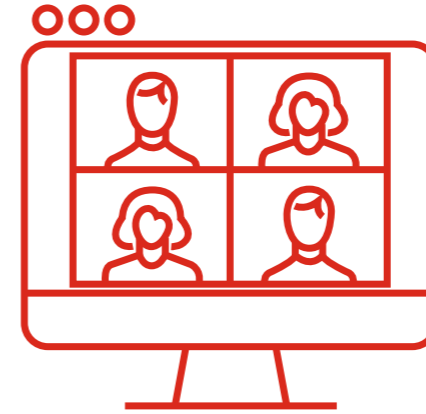


Objetivos de  
Desarrollo Sostenible

Enfoque Sostenible

# Formación en Sostenibilidad

Continuamos incorporando en las inducciones a nuevos empleados y practicantes una sección destinada a la sostenibilidad.



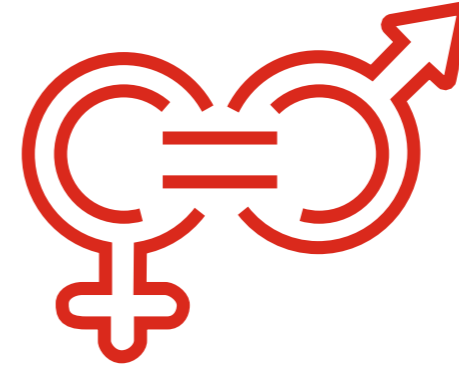
**40** inducciones virtuales

**305** nuevos empleados y practicantes participaron

## Enfoque Sostenible

# Equidad y diversidad

Contamos con un **Comité de Inclusión y Diversidad (I&D) conformado por un equipo diverso y paritario** que es responsable de liderar, impulsar y ejecutar la estrategia y el plan de trabajo, ser referentes y voceros del tema, así como gestionar canales de comunicación con las diferentes áreas y niveles de la empresa, logrando **integrar las necesidades de todos**.



### Se destacan los siguientes avances:

- Difusión de la Política de **Inclusión y Diversidad corporativa**.
- Capacitación sobre **prevención de Hostigamiento Sexual Laboral**. 90.6% de empleados participaron.
- **Diagnóstico para conocer las necesidades de los empleados** sobre prácticas de flexibilidad laboral.
- Incorporación de criterios de selección con enfoque de género.
  - ✓ Se incluyó en la Política de Selección y Talento criterios para ascensos explicitando la definición equitativa de las bandas salariales.
  - ✓ Se implementó un panel de entrevistadores que tenga representatividad de género en todos los procesos de selección de gerentes y directores.
  - ✓ Se implementó el uso de lenguaje inclusivo para todas las convocatorias de personal.

# Talleres de sensibilización dirigido a diferentes públicos

## "Sensibilización, Equidad, Diversidad e Inclusión"

Dirigido a la primera línea, tiene por objetivo sensibilizar y comprometerlos sobre la importancia de trabajar en temas de género en la organización. 100% de líderes de la primera línea participaron.

## "Liderazgo Inclusivo"

Dirigido a la primera línea y al comité de I&D. Busca evidenciar la importancia de aplicar el liderazgo desde la empatía. Se entregaron recomendaciones para ejercerlo en la organización. 96% de participación.

## "Adopción de Inclusión y Equidad"

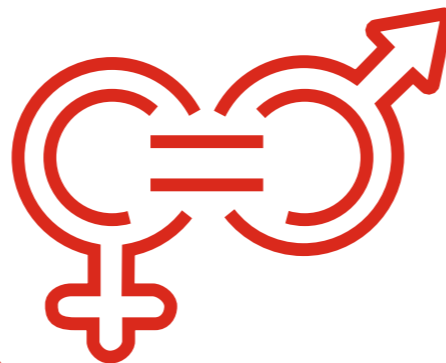
Dirigido a todos los líderes de la organización y a los Modelos de Cultura, busca sensibilizar y concientizar sobre la importancia de promover y desarrollar una cultura de Inclusión. 70% de participación.

## "Gestión Humana con enfoque de género"

Dirigido a la subdirección de Gestión Humana, tiene por objetivo reconocer el impacto negativo de los sesgos y estereotipos de género en los procesos de gestión humana y compartir buenas prácticas para su identificación y mitigación. 83% de participación.

## "Comunicaciones Inclusivas"

Dirigido a los líderes de la dirección de Mercadeo, busca reconocer el uso del lenguaje como un aspecto fundamental en el trabajo por la equidad de género y entregar herramientas útiles para evitar sesgos y estereotipos en las comunicaciones. 90% de participación.





## Charla en el Día de la Mujer: "Sesgos y Estereotipos de Género"

La consultora Aequales nos acompañó en la reflexión sobre el impacto de los sesgos inconscientes e indicó las oportunidades que implican la promoción de equipos diversos, así como fomentar un ambiente de trabajo inclusivo que busque potenciar el desarrollo de estos.

# 328

empleados participaron

## Prioridades de Gestión

102-46; 102-47; 102-49; 102-50; 102-54

El presente Reporte muestra los resultados obtenidos en el periodo correspondiente del 1 de enero al 31 de diciembre del 2021, y ha sido elaborado de conformidad con los Estándares del Global Reporting Initiative (GRI) en su modalidad esencial. De igual forma, fueron incorporados los diez principios del Pacto Global a los que América Móvil y sus subsidiarias nos encontramos adheridos.

En el 2020 iniciamos el proceso de materialidad, el cual culminó en el 2021, dado el tiempo transcurrido desde la última evaluación en el 2017 y debido al nuevo contexto global por la COVID-19 que modifica las prioridades y expectativas de nuestros grupos de interés. El proceso incluyó las siguientes tres etapas:

### Revisión e identificación de temas relevantes y oportunidades

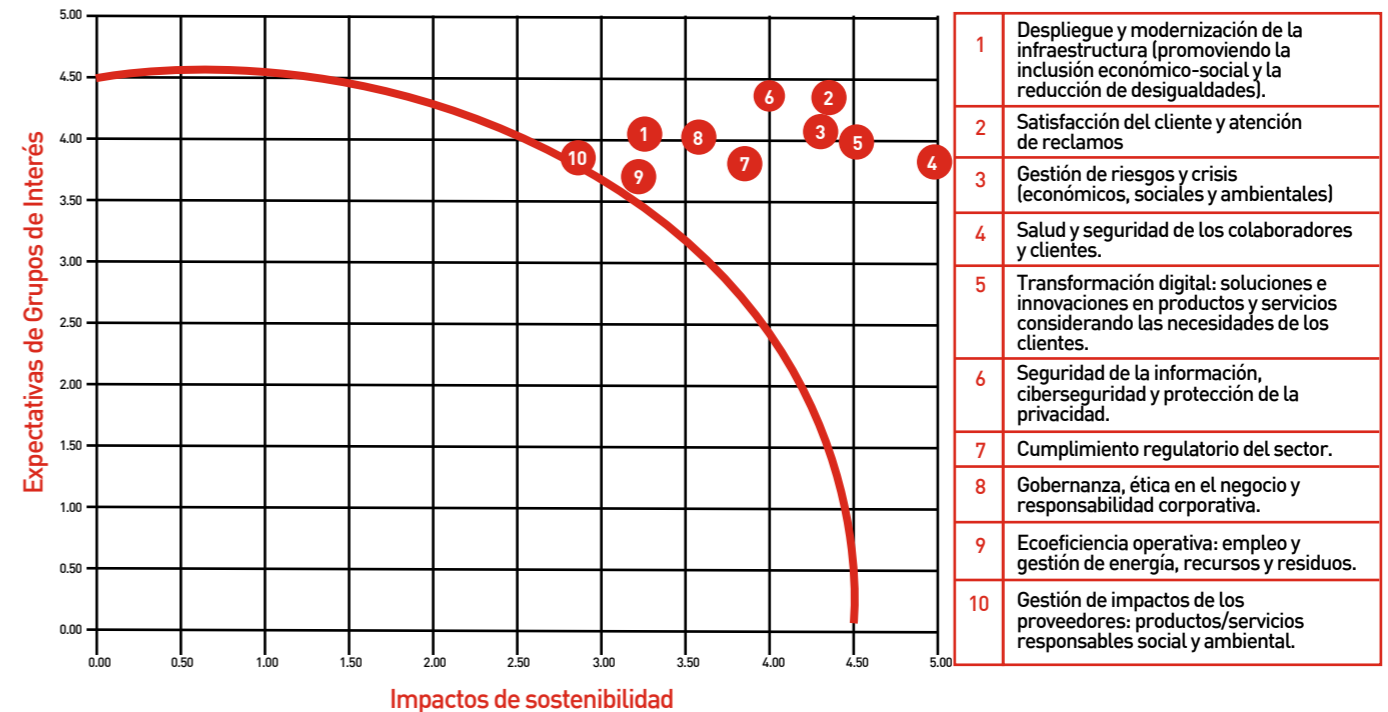
Realizamos una revisión documentaria de las prioridades identificadas en el sector, así como del enfoque y de los lineamientos estratégicos de la empresa. De forma complementaria, se realizó una revisión de estándares de sostenibilidad y lineamientos de desarrollo globales, así como de las preocupaciones y prioridades surgidas en el marco de la COVID-19.

### Recojo de percepciones, intereses y expectativas de nuestros grupos de interés

En esta etapa buscamos conocer los impactos de los temas de sostenibilidad y su relevancia para la empresa y nuestros grupos de interés. Por ese motivo, generamos espacios de diálogo a fin de conocer sus percepciones, intereses y expectativas en la gestión del negocio.

### Procesamiento y priorización de temas relevantes

Analizamos, priorizamos y determinamos los temas materiales. Posteriormente, identificamos tanto los temas GRI, como aquellos propios del negocio.



## Gobernanza, Ética y Seguridad de la Información

102-5; 102-18

# Gobierno corporativo

Contamos con un accionariado conformado por Sercotel S.A. de C.V. y AMOV IV S.A. de C.V., dos empresas que forman parte de América Móvil.



Nuestro equipo directivo es liderado por nuestro director general, Humberto Chávez López e integrado por los representantes de las siguientes direcciones y subdirecciones:

Humberto Chávez	Director General
Roxana Ávalos	Subdirectora de Gestión Humana
Alejandro Ballón	Director Regional del Norte
Jessica Chávez	Gerenta de Auditoría Interna
Arturo Galicia	Director de Tecnología de la Información
Rosa María Gálvez	Directora Legal
Francisco García	Subdirector de Aseguramiento de Ingresos y Prevención de Fraude
Arturo Goicochea	Director de Compras y Administración
Hugo González	Director de Ventas y Distribución
Frederick Hawie	Director Regional del Sur
Gustavo Leal	Director de Mercadeo
Harold Lynett	Director de Atención Presencial
Orlando Medina	Director de Operaciones Comerciales
Óscar Moreno	Director de Servicio al Cliente
Elisa Munares	Directora de Planeamiento Estratégico
Mariano Orihuela	Director de Mercado Corporativo
Juan Rivadeneyra	Director de Marco Regulatorio
Juan David Rodríguez	Director de Red
Carlos Solano	Director de Finanzas
Óscar Vargas	Subdirector de Servicios de Valor Agregado

## Gobernanza, Ética y Seguridad de la Información

# Gestión ética

205-2; 205-3

Buscamos generar confianza entre nuestros grupos de interés por medio de una gestión íntegra y transparente. Para lograrlo, nos guiamos del Programa de Integridad y Cumplimiento cuyo pilar principal es el Código de Ética que representa los valores de América Móvil y define el comportamiento que debemos tener y recibir entre empleados y representantes de la empresa con terceros que se vinculen. Del mismo modo, forman parte de dicho Programa otras políticas tales como, la Política de Compras, Política de Seguridad de la Información, Política de Conflictos de Interés, Política de Prevención del Lavado de Activos y Financiamiento del terrorismo, Política Anticorrupción, Política de Patrocinios, Política de Regalos, Donativos, etc.

Principales acciones 2021:

Implementación de la Oficialía de Cumplimiento local.

**Creación del Micrositio de Cumplimiento**, plataforma que permite acceder a las políticas del Programa de Integridad y Cumplimiento, iniciar procesos de políticas, capacitaciones, entre otros.

Inicio de la evaluación del Proceso de Debida Diligencia para socios comerciales.

En el periodo reportado **no se han registrado casos de corrupción.**

**98%**  
de empleados capacitados en **Control Efectivo de la Corrupción.**

Hemos sido calificados por la ONG Hiperderecho y la Frontier Fundation Asociation (FFA) como **una de las empresas de telecomunicaciones que cuenta con los controles más importantes en la protección de datos personales de sus clientes.**



## Gobernanza, Ética y Seguridad de la Información



## Canal de denuncias

Ponemos a disposición pública de nuestros grupos de interés, canales de denuncias **([lineadedenuncia@americamovil.com](mailto:lineadedenuncia@americamovil.com), <http://www.claro.com.pe>)** que permitan dar a conocer situaciones o hechos que pudieran ir en contra de nuestro Código de Ética y que involucren tanto a personal de Claro o personal externo<sup>1</sup>. Estas denuncias son investigadas y evaluadas por el Comité de Ética que, siguiendo los lineamientos establecidos en el Protocolo de Investigaciones, emite las resoluciones y asegura la aplicación de las medidas disciplinarias correspondientes.

<sup>1</sup> Socios estratégicos, proveedores y contratistas.

Gobernanza, Ética y  
Seguridad de la Información

# Seguridad de la información

418-1

Reconocemos nuestra **responsabilidad de resguardar la información de nuestros clientes y socios comerciales**, por lo que nos enfocamos en abordar los riesgos de nuestro negocio, incluyendo la forma de recopilar, usar, administrar y proteger datos. Es por esto que **contamos con la Política de Seguridad de Información, así como la ISO 27001, certificación que mantenemos con el fin de adoptar medidas para garantizar el uso seguro y protegido de la información**, así como contar con mecanismos de respuesta eficaz.



92%

empleados **recibieron capacitación sobre Seguridad de la Información** (curso local).

98%

empleados **recibieron capacitación sobre Introducción a la Seguridad de la Información** (curso corporativo).

En el 2021 se registraron dos casos relacionados a violaciones de la privacidad del cliente, en donde la consulta de información en nuestros sistemas las realizó un personal tercero. Ambas personas fueron separadas de la operación.

## Infraestructura

102-6; 203-1; Claro 2



Al cierre del 2021, prestamos servicios móviles en

**17,498** centros poblados

del país con tecnologías

**2G, 3G, 4G** y/o **5G**

de los cuales 6,190 localidades están declaradas bajo los criterios de la regulación local.

27 distritos parcialmente cubiertos con tecnología 5G en Lima Metropolitana y Lima provincia.

## Infraestructura

### Nuestra cobertura sigue creciendo

Buscamos continuar contribuyendo a reducir la brecha de conectividad que existe en el Perú y este año particularmente seguimos conectando a los peruanos especialmente en poblaciones más vulnerables. Solo en dos proyectos como el Canon por cobertura y el Proyecto Regional Lima,

llegamos a beneficiar a

**+235 mil**  
habitantes

en **334 localidades**  
del Perú.

### Canon por cobertura

Como parte de los compromisos de inversión suscritos con el Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC) en el marco del mecanismo para la conversión del pago del canon por uso del espectro, en el 2021, la infraestructura de telecomunicaciones en

**11** de estas  
**43** localidades

con cobertura comprometidas ya se encuentran en servicio, las 32 restantes se culminarán a inicios del 2022.



Con este proyecto

**+50 mil**  
habitantes

que nunca tuvieron acceso a Internet en sus localidades, serán beneficiados al término de su implementación y podrán acceder a los beneficios que brindan los servicios móviles como la educación, la salud, la seguridad y hasta tendrán la posibilidad de emprender algún negocio.

## Infraestructura

# Proyecto Regional Lima

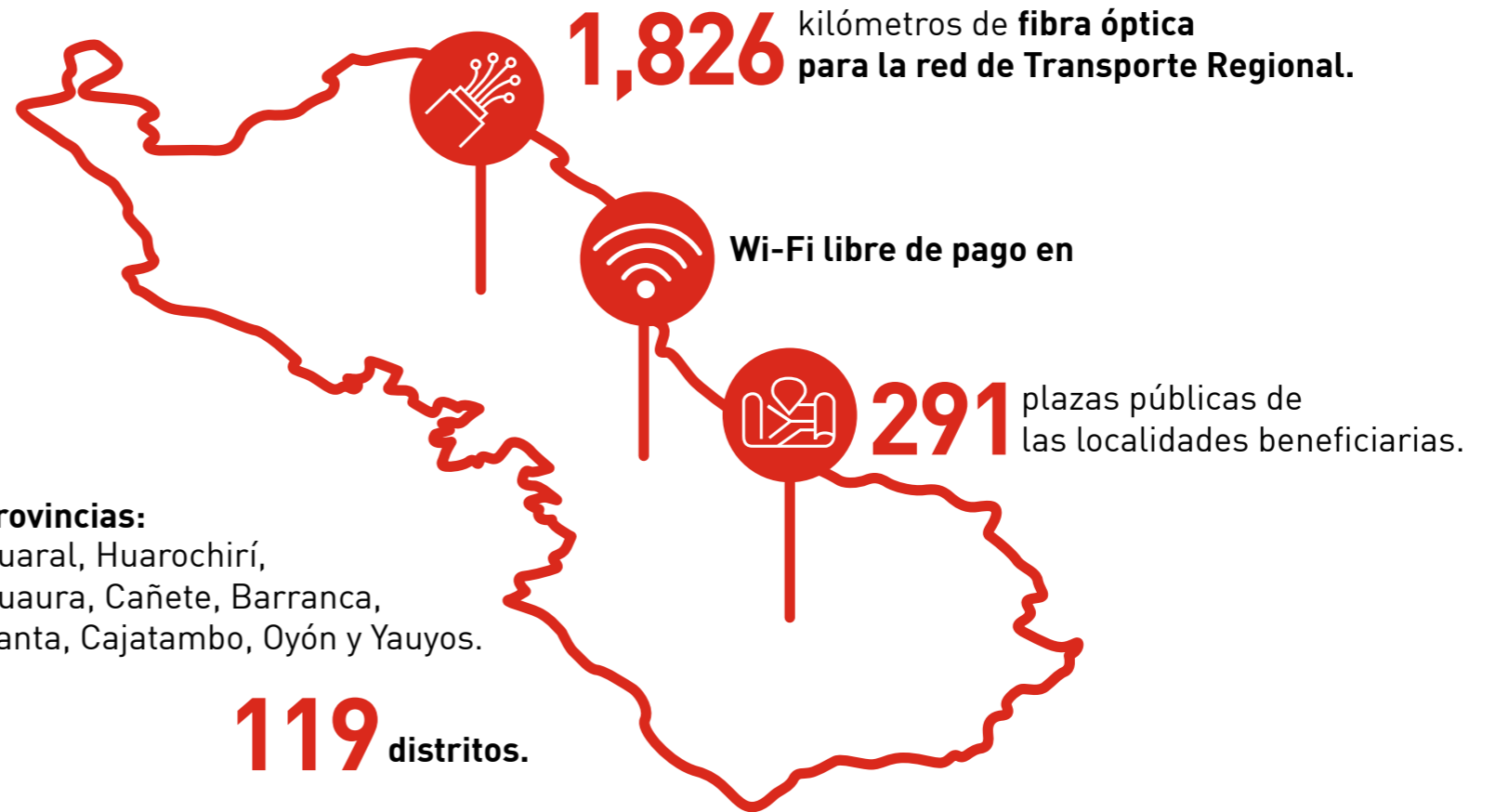
Se finalizó la implementación del proyecto financiado por el Programa Nacional de Telecomunicaciones (Pronatel) para la **construcción e implementación de 1,826 kilómetros de fibra óptica para la Red de Transporte Regional.**

Conectamos a:



**9 provincias:**  
Huaral, Huarochirí,  
Huaura, Cañete, Barranca,  
Canta, Cajatambo, Oyón y Yauyos.

**119 distritos.**



## Infraestructura

# Proyecto Regional Lima

Beneficiamos a:

**255** instituciones educativas.

**201** centros de salud.

**21** comisarías.

**1,497** computadoras entregadas.

**8,730** pobladores capacitados en ofimática por módulo (básico e intermedio), lo que significó un total de

**34,920** horas de capacitación.



## Infraestructura

### Proyectos de gran envergadura

# Fibra Óptica

El tráfico de Internet continuó creciendo exponencialmente y los servicios residenciales siguen tomando mayor relevancia, esto debido a que los peruanos cambiaron sus hábitos y comportamientos producto de la pandemia.

La fibra óptica permite brindar servicios convergentes de Internet, Telefonía y Televisión mediante una única conexión al hogar. En el último año y medio hemos duplicado la cobertura residencial a nivel nacional como parte de nuestro despliegue de red en Lima y provincias.

Incrementamos

**13%** en cobertura de servicios fijos respecto al 2020,  
**92%** de dicho crecimiento solo en Fibra Óptica.

Nuestra base de clientes de servicios fijos

**100%** fibra óptica creció en **96%**

Extendimos los servicios de fibra óptica a

**19** nuevos distritos a nivel nacional.



## Infraestructura

## Proyectos de gran envergadura

# Nuevo cable submarino del Pacífico

Uno de los hitos más importantes en el desarrollo de las telecomunicaciones, fue la instalación y puesta en servicio del “South Pacific Submarine Cable” o Cable Submarino del Pacífico en conjunto con Telxius. Este nuevo proyecto de fibra óptica de alta capacidad, recorre la costa latinoamericana del Pacífico para conectar a Puerto San José (Guatemala) con Valparaíso (Chile), con puntos de amarre adicionales en Salinas (Ecuador), Lurín (Perú) y Arica (Chile), en conexión directa con servidores disponibles desde Estados Unidos.

**Esta infraestructura de aproximadamente 7,300 km de fibra óptica instaladas nos permitirá atender la creciente demanda de servicios de Internet, datos y contenidos en el país.**





## Infraestructura

## Proyectos de gran envergadura

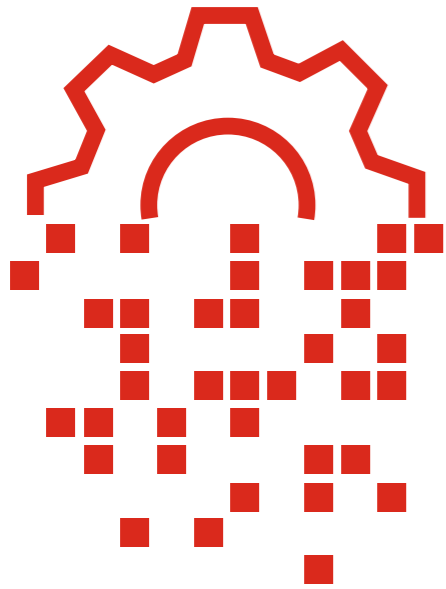
# Tecnología 5G

Iniciamos la comercialización de servicios residenciales con tecnología 5G en algunas zonas de Lima Metropolitana, con crecimiento gradual a las principales ciudades del país. Sumado a ello, continúa el despliegue de la red móvil 5G y se empiezan a comercializar los equipos móviles compatibles con esta tecnología.



## Proyectos de Transformación Digital

Claro 5



**33**

Proyectos de transformación digital ejecutados e implementados en el 2021.

**+6 mil**

horas/hombre al año se estima que han sido mejor empleadas con la implementación de estos proyectos.

## Proyectos de Transformación Digital

# Algunos proyectos importantes



- ✓ **Generación y almacenamiento de contratos firmados con proveedores - Legal:**  
Sistema de generación de contratos con proveedores, donde se incluye firma digital (tanto del proveedor como de los representantes de Claro) y su almacenamiento en un lugar seguro y centralizado.
- ✓ **Reclamos de Segunda Instancia a OSIPTEL - Servicio al cliente:**  
Proceso que permite el envío diario de expedientes de reclamos de clientes (firmados digitalmente) al ente regulador en forma digital y segura.

## Experiencia de Clientes

102-6; Claro 6

# 31 millones

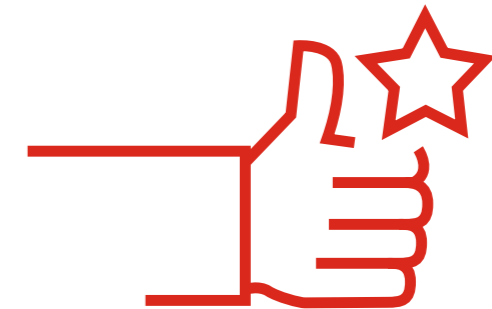
de transacciones realizadas, de las cuales

## 29 millones

(93%) se realizaron por canales de autoatención

## 2 millones

(7%) por canales tradicionales



# 100%

de reclamos atendidos

## Experiencia de Clientes

### Suscriptores por tipo de sector (miles)

Clientes	2020	2021
Móviles (líneas)	10,948	12,108
Fijos (UGIS <sup>2</sup> )	1,739	1,909

### Portabilidad Móvil

	2019	2020	2021	Total
Líneas ganadas	2'939,376	1'207,858	1'778,605	5'925,839

Respecto a cifras de portabilidad móvil, en los últimos tres años migraron a Claro un total de 5'925,839 líneas. En el último año, migraron a Claro un total de 1'778,605 líneas, registrando un crecimiento del 47% en las migraciones respecto al 2020.

<sup>2</sup> Unidad Generadora de Ingresos.

## Experiencia de Clientes

# Canales de atención

Contamos con dos tipos de canales de atención: Autoatención y Tradicionales.

### ✓ Canal Autoatención:

#### Autoasistido

Se atiende sin la necesidad de que una persona lo ayude en el proceso.

#### Asistidos

Requiere del apoyo de un asesor.

**Formalizamos Mi Claro App como el centro de nuestro ecosistema digital,** con la finalidad que dependiendo de las necesidades del usuario, este sea direccionado hacia cualquiera de nuestros canales digitales. De esta forma, los canales se complementan entre sí, **buscando facilitar las transacciones y solicitudes, así como brindar soluciones rápidas y en el menor tiempo posible.**

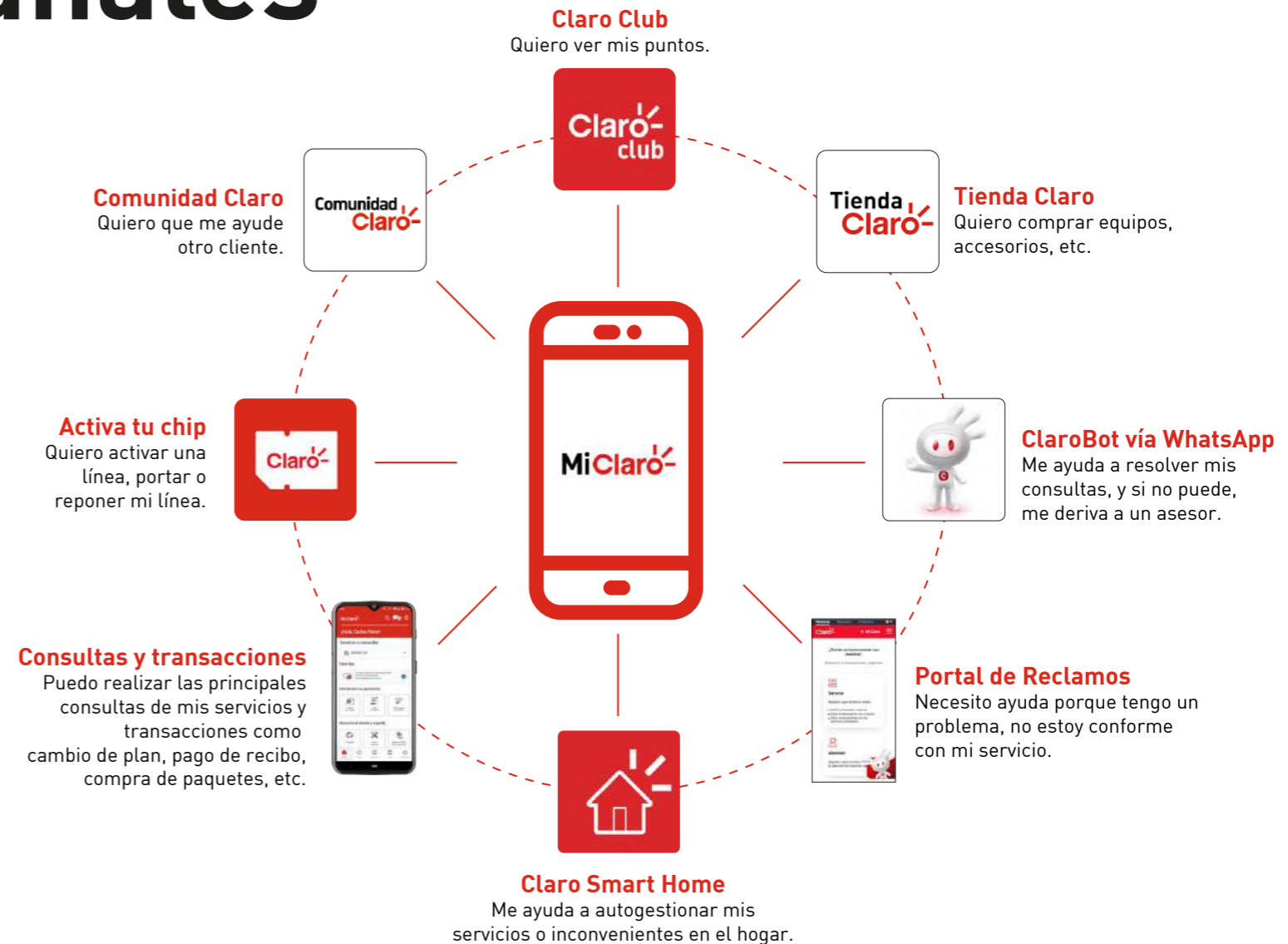
# Ecosistema de Canales de Autoatención

En el 2021 nuestro reto fue sostener el crecimiento de Mi Claro App del año anterior, logrando obtener los siguientes resultados:

- Crecimos en penetración de Smartphones que cuentan con Mi Claro App, pasando de 57% a 66%.
- El número de transacciones mensuales en Mi Claro App pasaron de 34 millones a 44 millones.
- Más de 7.5 millones de usuarios descargaron y usaron nuestra App Mi Claro desde el 2018.

Contamos con 3 máquinas expendedoras de chips “Actívalo Tú Mismo” a nivel nacional ubicadas en el Jockey Plaza, Asia y CompuPalace.

Contamos con los siguientes canales digitales de atención humana: WhatsApp, Webchat, Facebook, Twitter y buzón de correo.



## Experiencia de Clientes

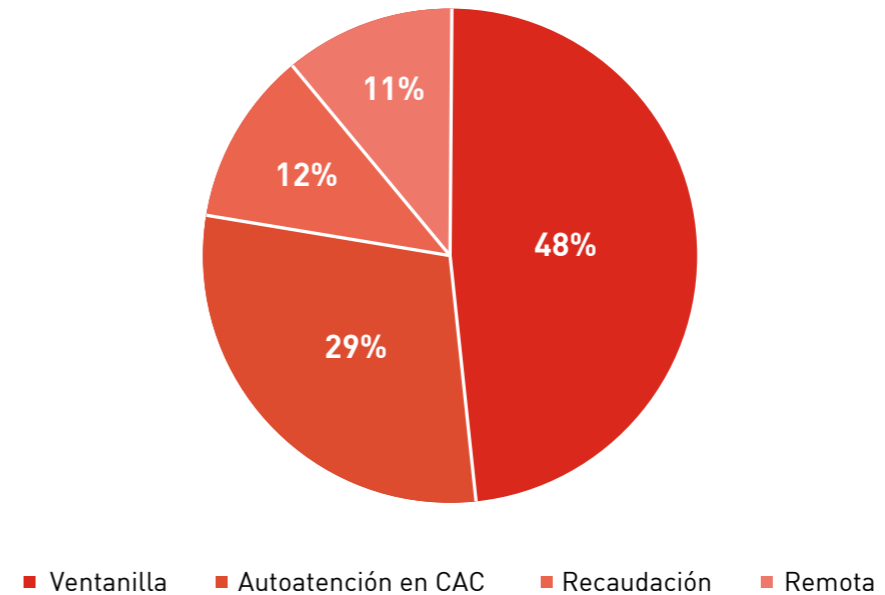
# Canales de atención

### ✓ Canal Tradicional:

En el 2021, bajo la coyuntura de la COVID-19, mantuvimos el modelo de atención presencial limitado debido al distanciamiento social y protocolos de bioseguridad implementados en los Centros de Atención al Cliente (CAC). No obstante, seguimos enfocados en el modelo de atención con foco en la autoatención y atención remota, continuando con el despliegue de nuevos procesos y herramientas.

<sup>3</sup> Llamada y telepresencia.

### Atenciones realizadas



En Centros de Atención al Cliente, durante el 2021, atendimos más de 4 millones de clientes, de los cuales el 48% pasan a módulos de atención, el 29% es atendido en los dispositivos de autoatención, el 12% recaudación y el 11% son derivados a nuestros canales de atención remota<sup>3</sup>.



## Experiencia de Clientes

# Canales de atención

Nuestros 55 Centros de Atención al Cliente - CAC a nivel nacional cuentan con dispositivos de autoatención:

**28** tótems digitales para emisión de tickets virtuales.

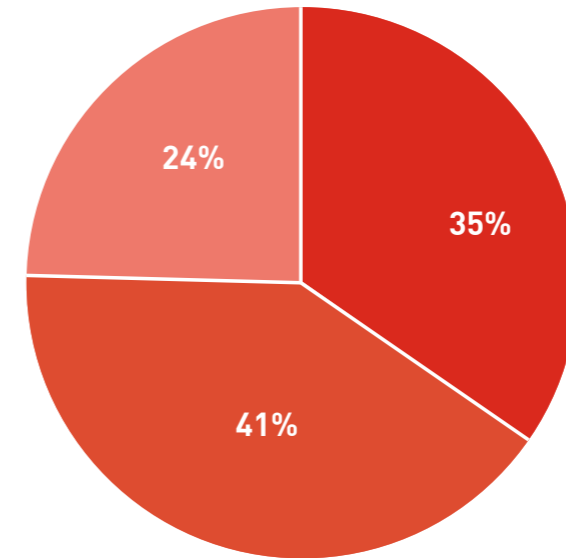
**66** ATM para pagos.

**64** ATM para reposición de chip.

**44** cabinas de telepresencia para la atención por videollamada.

Contamos con 20 CAC a nivel nacional con zona de autoatención independiente, de los cuales 13 se implementaron en el 2021. Estas zonas se encuentran abiertas los fines de semana y funcionan en horario extendido para brindar a los clientes facilidades cuando el CAC se encuentra cerrado.

### Atención en Zonas de Autoatención



■ Telepresencia ■ ATM: Pago de recibos y recargas ■ ATM: Reposición de chip

## Experiencia de Clientes

# Canales de atención

Las atenciones de telepresencia ascendieron a más de **260 mil**. Mediante esta modalidad el cliente recibe atención por medio de una videollamada conectándose por medio de cabinas ubicadas al ingreso de los Centros de Atención al Cliente o por medio de un dispositivo telefónico al escanear un código QR.

Mediante el programa “Agenda tu Cita” reducimos las colas de espera formadas al ingreso de los CAC. Adicionalmente se incorporó la posibilidad de que los clientes agenden citas de atención telefónica para ciertas transacciones, sin necesidad de que se trasladen a un CAC (siendo atendidos por asesores que vienen realizando trabajo remoto por ser parte del personal de riesgo). **Al cierre del 2021 tuvimos un registro de más de 247 mil citas.**

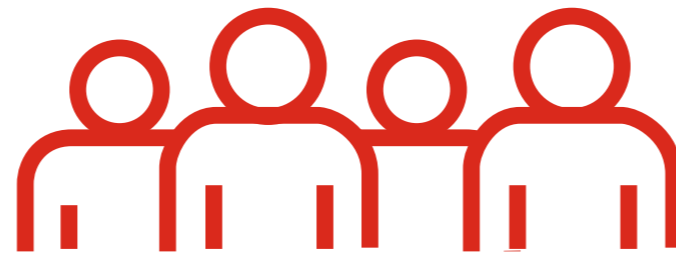
- ✓ Iniciamos la **venta de dispositivos para el hogar “Casa conectada”** y accesorios como una ventaja diferencial para los clientes que visiten nuestros CAC. Este canal de venta **representa más del 90% de la venta total de accesorios en la empresa.**
- ✓ Desplegamos el **Proyecto Asesor Móvil en 45 CAC a nivel nacional**, en donde por medio de una tablet se busca brindar atención rápida a los clientes en fila de espera.



- ✓ Incluimos en los lineamientos de atención general la atención a clientes con discapacidades diversas y capacitamos a nuestros asesores en aspectos generales de lengua de señas con el fin de que estos puedan tener un acercamiento a los clientes y brindarles una buena experiencia en la atención.
- ✓ Buscando cumplir con el Reglamento de Calidad de la Atención de Usuarios que detalla los tiempos de atención según la operación a realizar, hemos implementado en los CAC, el Gestor de Colas (ALOHA). Este, es un elemento de autoatención que da la posibilidad de que el cliente seleccione el idioma (español, quechua, aymara o inglés) en que desea que se muestre la información.

## Experiencia de Clientes

# Canales de atención



En función a la regulación vigente, **traducimos las cartillas informativas y contratos a los idiomas: quechua, shipibo, ashaninka y aymara** con el fin de que los clientes cuya lengua materna sea alguna de las mencionadas, **puedan acceder a toda la información.**

## Experiencia de Clientes

# Canales de atención

Claro 3

### ✓ Experiencia y satisfacción de clientes:

Promovemos una cultura centrada en el cliente con el fin de brindarle la mejor experiencia. Es por eso que contamos con lineamientos de atención presencial, lineamientos de los canales de autoatención, así como una Política de Encuestas de Recomendación y Procedimiento de Gestión de Reclamos. Esto nos permite mejorar constantemente la atención, respondiendo a las necesidades de nuestros clientes.

En el 2021 se han realizado ajustes en la medición de la usabilidad de los canales digitales, dejando de utilizar el indicador System Usability Scale (SUS) como tal e incorporando la medición de la usabilidad en las encuestas de medición del indicador NPS (Net Promoter Score) de servicio y de canal.

### NPS por Producto

Net Promoter Score	2020	2021
NPS Móvil Total	16.7	12.2
NPS Fijo Total	5.4	22.6

## Equipo Claro

102-8; 102-41



**3,657**

puestos de trabajo directos generados.



**166,560**

horas destinadas a capacitación.

En el

**2021**

**42%** de los empleados son mujeres.

**323** empleados integran el Sindicato Único.

**100%** está cubierto en los acuerdos de negociación colectiva.

## Equipo Claro

### Número de empleados por región

Región	2021
Lima	2,642
Centro	199
Norte	429
Sur	387
<b>Total</b>	<b>3,657</b>

### Número de empleados según régimen laboral

Modalidad	2020		2021	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Empleados part time	78	32	62	23
Empleados full time	1,556	2,179	1,480	2,092
Empleados con contrato indeterminado	1,582	2,151	1,516	2,077
Empleados con contrato a plazo fijo	52	60	26	38
<b>Total</b>	<b>1,634</b>	<b>2,211</b>	<b>1,542</b>	<b>2,115</b>

## Equipo Claro

### Número de empleados según cargo, grupo etario y sexo

Cargo <sup>4</sup>	Total	Menor a 30 años	Entre 30 y 50 años	Mayor a 50 años	Hombres	Mujeres
Ejecutivo	36	0	13	23	31	5
Gerentes	139	0	113	26	94	45
Personal con mando	568	23	500	45	315	253
Personal sin mando	2,914	676	2,094	144	1,675	1,239
<b>Total</b>	<b>3,657</b>	<b>699</b>	<b>2,720</b>	<b>238</b>	<b>2,115</b>	<b>1,542</b>

<sup>4</sup> Se redefinieron las categorías de reporte, siendo las consideradas: Ejecutivo (directores y subdirectores), Gerentes, Personal con mando (jefes y supervisores) y Personal sin mando.

## Equipo Claro

### Rotación e ingreso de empleados

Tipo	Rotación		Nuevos Ingresos	
	% 2020	% 2021	Nº 2020	Nº 2021
Menores de 30 años	6.68%	3.45%	176	73
Entre 30 y 50 años	5.41%	4.51%	94	39
Mayores de 50 años	0.60%	0.33%	4	3
Mujeres	6.27%	3.58%	104	39
Hombres	6.42%	4.70%	170	76
<b>Total</b>	<b>12.69%</b>	<b>8.29%</b>	<b>274</b>	<b>115</b>



## Equipo Claro

# Desarrollo

### ✓ Programa de Liderazgo:

Dirigido a jefes y supervisores a nivel nacional con el fin de brindar herramientas para seguir fortaleciendo sus habilidades de liderazgo. Tiene una duración de 4 meses en donde se trabaja de forma modular y se abordaron aspectos como **liderazgo personal y de equipos, autoconocimiento, cultura, comunicación, feedback, motivación, reconocimiento y adaptación al cambio, entre otros.**



# 436

líderes participaron  
del programa



Cerca de

# 1,200

horas  
de capacitación

## Equipo Claro

# Desarrollo

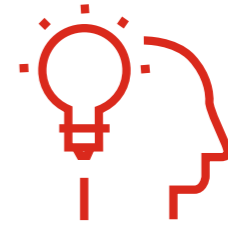
### ✓ Programa de Mentoring:

Tiene por objetivo desarrollar a los futuros líderes de la empresa, por medio del acompañamiento de un líder senior que guía el desarrollo de aprendizajes, habilidades y conocimientos relacionados a los objetivos profesionales y personales del empleado. **Este programa también busca contribuir a la retención de este grupo talento, disminuir la rotación y generar mayor motivación, compromiso, involucramiento, así como un espacio de networking.**



# 36

empleados participaron  
del programa



# 18

mentores

## Equipo Claro

### Horas de capacitación por sexo y categoría laboral

Cargos	2020			2021		
	Total	Mujeres	Hombres	Total	Mujeres	Hombres
Ejecutivos	439.00	339.00	100.00	624.00	454.00	170.00
Gerentes	3,409.29	2,409.36	999.93	2,724.75	1,745.75	979.00
Personal con mando	23,191.06	11,944.96	11,246.10	27,202.59	14,159.64	13,042.96
Personal sin mando	214,443.43	99,715.77	114,727.66	136,008.71	67,580.72	68,427.99
<b>Total</b>	<b>241,482.78</b>	<b>114,409.09</b>	<b>127,073.69</b>	<b>166,560.05</b>	<b>83,940.11</b>	<b>82,619.94</b>

## Equipo Claro

### Promedio de horas de capacitación por sexo y categoría laboral

Cargos	2020			2021		
	Promedio Total	Hombres	Mujeres	Promedio Total	Hombres	Mujeres
Ejecutivos	20.90	19.94	25.00	16.86	14.19	34.00
Gerentes	21.18	21.13	21.28	19.46	18.38	21.76
Personal con mando	40.12	36.75	44.45	45.34	41.65	50.17
Personal sin mando	61.99	51.42	75.47	39.96	34.52	47.32
<b>Total</b>	<b>57.23</b>	<b>47.76</b>	<b>69.66</b>	<b>40.06</b>	<b>34.82</b>	<b>47.29</b>

## Equipo Claro

### Número de empleados capacitados por sexo y categoría laboral

Cargos	2020			2021		
	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres
Ejecutivos	21	17	4	37	32	5
Gerentes	161	114	47	140	95	45
Personal con mando	578	325	253	600	340	260
Personal sin mando	3,459	1,939	1,520	3,404	1,958	1,446
<b>Total</b>	<b>4,219</b>	<b>2,395</b>	<b>1,824</b>	<b>4,158</b>	<b>2,411</b>	<b>1,747</b>

## Equipo Claro

# Desempeño

6 nuevas competencias que guían la forma cómo hacemos las cosas para lograr los objetivos.

# 1

### Colaboración:

Establecemos relaciones confiables y cercanas para lograr los objetivos.

# 2

### Actitud de servicio:

Reconocemos y comprendemos las necesidades de nuestros clientes, entregando un servicio oportuno y de calidad que genere valor.

# 3

### Curiosidad tecnológica:

Gestionamos nuestro aprendizaje y exploramos, haciendo uso de las nuevas tecnologías para generar mejoras y eficiencias.



# 4

### Innovación:

Generamos nuevas propuestas y formas de trabajar para dar soluciones no tradicionales a las diferentes situaciones o problemas que se presenten.

# 5

### Adaptabilidad:

Nos adecuamos a los cambios para cumplir con los objetivos, considerando las dificultades, nuevos retos y exigencias del entorno.

# 6

### Gestión y desarrollo de personas:

Gestionamos equipos motivados y empoderados para que se desarrollen profesionalmente y logren un alto rendimiento.

## Equipo Claro

# Bienestar y clima



### ✓ Beneficios financieros:

- Bono por maternidad y paternidad.
- Préstamo por emergencia de salud.
- Préstamos por mejora o adquisición de vivienda.
- Préstamos por vacaciones.
- Bono por el fallecimiento de familiar directo.

### ✓ Beneficios de salud:

- Seguro de atención médica.
- Seguro complementario Vida Ley.

### ✓ Beneficios de educación continua:

- Descuentos en programas educativos de instituciones de educación superior.
- Descuento en centros de idiomas.

### ✓ Beneficios corporativos:

- Tarjeta de alimentos.
- Descuento en planes móviles.
- Tarifas especiales en los servicios de 3Play HFC, IFI, Claro LTE y Claro TV SAT.

### ✓ Beneficios de tiempo libre y recreación:

- Medio día libre por cumpleaños.
- Navidad de los niños.
- Convenios con empresas de esparcimiento.

En el 2021 **100% de empleadas mujeres (68) y hombres (73) se acogieron a la licencia de maternidad y paternidad, respectivamente.** Además, 95.5% de mujeres y 98.6% de hombres permanecieron en la empresa al final de 2021 después de haber gozado de dicha licencia.

## Equipo Claro

# Bienestar y clima

Realizamos **webinars y eventos virtuales orientados a reducir el estrés y la ansiedad**, mejorar el estado anímico e incrementar el bienestar general.



# 92

webinars y eventos virtuales.



# 2,760

empleados participaron.



Equipo Claro

# Bienestar y clima

Realizamos una encuesta anual de clima laboral con el fin de conocer la satisfacción de los empleados con su entorno de trabajo, para así implementar planes de acción posteriores de acuerdo a los puntos de mejora detectados.

**90%**  
de los empleados  
participaron en  
la Encuesta de Clima.

Alcanzamos un índice  
de satisfacción del

**88%**

creciendo

**4%**

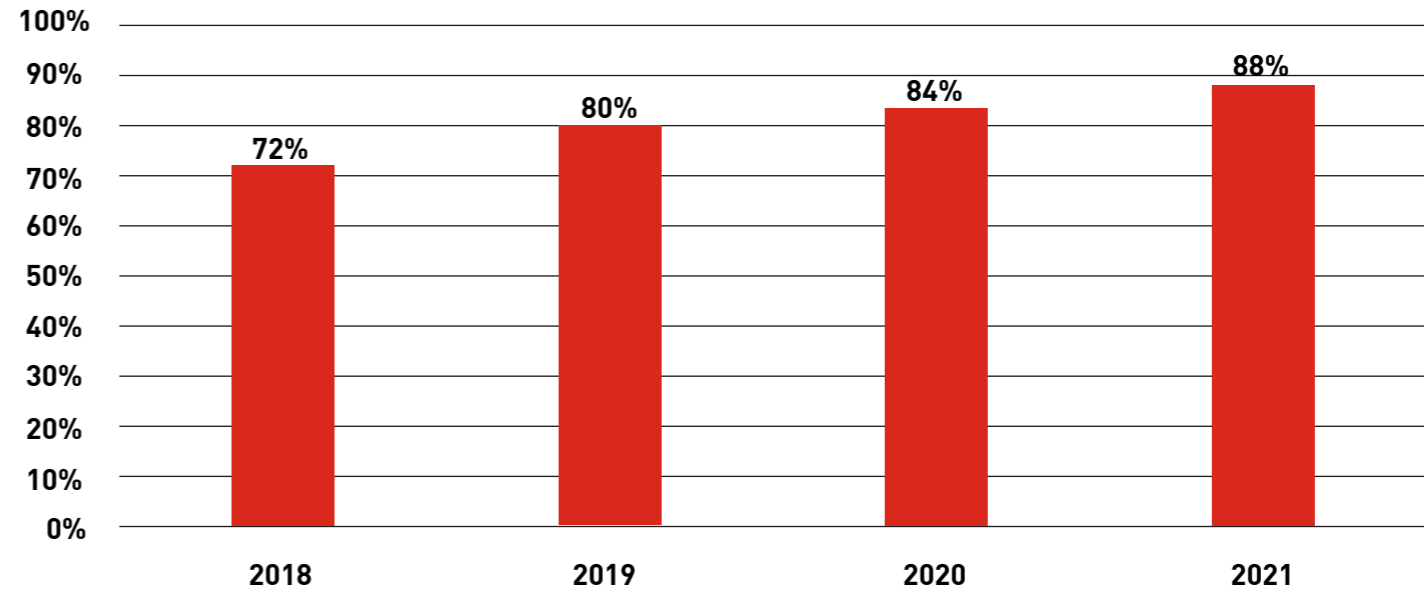
respecto al 2020.

## Equipo Claro

# Bienestar y clima

Durante el 2021, debido a las condiciones del estado de emergencia sanitaria, **la Climatón** se realizó de manera muy acotada y a demanda de áreas específicas, no de forma masiva con las direcciones.

## Resultados de encuesta Clima Laboral



**Equipo Claro**

# Voluntariado

Alineados con nuestro propósito de mejorar la vida de los peruanos a través de las telecomunicaciones, en el 2021 la Red de Voluntarios Claro fue parte de la iniciativa “Tu Futuro” de la Fundación Forge, que tiene por objetivo insertar a jóvenes en condiciones de vulnerabilidad al mercado laboral formal.

En este voluntariado participaron por primera vez, de forma virtual y simultánea, empleados de distintas ciudades del Perú, acompañando a los beneficiarios en el desarrollo y finalización de cursos técnico-formativos relacionados a la atención al cliente y logística, mediante **la plataforma “Capacítate para el Empleo” de la Fundación Carlos Slim.**



# +85%

de jóvenes participantes satisfechos.



# 17

voluntarios.



# 700

jóvenes capacitados.

## Equipo Claro

# ASUME

Programa que promueve el desarrollo social de los empleados por medio de sesiones grupales en las que se abordan 26 temas, se motiva a los participantes a entrar en contacto consigo mismos e iniciar un proceso encaminado a la búsqueda constante de superación y su contribución a la sociedad.



### Resultados:

- ✓ Mayor autoestima y el desarrollo de potencialidades que la acompañan.
- ✓ Crecimiento personal, satisfacción y cambio en la visión laboral, que resulta en mayor arraigo y aportación social.
- ✓ Mejoramiento de las relaciones interpersonales.

# 106

participantes.

# 30

facilitadores.

## Equipo Claro

# Programa de Reconocimiento

Espacio lanzado en el mes de abril y que tiene por objetivo reconocer a los empleados que mejor representan los principios culturales.



- ✓ **11,588** pines entregados.
- ✓ **1,363** pines mensuales en promedio.
- ✓ **61%** del personal recibió al menos un pin.
- ✓ Un promedio de **20** empleados fueron reconocidos mensualmente por haber recibido la mayor cantidad de pines en cada dirección.
- ✓ **20** empleados obtuvieron el gran reconocimiento anual por haber recibido la mayor cantidad de pines en cada dirección durante el 2021.
- ✓ **5** empleados obtuvieron el gran reconocimiento anual por haber recibido la mayor cantidad de pines por cada uno de nuestros 5 principios durante el 2021.
- ✓ **87%** de satisfacción en indicadores de reconocimiento en la Encuesta de Clima.

**Milla Extra:** 96 empleados que fueron más allá de sus funciones diarias y participaron en Asume, Programa de Liderazgo, Comité de Seguridad y Salud en el Trabajo, Voluntariado y Brigadistas fueron reconocidos en el 2021.

## Equipo Claro

# Seguridad y salud en el trabajo

403-1; 403-2; 403-4; 403-5; 403-10

La seguridad y salud es una prioridad para la continuidad de las operaciones y el bienestar de empleados, proveedores, contratistas y clientes. El sistema implementado cubre a todas las actividades y empleados.

Seguimos los lineamientos de la Política de Seguridad y Salud en el Trabajo, el Reglamento y el Plan Anual de Seguridad y Salud en el Trabajo, los cuales buscan establecer las medidas necesarias para su gestión oportuna. Adicionalmente contamos con procedimientos de identificación de peligros, evaluación de riesgos y medidas de control. De forma complementaria, contamos con un comité, realizamos capacitaciones constantes, así como inspecciones en los locales comerciales y sedes administrativas.

<sup>5</sup> Asma, diabetes, dislipidemia mixta.

### Acciones Destacadas:

- ✓ Capacitaciones transversales y específicas dirigidas al personal que realiza actividades de riesgo. **98%** de empleados capacitados en Salud y Seguridad, con más de **26 mil** horas de capacitación.
- ✓ **200** empleados con enfermedades crónicas<sup>5</sup> inscritos en el Programa Cuidate que tiene por objetivo promover la importancia de la prevención de las enfermedades antes mencionadas.
- ✓ Continuamos con los Programas Complementarios de Salud: Atención Psicológica y Asesoría Nutricional en donde participaron **52 y 207** empleados, respectivamente.
- ✓ **Nos encontramos en la última fase del proceso de certificación ISO 45001**, teniendo como meta finalizarlo en el 2022.
- ✓ **Se realizaron 22** campañas de comunicación en Seguridad y Salud ocupacional.

## Equipo Claro

# Seguridad y salud en el trabajo

### Comité de seguridad y salud ocupacional

Contamos con un Comité Central y dos subcomités de Seguridad y Salud Ocupacional (COSST) que tienen por objetivos **promover la seguridad y salud en el Trabajo, asesorar y vigilar el cumplimiento de lo dispuesto en el Reglamento Interno de Salud y Seguridad en el Trabajo (RISST), normas, procedimientos, instructivos, normativas nacionales y sectoriales, favoreciendo el bienestar laboral.** Los comités se encuentran conformados por 6 miembros: 3 representantes del empleador y 3 de los empleados, y se reúnen, como mínimo, 1 vez al mes.



## Equipo Claro

# Seguridad y salud en el trabajo

Indicadores	2020	2021
Tasa de absentismo	3.17%*	2.52%
Índice de frecuencia de enfermedades profesionales (OIFR)	0	0
Índice de frecuencia de accidentes totales	0.23	0.37
Índice de gravedad de accidentes totales	2.31	1.59
Nº de accidentes totales	2	3
Nº de fatalidades relacionadas con el trabajo	0	0

\* Se recalculó la cifra reportada en el 2020 (3.33%).



## Aliados

102-9; 204-1

Nuestros aliados son pieza fundamental para ofrecer a nuestros clientes, productos, servicios y soluciones con altos estándares de calidad. Por este motivo, seguimos las directrices establecidas en la Política de Integridad Comercial, Código de Ética, Política de Selección de Proveedores y Contrato Marco.



**1,345**  
proveedores



**799**  
distribuidores



**58**  
contratistas de red

## Aliados

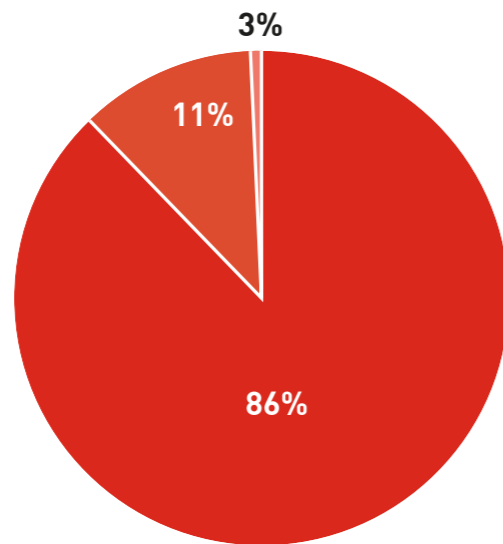
El número de aliados disminuyó respecto al 2020 debido al menor número de servicios relacionados con la realización de eventos, elementos publicitarios; algunos servicios de atención al cliente se automatizan y la atención presencial se reduce debido a la pandemia.

Componente por Tipo de Proveedor	2020	2021
<b>Número de proveedores</b>	1,554	1,345
<b>Número total de proveedores principales</b>	46	35
<b>Número de proveedores locales</b>	1,401	1,186
<b>Porcentaje de proveedores locales</b>	90%	88%
<b>Número de proveedores internacionales</b>	153	159
<b>Porcentaje de proveedores internacionales</b>	10%	12%
<b>Monto total de compras realizadas</b>	\$918'862,503.03	\$1,387'355,912.52
<b>Monto total de compras nacionales</b>	\$713'170,828.69	\$873'688,665.26
<b>Porcentaje de volumen de compras adjudicados localmente</b>	78%	63%

El incremento en el monto total de compras realizadas se debió a que como consecuencia del mayor uso de Internet y aplicaciones relacionadas, surgió la necesidad de mejorar e incrementar la capacidad de la infraestructura y los servicios de call center, lo que nos llevó a una mayor inversión tanto local como internacional.

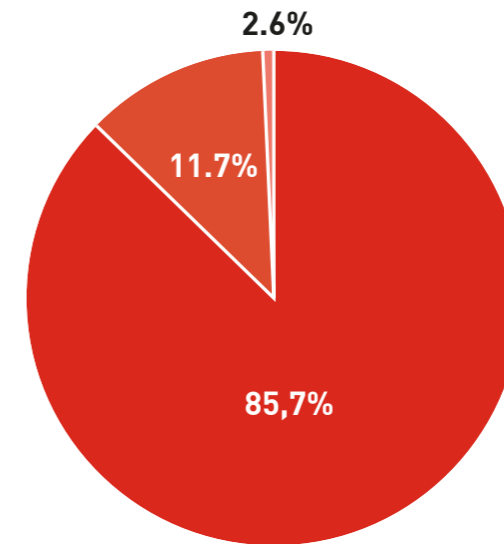
# Componente por tamaño del proveedor

2020



■ Proveedores pequeños ■ Proveedores medianos ■ Proveedores grandes

2021



■ Proveedores pequeños ■ Proveedores medianos ■ Proveedores grandes

## Aliados

# Programa Excelencia

Dirigido a contratistas, se desarrolla con la finalidad de proporcionar herramientas y conocimientos que les permitan consolidarse e incrementar la eficiencia en sus operaciones.

Para las capacitaciones contamos con el apoyo de distintas áreas de la empresa en función a la experiencia y conocimiento de cada una en los temas abordados en 5 módulos: logística, finanzas, recursos humanos, operaciones y atención al cliente.

Se partió por identificar los puntos de mejora de cada una de las empresas contratistas participantes por medio del levantamiento de información. Además, se realizó el seguimiento y acompañamiento después de las capacitaciones con el fin de conocer el grado de aplicación de lo aprendido en sus labores diarias.

**10** contratistas participaron del Programa Excelencia.

**499** personas de áreas administrativas y técnico logístico de los contratistas fueron capacitados.

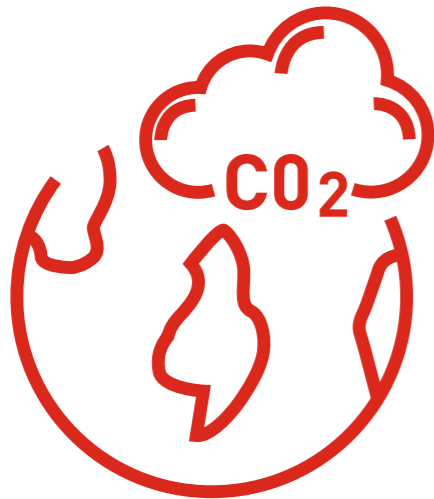
**6%** de mejora frente al estatus inicial.

Las contratistas Telecom y Conectar fueron reconocidas por sus mayores progresos, mejorando en **9%** y **8%** respectivamente.

## Gestión Ambiental

102-11; 302-1

Nos enfocamos en reducir las emisiones de nuestra operación, para lo cual seguimos la Política Ambiental de América Móvil y contamos con un Task Force encargado de implementar las estrategias y acciones necesarias para alcanzar los objetivos y metas planteadas en Perú.



En el 2021  
logramos reducir  
**96,150**  
toneladas de CO2e  
respecto a los alcances  
1 y 2

**3,750 toneladas de CO2e**  
proviene de las iniciativas de eficiencia energética.

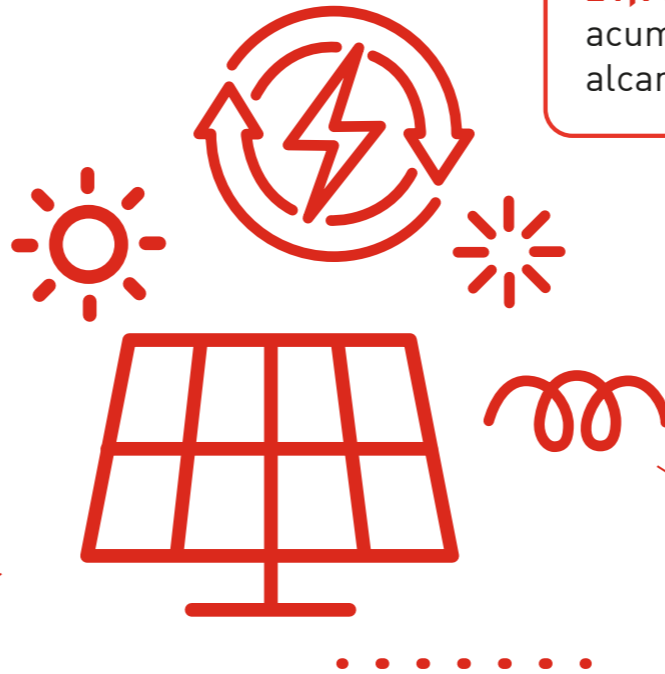
**21,700 toneladas de CO2e**  
de los suministros eléctricos como cliente libre.

**70,700 toneladas de CO2e**  
de los suministros eléctricos cliente regulado.

## Gestión Ambiental

En el periodo 2015-2021 se han apagado **67 grupos electrógenos (7 en el 2021)**, dejando de utilizar 1´100,00 litros de diésel y reduciendo 2,900 toneladas de CO2e anualmente.

A la fecha, se han reducido en 57% las estaciones base que operan con grupos electrógenos permanente o parcial (consumo diésel), las cuales han sido sustituidas por líneas eléctricas. **60 estaciones base operan con paneles solares.**



Desde el 2019 nuestras principales Sedes Tecnológicas en Lima, Nicolás Arriola, San Juan de Miraflores y Villa El Salvador, y en Provincias las Sedes de Trujillo y Arequipa, consumen energía limpia proveniente netamente de centrales hidroeléctricas. **En el 2021 dejamos de emitir 21,700 toneladas de CO2e**, en los últimos 3 años el acumulado de reducción de emisiones en este rubro alcanza las 66,300 toneladas de CO2e.

En el 2021 el consumo de energía de todos los locales (estaciones base, sedes administrativas y locales comerciales) que cuenta con contrato como cliente regulado, forman parte de la Red Interconectada Nacional. **Debido a que el 61% de la generación de energía proviene de fuentes renovables, se redujeron las emisiones en 70,700 toneladas de CO2e, según cifras del Ministerio de Energía y Minas.**

## Gestión Ambiental

## Energía

## Energía Eléctrica Consumida

(KW/Hr)	2020	2021
Radiobases: cantidad de energía consumida	138´923,763	154´818,171
Radiobases: cantidad de energía solar consumida	390,276.56	375,321.60
Centro de datos: cantidad de energía consumida	24´098,688	27´657,950
Edificios: cantidad de energía consumida	16´366,623	18´610,220
<b>Total</b>	<b>179´389,075</b>	<b>201´086,341</b>

## Gestión Ambiental

## Residuos

306-2

Siguiendo la Política Ambiental de América Móvil y el Plan de Manejo de Residuos de Aparatos Eléctricos y Electrónicos (RAEE), de acuerdo con la normativa vigente, gestionamos los residuos de nuestra operación, Centros de Atención al Cliente (CAC) y oficinas administrativas buscando minimizarlos y darles una adecuada disposición final.

## Toneladas generadas según tipo de residuo

Tipo de Residuo	2020 (Tn)	2021 (Tn)
No peligroso <sup>7</sup>	51.38	330.47
Peligroso <sup>8</sup>	0.65	0.80
<b>Total</b>	<b>52.03</b>	<b>331.27</b>

El incremento en toneladas de residuos respecto del 2020 obedece principalmente a la modernización de infraestructura de red, habiéndose gestionado para su correcto tratamiento más de 300 toneladas de RAEE.

<sup>7</sup> Papel, plástico, RAEE.

<sup>8</sup> Tonners.

En total  
**331.27**  
toneladas de residuos.

**76**  
contenedores para la  
segregación de papel

**16**  
contenedores para la  
segregación de plástico

**+130**  
contenedores para la  
segregación de RAEE

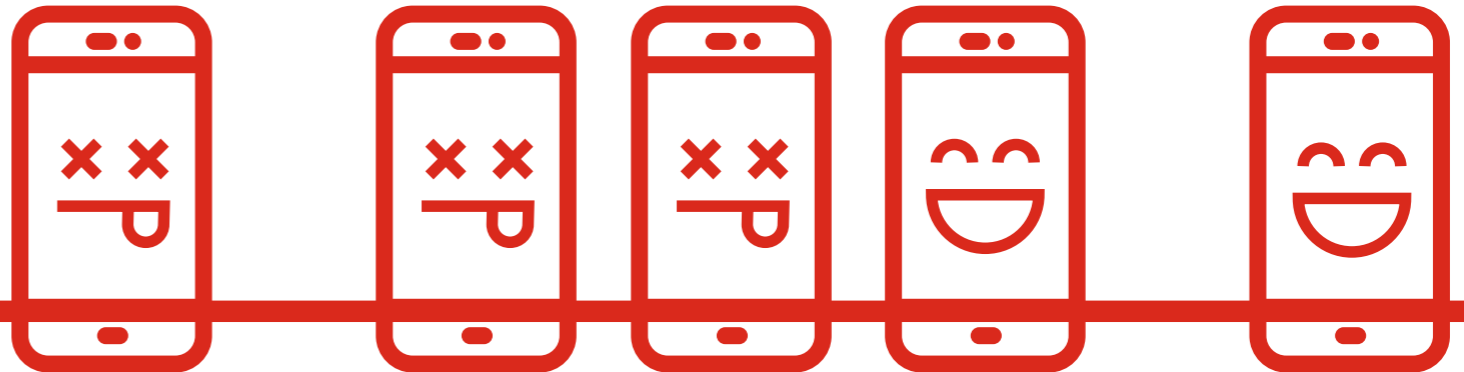
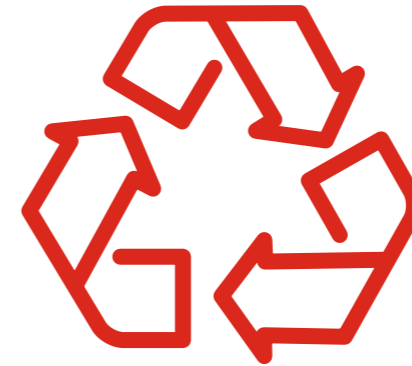


## Gestión Ambiental

Desde el 2010 y por medio del programa

# Yo Reciclo, yo Soy Claro!

gestionamos el manejo de los RAEE, por medio de un trabajo articulado entre sector público, privado y sociedad civil, siendo nuestro objetivo **promover una cultura de segregación y reciclaje de estos residuos.**



## Gestión Ambiental

Desde el 2015, el Ministerio del Ambiente (MINAM) por medio de la Resolución Ministerial N°200-2015-MINAM, regula y establece metas respecto al acopio de RAEE. Con el fin de cumplir con estas metas, en el 2021 obtuvimos los siguientes resultados:



- ✓ **Mantenemos convenios con 4 clientes corporativos, aliados de nuestro programa de segregación y reciclaje de RAEE: CARVIMSA, Danper, Interbank y el grupo Scotiabank.**
- ✓ **Incluimos en el Protocolo de Ventas Presencial y en el Boletín “CAC al día”, información general del programa de RAEE con el fin de que los asesores tengan conocimiento de este y puedan tanto comunicar, como absolver dudas de nuestros clientes.**
- ✓ **Capacitamos a nuestros consultores con la finalidad que puedan informar y orientar a nuestros clientes corporativos sobre la segregación y reciclaje de RAEE. En el 2021 realizamos 2 capacitaciones en las que participaron 216 consultores.**
- ✓ **Incluimos un banner en Mi Claro Web con el fin de dar a conocer el programa de RAEE a nuestros clientes, dando la posibilidad de re direccionarlos a la sección de reciclaje de la página web.**
- ✓ **Contamos con más de 130 puntos de acopio a nivel nacional.**
- ✓ **326.19 Tn de RAEE tratadas en el 2021, de las cuales 8.44 Tn provienen del trabajo con clientes y sociedad, el resto corresponde a la modernización de la infraestructura de red.**

## Gestión Ambiental

# Reciclafest

En el 2021 el Reciclafest, campaña que busca sensibilizar a la ciudadanía y promover una correcta disposición de RAEE, se realizó en 4 distritos de Lima con las Municipalidades de La Victoria, Los Olivos San Borja y San Isidro.



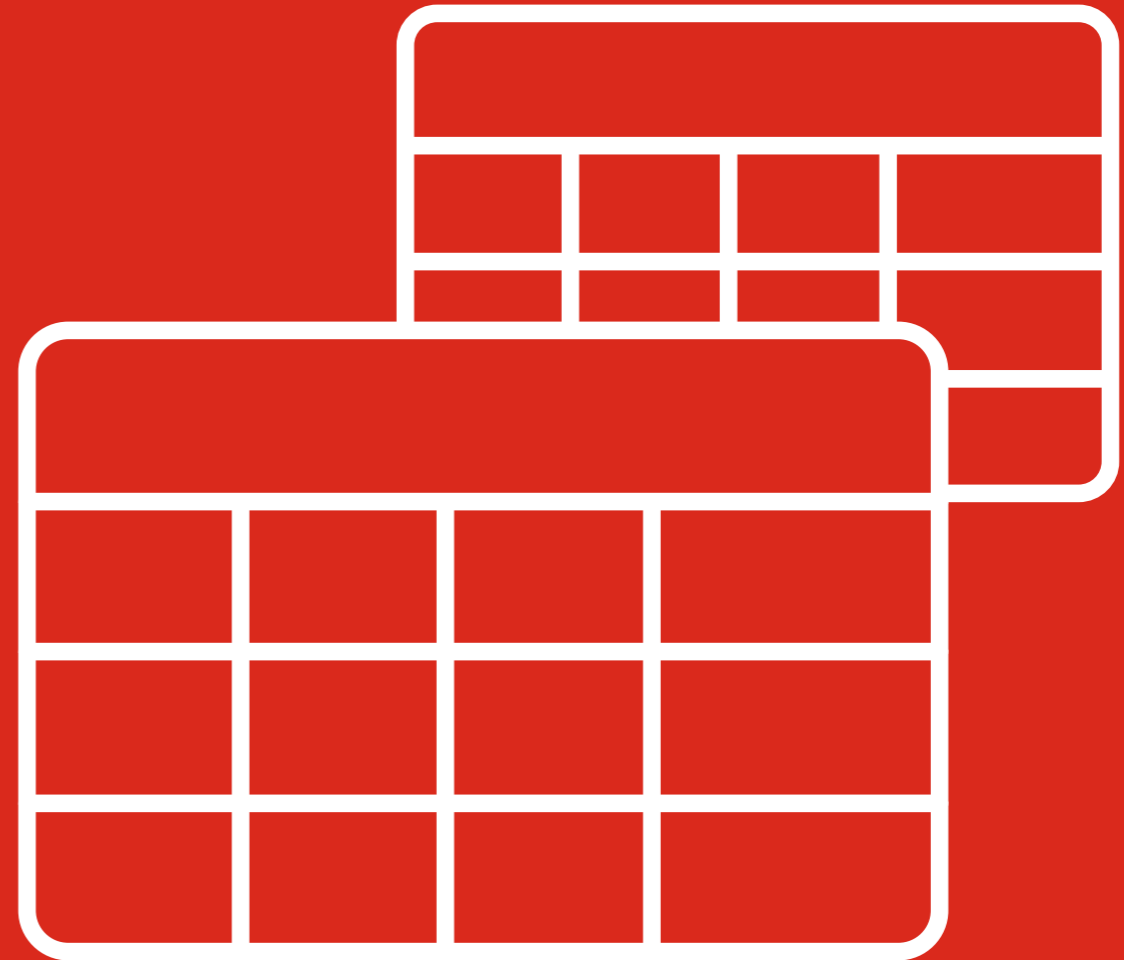
**5** jornadas de acopio.

**+1.45** toneladas de RAEE acopiadas.

**60** participantes en el Seminario realizado en conjunto con el Ministerio del Ambiente (MINAM) y Comintel Recycling sobre la gestión del RAEE.

# 06

## Contenidos GRI



## Contenido GRI

102-55

Estándar GRI	Contenido	Página	Detalle
<b>Contenidos Generales</b>			
Perfil de la organización	102-1: Nombre de la organización		América Móvil Perú SAC
	102-2: Actividades, marcas, productos y servicios	3 - 4	
	102-3: Ubicación de la sede		Av. Nicolás Arriola N° 480
	102-4: Ubicación de las operaciones	3	
	102-5: Propiedad y forma jurídica	37	
	102-6: Mercados servidos	3-4; 41-47; 50-58	
	102-7: Tamaño de la organización	3	
	102-8: Información sobre empleados y otros trabajadores	59 - 62	
	102-9: Cadena de suministro	79 - 82	
	102-10: Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro		No hubo cambios significativos en la cadena de suministro
	102-11: Principio o enfoque de precaución	83 - 89	
	102-12: Iniciativas externas	30 - 31	
	102-13: Afiliación a asociaciones	7	

Estándar GRI	Contenido	Página	Detalle
<b>Contenidos Generales</b>			
Estrategia	102-14: Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones	2	
Ética e integridad	102-16: Valores, principios, estándares y normas de conducta	6	
Gobernanza	102-18: Estructura de gobernanza	37	
Participación de los grupos de interés	102-40: Lista de grupos de interés	28 - 29	
	102-41: Acuerdos de negociación colectiva	59	
	102-42: Identificación y selección de grupos de interés	28 - 29	
	102-43: Enfoque para la participación de los grupos de interés	28 - 29	
	102-44: Temas y preocupaciones clave mencionados	28 - 29	

Estándar GRI	Contenido	Página	Detalle
<b>Contenidos Generales</b>			
<b>Prácticas para la elaboración de informes</b>	<b>102-45: Entidades incluidas en los estados financieros consolidados</b>		<b>América Móvil Perú SAC</b>
	<b>102-46: Definición de los contenidos de los reportes y las coberturas del tema</b>	<b>36</b>	
	<b>102-47: Lista de temas materiales</b>	<b>36</b>	
	<b>102-48: Reexpresión de la información</b>		<b>No se ha expresado la información en este reporte</b>
	<b>102-49: Cambios en la elaboración de reportes</b>	<b>36</b>	
	<b>102-50: Periodo objeto del reporte</b>	<b>36</b>	
	<b>102-51: Fecha del último reporte</b>		<b>2020</b>
	<b>102-52: Ciclo de elaboración de informes</b>		<b>Anual</b>
	<b>102- 53: Punto de contacto para preguntas sobre el informe</b>		<b>sostenibilidad@claro.com.pe</b>
	<b>102-54: Declaración de elaboración de informe de conformidad con los Estándares GRI</b>	<b>36</b>	
	<b>102-55: Índice de contenidos GRI</b>	<b>91 - 97</b>	
	<b>102-56: Verificación externa</b>		<b>No contamos con lineamientos respecto a la verificación externa del reporte</b>

Estándar GRI	Contenido	Página	Detalle
<b>Gobernanza, ética en el negocio y responsabilidad corporativa</b>			
Enfoque de Gestión	103-1: Explicación del tema material y su cobertura	38	
	103-2: El enfoque de gestión y sus componentes		
	103-3: Evaluación del enfoque de gestión		
Anticorrupción	205-2: Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	38	
	205-3: Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas		
<b>Despliegue y modernización de la infraestructura</b>			
Enfoque de Gestión	103-1: Explicación del tema material y su cobertura	41 - 42	
	103-2: El enfoque de gestión y sus componentes		
	103-3: Evaluación del enfoque de gestión		
Impactos Económicos Indirectos	203-1 Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados	41 - 47	
Indicador Propio	Claro 2: Número de centros poblados conectados	41	
<b>Cumplimiento Regulatorio</b>			
Enfoque de Gestión	103-1: Explicación del tema material y su cobertura	38, 40, 42; 86 - 88	
	103-2: El enfoque de gestión y sus componentes		
	103-3: Evaluación del enfoque de gestión		
Cumplimiento ambiental	307-1: Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental		No se han registrado incumplimientos.
Cumplimiento socioeconómico	419-1: Incumplimiento de las leyes y normativas en los ámbitos social y económico		No se han registrado incumplimientos que hayan desencadenado en multas significativas.



Estándar GRI	Contenido	Página	Detalle
<b>Salud y seguridad de colaboradores y clientes</b>			
Enfoque de Gestión	103-1: Explicación del tema material y su cobertura	76	
	103-2: El enfoque de gestión y sus componentes		
	103-3: Evaluación del enfoque de gestión		
Salud y seguridad en el trabajo	403-1: Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	76 - 78	
	403-2: Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes	76 - 78	
	403-4: Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo	76 - 78	
	403-5: Formación de trabajadores sobre salud seguridad en el trabajo	76 - 78	
	403-10: Dolencias y enfermedades laborales	76 - 78	
<b>Satisfacción del cliente y atención de reclamos</b>			
Enfoque de Gestión	103-1: Explicación del tema material y su cobertura	58	
	103-2: El enfoque de gestión y sus componentes		
	103-3: Evaluación del enfoque de gestión		
Indicador Propio	Claro 3: Recomendación de clientes	58	

Estándar GRI	Contenido	Página	Detalle
<b>Seguridad de la información, ciberseguridad y protección de la privacidad</b>			
Enfoque de Gestión	103-1: Explicación del tema material y su cobertura	40	
	103-2: El enfoque de gestión y sus componentes		
	103-3: Evaluación del enfoque de gestión		
Privacidad del cliente	418-1: Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	40	
<b>Gestión de impactos de proveedores</b>			
Enfoque de Gestión	103-1: Explicación del tema material y su cobertura	79	
	103-2: El enfoque de gestión y sus componentes		
	103-3: Evaluación del enfoque de gestión		
Prácticas de adquisición	204-1: Proporción de gasto en proveedores locales	80	
<b>Transformación digital</b>			
Enfoque de Gestión	103-1: Explicación del tema material y su cobertura	52	
	103-2: El enfoque de gestión y sus componentes		
	103-3: Evaluación del enfoque de gestión		
Indicador Propio	Claro 5: Número de proyectos de transformación digital ejecutados e implementados.	48	
	Claro 6: Número de transacciones realizadas por canales de autoatención.	50	

Estándar GRI	Contenido	Página	Detalle
<b>Ecoeficiencia operativa</b>			
Enfoque de Gestión	103-1: Explicación del tema material y su cobertura	83 - 86	
	103-2: El enfoque de gestión y sus componentes		
	103-3: Evaluación del enfoque de gestión		
Energía	302-1: Consumo energético dentro de la organización	83 - 85	
Residuos	306-2: Residuos por tipo y método de eliminación	86	

**PiensaClaro**



**Hazlo  
Realidad**