

INFORME DE GESTIÓN SOSTENIBLE 2015



CASA MATRIZ DEL:



Contugas agradece a las gerencias que apoyaron la elaboración de este informe:

- Gerencia General.
- Gerencia de Finanzas y Administración.
- Gerencia de Auditoría Interna.
- Gerencia Comercial.
- Gerencia Legal y de Relaciones Institucionales.
- Gerencia de Operaciones.

Edición

Gerencia Legal y de Relaciones Institucionales.
Sub Gerencia de Relaciones Institucionales.
Sostenibilidad.

Diseño y diagramación

Alberto Crisóstomo.

Fotografías

BLACK PEPPA VISUALES S.A.C

Lima, Abril de 2016

www.contugas.com.pe



CONTENIDO

Sobre este informe.
Mensaje a nuestros grupos de interés.

CAPÍTULO I:

Perfil de la empresa.

- ¿Quiénes somos?
- ¿Cómo está constituida Contugas?
- ¿Cómo creamos valor?
- ¿Hacia dónde nos dirigimos?

CAPÍTULO II:

Contugas y la gestión de la sostenibilidad.

- ¿Qué significa sostenibilidad para Contugas?
- ¿Quiénes nos motivan a trabajar por la sostenibilidad?
- Gestionamos lo que es importante, donde es importante.

CAPÍTULO III:

Compromisos de largo plazo.

- Promover el gobierno corporativo y las prácticas de ética y transparencia.
- Crear valor para los accionistas.
- Cuidar y respetar el medio ambiente.
- Contribuir al bienestar y desarrollo de las comunidades en las que operamos.
- Prestar un servicio implementando las mejores prácticas del negocio.
- Ser un excelente lugar para trabajar.
- Contar con una cadena de abastecimiento sostenible.

CAPÍTULO IV: **Anexos.**



SOBRE ESTE INFORME

G4 [1/29/30/32]

Por tercer año consecutivo, Contugas viene reportando su gestión en materia sostenible teniendo como base la metodología internacional Global Reporting Initiative (GRI), versión G4, opción esencial de conformidad. Conjuntamente a esta metodología, la empresa sigue las pautas para la publicación de las Comunicaciones de Progreso del Pacto Global, iniciativa mundial de la cual es signataria desde 2010.

Además de los Diez Principios del Pacto Global y de los principios para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad del GRI-G4 y su suplemento sectorial Oil & Gas, Contugas toma en cuenta los siguientes lineamientos para la elaboración del presente informe:

G4 [28/33]

- ▶ La Norma de ISO 26000.
- ▶ La Política Corporativa de Sostenibilidad.
- ▶ La Política Social.
- ▶ Los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

G4 [31]

En ese sentido, los indicadores reportados en este documento son el reflejo de los asuntos que resultaron relevantes como parte del análisis de la Matriz de Materialidad, y abarcan la gestión de la empresa durante el año 2015 en la región Ica y en la ciudad de Lima. Para el Informe de Gestión Sostenible 2015 de Contugas no se ha considerado realizar una verificación externa.

El proceso de elaboración de este informe fue liderado por la Gerencia Legal y de Relaciones Institucionales. En caso de duda o consulta sobre este documento, las personas interesadas pueden escribir al correo:

sostenibilidad@contugas.com.pe

La persona de contacto es Mauricio Restrepo Ospina.

Pacto Mundial

El Informe de Gestión Sostenible está disponible para el público en general en la página web: www.contugas.com.pe



MENSAJE A NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS

Subiendo la valla

Uno de los aspectos más gratificantes que existen para cualquier persona u organización es la de poder crecer y mejorar de manera continua. En Contugas, nos encontramos orgullosos de tener esta filosofía pues nos permite ofrecer a nuestros grupos de interés una mejor rendición de cuentas, y una creciente contribución al progreso de la región Ica, en el marco del proceso de masificación del gas natural.

El presente Informe de Gestión Sostenible 2015, da a conocer los aspectos más relevantes que evidencian el desempeño obtenido en los ámbitos económico, ambiental y social durante uno de los periodos más importantes para la organización; siguiendo los lineamientos de nuestra Política Corporativa de Sostenibilidad y en cumplimiento a nuestros compromisos con el Pacto Mundial, al ser signatarios de los Diez Principios del Pacto Global desde el 2010.

Contribuyendo al progreso

En 2015 terminamos superando nuestros propios objetivos en varios aspectos, lo cual nos llena de orgullo pues nos motiva a esforzarnos más, ya que continuamente nos encontramos elevando nuestra propia valla con el objetivo de ser la empresa distribuidora y comercializadora de gas natural, reconocida en el Perú por promover el desarrollo en el departamento de Ica, a través de la masificación del servicio, generando valor a nuestros accionistas e implementando prácticas de clase mundial.

A comienzos de dicho año, como empresa que recién iniciaba su operación comercial, nos propusimos dejar expedito los compromisos que teníamos con el Estado, así como incrementar la generación de ingresos para normalizar la compañía y sentar las bases para un 2016 de crecimiento sostenido.

Durante el primer trimestre, no solo alcanzamos el número de familias comprometidas: 31.625 en toda la región, sino que además superamos dicha meta alcanzando los 33.624 hogares que ahora disfrutan de los usos y beneficios de este energético, e incluso en el mes de octubre alcanzamos la meta comprometida con el Estado para el año 2016, 35.825 familias.

Otros logros importantes que obtuvimos como organización fueron; alcanzar cincuenta y dos conexiones industriales, cubrir el 90% del sector pesquero y adquirir el ducto de uso propio de Egasa y Egesur, con lo cual se sumó un importante cliente a nivel industrial.

Asimismo, nos propusimos mejorar nuestro índice de imagen por reputación verificable que obtuvimos en el 2014, de 7,89%, hecho que fue posible gracias a un esfuerzo constante de toda la organización que desarrolló una estrategia en los siguientes niveles:

- ▶ A nivel de relaciones comunitarias, fortaleciendo el trabajo dirigido a desarrollar una cultura de gas natural.
- ▶ A nivel de programas de sostenibilidad, aumentando las iniciativas dirigidas a la población.
- ▶ A nivel de medios de comunicación, elaborando una campaña consistente en capacitación para los hombres de prensa y el lanzamiento de un programa radial.
- ▶ A nivel de colaboradores, incrementando las capacitaciones, el programa Súper Bien, el trabajo en el ámbito de clima y mejora en las instalaciones. Esto además, se evidenció en el resultado de la encuesta Grace Place to Work (GPTW), el cual indicó un índice de aceptación general en CONTUGAS de 74%, cuatro puntos por encima de la medición del 2013¹.
- ▶ Se fortalecieron las actividades encaminadas a lograr que Contugas cuente con una certificación ISO 9001 durante el 2016.

- ▶ En lo que respecta a clientes residenciales, se desarrolló una serie de iniciativas tales como el programa de beneficios Contuclub, el primer programa de beneficios de una empresa de servicios públicos en la región Ica, el cual, a través de asociaciones con distintas empresas, permite ofrecer a clientes residenciales excelentes descuentos en diversos productos y servicios.
- ▶ A nivel medioambiental, cumpliendo los compromisos exigidos por el Estado y realizando visitas de supervisión ambiental con los representantes de la sociedad civil, tales como el Comité de Monitoreo Socio Ambiental Participativo.

Así mismo y como empresa signataria del Pacto Global, Contugas reafirma su compromiso de respeto y promoción, entre sus grupos de interés de los principios de los Derechos Humanos, Derechos Laborales y Políticas Anticorrupción.

El detalle de estas acciones se encuentra a lo largo del presente informe y son las que nos animan y nos llenan de orgullo para intensificar nuestro trabajo. Para este 2016, buscaremos superar la valla que nos hemos trazado y crecer en los diferentes ámbitos, siguiendo el camino para ser reconocidos como una empresa que promueve el desarrollo en la región Ica, a través del proceso de masificación, y que busca llevar una mejor calidad de vida a nuestros grupos de interés.

Los invitamos a conocer nuestras acciones en el año 2015 y nuestros retos para 2016.

Patricia Díaz
Gerente General(e)

¹En 2014 no se realizó la medición del GPTW, en vista que Contugas se encontraba en un proceso de reestructuración organizacional. Ver informe anterior en <http://www.contugas.com.pe/var/geb/storage/original/application/ec4f55d923ccf78098b66294d36faac6>



CAPÍTULO I:

Perfil de la empresa

A. ¿QUIÉNES SOMOS?

i. Perfil de Contugas

Contugas, es una empresa privada de distribución y comercialización de gas natural a hogares, comercios e industrias en la región Ica, que busca cumplir con los requerimientos de sus grupos de interés, aplicando prácticas de clase mundial en la gestión de la concesión que fue otorgada por el Estado peruano en 2008.

Filial del Grupo Energía de Bogotá (GEB), la concesión se extiende por las localidades de Chincha, Pisco, Ica, Nasca y Marcona; región Ica, sur oeste peruano, con una duración de treinta años, renovables por otros treinta (en periodos de diez años).

La empresa cuenta con oficinas administrativas en Lima, Ica, Chincha y Pisco; además de centros operacionales en Ica, Chincha y Pisco; así como City Gates en Ica, Nasca y Marcona. Asimismo posee Centros de Atención al Cliente en Pisco, Chincha e Ica; y puntos de atención en Nasca y Marcona.

Más información sobre Contugas en:

<http://www.contugas.com.pe>



MAPA GASODUCTO REGIONAL DE ICA



Fuente: Elaboración propia Contugas

ii. Misión y Visión

MISIÓN

Somos una empresa de distribución y comercialización de gas natural en el departamento de Ica, que busca cumplir los requerimientos de sus grupos de interés, aplicando prácticas de clase mundial, soportada en un equipo humano comprometido, innovador y eficiente.

VISIÓN

Ser en el 2024, la empresa distribuidora y comercializadora de gas natural, reconocida en el Perú por promover el desarrollo en el departamento de Ica, a través de la masificación del servicio, logrando el uso de la máxima capacidad de la infraestructura, asegurando la sostenibilidad, generando valor a nuestros accionistas e implementando prácticas de clase mundial.

G4 [56]



“Contugas forma parte del Grupo Energía de Bogotá, líder del sector energético y uno de los grupos empresariales más importantes de Colombia”.

Más información sobre la Empresa de Energía de Bogotá en:

<http://www.eeb.com.co>

iii. Nuestro respaldo

a. Perfil de la Empresa Energía de Bogotá

La Empresa Energía de Bogotá S.A. E.S.P. (EEB), con origen desde 1896 y con sede principal en la ciudad de Bogotá, es una empresa de servicios públicos que desarrolla su negocio en el sector energético desde las siguientes áreas:

- ▶ Crecimiento y capitalización del portafolio accionario, así como el desarrollo de oportunidades de inversión en activos en operación o proyectos en el sector energético.
- ▶ Transmisión de electricidad a través de redes que operan en voltajes de 230 y 500 kilovoltios (kV), distribuidas en el territorio colombiano e integradas al Sistema Interconectado Nacional (SIN). EEB es responsable de la coordinación, el control y la supervisión de la operación de los activos de transmisión desde un Centro de Control de Transmisión (CCT) propio.

El negocio de transmisión opera 1.504 km de circuitos a 230 kV, activos en 17 subestaciones y un Compensador Estático de Potencia Reactiva (SVC por sus siglas en inglés) que robustece la prestación del servicio hacia Bogotá. Los activos se ubican a lo largo del

territorio colombiano, en los departamentos de Cundinamarca, Bolívar, Meta, Valle del Cauca, Cauca, Huila, Putumayo y Nariño.

Otros proyectos de transmisión se encuentran en construcción, incluyendo circuitos a 500 kV, y recorren los departamentos de Antioquia, Bolívar, Boyacá, Caldas, Cauca, Cesar, Cundinamarca, Huila, Magdalena, Meta, Nariño, Putumayo, Quindío, Risaralda, Santander, Tolima y Valle del Cauca.

b. Perfil del Grupo Energía de Bogotá

El Grupo Energía de Bogotá es una multinacional líder del sector energético y uno de los grupos empresariales más importantes de Colombia. Desde EEB, como casa matriz del Grupo Empresarial, genera valor a sus accionistas y grupos de interés, por medio de la gestión sostenible y rentable de sus negocios, los cuales contemplan la participación accionaria en empresas de la cadena energética desde la generación, transporte, distribución y comercialización de electricidad, así como el transporte y distribución de gas natural.

El Grupo contribuye al desarrollo de los países donde opera: Colombia, Perú, Guatemala y Brasil, y lidera proyectos que impactan la productividad y la competitividad en los territorios para apoyar de manera eficiente y responsable el crecimiento en la demanda de la energía.

Toda su estrategia corporativa se fundamenta en la diversificación e integración de servicios alrededor de la energía (electricidad y gas natural), y en un modelo de gestión público-privado que ha permitido, a través de la gestión de la sostenibilidad, el trabajo conjunto con sus grupos de interés y la generación de valor social, ambiental y económico con y para ellos.

MAPA GRUPO ENERGÍA DE BOGOTÁ



Fuente: Elaboración propia EEB



c. Misión, Visión y Valores Corporativos del Grupo Energía de Bogotá

G4 [56]

MISIÓN

Somos un grupo empresarial con capital mayoritariamente público, que genera valor económico, social y ambiental a sus accionistas, a Bogotá D.C y demás grupos de interés, a través de la participación relevante en el sector energético nacional e internacional, con responsabilidad global, prácticas de clase mundial y con un equipo humano comprometido, innovador y eficiente.

VISIÓN

- ▶ Ser reconocida como un Grupo líder en sostenibilidad y como modelo en generación de valor económico, social y ambiental.
- ▶ Grupo situado en el primer nivel de valor accionario.
- ▶ Primer grupo empresarial en transporte energético.
- ▶ Distribuidor más competitivo de gas natural en Perú.
- ▶ Entre las primeras cinco empresas transmisoras de electricidad en América.
- ▶ Contar con participación articulada y estratégica en actividades de la cadena de energéticos y servicios asociados.

VALORES

G4 [56]



▶ **Transparencia:** Realizamos nuestra gestión de forma objetiva, clara y verificable.



▶ **Respeto:** Interactuamos reconociendo los intereses colectivos, la diversidad individual, la sostenibilidad de los recursos naturales y la institucionalidad.



▶ **Equidad:** Procedemos con justicia, igualdad e imparcialidad, buscando un impacto social positivo e inclusivo.



▶ **Integridad:** Actuamos con firmeza, rectitud, honestidad, coherencia y sinceridad.

Pacto Mundial



d. Composición accionaria

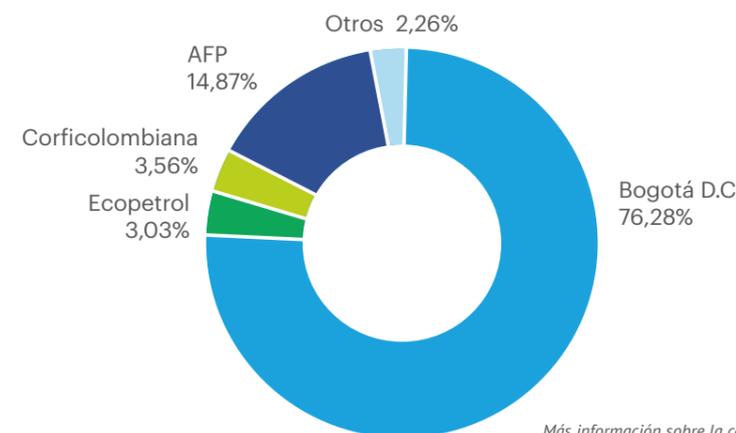
La Empresa de Energía de Bogotá S.A. ESP es una sociedad por acciones, constituida como una entidad de servicios públicos mixta bajo el régimen de los servicios públicos domiciliarios, las reglas del Código de Comercio y, en general, los lineamientos del Derecho Privado sobre sociedades anónimas.

Cuadro: **Composición accionaria EEB**

Accionista	% de participación
Bogotá, distrito capital	76,28%
Administradoras de fondos de pensiones	14,87%
Ecopetrol	3,03%
Corficolombiana	3,56%
Otros	2,26%

Fuente: Elaboración propia EEB

Gráfico: **Composición accionaria EEB**



Fuente: Elaboración propia EEB

Más información sobre la composición accionaria de la Empresa en: <http://www.eeb.com.co/quienes-somos>

e. Reconocimientos, gremios e iniciativas en 2015

La Empresa de Energía de Bogotá S.A. ESP es una sociedad por acciones, constituida como una entidad de servicios públicos mixta bajo el régimen de los servicios públicos domiciliarios, las reglas del Código de Comercio y, en general, los lineamientos del Derecho Privado sobre sociedades anónimas.

ÉTICA Y TRANSPARENCIA

Firma del Acuerdo de Acción Colectiva por parte de EEB

Junio | 2015. El 5 de junio, EEB firmó el Acuerdo de Acción Colectiva de las empresas del sector eléctrico en Colombia en el marco del III Foro de Ética del Sector Eléctrico, en donde la empresa se comprometió, junto con otras trece empresas firmantes, a desarrollar y mantener un proceso colaborativo y sostenido de cooperación para fortalecer el liderazgo ético del sector.

EEB incluida nuevamente en la Medición de Transparencia Empresarial (MTE)

Agosto | 2015. EEB nuevamente se posiciona entre las empresas con menor riesgo de corrupción, de acuerdo con la Medición de Transparencia Empresarial para Empresas de Servicios Públicos realizada por la Corporación de Transparencia por Colombia.

EEB se adhirió a la iniciativa Empresas Activas en Anticorrupción

Septiembre | 2015. EEB se adhirió a la iniciativa de carácter voluntario liderada por la Secretaría de Transparencia de la Presidencia de la República, que nace en el ámbito de prevención de riesgos de corrupción para el sector empresarial, denominada Empresas Activas en Anticorrupción.

SOSTENIBILIDAD

EEB fue incluida nuevamente en el Dow Jones Sustainability Index (DJSI)

Septiembre | 2015. EEB fue incluida por cuarto año consecutivo en el Índice de Sostenibilidad Dow Jones (DJSI) en mercados emergentes.

EEB es parte del Carbon Disclosure Project (CDP)

Noviembre | 2015. EEB realizó este año por primera vez el reporte público de su desempeño en la gestión para el cambio climático. Logró una calificación de 91 puntos sobre 100, lo que la convirtió en signataria del Carbon Disclosure Project (CDP).

EXPERIENCIA Y TRAYECTORIA

120 años de trayectoria

Junio | 2015. En el XVII Congreso Nacional e Internacional de Servicios Públicos, comunicaciones TIC y TV, organizado por Andesco, le hicieron un reconocimiento a EEB por sus 120 años de trayectoria. En este se destacó la experiencia de la compañía en el sector eléctrico nacional y los aportes que ha hecho en toda su historia para el desarrollo del país.

FINANCIERO Y RELACIÓN CON EL INVERSIONISTA

Moody's eleva calificación de EEB

Septiembre | 2015. La calificadora de riesgo internacional Moody's elevó la calificación crediticia de la deuda corporativa de EEB de Baa3 a Baa2 con perspectiva estable.

Fitch ratifica calificación de EEB

Octubre | 2015. La agencia Fitch Ratings ratifica la calificación crediticia de EEB en 'BBB' perspectiva estable.

Standard and Poor's ratifica calificación de EEB

Septiembre | 2015. La agencia internacional Standard and Poor's ratifica la calificación crediticia de la deuda corporativa de EEB EN 'BBB-' con perspectiva negativa.

EEB fue ratificada con el Reconocimiento IR por buenas prácticas de relacionamiento con inversionistas

Septiembre | 2015. La Bolsa de Valores de Colombia (BVC) ratificó a EEB el Reconocimiento IR por mantener altos estándares de revelación de información a sus inversionistas, entre otras prácticas.

DERECHOS HUMANOS Y CONSTRUCCIÓN DE PAZ

EEB participa de la iniciativa Guías Colombia en Derechos Humanos y Derecho Internacional Humanitario

Enero | 2015. En calidad de miembro de esta iniciativa multiactor (gobierno, sociedad civil y empresas), EEB viene tomando parte en la construcción y aplicación de guías sobre buenas prácticas y temas sensibles en Derechos Humanos y Derecho Internacional Humanitario en el contexto de la actividad empresarial.

EEB fue aceptada por la Asamblea de Redprodepaz como entidad de apoyo

Diciembre | 2015. La Asamblea de la Red Nacional de Programas Regionales de desarrollo y Paz (Redprodepaz) aceptó formalmente a EEB como entidad de apoyo de esta iniciativa, que opera como un sistema de coordinación de actores (gobierno, sociedad civil, cooperación internacional y empresas), en función de la construcción de paz desde procesos locales y regionales de desarrollo y paz territorial.

EEB es miembro fundador de la Corporación Reconciliación Colombia

Diciembre | 2015. Con el objeto de promover la cultura de la reconciliación en las comunidades afectadas por el conflicto armado, EEB busca, a través de esta Corporación, la articulación con otros actores para incidir en la política pública, la promoción de alianzas intersectoriales y el fortalecimiento de capacidades cívicas que faciliten la acción colectiva orientada hacia la construcción de paz entre los colombianos.

OTROS GREMIOS E INICIATIVAS:

G4 [16]

- ▶ Asociación Nacional de Empresas de Servicios Públicos (Andesco).
- ▶ Asociación Colombiana de Distribuidores de Energía Eléctrica (Asocodis).
- ▶ Asociación de Gestión Humana (ACRIP).
- ▶ Centro Regional para América Latina y el Caribe en Apoyo al Pacto Mundial de Naciones Unidas.
- ▶ Comisión de Integración Energética Regional (CIER).
- ▶ Comité Colombiano de la CIER (COCIER).
- ▶ Comité Colombiano del Consejo Mundial de Energía (COCME).
- ▶ Connect Bogotá Región.
- ▶ Corporación Centro de Investigación y Desarrollo Tecnológico del Sector Eléctrico (CIDET).
- ▶ Clúster de Energía Eléctrica de Bogotá-Sabana.
- ▶ Pacto Global de las Naciones Unidas.
- ▶ Plataforma Business for Peace del Pacto Global.
- ▶ Red Pacto Global Colombia.
- ▶ World Energy Council (WEC).



f. Participación accionaria de EEB

G4 [17]

La Empresa Energía de Bogotá está presente en toda la cadena del sector de electricidad y gas natural, a través de sus filiales y empresas participadas (no controladas) principales:

La mayor empresa transportadora de gas natural de Colombia cuenta con una participación cerca del 50% en el mercado y con una red de gasoductos de 3.957 km, que cubre la Costa Atlántica, la Región Andina, Barrancabermeja, Apiay, Yopal y la Sabana de Bogotá.

Se constituyó el 16 de febrero de 2007, luego del proceso de enajenación de la participación estatal, representada en los activos, derechos y contratos de Ecogás, del cual fue adjudicatario EEB.

La participación accionaria es del 99,97% de las acciones, siendo el 68,05% de EEB y el 31,92% de IELAH (vehículo de inversión que es 100% de propiedad de EEB).



Transportadora de Gas Internacional S. A. ESP

Empresa encargada de la distribución de gas natural en el Departamento de Lima y la Provincia Constitucional del Callao, en Perú.

La participación accionaria es del 60% de las acciones, desde febrero de 2011, a través del vehículo de inversión EEB Perú Holding Ltd. que es 100% de propiedad de EEB.



Gas Natural de Lima y Callao S. A.

Empresa que tiene la concesión por 30 años para el transporte y la distribución de gas natural en el Departamento de Ica, en Perú.

La participación accionaria es del 100% de las acciones, siendo el 67,19% de EEB y el 32,81% de TGI (filial de EEB).



Contugas S.A.C.

Filial del Grupo que le permite acceder directamente al mercado reasegurador mundial, cuyo objetivo es optimizar costos y coberturas de los seguros de las filiales del Grupo Energía de Bogotá.

La participación accionaria es del 100%.



EEB Energy RE

Empresa de distribución y comercialización de energía eléctrica en 76 municipios de los departamentos de Cundinamarca (69), Tolima (4) y Meta (3).

La participación accionaria es del 82,34% de las acciones, desde febrero de 2009, a través del vehículo de inversión Distribuidora Eléctrica de Cundinamarca S. A. ESP (DECSA S. A. ESP) que es el 51% de EEB y el 49% de Codensa.



EEC (Empresa de Energía de Cundinamarca S. A. ESP)

Se constituyó en 2010 con el objetivo de desarrollar el proyecto de infraestructura de energía eléctrica más importante de Guatemala (PET 01-2009), el cual comprende la construcción y la operación de cerca de 850 km de líneas de transmisión y de doce nuevas subestaciones, así como la ampliación de doce subestaciones existentes, en 15 departamentos, 74 municipios y 340 comunidades.

La participación accionaria es del 95,29%.



Transportadora de Energía de Centroamérica S. A.

Filial del Grupo creada en 2015 con el objeto de participar, como socia o accionista, en sociedades simples, consorcios o emprendimientos comerciales de cualquier naturaleza.

La participación accionaria es del 100%.



GEBBRAS

La Empresa de Movilidad de Bogotá S. A. ESP fue creada en febrero de 2014 con el fin de participar, en asociación con terceros especializados, en proyectos de sistemas de transporte masivo de pasajeros, de carga o de otras modalidades que incluyan infraestructura eléctrica para su operación.

Su oferta de servicios incluye los procesos de diseño, construcción, financiación, operación y mantenimiento requeridos para la implementación y la puesta en funcionamiento de proyectos de movilidad eléctrica, incluyendo la comercialización de la energía requerida.

La participación accionaria es del 100%.



Empresa de Movilidad de Bogotá S. A. ESP

Empresa de servicios complementarios en los sectores de transporte de hidrocarburos por ductos, de distribución de gas natural y de transmisión de energía eléctrica en el Perú y/o las actividades que de ella se desprenden.

La participación accionaria es del 99,9998% de las acciones, siendo el 99,9998% de EEB y el 0,0002% de Contugas (filial de EEB).



EEB Ingeniería y Servicios Perú S. A. C.

Su actividad principal consiste en prestar servicios de ingeniería, estudios eléctricos, gerencia y desarrollo de proyectos de transmisión de electricidad.

La participación accionaria es del 99,99%.



EEB Ingeniería y Servicios Guatemala S. A.



B. ¿CÓMO ESTÁ CONSTITUIDA CONTUGAS?

i. Composición accionaria

Contugas es una empresa privada que forma parte del Grupo Energía de Bogotá (GEB). El accionista mayoritario es la Empresa Energía de Bogotá S.A. (EEB), titular del 67,76% de las acciones de Contugas. El segundo accionista es Transportadora de Gas Internacional S.A. (TGI), titular del 32,24% de las acciones.

Cuadro: **Distribución de acciones**

Número de acciones en circulación	Dic-15
Número de acciones de EEB	248'709.948
% Participación EEB	67,76%
Número de acciones de TGI	118'321.673
% Participación TGI	32,24%
Total Acciones	367'031.621

Fuente: Elaboración propia Contugas



ii. Estructura organizacional



Fuente: Elaboración propia Contugas

En 2015, la entonces Sub Gerencia de Relaciones Externas, que se encontraba adscrita a la Gerencia General, cambia de nombre a Sub Gerencia de Relaciones Institucionales y es absorbida por la Gerencia Legal, que a su vez pasa a llamarse Gerencia Legal y de Relaciones Institucionales.

iii. Comité de Gerencia



**PATRICIA DÍAZ
GAZZOLO**

GERENTE GENERAL (e)
GERENTE LEGAL Y DE RELACIONES INSTITUCIONALES

De nacionalidad peruana. Abogada de la Universidad Femenina del Sagrado Corazón. Magister en Administración de Empresas (MBA) por la Universidad de Ciencias Aplicadas - UPC. MBA Internacional – Universidad Politécnica de Cataluña. Cuenta con un postgrado de Alta Especialización en Gestión de Hidrocarburos en la Escuela de Negocios de la Pontificia Universidad Católica – CENTRUM. Cursó estudios de Management for Lawyers en la Universidad de Yale y tiene experiencia de más de trece años en el sector energético, vinculada al conocimiento y dominio del Marco Legal General y Especial que regula las actividades de Hidrocarburos.

Se desempeñó como Directora General de Hidrocarburos del Ministerio de Energía y Minas. Tuvo participación directa en la elaboración y modificación de los diversos reglamentos del Subsector Hidrocarburos, así como dominio de la regulación de la Administración Pública en la resolución de conflictos, otorgamiento de derechos y orientación a los usuarios.



**SILVIA AMADO
CASANA**

GERENTE DE AUDITORÍA INTERNA

De nacionalidad peruana. Máster en Dirección de Empresas en la Escuela de Dirección y Negocios de la Universidad Austral (IAE, Argentina). Contadora Pública Colegiada de la Pontificia Universidad Católica del Perú, con postgrado en Contabilidad y Finanzas para la Gestión Estratégica (Universidad de Lima). Experiencia de más de quince años en auditoría, gestión de riesgos, control y gobierno así como en temas de consultoría.

Se desempeñó como Gerente Corporativo de Auditoría Interna en Aruntani S.A.C. y empresas relacionadas a la industria minera, de construcción, generación/distribución de energía eléctrica y servicios de perforación. Consultora senior en el Departamento de Risk Advisory Services de Ernst & Young, Argentina, una de las consultoras Big4 a nivel mundial. Miembro del Instituto de Auditores Internos del Perú.



**ALVARO AMAYA
CONTRERAS**

GERENTE COMERCIAL Y GERENTE DE OPERACIONES (e)

De nacionalidad colombiana. Ingeniero Electricista de la Universidad Industrial de Santander, Bucaramanga-Colombia.

Especialista en Diseño de Soluciones Financieras y Derecho Minero-Energético, con conocimientos en la comercialización y distribución de energía eléctrica, regulación y normatividad del sector eléctrico, formulación, evaluación y ejecución de proyectos, y candidato a Executive MBA de la Universidad de Barcelona, España.

Se ha desempeñado como Jefe de la Oficina de Planeación y Regulación y Jefe de División de Facturación de la Empresa de Energía de Cundinamarca. Cuenta con trece años de experiencia y crecimiento profesional en empresas de distribución y comercialización de energía eléctrica.



**NICOLÁS G.
MANCINI-SUÁREZ**

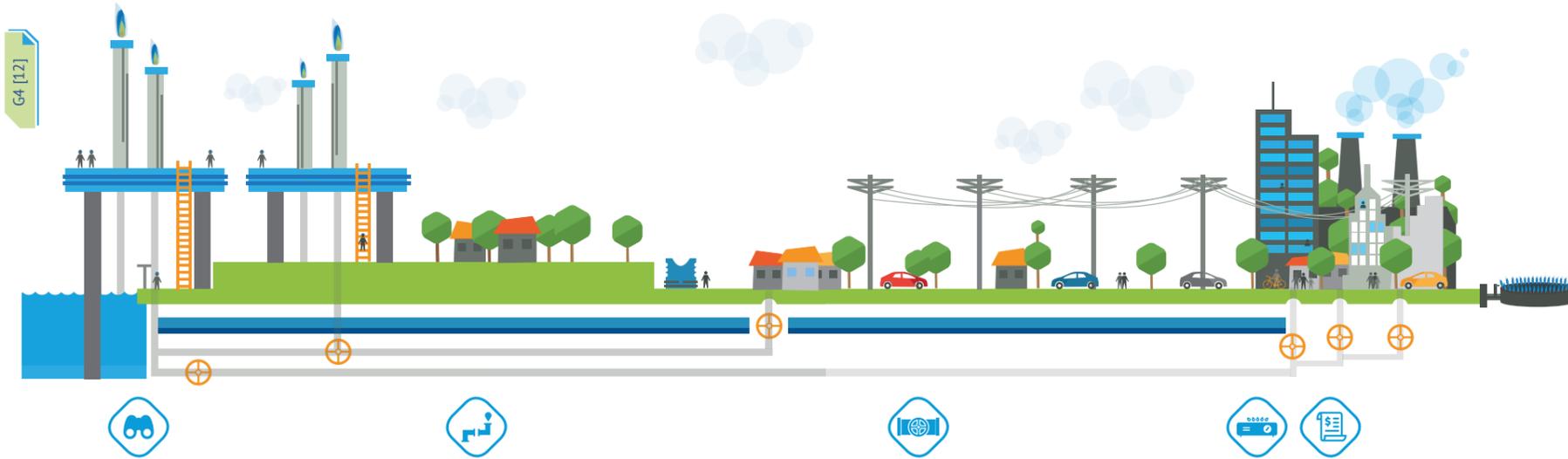
GERENTE FINANCIERO Y ADMINISTRATIVO

De nacionalidad colombiana. Profesional en Finanzas y Comercio Exterior de la Universidad Sergio Arboleda (Bogotá), con postgrado en Gestión de Riesgos Financieros de la misma universidad y en Dirección de Entidades Financieras en la UNED-CECA-FUNCAS (Madrid). Cursó estudios en Financial Markets and New Financial Instruments con el Fondo Monetario Internacional y Ministério da Fazenda do Brasil, así como en Integrated Risk Management y Valuation en New York University Stern School of Business.

Cuenta con más de diez años de experiencia. Ha desempeñado diferentes posiciones en la Dirección de Crédito Público y Tesoro del Ministerio de Hacienda de Colombia, donde fue asesor del Despacho del Ministro. En Empresa de Energía de Bogotá ha sido Asesor y Gerente de Planeación Financiera y Gerente de Financiamiento y Relación con Inversionistas.

C. ¿CÓMO CREAMOS VALOR?

i. La Cadena de valor del gas natural



1. Exploración

La exploración consiste en identificar y localizar áreas que contienen hidrocarburos, lo cual es posible mediante la geofísica de exploración.

2. Extracción/Producción

Una vez encontrados los depósitos de hidrocarburos. La siguiente etapa es la producción, la cual consiste en la extracción, por medio de diferentes equipos y métodos, del gas natural, desde el subsuelo hasta la superficie. Después de extraer el gas, este debe ser procesado para que cumpla con los requerimientos para su uso final.

3. Transporte

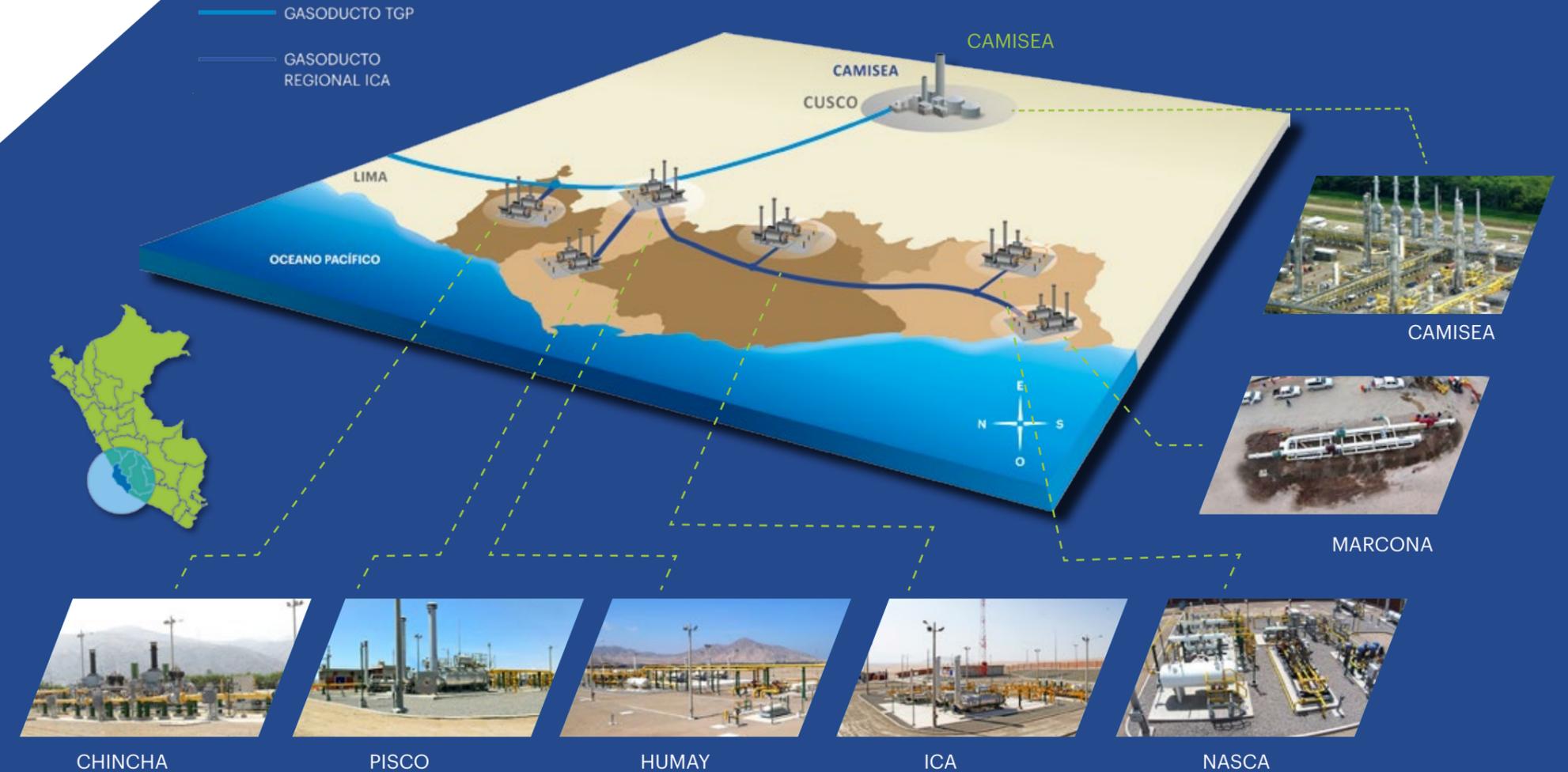
Una vez realizada la extracción y el procesamiento, el gas debe ser transportado a los distribuidores a través de gasoductos, que son tuberías por medio de las cuales se transporta el gas aprovechando la diferencia de presiones. Este es el negocio de nuestras filiales TGI (Colombia), Cálidda y Contugas (Perú).

Otra forma de transportar el gas es convirtiéndolo en líquido (gas natural licuado) y envasándolo en buques.

4. Distribución/Comercialización

El último paso es distribuir el gas en cantidades aptas para el consumo residencial y comercial. Las empresas encargadas de la distribución y comercialización deben realizar el recaudo por el servicio, así como pagar a las empresas de producción y transporte por el producto.

Gráfico: Sistema de Distribución de Gas Natural



Fuente: Elaboración propia Contugas



D. ¿HACIA DÓNDE NOS DIRIGIMOS?

i. Estrategia corporativa

La estrategia de crecimiento de Contugas se basa en cuatro elementos claves, que son gestionados a través de los proyectos implementados por todas las áreas de Contugas como parte del Plan Estratégico Corporativo (PEC). Estos elementos son:

- ▶ Stakeholders.
- ▶ EBITDA.
- ▶ Gestión del talento humano.
- ▶ Crecimiento comercial.

Se puede apreciar en el siguiente gráfico la estrategia a tres años:

Gráfico: Estrategia Contugas



- Contrucción redes Acero
- Mantenimiento de redes
- Viabilización de soluciones
- (Egasa/Egesur, Pluspetrol, CGMC)
- Habilitación clientes industriales
- Captación y habilitación
- Clientes industriales
- Corredor verde Región Ica
- Revisión Tarifaria
- Optimización de procesos
- Estándares de Gestión de Clase Mundial
- Sostenibilidad



- Leyenda:
- 2015 - Normalización
 - 2016 - Crecimiento
 - 2017 - Sostenibilidad

Fuente: Elaboración propia Contugas



ESTRATEGIA GECO

Al pasar de etapa de proyecto a etapa comercial, el crecimiento de Contugas está estrechamente relacionado a la gestión comercial, durante el primer semestre de 2015 se formuló la estrategia de crecimiento comercial, el crecimiento en ventas requerido por Contugas, así como también para el logro de la excelencia operacional en todos sus campos de acción.

El reto de esta definición estratégica de la Gerencia Comercial coincidió con la tarea de redefinir el rumbo estratégico de la compañía al incluir en la Misión y Visión, la declaración formal de Contugas como empresa distribuidora y comercializadora de gas natural.

El segundo paso se orientó hacia la definición de los grandes retos de la Gerencia Comercial, tanto a nivel interno como externo.

A nivel interno “ser promotor líder del crecimiento de Contugas, actuando con un alto sentido de trabajo en equipo y superar los desafíos propios de nuestro trabajo, caracterizando nuestras relaciones por ser colaborativas y competitivas, y así genera confianza en el desarrollo de nuestra gestión”.

A nivel externo “ser promotores del progreso de la región Ica, al convertirnos en la concesión con el mayor índice de cobertura de usuarios residenciales en el Perú y así consolidar el crecimiento industrial en la región, mediante la habilitación de Grandes Clientes Industriales”.

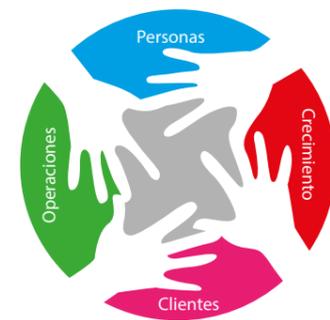
En ese sentido, Contugas diseñó un canal y una imagen “multisensorial”, denominado GECO, con el fin que los colaboradores del área se conecten con el equipo y generen al interior de la gerencia un alto sentido de pertenencia y compromiso para lograr las metas a desarrollarse. De esta manera GECO adquiere un significado particular y personal para todos los

colaboradores de la Gerencia Comercial, unificando y alineando los objetivos empresariales.

El horizonte previsto para el desarrollo de esta estrategia se enmarcó en proyectos de ejecución de corto plazo, es decir 2015, y proyectos de mediano plazo, es decir hasta finales de 2018.

Esta estrategia se encuentra formulada bajo el enfoque estratégico de la articulación de cuatro palancas de valor: Crecimiento, Clientes, Operaciones Comerciales y Personal. De esta manera, se garantiza la efectividad en el logro de los objetivos comerciales de Contugas.

Gráfico: Palancas de valor de la estrategia comercial GECO



Fuente:
Elaboración propia
Contugas

Logros

Entre los principales logros conseguidos durante 2015, se tiene el alcanzado el 28 de abril de 2015 cuando se superó las 31.625 habilitaciones residenciales, cumpliendo con el compromiso BOOT² para el año, obteniendo para esa fecha 33.624 viviendas habilitadas.

²(Build, Operate, Own, Transfer): Es una modalidad de contrato según el cual una compañía privada se compromete a construir y operar, ser propietario y después transferir los activos a la administración.

Gráfico: Avance al 28 de abril de 2015



Y el 31 de octubre se cumplió con la meta BOOT para el año 2 (35.825 clientes conectados).

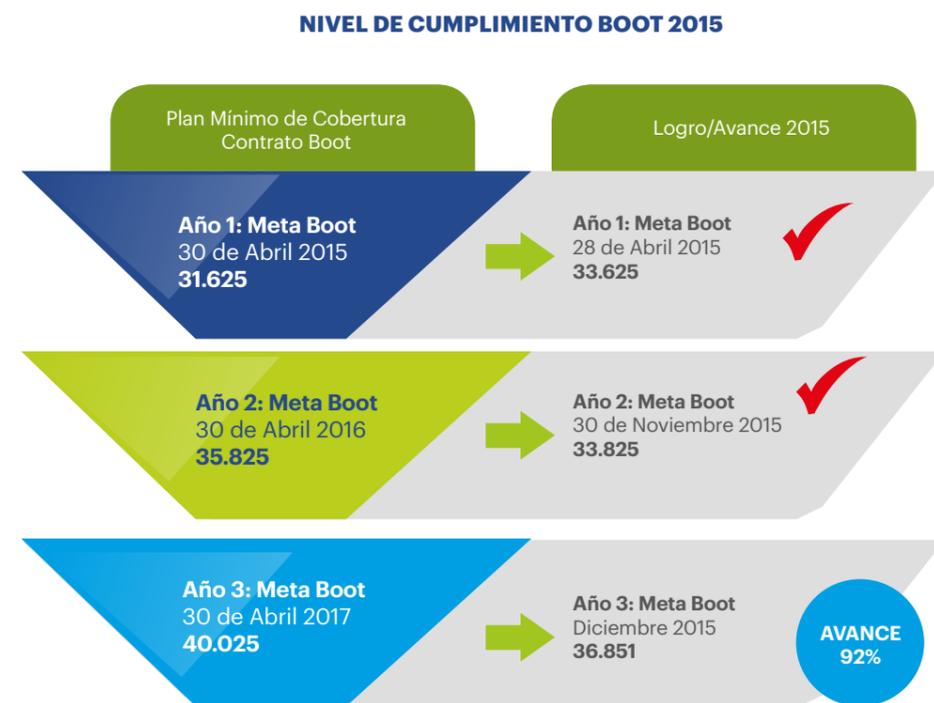
De otro lado, se alcanzaron las 52 conexiones industriales requeridas por el Plan Estratégico Corporativo (PEC).

Otro logro muy importante fue el cumplimiento de los requisitos del gobierno peruano y de las exigencias de la firma Enbridge (empresa internacional encargada de supervisar el óptimo funcionamiento del suministro de gas) para lograr la Puesta en Operación Comercial.

Además, se alcanzó un nivel de saturación comercial de 90% en el distrito de Marcona.



Gráfico: Nivel de cumplimiento BOOT 2015



Fuente: Elaboración propia Contugas

“Contugas logró alcanzar la meta BOOT seis meses antes de la fecha límite, lo que le permitió adelantarse al cumplimiento de las metas establecidas hasta llegar al quinto año de operación comercial”.

Se puso asimismo en operación todo el sistema de distribución de gas natural en el departamento de Ica. Es importante señalar que cerca del 85% de los clientes conectados pertenece a los estratos medios y bajos, demostrando que la empresa priorizó el lado social en el desarrollo del negocio, con el fin de brindarles las ventajas económicas y ambientales del servicio de gas natural, contribuyendo a su progreso directo.

Pacto Mundial

Otro aspecto a resaltar es que tras una espera de dos años, se logró que el Ducto de Uso Propio del Consorcio conformado por la Empresa de Generación Eléctrica Arequipa (EGASA) y la Empresa de Generación Eléctrica del Sur (EGESUR), sea transferido a Contugas, según resoluciones emitidas por el Ministerio de Energía y Minas. Esto ha permitido la incorporación de un cliente de generación eléctrica importante.

En el sector comercial, a finales de 2015 se implementó la automatización de un nuevo flujo de ventas de Grandes Clientes, lo que permitió gestionar, por medio del sistema, los procesos de ventas y órdenes de trabajo de la viabilidad y construcción de los Grandes Clientes, habilitándolos en el sistema OPEN³. De otro lado, en el mes de abril se inició el proceso de facturación.

En el ámbito ambiental, durante la etapa de operación y mantenimiento del gasoducto, no se generaron impactos ambientales significativos, el cual se ve reflejado en el avistamiento de guanacos en un número superior a lo registrado en el año 2013, durante la etapa constructiva.

³OPEN SMARTFLEX, es el sistema de gestión comercial de Contugas, que permite gestionar la atención a clientes, facturación cíclica de clientes, venta de servicios y órdenes de trabajo asociados al servicio de distribución de Gas Natural en la Región Ica.

G4 [EN29]

Asimismo, en Contugas no se tuvieron multas ni sanciones no monetarias, por parte del ente fiscalizador en materia ambiental, Organismo de Evaluación y Fiscalización Ambiental (OEFA).

De igual modo, un importante convenio de cooperación interinstitucional fue suscrito entre Contugas y el Servicio Nacional de Áreas Protegidas por el Estado (SERNANP), para el desarrollo sostenible de la Reserva Nacional San Fernando; contribuyendo de esta manera con la preservación de la biodiversidad.

En relación a la cultura del gas natural, Contugas siguió impulsando el fortalecimiento de este tema a través de talleres de sensibilización, información y capacitación. En esta iniciativa más de dos mil jóvenes de todos los niveles socioeconómicos de la región Ica participaron en los encuentros programados dentro de los cuatro programas de Sostenibilidad que Contugas viene impulsando en la región.

Cuadro: Retos 2016 distribuidos en las palancas de valor de la estrategia GECO



Fuente: Elaboración propia Contugas

“Más de dos mil jóvenes de la región Ica ampliaron sus conocimientos en temas relacionados al sector energético, contribuyendo al fortalecimiento de la cultura de gas natural”.



CAPÍTULO II:

Gestión de la sostenibilidad

A. ¿QUÉ SIGNIFICA SOSTENIBILIDAD PARA CONTUGAS?

En Contugas se entiende a la Sostenibilidad Corporativa como una forma de vida encaminada a mantener un equilibrio entre el crecimiento económico y el desarrollo social y ambiental, generando confianza y compromiso frente a los grupos de interés, la mejora continua y la transformación positiva de los entornos donde operamos.

Este concepto se adapta a las agendas globales en materia de desarrollo sostenible, ciudades sostenibles, Derechos Humanos y cambio climático; reflejando la transición que hicieron las empresas del GEB del “Modelo de Responsabilidad Global” al “Modelo de Sostenibilidad”, ajustándose así en una mayor medida a las expectativas de los grupos de interés.

Esto supuso también la modificación de la “Política Corporativa de Responsabilidad Global” por la “Política Corporativa de Sostenibilidad”; adoptando además el nuevo concepto de Sostenibilidad Corporativa. Vale decir que dicha política fue construida de manera colaborativa entre todas las filiales del GEB, bajo las

premisas de que “la electricidad y el gas generan bienestar y que las empresas del GEB trabajan en soluciones asociadas a la prestación de servicios públicos, que aportan al desarrollo sostenible”.

En esta nueva Política de Sostenibilidad se fijan quince declaraciones, entre ellas queda establecido como uno de los compromisos que las empresas del GEB “respetarán los derechos humanos tomando como referencia los Principios Rectores de las Naciones Unidas en Empresas y Derechos Humanos en el marco de ‘proteger, respetar y remediar’”.

Otra declaración señala la suscripción de las empresas del grupo a los ODS. Se trata de diecisiete propósitos aprobados en la Cumbre Mundial de las Naciones Unidas, en setiembre de 2015, orientados a erradicar la pobreza extrema.

Estos cambios se realizaron luego de la visita realizada por la Alta Dirección de la Empresa Energía de Bogotá, representada por la Gerencia SGI, a las filiales del

grupo, entre ellas Contugas. En esta visita se transmitió el nuevo concepto de sostenibilidad, además de revisar los avances en el cumplimiento de los lineamientos corporativos/estrategia del Sistema de Gestión Integrado en las filiales.

Una de las actividades efectuadas a consecuencia de este trabajo en equipo fue el auto-diagnóstico en materia de sostenibilidad basado en la norma ISO 26000.

Este ejercicio ayudó a conocer el porcentaje de avance de la implementación del Modelo de Sostenibilidad en Contugas.

Como resultado de este auto-diagnóstico, Contugas obtuvo un porcentaje consolidado de 46%, tras la medición de la implementación del Modelo de Sostenibilidad en seis ejes: Estrategia y Estructura del Modelo, Implementación, Reportes, Comunicación, Capacitación y Seguimiento. Cada uno de estos ejes obtuvo el siguiente porcentaje:

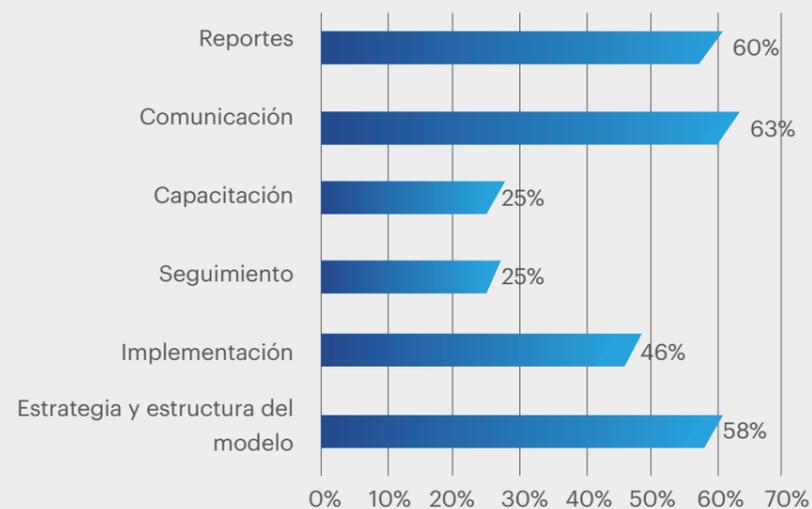
⁴⁴ Lineamientos corporativos para la planeación e implementación del Modelo de Sostenibilidad en las empresas del Grupo Energía de Bogotá.

⁵ Estos principios son el estándar mundial para prevenir y hacer frente a los impactos negativos en Derechos Humanos vinculados a la actividad empresarial. http://acnudh.org/wp-content/uploads/2013/08/HR.PUB_12.2_sp.pdf

⁶ <http://www.undp.org/content/undp/es/home/mdgoverview/>



Gráfico: Diagnóstico Implementación del Modelo de Sostenibilidad Contugas 2015



Fuente: Elaboración propia Contugas basada en el modelo ISO 26000

Este resultado presenta oportunidades de mejora en lo concerniente a Capacitación y Seguimiento. En cuanto a la Implementación Contugas se encuentra en proceso de avance en relación a los siguientes aspectos: Derechos Humanos, Medio Ambiente, Prácticas Justas de Operación y Participación Activa y Desarrollo de Comunidades.

En el 2015, la empresa también realizó una nueva priorización de los grupos de interés acorde a los objetivos empresariales vigentes. Se continuó con la promoción, aplicación y difusión de los Diez Principios del Pacto Global, se intensificó el impulso de la práctica de los Valores Corporativos, el Código de Ética y la Política Anticorrupción. Todo ello teniendo como base primordial el relacionamiento permanente y participativo de los grupos de interés.

Para este 2016, se continuará con el reto de implementar y posicionar el modelo, política, compromisos y propósitos de la sostenibilidad en todos los grupos de interés de Contugas.

Pacto Mundial

Modelo de Sostenibilidad

El Modelo de Sostenibilidad para el GEB es considerado como una expresión sencilla de la estrategia corporativa que explica el modo por el cual se da respuesta a las declaraciones de la Política Corporativa y se aplica el concepto de sostenibilidad a partir de la toma de decisiones en tres aspectos⁷:

- i. Las agendas globales que existen a la fecha y que orientan la participación del sector privado durante las próximas tres décadas (desarrollo sostenible, cambio climático y Derechos Humanos).
- ii. Las expectativas de los grupos de interés priorizados para cada uno de los contextos de sostenibilidad y materialidad donde operan las empresas del GEB.
- iii. La formulación de una estrategia corporativa basada en la gestión de la sostenibilidad y la alineación de todas las iniciativas con los fines de dicha estrategia.

⁷Lineamientos corporativos para la planeación e implementación del Modelo de Sostenibilidad en las empresas del Grupo Energía de Bogotá.

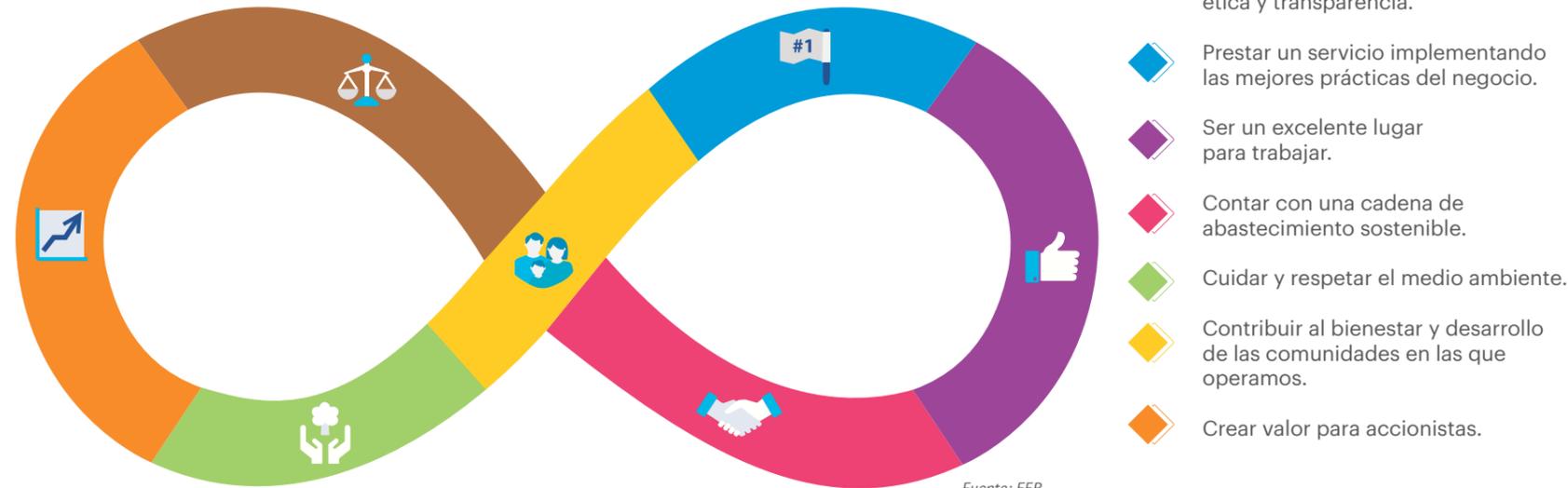


El Modelo de Sostenibilidad de Contugas representa un movimiento constante, inspirado en ondas de energía que reflejan la gestión de la empresa en cada uno de estos compromisos.

Este modelo se sustenta en siete compromisos fijados a largo plazo y que son asumidos con los grupos de interés y la sociedad en general. Estos compromisos son:

1. Promover el gobierno corporativo y las prácticas de ética y transparencia.
2. Crear valor para los accionistas.
3. Cuidar y respetar el medio ambiente.
4. Contribuir al bienestar y desarrollo de las comunidades en las que operamos.
5. Prestar un servicio implementando las mejores prácticas del negocio.
6. Ser un excelente lugar para trabajar.
7. Contar con una cadena de abastecimiento sostenible.

Gráfico: **Compromisos de largo plazo del Modelo de Sostenibilidad**



Fuente: EEB

B. ¿QUIÉNES NOS MOTIVAN A TRABAJAR POR LA SOSTENIBILIDAD?

i. Involucramiento con los grupos de interés.

El involucramiento se inicia con la priorización de los grupos de interés, para luego ejecutar los Diálogos y de esta manera afianzar el relacionamiento y recoger sus expectativas que permitan a la empresa tomar las decisiones estratégicas para la gestión sostenible.

Gráfico: **Grupos de interés Contugas**



Fuente: Elaboración propia Contugas



Cada año Contugas realiza una priorización de estos grupos bajo la metodología AA1000, consistente en colocar una puntuación del 1 al 5 a los grupos de interés identificados por la empresa y respondiendo a tres criterios:

- ▶ **Poder:** Se refiere a la capacidad de influencia del grupo de interés sobre las decisiones que se toman en cada una de las empresas del GEB.
- ▶ **Legitimidad:** Se refiere principalmente al nivel de aceptación social que tiene la influencia y posición del grupo de interés frente a los impactos causados por las empresas.
- ▶ **Urgencia:** Se refiere a la velocidad con la que se debe responder a la influencia del grupo de interés.

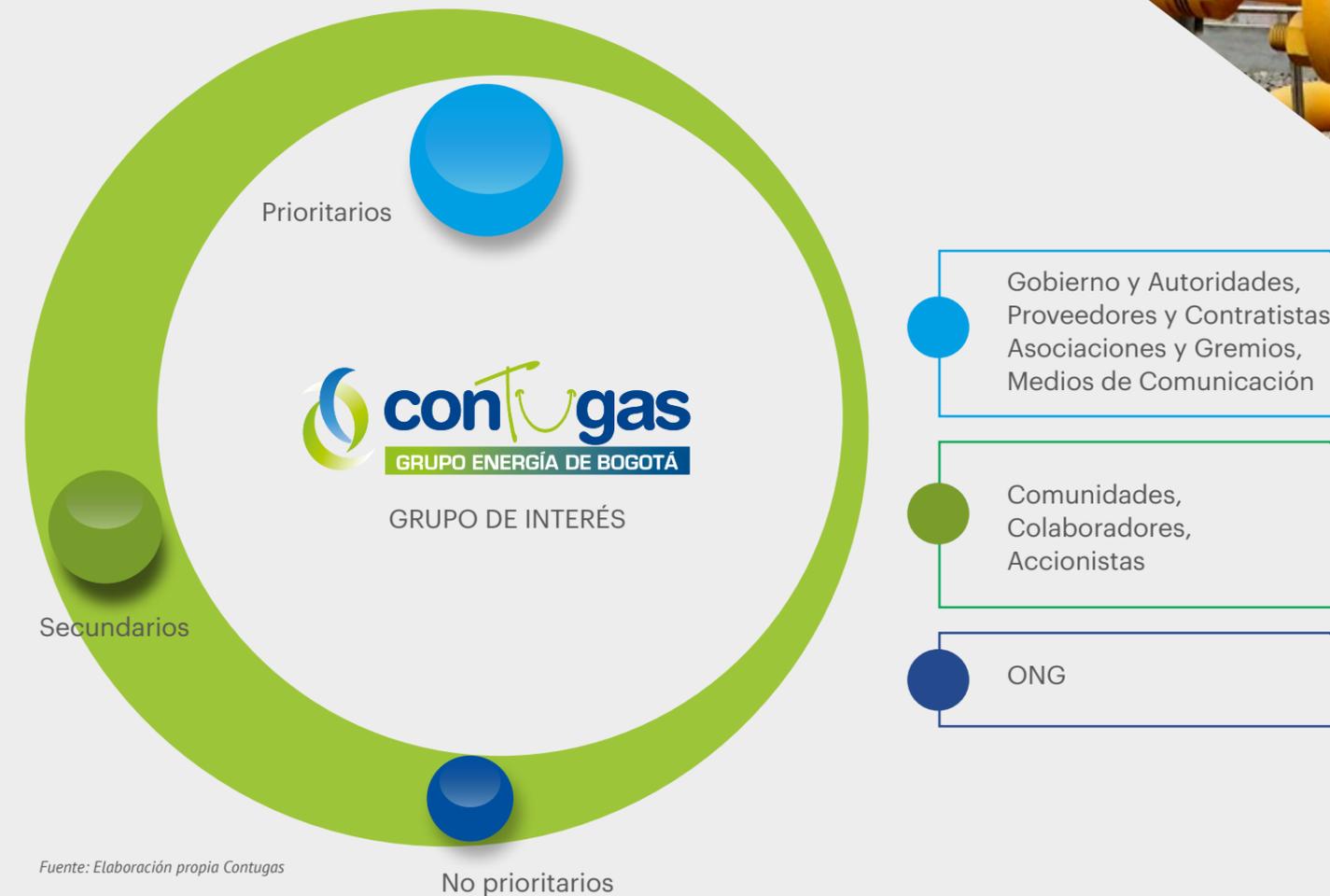
El resultado de la priorización de los grupos de interés para el 2015 fue:

Gráfico: Valorización de grupo de interés



Fuente: Elaboración propia Contugas

Gráfico: Grupos de interés valorizados



Fuente: Elaboración propia Contugas

1. Diálogo con los grupos de interés.

Los “Diálogos con los Grupos de Interés” fueron realizados con aquellos segmentos que resultaron prioritarios, cumpliendo de esta manera con el eje central del Modelo de Sostenibilidad que viene a ser el relacionamiento permanente y continuo con su entorno.

Los diálogos además permitieron identificar y priorizar las expectativas y necesidades de los públicos interesados, generando y fortaleciendo relaciones constructivas y de confianza.

Cuadro: Resultados Diálogos con los Grupos de Interés

Programa	Tipo de Público	Metodología	Hallazgo
Mejoramiento de Capacidades “Gestores de Energía”.	Estudiantes y docentes de educación superior de la región Ica.	Encuestas.	Ampliación del programa a un mayor público / Certificación / Más horas de capacitación.
Programa de comunicación externa.	Medios de comunicación.	Talleres / Encuestas.	Lograr una respuesta rápida y eficaz por parte de la empresa / Redacción más clara y oportuna.
Homologación de proveedores.	Proveedores.	Encuestas.	Mayor sinergia con proveedores / Realizar capacitaciones en conjunto.
Clima laboral.	Colaboradores.	Focus Group / Encuestas.	Fortalecer la comunicación interna / Diferencias en el grado de satisfacción entre los colaboradores de Lima e Ica.
Servicio al cliente.	Clientes.	Focus Group / Encuestas.	Mayor información sobre las ventajas del gas natural / Fortalecer la comunicación del Plan de Prevención de Daños / Mejorar la comunicación en el proceso de instalación interna.

Fuente: Elaboración propia Contugas

Gráfico: Diálogos con los Grupos de Interés



Fuente: Elaboración propia Contugas

“Durante 2015, la implementación del Modelo de Sostenibilidad se efectuó en un 100%, de acuerdo al Plan Estratégico Corporativo (PEC) de Contugas”.



El relacionamiento con los grupos de interés, también se canaliza a través del contacto de la empresa con los siguientes gremios:

- ▶ Sociedad Nacional de Minería, Petróleo y Energía (SNMPE).
- ▶ Cámara de Comercio de Ica.
- ▶ Cámara Chinchana de Comercio.
- ▶ Cámara Peruana de Gas Natural Vehicular (CPGNV).
- ▶ Consejo Empresarial Colombiano (CEC).
- ▶ Pacto Mundial de las Naciones Unidas y su red local en Perú.

C. GESTIONAMOS LO QUE ES IMPORTANTE, DONDE ES IMPORTANTE

i. Identificación de riesgos

En el 2015, Contugas identificó los siguientes riesgos estratégicos:

Cuadro: **Riesgos estratégicos**

Nombre Objetivo	Nombre riesgo	Nivel de riesgo absoluto	Nombre control
[P3] Promover el desarrollo del mercado a través de la consolidación de nueva demanda.	Sobrecostos en la operación por el pago de Take or Pay de Pluspetrol y/o TGP.	Moderado	Analizar los balances mensuales y mejores escenarios, tanto para Pluspetrol como para TGP.
[P2] Viabilizar soluciones para el crecimiento.	Dejar de percibir el pago por el derecho de conexión de Egasa/Egesur debido a una incorrecta aplicación de la norma por parte del regulador.	Moderado	Analizar y revisar la regulación vigente.
			Validar las acciones legales a presentar a través de las vías administrativas y/o judiciales respectivas.
	Realizar reuniones de coordinación con las entidades del sub sector correspondiente.		
[P2] Viabilizar soluciones para el crecimiento.	Sobrecostos en el Opex proyectado para la compañía, en caso de un fallo desfavorable del proceso de arbitraje con el Consorcio Graña y Montero Conciviles (CGMC).	Moderado	Validar la información requerida por el Tribunal Arbitral, antes de ser enviada.
			Verificar las fechas de entrega de información para evitar incumplimientos.
	Materialización de causal de disolución y/o evento de default debido a una estructura financiera inadecuada para la compañía (gastos financieros, Impairment test).	Extremo	Analizar propuestas de composición de la estructura de capital de la compañía que sea consistente con la realidad del negocio.

Fuente: Elaboración propia Contugas

Como parte de los retos más importantes en materia de Gestión de Riesgos de Contugas, se encuentran:

- ▶ Posicionar a Contugas como una empresa líder en Gestión de Riesgos, dentro del sector de Energía.
- ▶ Involucrar a los diferentes stakeholders en la Cultura de Gestión de Riesgos de Contugas.
- ▶ Aumentar la confianza, conciencia y tranquilidad por parte de los stakeholders hacia la compañía, gracias a la socialización y difusión de información relevante de los riesgos y su gestión.
- ▶ Tener reconocimiento como empresa que implementa prácticas de clase mundial, gracias a la declaración de implementación de buenas prácticas en Gestión de Riesgos.
- ▶ Mantener un mismo lenguaje referente al tema de Gestión de Riesgos con los stakeholders.
- ▶ Llevar la Gestión de Riesgos hasta un nivel de proceso certificable.





ii. Identificación de expectativas

En Contugas se identificaron las siguientes expectativas:

Cuadro: **Expectativas identificadas**

G4 [18/19]

GI prioritarios	Expectativas
Colaboradores	Reconocimiento de logros dentro de un agradable clima laboral.
	Línea de carrera.
	Estabilidad laboral.
	Crecimiento profesional.
Proveedores / Contratistas	Empresa sólida.
	Cumplimiento de obligaciones.
	Igualdad de oportunidades.
Comunidad	Generación de oportunidades de trabajo.
	Relaciones a largo plazo.
	Contribución al desarrollo social y económico de la zona.
	Mejora de la calidad de vida.
	Llevar más gas a los hogares.
	Bienestar y desarrollo.
	Excelente servicio y atención a reclamos.
Empresa que brinde beneficios económicos y un excelente servicio.	
	Empresa con buenas tarifas, buen servicio y con altos niveles de continuidad en el mismo, respeto y el cumplimiento de la propuesta de valor de Contugas.

G4 [18/19]

GI prioritarios	Expectativas
Estado	Cumplimiento del contrato BOOT, de los requisitos regulatorios y que contribuya al desarrollo social de la región Ica.
Accionistas	Generación de valor económico y rentabilidad.
	Retorno de inversión.
Representantes del sector ambiental	Empresa que cumple con las expectativas financieras del negocio.
	Cumplimiento de los estándares de clase mundial relacionados a medio ambiente, que sea diligente con todo lo que pueda afectar el medio ambiente.
Medios de Comunicación	Cumplimiento normativa ambiental.
	Transparencia en la información divulgada por Contugas.
	Empresa que capacite y responda a los llamados de los medios.
Asociaciones y Gremios	Empresa que permita la libre participación y la comunicación ágil y oportuna.
	Información veraz, clara y rápida.
	Acuerdos con Contugas en beneficio de ambas partes.
ONG	Trabajo en conjunto.
	Que responda a los llamados y cuestionamientos.
	Encontrar en Contugas un apoyo para el desarrollo de los temas sectoriales.
Competidores	Apoyo de Contugas en cada uno de sus propósitos.
	Posibilidad de cooperar en campañas sociales.
	Ver en Contugas un vehículo para la generación de nuevas oportunidades para sus grupos de interés.
Competidores	Competencia sana y leal.
	Precios competitivos.
	Buenas prácticas para ser adoptadas e información relevante del mercado.
	Transparencia.

Fuente: Elaboración propia Contugas



iii. Identificación de impactos

En Contugas se identificaron los siguientes impactos:

Cuadro: Impactos identificados

	Impacto					
	Positivos			Negativos		
	Ambiental	Económico	Social	Ambiental	Económico	Social
Colaboradores		Genera calidad y estilo de vida.				En determinados casos hace que el colaborador se leje de su núcleo familiar.
Proveedores Contratistas		Genera sostenibilidad.			Competencia desleal.	
Comunidad	Contribución a vivir en un lugar mejor.	Oportunidades de desarrollo sostenible.	Desarrollo de las comunidades.		Situaciones en zonas de influencia que no permita las conexiones de clientes.	Conflictos sociales.
Clientes y usuarios	El desarrollo que permite la prestación del servicio no afecta negativamente el medio ambiente en el que viven.	Ingresos. Tener una tarifas competitivas y lograr ahorros en el costo de sus servicios básicos.	Ver en CONTUGAS una compañía que lleva bienestar y progreso al lugar donde viven.	El desarrollo que permite la prestación del servicio afecta negativamente el medio ambiente en el que viven.	Reclamos por tarifas o no entendimiento de la financiación que recibe el cliente. No tener unas tarifas competitivas y hacer de su servicio más costoso.	Ver en Contugas una compañía que no genera o destruye valor a la comunidad.
Estado		Crecimiento en las comunidades.	Desarrollo de las comunidades.		Incumplimiento de BOOT.	
Accionistas		Genera valor.				La idiosincrasia y el estilo de vida de la región Ica.
Representantes del sector ambiental	Contribución al medio ambiente.			Incumplimiento de compromisos y/o normas.		
Medios de Comunicación			Transparencia en las información difundida.			Demandas o denuncias de parte de Contugas hacia medios de comunicación.
Asociaciones y gremios		Alianza o convenios.				Incumplimiento de acuerdos.
ONG			Desarrollo de las poblaciones.	Incumplimiento de compromisos.		
Competidores		Genera competitividad.			Incumplimiento de compromisos.	

G4 [18/19]

Fuente: Elaboración propia Contugas

iv. Análisis de Materialidad

Contugas identificó los aspectos materiales a través de los siguientes pasos:

- ▶ Identificación a nivel interno y externo de las expectativas de los grupos de interés.
- ▶ Identificación por parte de los grupos de interés, de impactos negativos y positivos en los aspectos sociales, económicos y ambientales.
- ▶ Identificación por parte de los grupos de interés de los temas relevantes a difundir.
- ▶ Identificación de los riesgos del negocio.
- ▶ Temas relevantes del sector.
- ▶ Análisis de la cadena de valor.
- ▶ Análisis de fuentes internas y externas.

Gráfico: Pasos análisis de materialidad



Fuente: Elaboración propia Contugas



Fuentes analizadas

Fuentes Internas

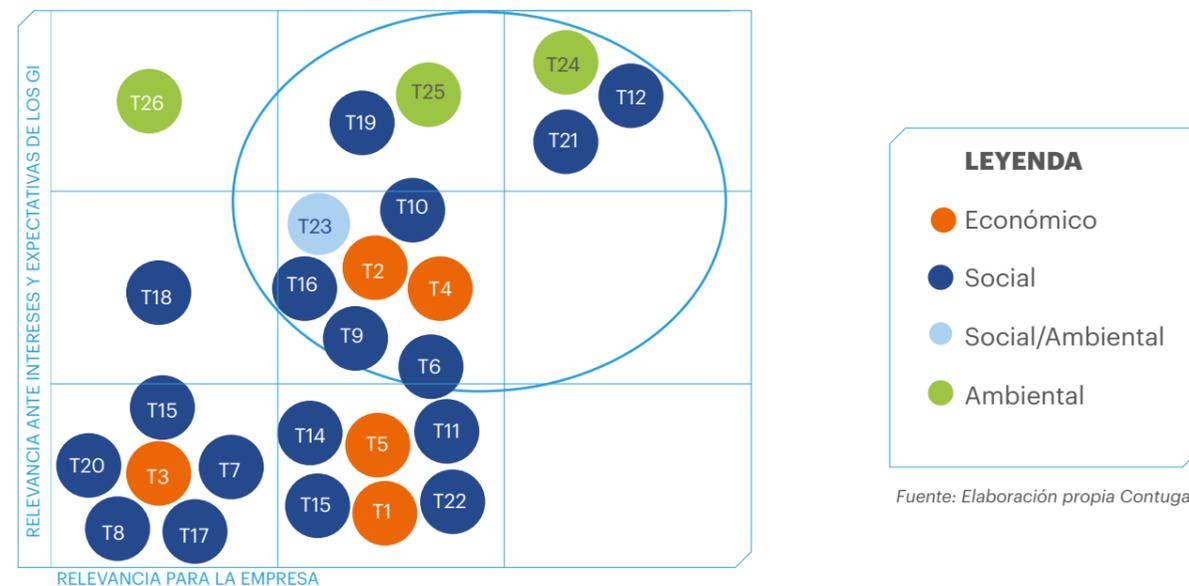
Informe de los diálogos con los grupos de interés.
 Estudio de Imagen.
 Informe de Sostenibilidad 2014.
 Plan Estratégico Corporativo (PEC).
 Política y Modelo de Sostenibilidad.

Fuentes externas

Directrices GRI.
 Directrices ISO 26000.
 Pacto Global de las Naciones Unidas.
 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible.
 Benchmarking con otras empresas del sector.

Este análisis arrojó una lista de 26 asuntos relevantes que fueron priorizados según su importancia. Finalmente se obtuvo una lista de 12 aspectos materiales que son reportados en este Informe de Gestión Sostenible, tal como se aprecia en el siguiente gráfico:

Gráfico: **Análisis de Materialidad**



Fuente: Elaboración propia Contugas

Los 12 aspectos materiales a reportar, según el análisis de materialidad son:

Cuadro: **Aspectos materiales**

	T25 Aspecto Ambiental	Monitoreo ambiental.
	T24 Aspecto Ambiental	Promoción de la protección de las áreas naturales protegidas y la biodiversidad.
	T23 Aspecto Social/ Ambiental	Equilibrio entre la vida profesional y personal.
	T21 Aspecto Social	Generación de conocimientos en el sector promoviendo el desarrollo de la industria y la ampliación de cobertura.
	T19 Aspecto Social	Desarrollo profesional.
	T16 Aspecto Social	Equilibrio entre la vida profesional y personal.
	T12 Aspecto Social	Mejorar la calidad de vida de las comunidades en las que se brinda el servicio.
	T10 Aspecto Social	Homologación.
	T9 Aspecto Social	Clima laboral.
	T6 Aspecto Social	Promoción de una cultura del gas natural: potencialidades del producto, cuidado ambiental, seguridad.
	T4 Aspecto Económico	Atención al cliente: información verídica y rápida respuesta a sus requerimientos.
	T2 Aspecto Económico	Nivel de consumo en la población.

Fuente: Elaboración propia Contugas



Cuadro: Aspectos materiales de Contugas a ser reportados y grupos de interés relacionados

Aspecto	Temas	Grupos de interés
Económico	1. Atención al cliente. T4 Ver compromiso: Prestar un servicio con estándares de clase mundial.	Clientes
	2. Nivel de consumo de la población. T2 Ver compromiso: Crear valor a los accionistas.	Accionistas / Clientes
Social	3. Homologación de proveedores. T10 Ver compromiso: Contar con una cadena de valor sostenible. Ver compromiso: Promover el Gobierno Corporativo y las prácticas de Ética y Transparencia.	Proveedores / Accionistas
	4. Mejorar la calidad de vida de las comunidades en las que se brinda el servicio. T12 Ver compromiso: Mejorar la calidad de vida de las comunidades donde operamos.	Comunidad / Clientes / Estado
	5. Clima laboral. T9 6. Desarrollo profesional. T19 7. Equilibrio entre la vida profesional y personal. T16 Ver compromiso: Ser un excelente lugar de trabajo. Ver compromiso: Promover el Gobierno Corporativo y las prácticas de Ética y Transparencia.	Colaboradores
Ambiental	8. Promoción de una cultura de gas natural: potencialidades del producto, cuidado ambiental, seguridad. T6 9. Generación de conocimiento en el sector promoviendo el desarrollo de la industria y la ampliación de la cobertura. T21 Ver Compromiso: Prestar un servicio con estándares de clase mundial. Ver Compromiso: Mejorar la calidad de vida de las comunidades donde operamos. Ver Compromiso: Contar con una cadena de valor sostenible.	Comunidad / Estado / Proveedores / Contratistas / Accionistas / Clientes
	10. Impactos generados por la construcción: contaminación ambiental sonora, generación de altas cantidades de polvo, afectación de negocios comerciales y transporte. T23 Ver Compromiso: Cuidar y respetar el medio ambiente. Ver Compromiso: Prestar un servicio con estándares de clase mundial. Ver Compromiso: Mejorar la calidad de vida de las comunidades donde operamos.	Colaboradores / Estado / Comunidad / Clientes
Ambiental	11. Promoción de la protección de las áreas naturales protegidas y la biodiversidad. T24 12. Monitoreo ambiental. T25 Ver compromiso: Cuidar y respetar el medio ambiente.	Estado / Comunidad

Fuente: Elaboración propia Contugas

v. Principios para la elaboración del Informe de Gestión Sostenible.

El Informe de Gestión Sostenible elaborado bajo la metodología del Global Reporting Initiative G4, se basa en diez principios con el fin de lograr la transparencia.

Estos principios se dividen en dos grupos: los principios para determinar el contenido de la memoria y los principios para determinar la calidad de la memoria.

Los principios para determinar el contenido de la memoria describen el proceso para decidir qué se debe incluir en la memoria partiendo de las actividades, la repercusión y las expectativas e intereses fundamentales de los grupos de interés. Estos principios son:

Cuadro: Principios para determinar el contenido del Informe de Gestión de Contugas

Principio	Significado	Desarrollo de este principio en el Informe de Gestión de Contugas
Participación de los grupos de interés	Se indica cuáles son los grupos de interés y cómo la empresa ha respondido a sus expectativas.	Contugas presenta el resultado de la priorización de los grupos de interés, así como la ejecución de los diálogos y sus principales hallazgos.
Contexto de sostenibilidad	Se presenta el desempeño en el contenido más amplio de la sostenibilidad.	A través de sus seis compromisos con sus grupos de interés, la empresa da a conocer su gestión teniendo como base su Modelo de Sostenibilidad.
Materialidad	El informe debe abordar aquellos aspectos que muestren los efectos económicos, ambientales y sociales significativos; o influyen de una manera sustancial en las evaluaciones y decisiones de los grupos de interés.	A través de la matriz de materialidad, se determinaron los aspectos relevantes a difundir.
Exhaustividad	Abarca las dimensiones de alcance, cobertura y tiempo.	Se indica el alcance, cobertura y tiempo del Informe de Gestión Sostenible.

Fuente: Elaboración propia Contugas

*Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad. Principios y contenidos básicos.

Los principios para determinar la calidad de la memoria sirven para tomar mejores decisiones en aras de la calidad de la información y de una presentación adecuada. Estos principios son:

Cuadro: Principios para determinar la calidad del Informe de Gestión Sostenible de Contugas

Principio	Significado	Desarrollo de este principio en el Informe de Gestión de Contugas
Equilibrio	Presentar tanto los aspectos positivos como los negativos de la gestión.	En el informe se presentan tanto los aspectos de mejora como los aspectos positivos de la gestión.
Comparabilidad	Presentar la información de manera que los grupos de interés puedan analizar la evolución del desempeño y compararla con respecto a otras organizaciones.	Se presenta la información comparada con los datos del año pasado.
Precisión	La información ha de ser lo suficientemente precisa y pormenorizada para una fácil evaluación por parte de los grupos de interés.	En el informe se presentan los datos de manera precisa, acompañados de indicadores.
Puntualidad	Presentar los informes de acuerdo a un calendario regular.	La presentación del informe es de manera anual.
Claridad	Presentar la información de manera que los grupos de interés puedan acceder fácilmente a ella y comprenderla adecuadamente.	El informe ha sido redactado de manera clara y sencilla para ser comprendido por todos los grupos de interés. Además de ello es de fácil acceso a través de la página web, redes sociales, correos electrónicos; y de manera física, al difundir el Resumen Ejecutivo en los diversos encuentros con los grupos de interés (talleres, entrevistas, reuniones, diálogos).
Fiabilidad	La información presentada deberá ser factible de evaluación y comprobación por parte de los grupos de interés.	Los grupos de interés pueden someter a evaluación los datos presentados en este informe, además de ello se explica cómo se han aplicado los principios para la elaboración de memorias del GRI.

Fuente: Elaboración propia Contugas





CAPÍTULO III:

Compromisos a largo plazo

Por cada compromiso a largo plazo del Modelo de Sostenibilidad, la empresa ejecuta diversas iniciativas que contribuyen al cumplimiento de los objetivos del negocio. Se explica cómo se ponen en marcha estas iniciativas en los capítulos correspondientes a cada compromiso. Por otro lado, acorde a la nueva Política Corporativa de Sostenibilidad, la empresa vinculará su gestión a los ODS, acorde a su core business.

De igual modo, Contugas promueve el respeto por los Derechos Humanos en todos los aspectos de su gestión. Como signataria del Pacto Global, está comprometida con la difusión, aplicación y promoción de los Diez Principios del Pacto Global.

A. PROMOVER EL GOBIERNO CORPORATIVO Y LAS PRÁCTICAS DE ÉTICA Y TRANSPARENCIA

i. Marco de actuación

Contugas, siguiendo las directrices de su casa matriz, impulsa la aplicación de buenas prácticas de gobierno corporativo y de ética y transparencia en todos sus grupos de interés.

La Gerencia General y los integrantes de los Comités de Trabajo promueven el buen gobierno corporativo, siendo los accionistas, gerentes, sub gerentes, coordinadores, analistas, especialistas y, en general, los colaboradores, además de los inversionistas y proveedores; quienes se rigen por el Código de Buen Gobierno.

En tanto que la gestión de la ética y transparencia es supervisada por el área de Auditoría Interna, siendo cada colaborador el responsable del cumplimiento del Código de Ética así como de cumplir con los lineamientos de la Política Anticorrupción.

Por otro lado, el respeto y promoción de los Derechos Humanos es transversal a todas las áreas de la empresa, es la Sub Gerencia de Relaciones Institucionales el área encargada de velar por la promoción y aplicación de los Diez Principios del Pacto Global entre todos los colaboradores y demás grupos de interés.

Cuadro: **Compromisos e iniciativas relacionados con los ODS**

Compromisos	Objetivos de Desarrollo Sostenible relacionados	Iniciativas Contugas
 Promover el gobierno corporativo y las prácticas de ética y transparencia.	ODS 8: Trabajo decente y crecimiento económico. ODS 16: Paz, justicia e instituciones sólidas.	Programa "Súper Bien". Programa de Mejoramiento de Capacidades "Gestores de Energía". Adhesión al Código de Ética.
 Crear valor para los accionistas.	ODS 8: Trabajo decente y crecimiento económico.	GECO. Sistema de Gestión Integrado. PEC. Programa "Súper Bien". Programa "Innovación".
 Cuidar y respetar el medio ambiente.	ODS 7: Energía asequible y no contaminante.	Plan de Manejo Ambiental.
 Contribuir al bienestar y desarrollo de las comunidades en las que operamos.	ODS 2: Hambre cero. ODS 7: Energía asequible y no contaminante. ODS 8: Trabajo decente y crecimiento económico.	Programa de mejoramiento de capacidades "Gestores de Energía". Programa de fortalecimiento de comedores populares "NutriContugas". Programa de inclusión digital "Millennials". Voluntariado corporativo "Contigo". Plan de Manejo Ambiental.
 Prestar un servicio implementando las mejores prácticas del negocio.	ODS 7: Energía asequible y no contaminante.	GECO. SGI. Contuclub. Plan de Manejo Ambiental. Con GNV la haces linda.
 Ser un excelente lugar para trabajar.	ODS 5: Igualdad de género. ODS 8: Trabajo decente y crecimiento económico.	Programa "Súper Bien". Programa "Innovación". Programa "Gestor Certificado".
 Contar con una cadena de abastecimiento sostenible.	ODS 8: Trabajo decente y crecimiento económico. ODS 16: Paz, justicia e instituciones sólidas.	Homologación de proveedores.

Fuente: Elaboración propia Contugas

Hitos "Promover el gobierno corporativo y las prácticas de ética y transparencia"

- ▶ Lograr que todas las denuncias sean reportadas a través del Canal Ético.
- ▶ Cumplimiento satisfactorio de la campaña "Autocontrol" dentro de los plazos establecidos y con la participación de más del 98% del personal de la compañía.
- ▶ Incentivo del uso de afiches y avisos dirigidos a proveedores difundiendo la disponibilidad del Canal Ético y con reconocimiento de la DAI (Dirección de Auditoría Interna) por esta iniciativa.
- ▶ Implementación de 208 planes de acción durante el año 2015 (70% del año 2014 y 30% de 2015).

ASPECTO: BUEN GOBIERNO

1. ¿Por qué es importante?

Un buen gobierno corporativo permite tomar las decisiones adecuadas para el bienestar de la empresa, además de mejorar las relaciones con sus grupos de interés, así como evitar una crisis financiera. Es relevante para el público interno y externo conocer cómo se realiza esta gestión en Contugas, toda vez que las mejores prácticas contribuyen al logro de los objetivos empresariales.

2. ¿Cómo lo gestionamos?

Un buen gobierno se basa en los valores corporativos, el Código de Buen Gobierno y el Código de Ética; tomando como lineamientos fundamentales para la gestión de Contugas las políticas corporativas, las cuales orientan el marco de actuación de la gestión de la empresa.

Estas políticas son:





Gráfico: **Políticas corporativas**



Fuente: *Elaboración propia Contugas*

Estas políticas marcan las pautas de comportamiento de obligatorio cumplimiento, siendo la Política Macro de Sostenibilidad, la política sombrilla de todas.

De otro lado, Contugas cuenta con Comités de Trabajo que contribuyen al cumplimiento de los objetivos estratégicos, estos comités son:

Cuadro: **Comités de trabajo de Contugas**

Comité de Gerencia	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Asesora al Gerente General en la adopción e implementación de políticas, directrices y decisiones relacionadas con la gestión administrativa y financiera de los negocios de la sociedad.
Comité de Contratación	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Asesora y verifica las solicitudes de oferta, prórrogas y modificaciones de los procesos de solicitudes de oferta. Aprueba las adjudicaciones por montos que superen las 25 Unidades Impositivas Tributarias (UIT) hasta máximo de 150 UIT. ▶ Brinda asesoría necesaria, verificando, calificando y evaluando las solicitudes de oferta, prórrogas y modificaciones correspondientes a los referidos procesos. ▶ Contugas se rige por el Estatuto de Contratación, para velar por la transparencia en la toma de decisiones contractuales con particulares y entes públicos.
Comité de Seguridad y Salud en el Trabajo	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Promueve y vela por la seguridad y salud en el trabajo.

Más información sobre políticas corporativas de Contugas en: <http://www.contugas.com.pe>

Fuente: *Elaboración propia Contugas*

3. ¿Cómo lo evaluamos?

A través del cumplimiento de los acuerdos fijados en las actas de reunión.

4. Actividades e iniciativas 2015

Durante el 2015 se realizaron 54 Comités de Contratación y 55 Comités de Gerencia. Los temas tratados fueron de carácter confidencial, por lo que no pueden ser publicados en este informe.

5. Retos

Implementar mejores prácticas de gobierno corporativo acorde a los lineamientos del GEB.



ASPECTO: ÉTICA Y LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN

1. ¿Por qué es importante?

Contugas vela por mantener los más altos estándares de transparencia, comportamiento ético y apego a la ley, así como un nivel de cero tolerancia con el fraude y la corrupción, en toda su cadena de valor. Todo ello contribuye con la generación de un impacto positivo en sus grupos de interés, mejorando el nivel de relacionamiento y desarrollando el negocio en el más amplio sentido ético.

2. ¿Cómo lo gestionamos?

La ética en Contugas es gestionada por cada uno de los colaboradores y directivos, quienes son sensibilizados y orientados por la Gerencia de Auditoría Interna respecto a los lineamientos del Código de Ética y al uso del Canal Ético.

En concordancia con el Código de Ética se implementó el Canal Ético como una herramienta para prevenir, detectar, investigar y rectificar cualquier evento de fraude o corrupción, acto ilegal o alguna conducta indebida que represente un perjuicio para Contugas.

Todos los colaboradores, la Alta Dirección, accionistas, contratistas y proveedores tienen el derecho y el deber de denunciar eventos o conductas de fraude o corrupción, y manifestar dilemas éticos de forma confidencial, segura y sin ningún tipo de represalia.

En el 2015 el Canal Ético recibió las siguientes denuncias:

Gráfico: Denuncias recibidas a través del Canal Ético de Contugas



T-10

G4 [56]

G4 [DMA-LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN]

G4 [DMA-MECANISMOS DE RECLAMACIÓN EN MATERIA DE DERECHOS HUMANOS]

G4 [HR12]

Cuadro: Denuncias recibidas a través del Canal Ético de Contugas

Tipo de Denuncia	Total	Lima	Chíncha	Pisco	Ica	Nasca	Marcona
Asuntos laborales	3	1	2	0	0	0	0
Consultas y dilemas éticos	0	0	0	0	0	0	0
Corrupción y soborno	3	2	1	0	0	0	0
Fraude contable	0	0	0	0	0	0	0
Malversación de activos	2	0	0	0	2	0	0
Otros	2	2	0	0	0	0	0

Fuente: Elaboración propia Contugas

En 2015 se registraron diez denuncias por Canal Ético, a diferencia de 2014, año en que se recibieron dieciocho denuncias.

Adicionalmente, se cuenta con un Comité de Ética, cuyos objetivos son:

- ▶ Analizar los diferentes eventos reportados a través del Canal Ético o por otro medio de recepción válido (jefe inmediato o Auditor Interno) y determinar la pertinencia de iniciar investigaciones sobre los mismos.
 - ▶ Monitorear el adecuado funcionamiento del Canal Ético, administrado por un tercero.
- El Comité de Ética está integrado por:
- ▶ Gerente de Auditoría Interna.
 - ▶ Gerente General.
 - ▶ Gerente Legal y de Relaciones Institucionales.

Pueden asistir como invitados consultores externos, colaboradores y/o directivos que el comité considere apropiado, debido a la naturaleza de los temas a tratar, previa invitación del presidente de dicho comité.

De otro lado, la Política Corporativa Antifraude y Corrupción fue puesta en práctica a través de la continuidad en el desarrollo y mantenimiento de una cultura ética al interior de Contugas y en sus relaciones con terceros.

3. ¿Cómo lo evaluamos?

A través de los resultados de las capacitaciones virtuales para medir el grado de concientización en los colaboradores de los alcances del Código de Ética y la política corporativa Antifraude y Corrupción.

G4 [S05]

Pacto Mundial





4. Actividades e iniciativas 2015

En 2015 se realizaron las siguientes acciones:

- ▶ Proyección de la película: Yo no sabía cómo prevenir el Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo. Tuvo el objetivo de difundir y fortalecer los conocimientos en los trabajadores sobre la prevención del Lavado de Activos y Financiamiento del Terrorismo. Participaron 131 personas de las sedes Lima, Chincha e Ica.
- ▶ Capacitación en temas éticos y canal de denuncias. Tuvo el objetivo de difundir y fortalecer conocimientos en los proveedores y contratistas sobre temas éticos y canal ético. Participaron catorce personas de la sede Lima.
- ▶ Implementación de la inducción sobre Código de Ética, Control Interno y Prevención de Lavado de Activos y Financiamiento de Terrorismo a los Ingresos (personal).

De otro lado, en relación a la gestión de Auditoría Interna, en el 2015 se realizaron nueve auditorías internas ejecutadas de acuerdo a los procedimientos de Contugas, el Manual de Auditoría Corporativo y Normas Internacionales de Auditoría. Se han efectuado seis revisiones de auditoría adicionales no contempladas en el Plan de Auditoría Interna 2015, estas revisiones se desarrollaron a solicitud de las diferentes gerencias de la compañía.

Este año también se realizó el seguimiento e implementación de 208 planes de acción, resultantes de las auditorías realizadas en los periodos 2014 (70%) y 2015 (30%).

Asimismo, se puso en marcha el software team mate, herramienta que optimizará la gestión de auditorías.

Un aspecto a resaltar es el cumplimiento de manera satisfactoria de la campaña AUTO CONTROL, en los plazos establecidos y con la participación de más del 98% del personal de Contugas.

Esta campaña tuvo el objetivo de difundir y fortalecer los conocimientos acerca del sistema de control interno y procesos internos. Se realizó a través de tres e-learning (cursos virtuales):

G4 [504]

Pacto Mundial

G4 [HR2]

- ▶ **Curso virtual 1:** Código de Ética y Canal Ético.
- ▶ **Curso virtual 2:** Política Antifraude y Anticorrupción.
- ▶ **Curso virtual 3:** Política de Control interno.

G4 [DMA-INVERSIÓN]

Además se participó en el evento de la Semana Corporativa del Pacto Global, realizado en Ica, donde se expusieron los principales lineamientos sobre el Código de Ética y Canal Ético; así como en el Encuentro Corporativo de junio de 2015, donde se difundieron las funciones del área de Auditoría Interna y Canal Ético.

5. Retos

- ▶ Actualizar los manuales y procedimientos relacionados al Código de Ética y Canal Ético de acuerdo a la realidad de la compañía.
- ▶ Fortalecer la difusión de información sobre el Código de Ética y Canal Ético.

ASPECTO: RESPETO Y PROMOCIÓN DE LOS DERECHOS HUMANOS

G4 [56]

1. ¿Por qué es importante?

Contugas es signataria del Pacto Global desde 2010, es así que en cumplimiento a sus compromisos reporta todos los años acorde a los lineamientos de las Comunicaciones de Progreso de dicho organismo.

En línea a ello, como parte de su gestión aplica, difunde y promueve los Diez Principios del Pacto Global, entre ellos los relacionados a los Derechos Humanos, de esta manera, contribuye con una sociedad más justa y equitativa. Además de velar por una gestión transparente acorde a un accionar ético.

2. ¿Cómo lo gestionamos?

Contugas, difunde y promueve los Diez Principios del Pacto Global entre todos sus grupos de interés. El respeto y promoción de los Derechos Humanos es inherente en cada ámbito de gestión de la empresa, cuyos lineamientos se encuentran en la Política Corporativa de Sostenibilidad.

G4 [15/16]

Adicionalmente, la empresa organiza cada año la Semana Corporativa del Pacto Global donde se da a conocer a los grupos de interés todas las acciones de sostenibilidad puestas en marcha por la empresa.

Pacto Mundial

T9-T10-T16-T19

Cuadro: Principios del Pacto Global

G4(15/16)



DERECHOS HUMANOS

- ▶ Principio N° 1. Apoyar y respetar la protección de los derechos humanos.
- ▶ Principio N° 2. No convertirse en cómplices de abusos de los derechos humanos.



ESTÁNDARES LABORAL

- ▶ Principio N° 3. Respetar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.
- ▶ Principio N° 4. Eliminar todas las formas de trabajo forzado y obligatorio.
- ▶ Principio N° 5. Eliminar el trabajo infantil.
- ▶ Principio N° 6. Eliminar la discriminación en lo relacionado con empleo y ocupación.



MEDIO AMBIENTE:

- ▶ Principio N° 7. Apoyar el enfoque preventivo frente a los retos ambientales.
- ▶ Principio N° 8. Adoptar iniciativas para promover mayor responsabilidad medioambiental.
- ▶ Principio N° 9. Promover el desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas del ambiente.



ANTI-CORRUPCIÓN:

- ▶ Principio N° 10. Combatir la corrupción en todas sus formas, incluyendo la extorsión y el soborno.

Fuente: Elaboración propia Contugas

3. ¿Cómo lo evaluamos?

Las actividades enmarcadas en este aspecto son evaluadas mediante el reporte de avance de ejecución del Plan Estratégico Corporativo, del Plan de Sostenibilidad y del cumplimiento de los procedimientos de gestión social.

4. Actividades e iniciativas 2015

En el 2015 se realizaron las siguientes actividades:

- ▶ Como parte de las acciones de difusión de los Diez Principios del Pacto Global, Contugas organizó por cuarto año consecutivo, la Semana Corporativa del Pacto Global del 17 al 21 de noviembre del 2015; convocando a sus grupos de interés para dar a conocer sus acciones de Sostenibilidad, su nueva Política y compromisos, y cómo su gestión ha contribuido con la aplicación de estos principios.

- ▶ Promoción de los Diez Principios del Pacto Global en todas las actividades como parte de los programas de sostenibilidad de Contugas, así como en las actividades de difusión y relacionamiento con todos los grupos de interés de la Sub Gerencia de Relaciones Institucionales.

- ▶ Reuniones de coordinación con el área de Abastecimiento y Logística para la difusión de estos principios además del Modelo de Sostenibilidad entre los proveedores y contratistas.

5. Retos

- ▶ Realizar una mayor sensibilización sobre la importancia de la aplicación de los Diez Principios del Pacto Global a nivel interno y externo.
- ▶ Trabajar de manera coordinada con la casa matriz, EEB, para la incorporación de los principios rectores sobre las empresas y Derechos Humanos (marco Ruggie) en Contugas, así como con la incorporación de los ODS a la gestión empresarial.



B. CREAR VALOR PARA LOS ACCIONISTAS

i. Marco de actuación

Es importante la consolidación de Contugas como una empresa rentable, lo que permitirá su crecimiento y a su vez generará valor económico, social y ambiental, en beneficio de todos los grupos de interés. Todas las áreas de Contugas contribuyen con este compromiso, a través del cumplimiento de sus objetivos.

ASPECTO: RENDIMIENTOS ECONÓMICOS

1. ¿Por qué es importante?

Aumentar la rentabilidad para los accionistas es uno de los objetivos financieros de Contugas, esto redundará en beneficios económicos que permitirán la continuidad del negocio.

2. ¿Cómo lo gestionamos?

La gestión de Contugas está basada en el Plan Estratégico Corporativo (PEC), herramienta de gestión alineada al corporativo que establece metas y proyectos o iniciativas a ser llevadas por todos los colaboradores.

En este plan están incluidas todas las acciones programadas para conseguir los objetivos planteados en un plazo determinado. Para definir la manera como se cumple la visión, se construye el mapa estratégico corporativo, conformado por objetivos estratégicos, indicadores, iniciativas, proyectos e indicadores, los cuales son formulados y desarrollados por todas las áreas de la organización.

Los objetivos estratégicos establecidos por Contugas para 2015 fueron:

Hitos "Crear valor para los accionistas"

- ▶ Inicio del proceso de facturación en abril de 2015.
- ▶ Inicio de un nuevo contrato en transporte por una capacidad aproximada de 32,0 MMPCD en abril de 2015.
- ▶ Mejora del nivel de cumplimiento del Plan Estratégico Corporativo.
- ▶ Inclusión de 24,56 MMPCD correspondiente a los clientes Egasa y Egesur, gestión que permitió un aumento de 1,5 MMUSD en la facturación mensual de la empresa.

Cuadro: **Objetivos Estratégicos Contugas 2015**

Perspectiva	Objetivo Estratégico	Resultado
Financiera	Creación de valor para los accionistas.	El objetivo no se cumplió debido a eventos externos: Cobro de los derechos de Conexión Egasa-Egesur (impedimentos regulatorios) y a la baja de la segunda temporada de pesca, a causa del Fenómeno del Niño.
	Contar con niveles adecuados de satisfacción del cliente y reconocimiento de otros stakeholders.	El objetivo obtuvo calificación alta gracias al aumento en el nivel de satisfacción del cliente; sin embargo se continua implementando planes de acción para subsanar las oportunidades de mejora en los procesos de: construcción en vía pública, ventas, instalaciones internas, facturación, call center y servicio al cliente.
Procesos	Asegurar las condiciones óptimas de la infraestructura para el crecimiento.	El objetivo obtuvo calificación alta. Se resalta la finalización la red de Acero en Ica y Chincha para la conexión de clientes industriales y el cumplimiento del Plan de Mantenimiento.
	Viabilizar soluciones para el crecimiento.	El objetivo obtuvo calificación muy alta. Se resalta la gestión para expedición de la Resolución Ministerial de Egasa-Egesur (abril del 2015), con lo cual se lograron los primeros clientes industriales de tipo térmico. Se viene cumpliendo con la estrategia planteada con Pluspetrol, el balance de pérdidas acumuladas del 2015 es menor comparado con las pérdidas acumuladas en el 2014 lo que representa una mejora del 280%.
	Promover el desarrollo del mercado a través de la consolidación de la nueva demanda.	El objetivo obtuvo calificación media. Se resalta la conexión y habilitación de 52 clientes industriales cumpliendo con la meta establecida, a pesar de ello no se llegó a concretar la meta de volumen de uso de capacidad debido a la disminución de la pesca por el factor del Fenómeno del Niño y la demora en aprobación por parte del ente fiscalizador para la conexión de clientes industriales en el Ramal Nasca.
	Lograr eficiencia de los procesos internos.	El objetivo obtuvo calificación muy alta. Se implementaron tres eficiencias en procesos, consistentes en el esquema de recaudo, el monitoreo arqueológico y el esquema de ventas. Está en proceso de ejecución la implementación de facturación en sitio para clientes residenciales.
Perspectiva Aprendizaje	Implementar estándares de gestión de clase mundial.	El objetivo obtuvo calificación alta. Se resalta el levantamiento de las no conformidades menores al proyecto de certificación ISO 9001. Se estiman seis meses para el levantamiento de las demás no conformidades.
	Gestionar integralmente el riesgo.	El objetivo obtuvo calificación alta. Se avanza con las revisiones periódicas de la matriz de riesgos y controles por parte de gestores y responsables de los riesgos. Se continúan los esfuerzos para incluir la Gestión de Riesgos como parte de la cultura organizacional de Contugas.
	Contar con el talento humano competente y lograr una cultura organizacional idónea para apoyar el crecimiento.	El objetivo obtuvo calificación alta. Se avanzó en la implementación de la cultura organizacional definida. Se continúa con las actividades pendientes a mejorar el clima laboral de la compañía y así aumentar el nivel de calificación en la encuesta del Great Place To Work (GPTW).
	Disponer y aprovechar de tecnología idónea para apoyar el crecimiento.	El objetivo obtuvo calificación alta. Se avanzó con el cumplimiento del Plan Estratégico de Tecnologías de Información (PETI) de la compañía, haciendo mejoras en los sistemas de SAP, OPEN e implementando el GIS. Se resalta el avance en el proyecto de facturación en sitio para clientes residenciales.

Fuente: Elaboración propia Contugas

Al cierre de este informe, los objetivos estratégicos de Contugas para 2016 no fueron aprobados, se reportarán en el próximo informe de gestión sostenible.

De otro lado, Contugas se encuentra trabajando en la implementación del Sistema de Gestión Integrado (SGI), con el propósito de garantizar la generación de valor a sus grupos de interés, la mejora continua e innovación de sus procesos y la sostenibilidad. El plazo para la implementación del SGI es de dos años.

El Sistema de Gestión Integrado a implementar y certificar por Contugas incluye los siguientes estándares internacionales: la norma OHSAS 18001, para el Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo, y las normas emitidas por la Organización Internacional de Estandarización (International Organization for Standardization - ISO): ISO 9001, para el Sistema de Gestión de Calidad; ISO 14001, para el Sistema de Gestión Ambiental; ISO 27001 para el Sistema de Gestión de Seguridad de la Información; e ISO 50001, para el Sistema de Gestión de la Energía.

Según su nivel de ingresos, Contugas se perfila como una empresa grande.

En relación al desempeño económico, las cifras 2015 que se presentan en este informe todavía no han sido auditadas.

Cuadro: **Indicadores económicos**

Componente	2014 (US\$)	2015 (US\$)
Ingresos totales	30.028,148	48.973,486
Valor económico directo generado	30.028,148	48.973,486
Valor económico directo distribuido	109.411,666	70.402,283
Costos operativos	24.805,591	20.973,000
Salarios y beneficios sociales	6.355,677	6.323,358
Pagos a proveedores	77.901,089	42.796,049
Pagos a gobierno	270.063	309.876
Medio Ambiente	79.246	16.266*
Valor económico directo retenido	(79.383,518)	(21.428,797)

Fuente: Elaboración propia Contugas
* Tipo de cambio: 3:51

“En 2015 fue adquirido por Contugas el ducto de uso propio de Egasa y Egesur, con lo cual se sumó un importante cliente a nivel industrial”.

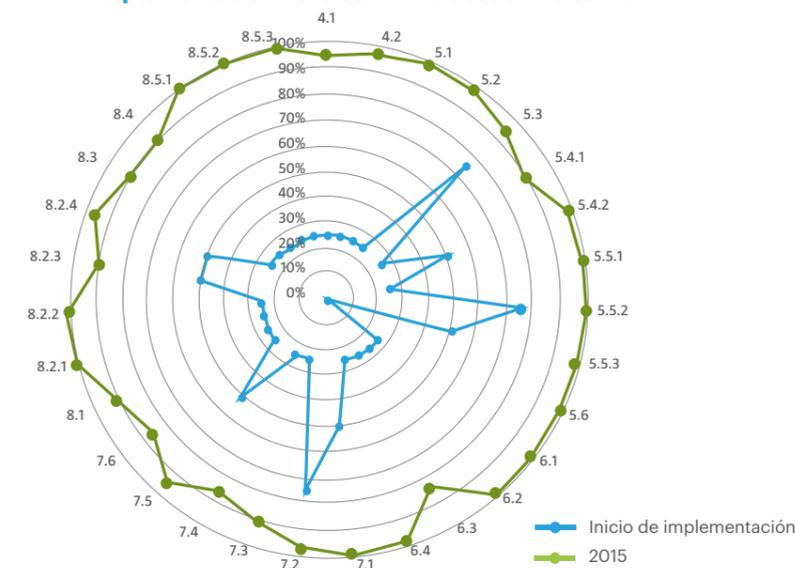
Contugas, al pasar de etapa de proyecto a etapa comercial redujo sus costos relacionados al medio ambiente y pago a proveedores; en vista que los impactos propios de la etapa operativa al medio ambiente también se redujeron.

3. ¿Cómo lo evaluamos?

Se evalúa a través del seguimiento a las metas del PEC. En lo concerniente al Sistema de Gestión Integrado (SGI), se cuenta con un indicador que permite verificar el estado de implementación por cada requisito de la Norma ISO 9001.

Según el gráfico, en color azul se identifica la evaluación de procesos previo a la implementación (la línea base), y en color rojo se identifica el estado actual de sistema (considerando los resultados de la auditoría y el correspondiente levantamiento de observaciones). El gráfico demuestra que el proceso de implementación se encuentra en los rangos esperados, aunque la certificación ha sido postergada para el 2016.

Gráfico: **Implementación del Sistema de Gestión de Calidad**



Fuente: Elaboración propia Contugas

4. Actividades e iniciativas 2015

En lo relacionado al Sistema de Gestión Integrado, se han avanzado las siguientes actividades:

- ▶ Ejecución de dos auditorías internas al Sistema de Gestión de Calidad, lideradas por consultores externos con el acompañamiento de los auditores internos, así como auditores de empresas filiales del GEB.
- ▶ Identificación y definición de la matriz legal asociada a las facetas ambiental y de seguridad.
- ▶ Actualización de la Matriz de Aspectos Ambientales Significativos, la cual permite identificar los aspectos ambientales directos e indirectos, positivos y negativos dentro del alcance de las operaciones de Contugas, realizar una evaluación de estos, definiendo su nivel de significancia para establecer metodologías y controles de gestión ambiental sobre ellos.
- ▶ Actualización de la Matriz para la Identificación de Peligros y Evaluación de Riesgos por Puesto de Trabajo, de acuerdo a la normatividad vigente. El objetivo es identificar los peligros a los que se encuentran expuestos los

trabajadores, a partir de ello evaluar, definir e implementar medidas que controlen los riesgos de seguridad y salud ocupacional.

- ▶ Participación en procesos de Auditoría Interna de seis auditores de Contugas, tiempo que es considerado como horas de entrenamiento y formación para su perfil.
- ▶ Actualización del organigrama general de la empresa, producto de la revisión de los perfiles de cargo de todo el personal, considerando las responsabilidades descritas en los documentos del Sistema de Gestión de Calidad.
- ▶ Reuniones desinergia entre Contugas, Cálida y la Gerencia del SGI del GEB, lo que permitió la identificación de oportunidades de mejora, así como la estandarización de los lineamientos establecidos por el corporativo.

G4 [PR1]

En relación al proceso de certificación ISO 9001, la gerencia general tomó la decisión de postergar la auditoría de certificación para el primer semestre de 2016. En tanto, se ejecutaron las siguientes actividades:

Seguimiento periódico a los indicadores de desempeño de los procesos identificados para el Sistema de Gestión.

- ▶ Actividades de formación, presenciales y virtuales, con el personal de todas las sedes.
- ▶ Revisión y actualización de la documentación del Sistema de Gestión, por parte de los responsables de proceso.
- ▶ Inicio de la Campaña de Comunicación "Sistema de Gestión de Calidad - ISO 9001", sobre la importancia y beneficios del Sistema de Gestión, así como el compromiso que debe ser asumido por todos los trabajadores. Esta campaña consta de capacitaciones, difusión de material audiovisual y flyers.

5. Retos

Se ha considerado como uno de los principales retos planteados para el Sistema de Gestión Integrado en el año 2016:

- ▶ La certificación de la empresa en la Norma ISO 9001, versión 2008.
- ▶ Preparar a la empresa en los nuevos lineamientos establecidos frente a la nueva versión de la norma ISO 9001.
- ▶ Promover entre los colaboradores una sólida cultura en el Sistema de Gestión de Calidad.
- ▶ Incrementar la participación de los colaboradores en las capacitaciones del Sistema de Gestión de Calidad.
- ▶ Iniciar el proceso de implantación del Sistema de Seguridad y Salud Ocupacional basado en la Norma OHSAS 18001, alineando los procesos con los requisitos afines con la Norma ISO 9001.

G4 [DMA-SALUD Y SEGURIDAD DE LOS CLIENTES]

C. CUIDAR Y RESPETAR EL MEDIO AMBIENTE

G4 [14]

i. Marco de actuación

Ser considerada como una empresa ambientalmente responsable coloca a Contugas como una organización que respeta su entorno, previniendo y mitigando los impactos de sus operaciones, con una gestión acorde a los últimos estándares ambientales.

Acorde a la Política corporativa Ambiental, Contugas se compromete a orientar su gestión hacia un desarrollo ambientalmente sostenible, en línea con la normatividad ambiental peruana y al Plan de Manejo Ambiental (PMA).

Hitos "Cuidar y respetar el medio ambiente"

- ▶ Cero sanciones ni multas no monetarias por parte del ente fiscalizador en materia ambiental OEFA.
- ▶ Ejecución del 100% de los monitoreos ambientales establecidos en el cumplimiento de compromisos legales en materia ambiental.
- ▶ Reducción de la huella de carbono en 977, 85 TMCO2 Eq.
- ▶ Cero vertimientos de aguas residuales por encima de los valores establecidos en los Estándares de Calidad Ambiental para Agua.

ASPECTO: GESTIÓN AMBIENTAL Y BIODIVERSIDAD

1. ¿Por qué es importante?

Gestionar los impactos ambientales en el entorno de operaciones es una parte fundamental del desarrollo del negocio, en el que está implícito velar por la conservación de la biodiversidad.

Una gestión adecuada del medio ambiente y de la biodiversidad, genera un impacto positivo en los grupos de interés del entorno de operaciones; calificando a la empresa como ambientalmente responsable.

2. ¿Cómo lo gestionamos?

La gestión ambiental y biodiversidad en Contugas se realiza a través de la ejecución del Plan de Manejo Ambiental del Estudio de Impacto Ambiental (EIA).

El EIA es el principal instrumento de gestión ambiental de Contugas, ya que contiene los diferentes planes que servirán de guía para que las operaciones se realicen con el menor grado de impacto ambiental posible y en el marco de la normativa ambiental peruana.

Adicionalmente, Contugas cuenta con la Declaración de Impacto Ambiental (DIA), el cual contiene los lineamientos



“Durante 2015, Contugas no tuvo sanciones ni multas por concepto de fiscalización ambiental”.

para la prevención, control y mitigación de los posibles impactos ambientales que generen las actividades de instalación de las redes de distribución de gas natural.

3. ¿Cómo lo evaluamos?

La Gestión Ambiental se evalúa en función al cumplimiento de los compromisos ambientales establecidos en el Plan de Manejo Ambiental del EIA y legislación ambiental aplicable (básicamente el Reglamento de Protección Ambiental para las actividades de hidrocarburos aprobado mediante Decreto Supremo N° 039-2014-EM).

Los aspectos a evaluar son:

- ▶ El grado de desarrollo o ejecución y cumplimiento del PMA que está relacionado con el control de los impactos ambientales.

T6-T23-T24-T25

G4 [EN30]

G4 [DMA-TRANSPORTE]

- ▶ El estado de legalidad ambiental de las actividades de la empresa, en términos de la obtención de los permisos y las autorizaciones requeridas para el desarrollo de los proyectos.
- ▶ El nivel de control de los impactos ambientales derivables de nuestras actividades.

G4 [EN29]

El cumplimiento de los compromisos ambientales permite a Contugas realizar sus actividades con altos estándares ambientales, a fin de minimizar los impactos producidos; asimismo registrar cero sanciones o multas no monetarias, por parte del ente fiscalizador (OEFA).

Cuadro: **Indicadores de sanciones ambientales**

Componente	2014	2015
Número de observaciones realizadas en los procesos de fiscalización de la autoridad ambiental.	17	7
Valor monetario de las multas significativas (S/.)	0	0
Número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental	0	0

Fuente: Elaboración propia Contugas

4. Actividades e iniciativas 2015

Durante 2015 se contó con tres supervisiones regulares y una supervisión documental del ente fiscalizador, en el cual se revisó la implementación de los compromisos establecidos en el PMA aplicables para la etapa de operación y mantenimiento, siendo el resultado satisfactorio, ya que la empresa no recibió sanciones ni multas no monetarias al respecto.

En el ámbito de los monitoreos, se desarrolló el monitoreo semestral de calidad de aire y ruido ambiental, en cumplimiento a lo establecido en el PMA. Asimismo, se desarrolló el monitoreo de guanacos en la Reserva Nacional San Fernando y Zona de Amortiguamiento.

En el aspecto de Biodiversidad, se efectuó la señalización informativa y disuasiva del derecho de vía que intersecta la Reserva Nacional San Fernando, ubicado entre los distritos de Santiago, Changuillo, Nasca y San Juan de Marcona, en el departamento de Ica; con el fin de concientizar a la población que acude a la reserva, a la protección del guanaco, que habita en esta zona.

En el mes de noviembre de 2015, se dio inicio al monitoreo de guanacos, cuyo trabajo de campo es realizado por una empresa consultora, bajo la supervisión de personal del SERNANP de la Reserva Nacional San Fernando.

G4 [DMA-CUMPLIMIENTO REGULATARIO]

Pacto Mundial

Los guanacos (*Lama guanicoe*) habitan en lomas costeras, están clasificados por el gobierno peruano como especie CR - en peligro crítico de extinción.

A la fecha se han realizado cuatro visitas de campo de ocho programas, con la finalidad de evaluar el estado actual de la población de guanacos que se encuentra en la Reserva Nacional San Fernando y alrededores durante la etapa de operación y mantenimiento del gasoducto.

Al respecto se ha suscrito un convenio de cooperación interinstitucional entre Contugas y el SERNANP para el desarrollo sostenible de la Reserva Nacional San Fernando.

De otro lado, se realizó la cesión parcial del EIA Egesur a Contugas, esta cesión corresponde a la Estación de Regulación y Medición, y trazado del gasoducto que alimenta la estación receptora y repartidora de Egesur.

Adicionalmente, se pusieron en marcha diversas acciones destinadas a la disminución de la energía:

- ▶ Instalación de iluminación LED en oficinas administrativas.

G4 [EN12]

G4 [EN14]

G4 [EN6]

- ▶ Uso de computadoras en modo ahorro de energía.
- ▶ Apagado de aparatos eléctricos al término de la jornada laboral (computadoras, aire acondicionado, proyectores, etc.).
- ▶ Campaña de sensibilización a través de comunicados sobre la importancia del ahorro de energía y su impacto en el medio ambiente.
- ▶ Utilización de un sistema de caños ahorradores con sensores.
- ▶ Utilización de un sistema de emisión de boletas de pago electrónicas.
- ▶ Sensibilización a los trabajadores en el consumo racional del recurso hídrico.
- ▶ Reutilización de papel bond. En 2015 el consumo de papel fue de 1.554,5 Kg.

Cuadro: **Indicadores de consumo de energía**

Indicador	2014	2015
Consumo total de energía estimada	652.058 Kwh	849.149 Kwh

Fuente: Elaboración propia Contugas

En relación a la gestión de residuos sólidos, los residuos comunes son recogidos por el servicio municipal. Adicionalmente, se segrega el papel bond que se destina a la ONG Aldeas Infantiles. En tanto, los residuos industriales generados en planta son acopiados en Chinchá y recogidos por una empresa prestadora

de servicios. Los residuos electrónicos se almacenan en recipientes herméticos para que más adelante sean dispuestos a través de una empresa autorizada.

Los residuos sólidos se segregan en nuestras instalaciones, a través de contenedores identificados según el color y tipo de residuo a disponer (en base a la NTP 900.058.2005⁹). Se cuenta con personal capacitado en el manejo de residuos sólidos, quienes realizan el seguimiento y supervisión de la gestión de este tipo de residuos.

Cuadro: **Indicadores gestión de residuos**

Indicadores	2014	2015	Unidad
Total de residuos	6,19	4,55	TM/Anual
Total de residuos peligrosos (de acuerdo a la legislación nacional)	0,06	0,18	TM/Anual
Porcentaje de residuos peligrosos	0,97	3,95	Total de residuos peligrosos/total de residuos*100
Total de residuos no peligrosos	6,13	4,37	TM/año
Porcentaje de residuos no peligrosos	99,03	96,05	Total de residuos no peligrosos/total de residuos*100

Fuente: Elaboración propia Contugas

⁹Norma técnica peruana sobre gestión de residuos.

Contugas también continuó con la medición de la huella de carbono, empezada en el 2014, los resultados fueron:

Cuadro: **Medición huella de carbono**

	2014	2015
	1.162,08 TMCO2 Eq	184,23 TMCO2 Eq

Fuente: Elaboración propia Contugas

De otro lado, Contugas difundió su Plan de Manejo Ambiental y Gestión de Residuos Sólidos a sus contratistas, así como a la comunidad con la participación de sus especialistas en el marco del programa de mejoramiento de capacidades "Gestores de Energía", tendiente a reforzar conocimientos en relación al sector energético.

Sobre la gestión responsable del agua, Contugas realizó dos acciones:

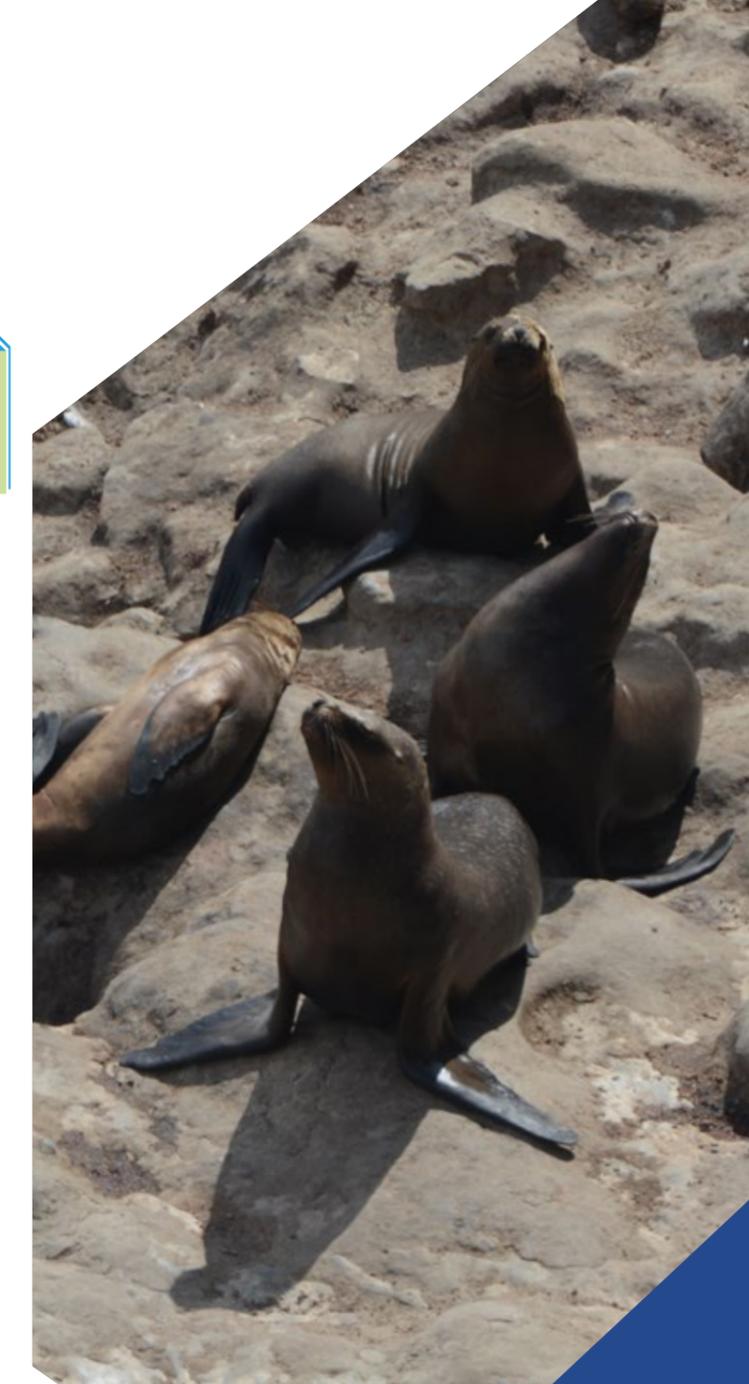
- ▶ Implementación de caños con sensores en las oficinas administrativas.
- ▶ Campaña de sensibilización "Uso razonable del agua".

Durante la gestión de Contugas no se han afectado significativamente las fuentes de agua.

Cuadro: **Indicadores Consumo de Agua**

	2014	2015	Unidad
Suministro de agua municipal Suministro de agua municipal	3.270	870	Metros cúbicos
Consumo total de agua estimada	3.270	870	Metros cúbicos

Fuente: Elaboración propia Contugas





5. Retos

Se tiene planificado realizar las siguientes acciones:

- ▶ Reposición de tillandsias en el derecho de vía del ramal Nasca (intersección del gasoducto con la Reserva Nacional San Fernando).
- ▶ Monitoreo biológico (flora y fauna) en la Reserva Nacional San Fernando y Zona de Amortiguamiento de la Reserva Nacional de Paracas, que intersecta con el gasoducto; como parte del convenio de cooperación interinstitucional suscrito entre Contugas y el SERNANP.
- ▶ Señalización informativa y disuasiva en el derecho de vía del ramal Nasca (intersección del gasoducto con la Reserva Nacional San Fernando), a fin de mitigar el impacto que podría generar la acción del parque automotor que visita la Reserva San Fernando a la flora y fauna silvestre (guanacos, tillandsial).
- ▶ Reducción en un 20% del consumo de agua para uso doméstico en oficinas administrativas.
- ▶ Cero vertimientos de sedimentos a los cuerpos de los ríos colindantes al gasoducto.
- ▶ Continuar con cero multas ni sanciones no monetarias por parte de la OEFA.
- ▶ Cumplimiento al 100% de los monitoreos ambientales de calidad de agua, ruido ambiental, emisiones gaseosas (en caso aplique), monitoreo biológico; según lo señalado en el PMA.
- ▶ Desarrollar programas de concientización y sensibilización ambiental que ayuden a la protección del medio ambiente:
 - ▶ Actividades por la Semana del Medio Ambiente.
 - ▶ Campaña de reciclaje en oficinas.

G4 [EN13]

G4 [EN9]

ASPECTO: PATRIMONIO ARQUEOLÓGICO

1. ¿Por qué es importante?

Parte del tramo del gasoducto se encuentra ubicado en una zona considerada patrimonio cultural, es así que el Plan de Monitoreo Arqueológico contiene las medidas de contingencia ante posibles impactos sobre este patrimonio destinadas a protegerlo.

2. ¿Cómo lo gestionamos?

A través de la ejecución de las actividades del Plan de Monitoreo Arqueológico.

3. ¿Cómo lo evaluamos?

A través del reporte de avances de la ejecución del Plan de Monitoreo Arqueológico y el cumplimiento de los procedimientos.

4. Actividades e iniciativas 2015

Como parte de los compromisos adoptados por Contugas con el Estado peruano (Contrato BOOT), la empresa cumplió para el 2015 con la implementación del Plan de Monitoreo Arqueológico para los trabajos de instalación de gas natural en las ciudades de Chincha, Pisco Ica, Nasca y Marcona.

5. Retos

Continuar con la optimización de los recursos para la ejecución del Plan de Monitoreo Arqueológico, tal como se hizo en el 2015.

De otro lado, como parte del Programa de Difusión establecido en el Plan de Manejo Ambiental, se iniciará un programa de estudio y difusión de los materiales arqueológicos recuperados en el marco del monitoreo arqueológico realizado durante la construcción del sistema de distribución de gas natural en el departamento de Ica.

G4 [EN11/EN12]

T23

Pacto Mundial

D. CONTRIBUIR AL BIENESTAR Y DESARROLLO DE LAS COMUNIDADES EN LAS QUE OPERAMOS

i. Marco de actuación

El relacionamiento con la comunidad del entorno de operaciones es vital para el desarrollo del negocio, Contugas no solamente se enfoca a obtener ganancias sino también a contribuir con el crecimiento de la región Ica. De esta manera, genera compras y contrata mano de obra local, colaborando con la dinamización de la economía de la zona.

La empresa también se preocupa por fortalecer las capacidades en torno al sector energético, favoreciendo a los jóvenes, usuarios y comunidad en general con un mayor conocimiento sobre este energético y preparándolos para la masificación del gas natural.

De igual modo, el contacto con la comunidad es permanente con el fin de brindar la orientación respecto a las dudas y quejas que puedan surgir como consecuencia del avance del negocio.

Son las áreas de Relaciones Institucionales, Abastecimiento y Logística, Comercial y Operaciones, que están en contacto directo con los grupos de interés de la zona, desde la comunidad, proveedores, contratistas, usuarios de gas natural, potenciales usuarios de gas natural hasta con los representantes del Estado y organismos supervisores. Su gestión sigue los lineamientos de la Política Corporativa de Sostenibilidad, buscando cumplir con este compromiso.

Hitos "Contribuir al bienestar y desarrollo de las comunidades en las que operamos"

- ▶ Desarrollo del I Concurso Regional de Impacto del Gas Natural "Llevando Progreso a la Región Ica".
- ▶ Más de 2.500 personas recibieron charlas sobre los Usos y Beneficios del Gas Natural y el Plan de Prevención de Daños.
- ▶ Cero conflictos socioambientales.
- ▶ Más de 1.300 personas, entre estudiantes y docentes de educación técnica universitaria, y periodistas, reciben charlas de capacitación y de sensibilización sobre temas relacionados al sector gas energético.
- ▶ Elaboración del mapa de carreras, presentando ante el Ministerio de Educación (MINEDU) la propuesta de la carrera: Instalación de redes de gas natural en residencias y comercio (IG1), a ser dictadas en los centros de educación técnico superior de la región Ica.
- ▶ Implementación de programas de sostenibilidad en Marcona "NutriContugas" y "Millennials".
- ▶ Lanzamiento del nuevo portal web de Contugas.
- ▶ Lanzamiento del programa radial "Contigo".

ASPECTO: APOYO AL DESARROLLO DE LA REGIÓN ICA

1. ¿Por qué es importante?

Contugas se preocupa por ser un buen vecino, por ello es importante para el desarrollo del negocio la contribución que realiza a la región Ica a través de la generación de empleo, la realización de compras a nivel local, su apoyo a la economía de los hogares, industrias y comercios al generar ahorro mediante el uso del servicio de gas natural por ser un combustible económico, además de la disminución de la contaminación ambiental por ser el gas natural un combustible amigable con el medio ambiente.

Por todo lo indicado, es importante dar a conocer a los públicos de interés cómo se realiza esta gestión en Contugas.

2. ¿Cómo lo gestionamos?

A través de la ejecución de los planes de cada área y en cumplimiento a los objetivos reportados en el PEC.

3. ¿Cómo lo evaluamos?

Mediante los procesos de evaluación interna de cada área, adicionalmente los reportes de seguimiento de avance del cumplimiento del PEC.

Por ejemplo, el área de Gestión Humana a través de sus procesos internos de evaluación de desempeño y de objetivos que efectúa cada año a todos los trabajadores.

El área de Abastecimiento y Logística, mediante sus procesos internos como el de Homologación evalúa a los proveedores y contratistas locales, quienes deben cumplir ciertos requisitos en materia laboral y de sostenibilidad.

Lo mismo para las demás áreas involucradas con el relacionamiento externo de Contugas.

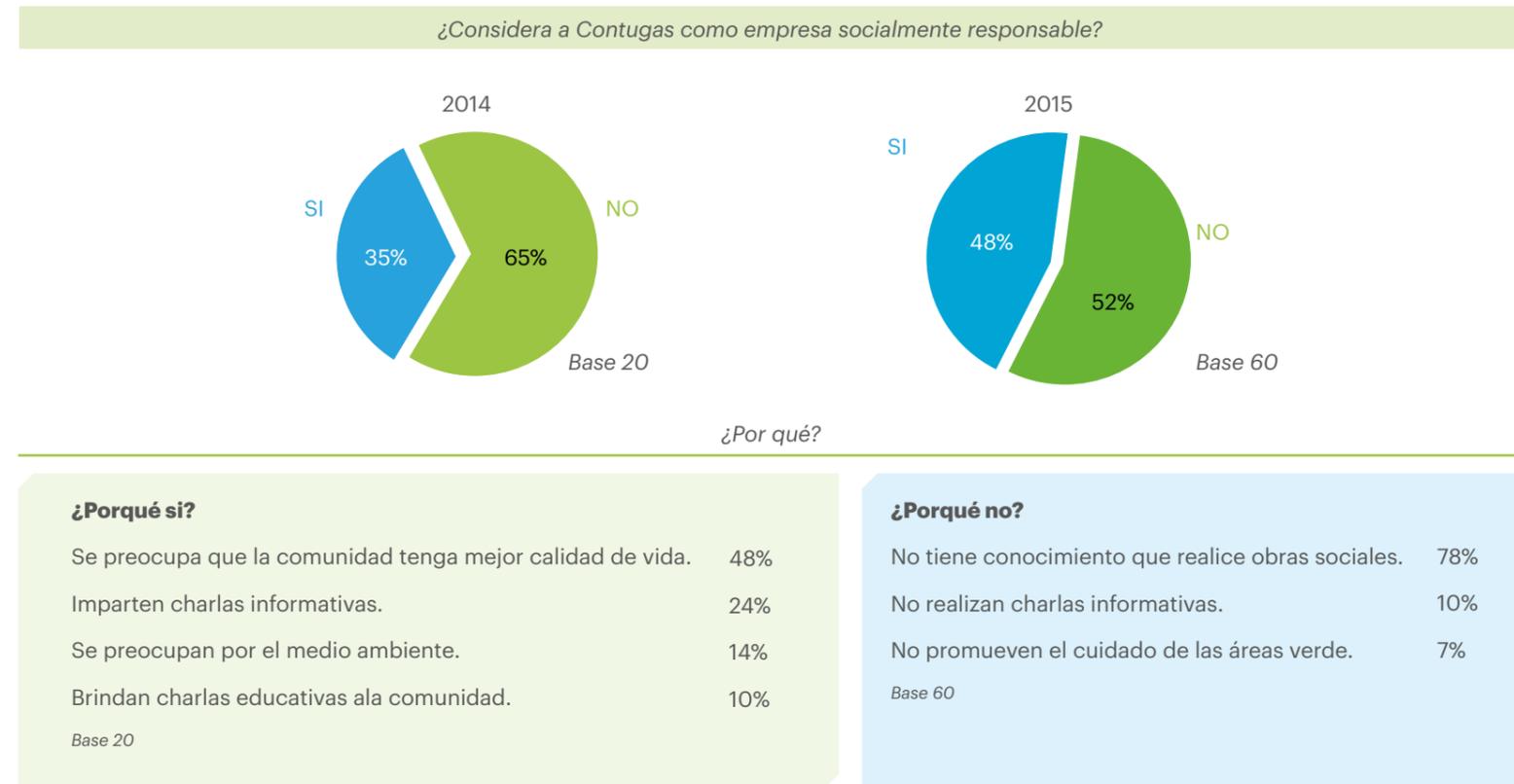
De otro lado, todos los años Contugas realiza una encuesta para medir la imagen y posicionamiento de Contugas, uno de los parámetros a considerar es saber si la empresa es considerada socialmente responsable en la comunidad.

En esta oportunidad la encuesta fue desarrollada a principios del 2016 sobre las actividades realizadas durante el 2015, registrándose un incremento de veinte puntos, es decir que, el 48% consideró a Contugas como una empresa socialmente responsable, tal como figura en el siguiente gráfico:



Gráfico: Resultados de la encuesta sobre Responsabilidad Social

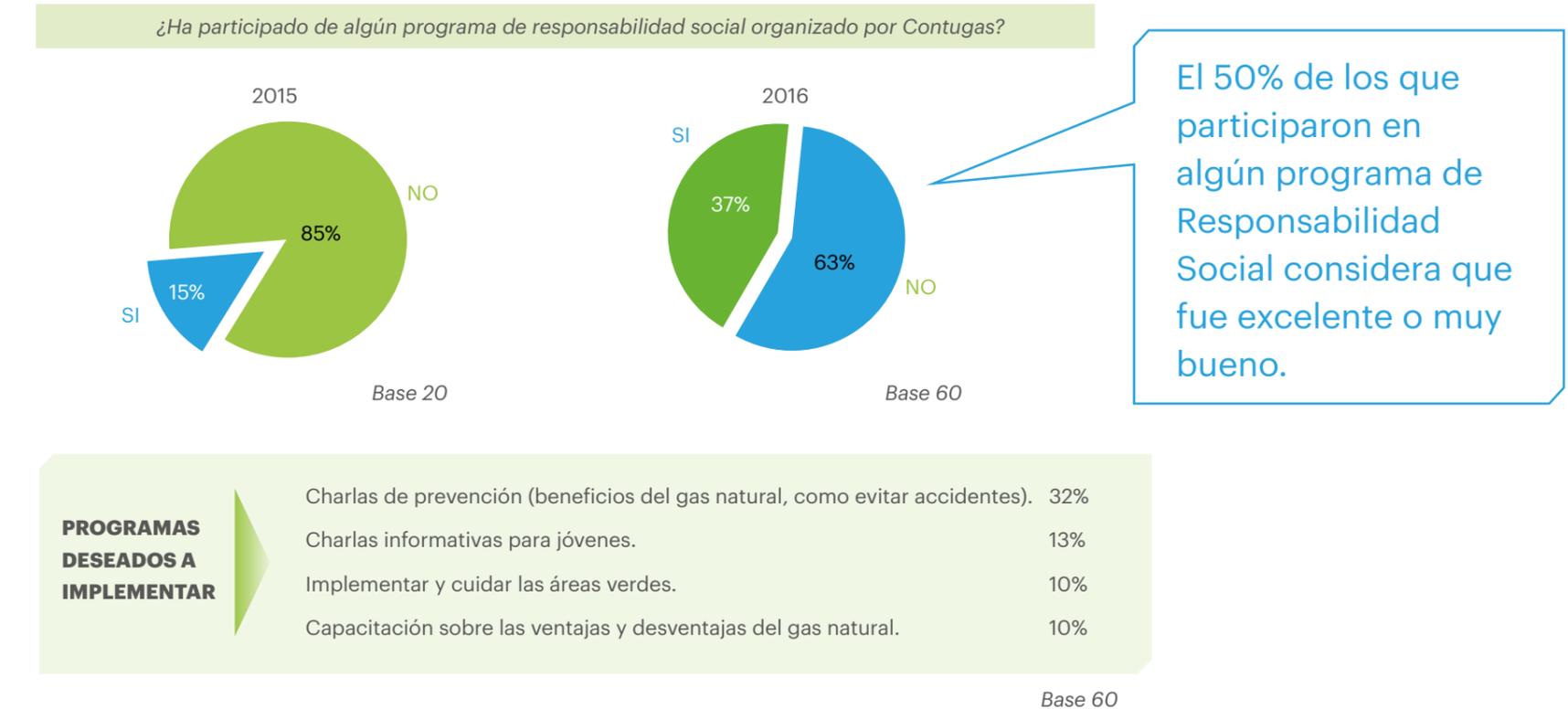
La imagen de Contugas como una empresa socialmente responsable ha mejorado, esto se avala en que se preocupan por una mejor calidad de vida a las oportunidades.



Fuente: CCR

Gráfico: Resultados de la encuesta sobre Responsabilidad Social

Hay una mayor participación de los entrevistados en los programas de responsabilidad Social



Asimismo, el 37% de entrevistados indicó que ha participado en algún programa de Responsabilidad Social o Sostenibilidad de Contugas, registrándose un incremento de 22 puntos en relación al año pasado.



4. Actividades e iniciativas 2015

Contugas contaba a diciembre de 2015 con el siguiente número de colaboradores por sedes:

Cuadro: **Número de colaboradores por sedes**

Por sedes	Cantidad	# Varones	# Mujeres
Lima	76	43	33
Pisco	7	5	2
Chincha	18	15	3
Ica	50	40	10
Nasca	4	3	1
Marcona	1	1	0

Fuente: Elaboración propia Contugas

El 51,3% de su personal trabaja en la región Ica. Es decir, existe 1,1 punto menos en relación al año 2014.

Cuadro: **Relación entre salario inicial desglosado por sexo y salario mínimo**

Género del colaborador	Salario inicial	Salario mínimo local
Varones	S/. 1.606 soles	S/. 750 soles
Mujeres	S/. 1.606 soles	S/. 750 soles

Fuente: Elaboración propia Contugas

De otro lado, se cuenta con 151 proveedores locales, lo que representa un porcentaje de 15% en relación al total de proveedores de Contugas. Es decir, 79 proveedores más de los que se tenían en 2014.

En lo que respecta a compras locales, se tuvo una inversión de 2'199.963,74 soles, lo que representa un 28,31% del monto total de adquisiciones.

Cuadro: **Indicadores gestión de proveedores**

Indicadores	Cifra	Unidad
Nº de proveedores de Contugas (bienes y servicios)	1.087	Unidad
Nº de proveedores locales (región Ica)	151	Unidad
% de proveedores locales (región Ica)	15%	(proveedores locales / total de proveedores)*100
Nº de proveedores nacionales (bienes y servicios)	1.000	Unidad
% de proveedores nacionales (bienes y servicios)	92%	(proveedores nacionales / total de proveedores)*100
Nº de proveedores internacionales (bienes y servicios)	87	Unidad
% de proveedores internacionales (bienes y servicios)	8%	(proveedores internacionales / total de proveedores)*100

Fuente: Elaboración propia Contugas

Cuadro: **Indicadores gestión de compras**

Indicadores	Cifra	Nuevos soles
Monto total de compras locales (bienes y servicios)	2'199.963,74	Nuevos soles
% total de compras locales (bienes y servicios)	28,31%	(compras locales / total de compras Contugas) *100
Monto total de compras nacionales (bienes y servicios)	7'251.948,50	Nuevos soles
% total de compras nacionales (bienes y servicios)	93,32%	(compras nacionales / total de compras Contugas) *100
Monto total de compras internacionales (bienes y servicios)	518.570,90	Nuevos soles
% total de compras internacionales (bienes y servicios)	6,67%	(compras internacionales / total de compras Contugas) *100

Fuente: Elaboración propia Contugas

G4 [EC5]

G4 [DMA-PRESENCIA EN EL MERCADO]

Pacto Mundial

G4 [EC9]

G4 [DMA-PRÁCTICAS DE ADQUISICIÓN]

G4 [EC7/EC8]

G4 [DMA-CONSECUENCIAS ECONÓMICAS INDIRECTAS]

Pacto Mundial

5. Retos

Contugas tiene el reto para el 2016 de fortalecer y estrechar el trabajo con los grupos de interés ubicados en la zona de concesión.

ASPECTO: FORTALECIMIENTO DE LA CULTURA DEL GAS NATURAL

1. ¿Por qué es importante?

Contar con una comunidad que tenga los conocimientos adecuados para que el proceso de masificación del gas natural los encuentre preparados y con amplios conocimientos sobre el servicio de gas natural, es uno de los objetivos principales del proceso de fortalecimiento de la cultura de gas natural que ha puesto en marcha Contugas en la región Ica.

2. ¿Cómo lo gestionamos?

Para Contugas, lograr que los grupos de interés cuenten con una cultura de gas natural es fundamental. En tal sentido, diversas gerencias se encuentran abocadas a promoverla y desarrollarla. En lo que se refiere a clientes hogares, comercios, GNV e industrias, el área comercial

ha establecido una serie de iniciativas, las cuales son detalladas en el Compromiso: Prestar un servicio implementando las mejores prácticas del negocio.

Sobre el desarrollo de proveedores locales vinculados al proceso de masificación, es un tema que es gestionado por la Sub Gerencia de Abastecimiento y Logística. Puede leerse cómo se desarrolló esta gestión durante el año 2015 en el Compromiso: Contar con una cadena de abastecimiento sostenible.

En lo que se refiere a población, la Gerencia Legal y de Relaciones Institucionales lidera el tema a nivel de población, sector académico de la región, gremios y autoridades locales, regionales y nacionales. Su gestión puede apreciarse en esta sección, específicamente en las iniciativas de Relaciones Comunitarias, Sostenibilidad y Comunicación Externa.

Al respecto, los planes de Relaciones Comunitarias (PRC), que se encuentran inmersos en el Estudio de Impacto Ambiental del Plan de Manejo Ambiental, contribuyen a fortalecer la cultura de gas natural, estos son:

- ▶ **PRC 1** – Información y comunicación a población, autoridades y grupos de interés.

- ▶ **PRC 6** – Formación de la cultura de gas natural.

A su vez, el Plan de Sostenibilidad de la empresa cuenta con programas que además de contribuir al mejoramiento de capacidades en diferentes grupos, también contribuyen a la generación de una cultura de gas natural en la región. Dicho plan tiene como base los lineamientos del Modelo Sostenibilidad del Corporativo. Entre las iniciativas de Sostenibilidad a nivel externo se encuentran:

- ▶ **Programa de Mejoramiento de Capacidades “Gestores de Energía”.**

Tiene el objetivo de mejorar las capacidades y sensibilizar a la comunidad sobre temas relacionados al sector energético, fortaleciendo a su vez la cultura de gas natural.

Cuenta con cuatro ejes:

- ▶ Eje educación técnica superior. Dirigido a estudiantes de Institutos Superiores Tecnológicos (ISTP) y Centros de Educación Técnico Productivo (CETPROS) de Ica.

- ▶ Eje universitario. Dirigido a estudiantes universitarios de Ica.
- ▶ Eje estudiantes escolares. Dirigido a estudiantes de instituciones educativas de nivel secundario de la región Ica.
- ▶ Eje medios de comunicación. Dirigido a los periodistas de la región Ica.

Uno de los objetivos específicos es vincular la oferta educativa existente en la zona con la nueva oferta laboral prevista como consecuencia del cambio de matriz energética y poder abastecer esta oferta laboral con mano de obra local. De esta manera se contribuye a potenciar a la región Ica como la pionera a nivel de regiones, en generar personal que pueda atender el proceso de masificación.

Empresas de regiones del norte y sur del país, han encontrado en estas personas capacitadas, personal a llevar a sus ciudades para que trabajen en procesos de masificación que recién se inician.

Para fortalecer este programa y hacerlo sostenible en el tiempo, se trabajó en alianza con el Programa de Apoyo a la Formación Profesional para la Inserción Laboral en el Perú (APROLAB), organismo del MINEDU.

Asimismo, se cuenta con la colaboración del Comité de Apoyo a la Cultura del Gas Natural, integrado por estudiantes de la Universidad Nacional San Luis Gonzaga de Ica (UNICA). Con ellos se trabaja el eje universitario destinado a fortalecer los conocimientos del sector entre la comunidad universitaria de Ica.

Participan en los talleres especialistas de Contugas y del Organismo Supervisor de la Inversión en Energía y Minería (OSINERGMIN), dictando charlas en temas como:

- ▶ Usos y beneficios del gas natural.
- ▶ El Sistema de Distribución del gas natural a través de redes y su normativa.
- ▶ El proceso de instalación de redes internas y externas.
- ▶ El proceso constructivo.
- ▶ La seguridad y el monitoreo en el Sistema de Distribución de Gas Natural.
- ▶ El Plan de Manejo Ambiental.
- ▶ El Plan de Monitoreo Arqueológico.
- ▶ El Plan de Relaciones Comunitarias.





“200 HH invertidas por los especialistas de Contugas en los talleres dictados como parte de los programas de sostenibilidad Gestores de Energía y Millennials”.

- ▶ El Plan de Prevención de Daños.
- ▶ El proceso de Mantenimiento.
- ▶ **Programa de Inclusión Digital “Millennials”.**

Tiene el objetivo de facilitar el acceso del gas natural a comedores populares y organizaciones de base, mediante la instalación gratuita de la red interna y la reconversión de equipos. Además se dictan charlas sobre los usos y beneficios del gas natural y nutrición.

- ▶ **Programa de Fortalecimiento Social de Comedores Populares y Vaso de Leche “NutriContugas”.**

Tiene el objetivo de contribuir al fortalecimiento de capacidades en el uso de las Nuevas Tecnologías de Información y Conocimiento (TIC) de los jóvenes y usuarios del gas natural. Se dictan clases de

“Community Manager” y “Social Media para la Educación”. Además de la difusión de la cultura del gas natural.

Sobre la Comunicación Externa, durante 2015 la empresa pasó por una serie de hitos que perfilaron el contexto del relacionamiento con los grupos de interés y con los medios en particular.

A principios de ese año Contugas se encontraba enfocada a cumplir con los compromisos del contrato BOOT, especialmente la parte correspondiente a la localidad de Marcona. Para ello, a nivel de relacionamiento externo se realizaron una serie de actividades en materia de difusión tendientes a cumplir la meta. De mitad de año en adelante, los esfuerzos estuvieron centrados en cumplir con los compromisos del Plan de Comunicación y difundir las necesidades de las diversas áreas, enfocadas principalmente a fortalecer la cultura de gas natural.

Pacto Mundial

3. ¿Cómo lo evaluamos?

La evaluación se realiza a través del cumplimiento de los indicadores que se encuentran presentes tanto en el Plan Estratégico Corporativo (PEC), como en los planes de Sostenibilidad, Relaciones Comunitarias y Comunicación, a cargo de la Sub Gerencia de Relaciones Institucionales. De igual modo, se tienen en cuenta los procedimientos internos pertenecientes a la gestión social.

4. Actividades e iniciativas 2015

- ▶ **Plan de Relaciones Comunitarias 1 – Información y comunicación a la población, autoridades y grupos de interés:**
- ▶ Se ha capacitado e informado a 1.413 personas en las sede Ica, Chincha, Pisco Nasca y Marcona de diversas instituciones públicas y privadas, entre ellas la policía, bomberos, empresas de servicios de luz, agua potable y alcantarillado (Electrodunas, EMAPICA y SEMAPACH), autoridades locales y demás grupos de interés en temas relacionados a usos y beneficios del gas natural y Plan de Prevención de Daños.

- ▶ **Plan de Relaciones Comunitarias 6 – Formación de la cultura de gas:**

- ▶ Se ha informado y capacitado a 306 personas de colegios, institutos superiores y autoridades en temas relacionados al gas natural tanto de Nasca como de Marcona.
- ▶ Por primera vez, se desarrolló el 1er. Concurso Regional del Impacto del Gas Natural “Llevando Progreso a la Región Ica”, basado en la creación literaria, teniendo como fin resaltar los beneficios del cambio de matriz energética. Se presentaron 68 trabajos, siendo premiados doce de estos.

- ▶ **Programa de Mejoramiento de Capacidades “Gestores de Energía”:**

- ▶ Puesta en marcha de la segunda fase del programa, consistente en la realización de cuatro jornadas de capacitación dirigidas a docentes de Institutos Superiores Tecnológicos Públicos (ISTP) y Centros de Educación Técnico Productivo (CETPROS), en Ica, Chincha, Pisco y Nasca. Participaron 88 personas.
- ▶ Realización de cinco módulos

participativos sobre gas natural en Ica, dirigidos a estudiantes universitarios. Participaron 770 personas.

- ▶ Ejecución de cuatro talleres con periodistas sobre temas relacionados al sector energético en Ica, Chincha, Pisco y Nasca. Participaron 21 personas.
- ▶ Elaboración del Mapa de Carreras, que incluye la propuesta de la carrera: Instalación de redes de gas natural en residencias y comercios (IG1), para ser dictada en los ISTP Y CETPROS de la región Ica y que fue presentada al Ministerio de Educación para su validación.



Pacto Mundial

▶ **Programa de Inclusión Digital “Millennials”:**

- ▶ Dictado del curso semipresencial “Community Manager” a jóvenes de Marcona. Participaron alrededor de 20 personas.
- ▶ Charlas de los Usos y Beneficios del Gas Natural.

▶ **Programa de Fortalecimiento Social de Comedores Populares y Vaso de Leche “NutriContugas”:**

- ▶ Instalación gratuita de las redes internas del servicio de gas natural en Comedor Popular “Amor y Felicidad” de Marcona; originando un ahorro aproximado del 50% en el uso de combustible.
- ▶ Conversión de dos cocinas del mismo comedor.
- ▶ Charlas sobre los Usos y Beneficios del Gas Natural.
- ▶ Se benefician alrededor de 100 usuarios de dicho comedor.
- ▶ Desarrollo de Estudio de Imagen por reputación verificable.

- ▶ Actividades de comunicación en el marco del Plan 1596.
- ▶ Desarrollo de Programa de Diálogos y de Capacitación para periodistas de Chincha, Pisco, Ica, Nasca y Marcona.
- ▶ Lanzamiento de Programa Radial Contigo difundido en Chincha, Pisco, Ica, Nasca y Marcona.
- ▶ Celebración del Día del Periodista en Ica.
- ▶ Lanzamiento de nuevo portal web de Contugas.
- ▶ El lanzamiento y actualización constante de las redes sociales.
- ▶ Desarrollo de Simulacro de Crisis.
- ▶ La elaboración del brochure y del video institucional.
- ▶ En 2015 se distribuyeron 282 notas de prensa, de las cuales el 27% corresponde a temas de Sostenibilidad. De estas 282 notas de prensa, 145 notas fueron positivas, 106 notas negativas y 31 notas neutras.
- ▶ Las notas positivas en su mayoría estuvieron relacionadas al proceso de masificación y los beneficios de este

en la región, así como a la adecuada utilización de las redes externas e internas y a los programas de Sostenibilidad.

- ▶ En relación a las noticias de valorización negativa, entre los temas recurrentes se encuentran los trabajos en las vías, el estado en que se dejan las pistas, desarrollo de obras en veredas; significando oportunidades de mejora en la instalación del servicio. Estas publicaciones fueron atendidas rápidamente.
- ▶ En 2015, el ahorro generado en gestión con los medios de comunicación de la región Ica fue de US\$35.447.

5. Retos

Correspondiente a los planes de Relaciones Comunitarias:

Estrategia 1: Comunicación e información a los grupos de interés y usuarios directos:

- ▶ Ampliar el alcance de los talleres y charlas, haciendo posible la participación de nuevos actores y un público cada vez más masivo en las actividades programadas.
- ▶ Se publicará un libro en formatos

G4 [SO1]

Pacto Mundial

físico y digital con los cuentos ganadores del I Concurso Regional del Impacto del Gas Natural “Llevando Progreso a la Región Ica”.

- ▶ Se desarrollará el II Concurso Regional del Impacto del Gas Natural “Llevando Progreso a la Región Ica”, género cuento, convocando a los estudiantes de 4° y 5° de secundaria, de toda la región.
- ▶ Se implementará el I Concurso de Fotografía, teniendo como fin exponer los usos y beneficios del gas natural y las bondades de los programas de sostenibilidad de la empresa. Actividad dirigida a periodistas y público en general de la región Ica.
- ▶ Reuniones informativas periódicas por zonas (juntas vecinales) donde haya habilitación de Gas Natural (inclusión de zonas donde ocurrieron emergencias).
- ▶ Reuniones con autoridades sobre el cronograma de actividades y comunicación sobre usos y beneficios de Gas Natural.
- ▶ Charlas de información sobre usos y beneficios del Gas Natural en la mayor parte de los colegios de las zonas de

influencia directa (todas las sedes).

- ▶ Durante los conversatorios sobre los usos y beneficios de Gas Natural en los colegios e instituciones educativas de las sedes de Ica, Nasca y Marcona se premiarán a los participantes aplicando una encuesta al finalizar el evento.

En relación a los programas de Sostenibilidad, los retos para el 2016 son:

- ▶ Reforzar el apoyo al programa APROLAB en el dictado de las especialidades: Reconversión de Gas Natural y Técnico IG1, que serán impartidas en los CETPROS e ISTP de Ica.
- ▶ Se continuarán con los diez módulos participativos sobre gas natural dirigidos a los universitarios.
- ▶ Se realizarán las coordinaciones para lograr la capacitación certificada para la formación de docentes en:
 - ▶ Técnicos especialistas en comercialización.
 - ▶ Ayudante IG1.
- ▶ Se prevé realizar el I Congreso sobre gas natural a nivel regional.

- ▶ Se continuarán con las charlas a los docentes en el marco del programa “Millennials”.
- ▶ Apoyar al área de Abastecimiento en el fortalecimiento de los proveedores, participando en las capacitaciones con temas relacionados a Sostenibilidad.
- ▶ Llevar charlas de Gas Natural Vehicular (GNV) a los CETPROS e ISTP de Ica, en el marco del programa “Gestores de Energía”.
- ▶ Incorporación de más aliados y mayor financiamiento para los programas existentes.
- ▶ Lograr la mayor participación del Gobierno Regional de Ica y municipios locales en los programas existentes.

En relación a comunicación externa:

- ▶ Mejorar el indicador de imagen por reputación verificable para lo cual se reforzará la presencia de Contugas en: medios de comunicación, comunidad, estudiantes, colaboradores y autoridades.
- ▶ Consolidar la presencia de Contugas en las redes sociales, para lo cual se espera incrementar el número de



usuarios en cada uno de los espacios donde nos encontramos presentes.

- ▶ Consolidar nuestro espacio radial “Contigo” como espacio de difusión de la cultura de gas natural y del Plan de Prevención de Daños.
- ▶ Desarrollar un programa de sostenibilidad para periodistas.

ASPECTO: RELACIONAMIENTO CON LA COMUNIDAD

1. ¿Por qué es importante?

Gestionar de manera efectiva los impactos generados por las actividades de la empresa en la comunidad, es otro factor relevante para el éxito del negocio, pues contribuye a generar confianza en un contexto de comunicación directa y transparente.

Mediante el relacionamiento con la comunidad se dan a conocer los avances y se identifican los impactos para implementar medidas de manejo preventivo o de mitigación.

La Sub Gerencia de Relaciones Institucionales es la encargada de velar por el buen

relacionamiento con la comunidad, con el soporte de las demás áreas de Contugas.

2. ¿Cómo lo gestionamos?

El relacionamiento de la comunidad se gestiona a través del Plan de Relaciones Comunitarias de obligatorio cumplimiento y que forman parte de Estudio de Impacto Ambiental (EIA) del Plan de Manejo Ambiental (PMA).

El PMA es un documento de gestión para la mitigación de los impactos ambientales y sociales del negocio. Define a su vez el Plan de Relaciones Comunitarias para establecer los vínculos con los grupos de interés en el área de influencia de la empresa.

El Plan de Relaciones Comunitarias de Contugas abarca siete programas de Relaciones Comunitarias (PRC), estos son:

- ▶ **PRC1:** Información y comunicación a poblaciones, autoridades locales y otros grupos de interés. Se realizan talleres informativos a las autoridades locales y población del área de influencia directa.
- ▶ **PRC2:** Educación y capacitación ambiental al personal. Se realizan

T6-T12-T23

capacitaciones en temas como:

- ▶ Relaciones comunitarias.
 - ▶ HSEQ.
 - ▶ Atención de observaciones y resolución de conflictos.
 - ▶ Código de conducta.
- ▶ **PRC3:** Atención de observaciones y resolución de conflictos. Se atienden los reportes registrados a través de la línea telefónica o de manera presencial.
 - ▶ **PRC4:** Negociación de acuerdo para uso de tierras. Negociación de las zonas donde se necesita intervenir con el tendido de las redes de acero y polietileno. Existen dos escenarios:
 - ▶ Tierras privadas: Se gestiona la servidumbre.
 - ▶ Tierras públicas: Se gestionan los permisos ante las autoridades locales.
 - ▶ **PRC5:** Contratación de mano de obra local (no calificada). Se gestionan reuniones con los grupos de interés del área de influencia directa (autoridades, sindicatos reconocidos y población en general), para la presen-

tación del proyecto y del contratista. Posteriormente se firma un Acta de Acuerdo para la contratación de mano de obra local de acuerdo a la demanda del contratista. Se realiza la convocatoria, la evaluación de los postulantes y la publicación de resultados.

- ▶ **PRC6:** Formación de la cultura del gas natural e información. Charlas de información sobre el sector con todos los grupos de interés, concursos de dibujo y pintura. Se cuenta con el apoyo del programa de mejoramiento de capacidades “Gestores de Energía” y de los contratistas.
- ▶ **PRC7:** Comité de Monitoreo Socio Ambiental Participativo. Se cuenta con cuatro Comités de Monitoreo Socio Ambiental Participativo en Ica, Chincha, Pisco, Nasca y Marcona. Contugas realiza la convocatoria a la sociedad civil y se elige por asamblea. Su función consiste en realizar los monitoreo en todos los frentes de trabajo de Contugas.





► **PRC8:** Atención de quejas y reclamos de los clientes. Se atienden las quejas y/o reclamos que puedan presentar los clientes que se encuentren habilitados, consumiendo gas natural en sus hogares.

3. ¿Cómo lo evaluamos?

La evaluación de la gestión con la comunidad se mide de manera permanente a través de los reportes de avance del Plan de Relaciones Comunitarias en el PEC así como con el cumplimiento de los procedimientos correspondiente a la Gestión Social.

4. Actividades e iniciativas 2015

Las actividades efectuadas en el marco de los PRC 1 y PRC 6 fueron detalladas en el Aspecto: Fortalecimiento de la cultura del gas natural.

PRC 2. Educación y Capacitación Socio Ambiental al personal. En la sedes de Chincha, Pisco e Ica se capacitó a los colaboradores de la empresa en temas de Relaciones Comunitarias, Código de Conducta y Pacto Global.

PRC 3. Atención de observación y resolución de conflictos. En el 2015 se presentaron 94 reclamaciones, siendo solucionadas y respondidas 77, quedando por resolver 17.

Cuadro: **Número de reclamaciones 2015**

Reclamaciones	Cantidad
Presentadas	94
Solucionadas y/o respondidas	77
No solucionadas y/o no respondidas	17

Fuente: Elaboración propia Contugas



Cuadro: **Tipo de reclamaciones 2015**

Tipo de reclamación	Zona donde se produjo la causa de la reclamación					
	Cantidad	Ica	Chincha	Pisco	Nasca	Marcona
Afectación a los servicios públicos	25	6	5	13	0	1
Afectación del espacio de uso público	22	6	4	12	0	0
Afectación a la propiedad privada	10	3	1	5	0	1
Solicitud de contratación de pobladores	0	0	0	0	0	0
Conducta inadecuada de parte de colaboradores o contratistas	5	1	0	4	0	0
Impactos ambientales (afectación a vegetación y contaminación sonora)	4	1	1	1	1	0
Afectación de patrimonio cultural	1	1	0	0	0	0
Afectación de existencia no previstas en el contrato	0	0	0	0	0	0
Afectación de rutas y zonas turísticas	2	1	0	0	0	1
Inconformidad con obras de construcción civil	19	2	5	12	0	0
Incumplimiento de compromisos	5	4	0	1	0	0
Servidumbres de paso	1	1	0	0	0	0
Total	94	27	16	48	1	3

Al 21 de diciembre del 2015 se presentaron 94 observaciones sociales, de los cuales un 27% fueron de tipo “Afectación a los Servicios Públicos”, seguido por “Afectación del Espacio de Uso Público” con un 24%.

Otro concepto presentado es “Inconformidad con obras de Construcción Civil” con un 20%, estos conceptos se desprenden del proceso constructivo en la instalación de la red de gas domiciliario, que se presentan por las características propias de las actividades.

En este período es menos relevante los conceptos como “Servidumbre de Paso”, que en el cuadro representa tan solo el 1% del total de observaciones, debido a que se ha culminado el proceso constructivo del tendido de red de acero, por lo que no se presentan casos donde se negocie una servidumbre ni con el Estado peruano ni con una persona y/o empresa particular.



Los canales formales de comunicación para que los vecinos realicen sus quejas y reclamos ante la empresa son:

- ▶ Call Center de Contugas: 056-531919.
- ▶ Línea de emergencia: 056-600600.
- ▶ Ficha de Observación (recogida en campo).
- ▶ Ficha de Respuesta de Observación (recogida en campo).

PRC 4. Negociación de acuerdo para uso de tierra. La negociación se dio durante la etapa constructiva.

PRC 5. Contratación de mano de obra local. Las empresas contratistas son autónomas en la selección de su personal.

PRC 6. Formación de la cultura del gas. Además de las charlas orientadas al fortalecimiento de la cultura del gas natural, se trabajó con el Comité de Apoyo a la Cultura del Gas Natural la actividad del voluntariado ambiental en el distrito de la Tinguiña, Ica, limpiando la parte externa del cementerio.

PRC 7. Monitoreo socio ambiental participativo comunitario. En la sede Ica se han tenido reuniones con los integrantes del Comité de Monitoreo Socio Ambiental Participativo y se ha llevado a cabo una visita guiada al City Gate de Ica, en donde se ha expuesto el sistema de manejo de los equipos del Centro de Operaciones; así como una visita a las válvulas Nro. 34 en la ciudad de Nasca y Nro. 34 de Marcona.

De manera paralela a los PRC, se establecieron lineamientos de comunicación entre contratistas de los órganos de gobierno local (municipalidades) para la difusión del Plan de Prevención de Daños y evitar la afectación a las tuberías y por ende el desabastecimiento de gas natural en los domicilios.

Asimismo, se sostuvieron reuniones periódicas con autoridades explicando los trabajos realizados y comunicando las actividades con la población.

G4 [DMA-MECANISMOS DE RECLAMACIÓN AMBIENTAL]

G4 [DMA-MECANISMOS DE RECLAMACIÓN POR IMPACTO SOCIAL]



5. Retos

- ▶ Programación de visitas guiadas a los centros operacionales de las diversas sedes, con la participación de los miembros del Comité de Monitoreo Socio ambiental Participativo, miembros del Comité de Apoyo a la Cultura del Gas Natural y líderes del área de influencia directa.
- ▶ A fin de dar a conocer las medidas de seguridad en el trabajo y el cumplimiento de la normativa de hidrocarburos, se realizarán visitas guiadas a las zonas de trabajo.
- ▶ Atender el 100% de las observaciones sociales que se presenten en la región.
- ▶ Dentro de la estrategia de mantener una relación de cooperación y de apoyo, se establecerán estrategias de acercamiento con las instituciones del Estado, autoridades locales, provinciales y regionales, asimismo con las entidades prestadoras de servicio público, de apoyo y organizaciones sociales de base.
- ▶ Participación de la empresa en las localidades de influencia directa en días estratégicos:
 - ▶ A través de los integrantes del Comité de Apoyo a la Cultura del Gas Natural, en las actividades de diversas instituciones (OEFA, GORE Ica, Defensoría del pueblo, etc.).
 - ▶ A fin de tener mayor presencia en la localidad de área de influencia directa desde el punto de vista comunitario, se realizará la conformación del Comité de Apoyo a la Cultura de Gas Natural.



E. PRESTAR UN SERVICIO IMPLEMENTANDO LAS MEJORES PRÁCTICAS DEL NEGOCIO

i. Marco de actuación

Brindar un servicio de calidad y confiable es vital para el desarrollo del negocio, garantizando la prestación del servicio de forma eficiente, oportuna y segura, bajo estándares de clase mundial.

Siguiendo los lineamientos de la política de Calidad, Medio Ambiente, Seguridad y Salud en el Trabajo, la empresa se compromete con la calidad del servicio al cliente, la seguridad y salud ocupacional de los colaboradores, el respeto hacia el medio ambiente y el fortalecimiento de las relaciones con la comunidad.

Como parte de los objetivos 2015 de Contugas se encuentra la “Implementación de los más altos estándares de gestión”, en relación a ello la empresa empezó su proceso de implementación de la norma ISO 9001. Se prevé lograr la certificación para el 2016. En este proceso intervienen todas las áreas de la empresa.

Hitos “Prestar un servicio implementando las mejores prácticas del negocio”

► Operaciones Comerciales:

- Cumplimiento de la meta BOOT – Año 1.
- Logro anticipado de la meta BOOT – Año 2.
- Tercerización de la recaudación – Contrato integral.
- Creación del área de Atención de Reclamos y puesta en marcha del Plan de Regularización de Pendientes.
- Proyecto de facturación in sitio – Etapa 1.

► Grandes Clientes:

- Reconocimiento, conexión y habilitación de Egasa – Egesur.
- Cubrimiento del 90% del sector pesquero en el departamento de Ica.
- Consolidación del corredor Lima – Arequipa a través de la habilitación de los diferentes grifos y/o gasocentros en la región.
- Conexión de ICATOM (la más grande agroindustria de la concesión).

► Marketing y Calidad de Servicio:

- Creación del programa Contuclub.
- Encuesta de satisfacción al cliente satisfactorio.
- Como parte de la campaña “Con GNV la haces linda”, se logró incluir a la región Ica en el programa de promoción de vehículos de GNV con fondos del FISE (Fondo de Inclusión Social Energético).

ASPECTO: ATENCIÓN AL CLIENTE Y CONSUMO DE GAS NATURAL

1. ¿Por qué es importante?

La gestión de Contugas sigue los lineamientos corporativos de la política de Clientes y Usuarios que establece el marco en el que los colaboradores adoptan buenas prácticas de gestión sostenible para la prestación de servicios, bajo un modelo de excelencia en la gestión, mediante un proceso de mejoramiento continuo e innovación para la generación de valor y la superación de las expectativas de los clientes.

Todo ello contribuye a implementar los más altos estándares de gestión y a alcanzar este compromiso.

“A diciembre de 2015, Contugas contaba con 36.887 clientes residenciales, 181 clientes comerciales y 52 clientes industriales”.

Cuadro: Indicadores de venta

T2		Número de viviendas con venta realizada	38.986
		Número de viviendas habilitadas	36.887

Fuente: Elaboración propia Contugas

Cuadro: Clientes habilitados al cierre 2015

	Chincha	Pisco	Ica	Nasca	Marcona
Número de clientes comerciales	53	73	44	1	10
Número de clientes industriales	20	21	11		
Número de clientes residenciales	8.214	7.245	18.194	1.418	1.816

Fuente: Elaboración propia Contugas

Cuadro: Nuevos clientes habilitados 2015

	Chincha	Pisco	Ica	Nasca	Marcona
Número de clientes comerciales nuevos en 2015	43	63	34	1	10
Número de clientes industriales nuevos en 2015	15	14	11		
Número de clientes residenciales nuevos en 2015	836	2.282	2.427	276	1.816

Fuente: Elaboración propia Contugas



Cuadro: **Saturación de predios sobre red**

Sede	Predios total GIS	Predios GIS Aptos	Levantamiento comercial (Potencial real)	BOOT	Habilitaciones al 31-12-2015	Saturación sobre potencial real
Chincha	18.899	15.422	12.446	11.983	8.214	66%
Pisco	17.087	13.606	12.340	10.265	7.245	59%
Ica	45.972	40.100	34.344	23.558	18.194	53%
Nasca	2.617	2.326	2.000	1.670	1.418	71%
Marcona	3.425	2.817	2.254	2.524	1.816	81%
Total	88.000	74.271	63.384	50.000	36.887	58%

Fuente: Elaboración propia Contugas

2. ¿Cómo lo gestionamos?

La gestión comercial y de operaciones es la encargada de velar por un eficiente servicio de atención al cliente, recibiendo el soporte de las demás áreas, con el fin de implementar la norma ISO 9001.

3. ¿Cómo lo evaluamos?

A través de los procesos internos de evaluación del área Comercial, mediante la medición del avance de implementación de la norma ISO 9001 y del Sistema de Gestión Integrado.

4. Actividades e iniciativas 2015

En 2015, la Sub Gerencia de Operaciones Comerciales se enfocó en el cumplimiento de las metas de habilitaciones establecidas por el contrato BOOT y la mejora operacional de sus procesos comerciales con el fin de lograr la satisfacción de los clientes, en línea con las palancas de valor definidas en la estrategia GECCO.

Es por ello que durante el período enero – abril los mayores esfuerzos se enfocaron en el cumplimiento de la meta BOOT correspondiente al primer año de operación comercial.

Posteriormente, a partir del mes de mayo 2015 se iniciaron los procesos de mejora operacional. En ese sentido, se trabajaron dos líneas de actuación:

- Adopción de nuevas formas o tecnologías.
- Optimización de tiempos de respuesta en los diversos indicadores de gestión.

En línea con lo anterior y considerando la importancia que se debe dar a la satisfacción de los clientes y por ende a la solución oportuna de sus reclamos, se modificó la estructura de la Sub Gerencia creando el área de Reclamos y Back Office (anteriormente los reclamos eran atendidos por los mismos ejecutivos comerciales del front-office).

Lo anteriormente señalado se tradujo en una mejora tanto en el flujo de atención de los reclamos como en la reducción de tiempos de respuesta, el cual afecta directamente la satisfacción y adicionalmente, mitiga las posibles contingencias de multa de parte del ente regulador.

De igual manera, se han implementado importantes avances tecnológicos en los canales de atención, uno de estos avances es la implementación en la página web de Contugas de la opción de registro de solicitudes y reclamos, en tanto en los centros de atención se instalaron módulos de auto-consulta, de esta manera los usuarios tienen acceso a consultas en línea de la web del regulador, así como de la propia empresa. Asimismo, se implementó el contrato integral de recaudación a cargo de una empresa externa, con lo cual se incrementó el horario de atención a horario corrido.

De igual modo se diseñó, desarrolló e implementó un nuevo

flujo de trabajo de solicitudes en el Sistema Comercial, que permitió optimizar el proceso de atención. Esto representó un hito a nivel interno, dado que fue desarrollado íntegramente por el personal de Contugas, sin participación del propietario del software.

Por otro lado, se suscribió un contrato de postventa con dos proveedores (zona norte y zona sur) con la finalidad de optimizar el proceso de atención de las adecuaciones y servicios adicionales post-habilitación.

Adicionalmente se logró una optimización de costos de recaudación mediante la tercerización del proceso y la integración con el transporte de valores en un contrato integral, el mismo que a partir del mes de octubre de 2015 se encuentra a cargo de la empresa de seguros Prosegur.

Paralelo a lo anterior, se continuó con el contrato de recaudación a través de terceros con la Caja Municipal de Ahorro y Crédito de Ica (CMAC – ICA) dotando a los clientes de canales adicionales para su atención; cabe resaltar que dentro del proceso operativo de recaudación a través del canal externo, se implementó una nueva forma de transferencia de información de pagos de manera on line, permitiendo que los pagos se reflejen inmediatamente en el sistema comercial.

En este mismo ámbito de acción, se potenció el convenio interinstitucional con la CMAC – ICA estableciendo puntos de Atención a Clientes de Contugas dentro de los locales de dicha entidad en las ciudades de Nasca y Marcona.

En el área de Facturación, se continuó con las mejoras al sistema comercial asociadas al Proyecto de Facturación Grandes Clientes, el cual se encuentra en etapa de pruebas integrales



y que se espera poner en producción para el primer trimestre de 2016. Asimismo se modificó la diagramación del recibo de pago mensual para un mejor entendimiento de parte de los clientes. De otro lado, se alcanzó un nivel de cumplimiento del 100% del nivel de facturación.

Cuadro: **Cientes facturados**

Número de clientes facturados	34.571
Volumen de gas facturado	297'469.801
Monto total de facturas (S/.)	146'846.312

Fuente: Elaboración propia Contugas

En el tema de reclamos, en el mes de diciembre se logró un 100% de resoluciones emitidas dentro del plazo y a nivel anual se logró una tasa de respuesta de reclamos ratificados por el regulador de 62,5%.

Atención al Cliente atendió los tipos de requerimientos más demandados (duplicado de recibo, financiación de deuda y servicios posventa). Respecto al duplicado de recibo, éste es el trámite más solicitado y representa más del 50% de las solicitudes generadas a lo largo del año.

Por otro lado, el área de Facturación redujo drásticamente sus niveles de solicitud debido a que sus causales o motivos (cargos facturados y reparto de recibo) fueron catalogados como reclamos.

Cuadro: **Número de requerimientos**

Número de requerimientos presentados ¹²	43.716
% de requerimientos atendidos	93,47%
% de requerimientos pendientes	6,03%
Plazo promedio en el que fue contestado el requerimiento	11,85 días

Finalmente, las áreas de internas y ventas redujeron sus niveles de solicitudes a 41% y 54% respectivamente respecto a los niveles de solicitudes registrados el año anterior.

¹²El requerimiento se entiende como la solicitud de soluciones a diversos aspectos técnicos del servicio.

Fuente: Elaboración propia Contugas

T4

Cuadro: **Tipo de requerimientos**

Tipo de requerimiento	Cantidad
Consultas	10.287
Emergencias	2.764
Explosión en Red de Distribución	4
Explosión en Red Interna o Acometida	32
Fuga de Gas en Red de Distribución	231
Fuga de Gas en Red Interna o Acometida	1.905
Incendio en Red de Distribución	3
Incendio en Red Interna o Acometida	30
Predio sin servicio	479
Zona sin servicio	80
Reclamos	1.755
Comercios - Trabajo mal realizado habilitaciones	3
Comercios - Trabajo mal realizado instalaciones internas	18
Comercios - Trabajo mal realizado tubería de conexión	4
Corte y Reconexión - Corte ejecutado	23
Facturación - Cargos facturados	680
Facturación - Corte facturado	134
Facturación - Facturación de consumos	263
Facturación - Reparto de recibos	378
Libro de Reclamaciones	83
Recaudación - Pago equivocado	11
Recaudación - Pago no registrado	13
Residenciales - Trabajo mal realizado habilitaciones	5
Residenciales - Trabajo mal realizado instalaciones internas	120
Residenciales - Trabajo mal realizado tubería de conexión	13
Venta comercios	4
Venta residenciales	3
Solicitudes	28.910
Anulación de contrato	19

¹²El requerimiento se entiende como la solicitud de soluciones a diversos aspectos técnicos del servicio.

Fuente: Elaboración propia Contugas





Cuadro: Tipo de requerimientos

Cambio de datos contrato	241
Cambio de dirección a producto	8
Cargos facturados	484
Cesión de derechos	112
Conversión de gasodoméstico	114
Copia del contrato	233
Duplicado de recibo	13.710
Financiación de deuda	8.180
Información sobre cargos facturados	10
Información sobre procesos constructivos	1
Modificación datos de cliente	908
Modificación de datos comerciales	4
Observaciones sociales	95
Programación y ejecución de trabajos de habilitación	71
Programación y ejecución de trabajos de instalaciones internas	103
Programación y ejecución de trabajos de Internas	391
Programación y ejecución de trabajos de tubería de conexión	7
Reconexión de servicio	26
Reconexión del servicio fuera de plazo	48
Registro de solicitud GC	2
Reparto de recibos	938
Reposición de medidor	210
Solicitud de corte temporal	6
Trabajo mal realizado	18
Trabajo mal realizado habilitaciones	14
Trabajo mal realizado instalaciones internas	445
Trabajo mal realizado tubería de conexión	47
Venta de servicios de ingeniería	1.883
Venta de suministro – Comercios	18
Venta de suministro - Residenciales	564

¹ El requerimiento se entiende como la solicitud de soluciones a diversos aspectos técnicos del servicio.

Fuente: Elaboración propia Contugas

En lo que respecta al proceso de Atención al Cliente, al cierre del ejercicio 2015 el Call Center alcanzó un Nivel de Servicio (porcentaje de llamadas atendidas antes de 20 segundos) de 88,03%, logrando un incremento de 13.03% respecto al resultado obtenido al cierre del ejercicio 2014, cuyo resultado fue de 75,6%.

De igual modo, se implementó en el Call Center la atención en línea de emergencia (600-600) de manera directa a cargo del personal del Centro de Control, logrando optimizar los tiempos de respuesta en caso de emergencia.

Por otro lado, en los Centros de Atención al Cliente el indicador del Tiempo Medio de Espera menor o igual a 5 minutos fue de 76,3% (el indicador en el 2014 fue de 65,7%) y el indicador del Tiempo Medio de Atención menor o igual a 10 minutos fue de 89,6% (el indicador en el 2014 fue de 88,4%).

Cuadro: Tiempo medio de atención por canal

Carta	7,5 días
Correo electrónico	31,6 días
Personal	13,5 días
Teléfono	5,9 días
Web	1 día

Fuente: Elaboración propia Contugas

A nivel de ventas residenciales se redujo el gap entre la cantidad de clientes con venta generada y la habilitación a solo un 5% (al cierre del 2014 este indicador se encontraba en 16%), representando una mejora de 11% respecto al año anterior.

Cuadro: Centros de Atención/Punto de Atención o venta

Centro de Atención/Punto de atención o venta	Ubicación	Número de personas atendidas (promedio)
Centro de Atención al Cliente Chincha	Calle Lima Nro. 390 – B Chincha Alta	Atención Comercial: 6.879 Pagos: 72.723
Centro de Atención al Cliente Pisco	Calle Pérez Figuerola Nro. 270 – Pisco Cercado	Atención Comercial: 1.819 Pagos: 63.870
Centro de Atención al Cliente Ica	Av. Matías Manzanilla Nro. 200 - Ica	Atención Comercial: 25.773 Pagos: 108.225
Punto de Atención Nasca	Calle Lima Nro.392 - Nasca	
Punto de Atención Marcona	Av. Andrés Avelino Cáceres Nro. 224 – Marcona	

(*) En el caso del CAC Pisco, la información se encuentra actualizada al mes de agosto 2015.

Fuente: Elaboración propia Contugas

En relación a grandes clientes se realizaron las siguientes actividades:

► **Gestión e Impulso del Corredor Verde.**

- Se gestionó con los diversos actores del medio (estaciones de servicio, proveedores de buses y tracto camiones, consumidores locales y de otras regiones) la implementación del Corredor Verde, cuyo objetivo es maximizar el consumo de GNV en la región Ica y garantizar un corredor a base de GNV desde el norte de Lima hasta la ciudad de Arequipa.



Resultado:

Ahora se tiene un corredor con GNV de 1.100 km, desde Piura a Ica.

Se cuenta con un parque de vehículos convertidos de 3.330 unidades.

▶ **Gestión de proyectos de autogeneración de electricidad.**

- ▶ Se gestionó con los clientes que actualmente cuentan con el servicio de suministro de gas natural, y con los potenciales clientes, la posibilidad de implementar la autogeneración de electricidad con gas natural, lo que aumentaría el consumo de gas natural en la Región Ica, donde se determina un potencial de 3 MMPCD¹³ adicionales.

▶ **Gestión de retroalimentación técnica de diseños a los instaladores de industrias, GNV y GNC.**

- ▶ Se gestionaron reuniones con los diferentes instaladores de industrias, GNV y GNC¹⁴ con la finalidad de retroalimentar los diseños propuestos por el instalador para

tener una mejor ingeniería en los expedientes y por ende una conexión del cliente más inmediata, permitiendo la reducción de 60 días en la puesta de operación de las instalaciones, que se traducen en mayores ingresos económicos.

▶ **Gestión e Impulso de Integración de los Clientes industriales al Sistema Open Smart Flex.**

- ▶ Se gestionó junto con el área de Sistemas la adaptación del sistema Open Smart Flex, para así poder ingresar en él a los clientes industriales, sistematizando los procesos de venta y construcción hasta la habilitación de los clientes.

- ▶ Se logró incluir 24,56 MMPCD correspondiente a los clientes EGASA y EGESUR, gestión que permitió un aumento de 1.5 MMUSD en la facturación mensual de la empresa.

- ▶ Se realizaron las primeras dos conversiones de clientes en su sistema de transporte (de carga y de personal) al GNV.

- ▶ Se consolidó la contratación del suministro de gas natural con futuras estaciones de servicio y Estaciones de Compresión en zonas estratégicas en el sur de la región Ica para complementar el corredor verde, y a su vez suministrar GNV y GNC a potenciales consumidores dentro y fuera de la región, logrando hasta el momento dos conexiones.

- ▶ Se realizaron alianzas comerciales estratégicas entre empresas (seis en total) proveedoras de servicios (transformación de motores a GNV y de comercialización de generadores eléctricos) y Contugas con la finalidad de promover, implementar e impulsar los proyectos de autogeneración de electricidad.

- ▶ Se dio respuesta a los expedientes de los clientes industriales dentro de los plazos exigidos por la normatividad peruana, cuando se trataba de dar respuesta al Proyecto de Instalación de Gas (PIG 2) esta se emitía el mismo día o el día siguiente.

- ▶ Se tiene conectados y habilitados 52 Grandes Clientes distribuidos en: 9 GNV, 28 grandes industrias y 15 pequeñas industrias.

- ▶ Se logró ampliar las instalaciones de seis clientes de GNV para que compriman gas natural y comercialicen GNC y puedan trasportarlo a diferentes lugares de consumo donde no llega nuestra red y/o concesión, de las cuales fueron habilitadas formalmente dos.
- ▶ Se retroalimentó a los instaladores internos realizando reuniones diversas tanto en oficina como en campo, lo cual conllevó a tener a final del año los expedientes con una mejor ingeniería, y además sirvió para conectar a los clientes en menos tiempo.

“Al cierre del 2015, Contugas logró un nivel de cubrimiento del 90% del sector pesquero en la región Ica”.

Cuadro: Principales clientes industriales sumados en 2015

	Chincha	Pisco	Ica
Pesqueras	<ul style="list-style-type: none"> • Pesquera CFG. • Pesquera Exalmar. 		
GNV	<ul style="list-style-type: none"> • Energigas. • Gazel. • E.S. Huaraz. 		<ul style="list-style-type: none"> • Grifos Espinoza. • Grifos Huaraz. • E.S. El Óvalo. • Corporación Uno. • Gazel.
Agroindustria		<ul style="list-style-type: none"> • Tecnológica de Alimentos Norte (TASA – NORTE). • Tecnológica de Alimentos Sur (TASA – SUR). 	
Generación Eléctrica		<ul style="list-style-type: none"> • Egasa – Egesur. 	

Fuente: Elaboración propia Contugas

¹³ Millones de pies cúbicos diarios.

¹⁴ Gas Natural Comprimido.

5. Retos

- ▶ Para 2016, uno de los mayores retos definidos en 2015 y que impactará positivamente en el área de Facturación es el Proyecto Facturación en Sitio, el cual consiste en la lectura de los medidores de gas natural mediante dispositivos móviles y la generación, impresión y entrega de la factura física al cliente en el mismo momento de la toma de lectura. Esta mejora tecnológica traerá consigo una reducción de tiempos y un ahorro de costos significativo para el proceso de facturación. La fecha de puesta en producción estimada para este proyecto es el 30 de setiembre de 2016.
- ▶ Por otro lado a nivel de ventas residenciales y comercios se dará inicio a un nuevo esquema de comercialización a cargo de una fuerza de ventas propia (en el 2015 era ejecutado por las empresas contratistas), mediante el cual se espera reducir costos operativos, garantizando los niveles de calidad y volúmenes de ventas y habilitaciones establecidos por las metas BOOT de los siguientes años, a la vez que se optimiza la utilización de la red actual.

- ▶ Asimismo se espera implementar una mejora en la propuesta de valor a los clientes mediante la venta de gasodomésticos (cocina, terma), lo cual redundará además en un incremento del consumo. Esta estrategia irá acompañada también de nuevos canales de venta (ventas en los Centros de Atención e implementación del canal virtual).
- ▶ En el área de Reclamos y Back Office el reto para 2016 será la reducción de los plazos internos de atención de reclamos a 8 y 20 días hábiles (para los casos de corte-reconexión y otros respectivamente), cumpliendo de esta manera con los plazos establecidos por la regulación y mitigando las posibles contingencias de multa.
- ▶ En el ámbito de la Atención al Cliente y los canales de atención, se efectuará la reubicación del Centro de Atención al Cliente de Ica y se evaluará la posibilidad de implementar puntos de atención propios en Nasca y Marcona. Estos puntos de atención compartirán el local con el personal perteneciente a las áreas técnicas destacados a estas localidades, logrando una mejora en la imagen visible de la empresa en dichas

ciudades sin impactar los costos.

- ▶ Paralelo a ello se potenciará la plataforma virtual de Contugas mediante la implementación de la App Contugas, la misma que permitirá la consulta tanto de datos comerciales de los clientes como de información comercial relevante para los clientes potenciales.
- ▶ Este desarrollo forma parte de la estrategia integral de marketing comercial de la mano del Contuclub y ofrecerá además un canal adicional de comunicación con los clientes. Se espera tener implementada esta iniciativa en el primer trimestre del año 2016.
- ▶ De igual manera, en el año 2016 se implementará un sistema de gestión documental vía web que permita la consulta en línea de los expedientes comerciales para todas las áreas internas, a la vez que redundará en una mejora de la disponibilidad de dicha información.
- ▶ En el caso del área de Morosidad Créditos y Recaudación, en el mes de Marzo 2016 se dará inicio al contrato de gestión de cobranza a cargo de

una empresa especializada en dicha labor, lo cual permitirá garantizar los niveles de cobrabilidad esperados tanto en el segmento residencial como comercial y a su vez proveerá una forma adicional de actualización de información comercial de los clientes. A nivel de Grandes Clientes, la gestión se seguirá llevando a cargo de personal propio.

- ▶ De igual manera, se continuará con la recaudación presencial de manera tercerizada tanto en oficinas propias como en otros agentes, sin embargo se espera implementar la recaudación en línea vía web. Para ello ya se ha tomado contacto con diversos proveedores y se espera tener esta opción implementada en el tercer trimestre del año 2016.
- ▶ Otro de los grandes retos para 2016 será la adecuación a la Norma Técnica de Calidad de Servicio de Gas Natural, promulgada por el Organismo Supervisor de la Inversión en Energía y Minería (OSINERGMIN) el 30 de diciembre de 2015 y que establece indicadores de medición para cada uno de los procesos comerciales y sanciones por incumplimiento, lo que incrementa la probabilidad de

contingencias de multas por parte del regulador. Esto demandará adecuaciones de los procesos tanto a nivel operativo como de información.

- Finalmente y complementado las mejoras señaladas y como parte de la estrategia GECO en su palanca de valor Personas, se implementará un programa de capacitación permanente y certificación progresiva denominado “Universidad GECO”, destinado a garantizar el nivel de conocimiento necesario y actualización constante para el buen desempeño de sus funciones a nivel de toda la Sub Gerencia de Operaciones Comerciales.

Respecto a grandes clientes se tienen los siguientes retos:

- ▶ Incrementar el consumo de gas natural en la Región Ica, conectando nuevos clientes y/o generando nueva demanda de gas de los clientes existentes, para así asegurar la sostenibilidad económica a Contugas mediante:
 - ▶ La consolidación del corredor verde desde Lima hasta Nasca.
 - ▶ La conversión a Gas Natural de

tres empresas más, que en sus transportes utilicen GNV y que operen en la región Ica.

- ▶ La implementación de un proyecto de autogeneración de electricidad en la región.
- ▶ La conexión de 26 nuevos grandes clientes, alcanzando un total de 78 Grandes Clientes.
- ▶ La gestión técnica - comercial para evaluar la viabilidad de la conversión de las naves (barcos) de las pesqueras al uso del gas natural (GNV o GNL).
- ▶ La integración de los sistemas Open Smart Flex, SCADA y Computadores de Flujo para la generación de las facturas automáticas de los Clientes Industriales.
- ▶ La digitalización de los expedientes de los grandes clientes, en el primer trimestre.
- ▶ La implementación de toda la logística que permita brindar el servicio de mantenimiento a las instalaciones de gas natural de los clientes industriales, dicho

servicio será cobrado en la factura de consumo de gas natural, para así obtener una nueva línea de negocio que ayude a incrementar los ingresos de Contugas.

- ▶ La implementación de la logística que permita brindar el servicio de diseño y construcción de las instalaciones internas de gas natural de los clientes industriales y así poder cerrar el circuito de servicios y ofrecer al cliente financiación, diseño, construcción, habilitación del servicio de gas natural, y mantenimiento de sus instalaciones.

En relación al consumo del gas natural, se tienen los siguientes retos:

- ▶ **Desarrollo del mercado de GNV:**
 - ▶ Implementar de forma exitosa la estrategia para el desarrollo del mercado de GNV en la región Ica, que incluye, entre otros:
 - ▶ Continuar con el posicionamiento del GNV, a través de campañas de difusión orientadas a la desmitificación del producto y las conversiones vehiculares.

- ▶ Promover espacios educativos dirigidos a taxistas, mototaxistas e influenciadores (mecánicos, medios de comunicación y autoridades).
- ▶ Fortalecer las fuentes de financiamiento estatales y privadas.
- ▶ Lograr el compromiso de las autoridades locales con el cambio de matriz energética vehicular.
- ▶ Generar alianzas para promover la venta de nuevos vehículos a GNV.
- ▶ **Crecimiento Segmentos Residencial y Comercial:**
 - ▶ Cumplir con las metas de ventas del contrato BOOT.
 - ▶ Continuar posicionando al gas natural como una alternativa de valor, sostenible y generadora de progreso para la región Ica, para clientes actuales y potenciales.

En tanto, los desafíos que se presentan para el consumo de gas natural y cómo se gestionarán son:

Cuadro: **Desafíos consumo de gas natural**

Desafíos	Gestión
Pérdida de competitividad del gas natural frente a otros combustibles.	Fortalecer la propuesta de valor para el cliente, ante la pérdida de competitividad en precio del gas natural frente al GLP o diésel, por la baja de los precios internacionales del petróleo.
Barreras para el desarrollo del mercado de GNV (falta de cultura y mitos).	Posicionar al GNV como la mejor alternativa de combustible.
Barreras para el crecimiento en ventas residenciales y comerciales.	Identificar factores clave para optimizar los procesos de ventas.

Fuente: Elaboración propia Contugas

ASPECTO: SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

T4

1. ¿Por qué es importante?

Conocer el grado de satisfacción de los clientes de Contugas con respecto a los servicios que brinda permitirá a la empresa mejorar sus procesos o potenciarlos, en beneficio de los usuarios y de la empresa.

2. ¿Cómo lo gestionamos?

En Contugas, la gerencia Comercial con el soporte de las demás áreas trabaja para mejorar la satisfacción de los clientes. Todos los años, la empresa realiza la medición de satisfacción de los clientes.

3. ¿Cómo lo evaluamos?

Este año Contugas realizó su “Estudio de satisfacción sobre el servicio que brinda”, a través de una empresa externa, sobre los siguientes ítems:

- Conocer el grado de satisfacción con respecto a los servicios que brinda en general.
- Conocer el grado de satisfacción con respecto a la construcción de redes en la vía pública.
- Conocer el grado de satisfacción con respecto al proceso de venta.
- Conocer el grado de satisfacción con respecto a las instalaciones internas.

- Conocer el grado de satisfacción con respecto al proceso de facturación.
- Conocer el grado de satisfacción con respecto a la atención vía Call Center.
- Conocer el grado de satisfacción con respecto a la atención en la oficina de servicios al cliente.

Se aplicaron las encuestas a 1.330 personas, todas clientes actuales de Contugas de Ica, Chincha, Pisco, Nasca y Marcona.

Los resultados del estudio de Satisfacción Anual arrojaron un Índice de Satisfacción del Cliente de 82,8%.

La metodología utilizada para la medición de la satisfacción en dicho estudio, evalúa el nivel de satisfacción logrado en el top-to-box (aquellos que respondieron totalmente satisfecho y satisfecho).

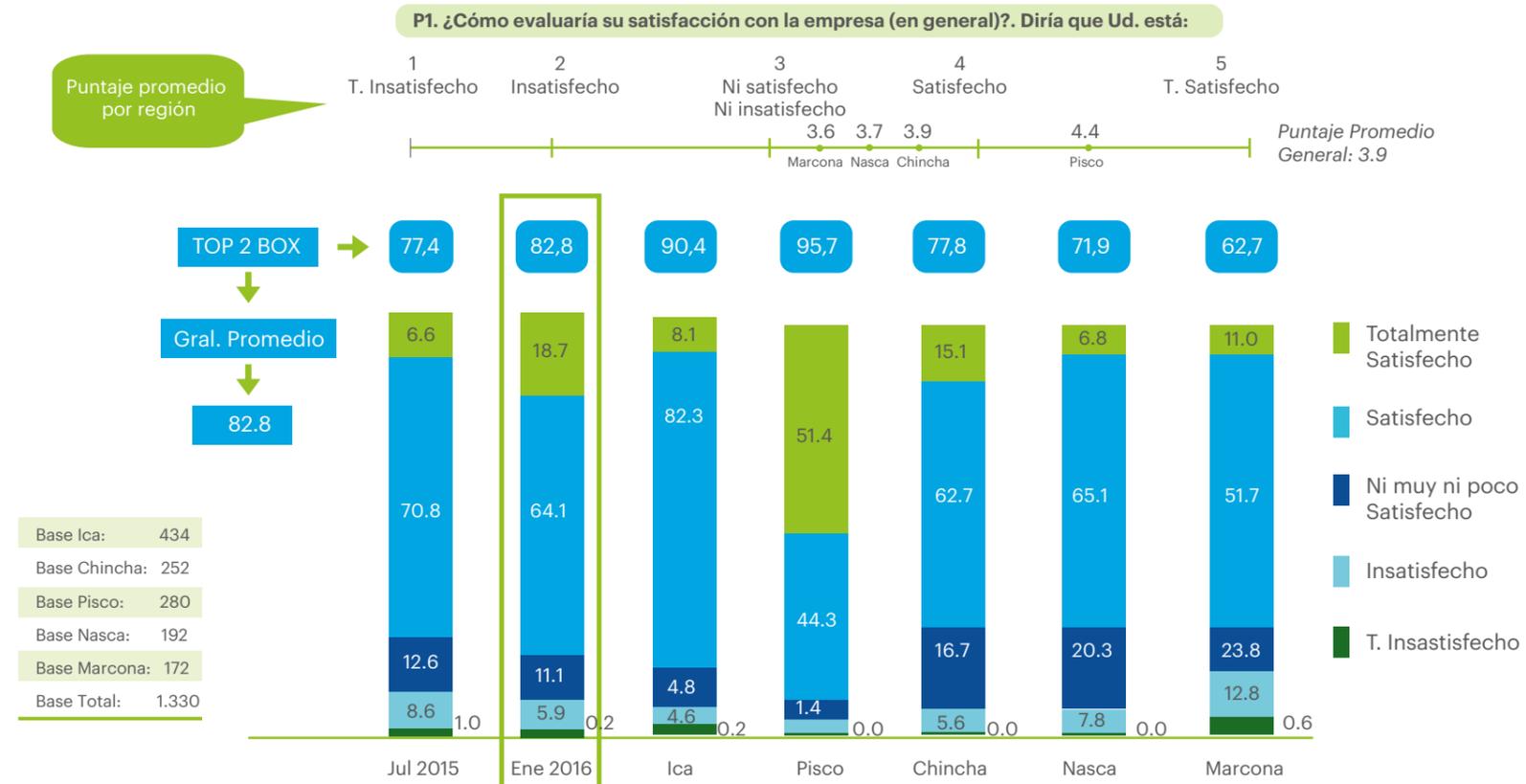
En ese sentido, los mayores niveles de satisfacción se lograron en las ciudades de Pisco e Ica (95,7% y 90,4% respectivamente), siendo Marcona la ciudad que presenta el índice más bajo (62,7%).

Pacto Mundial

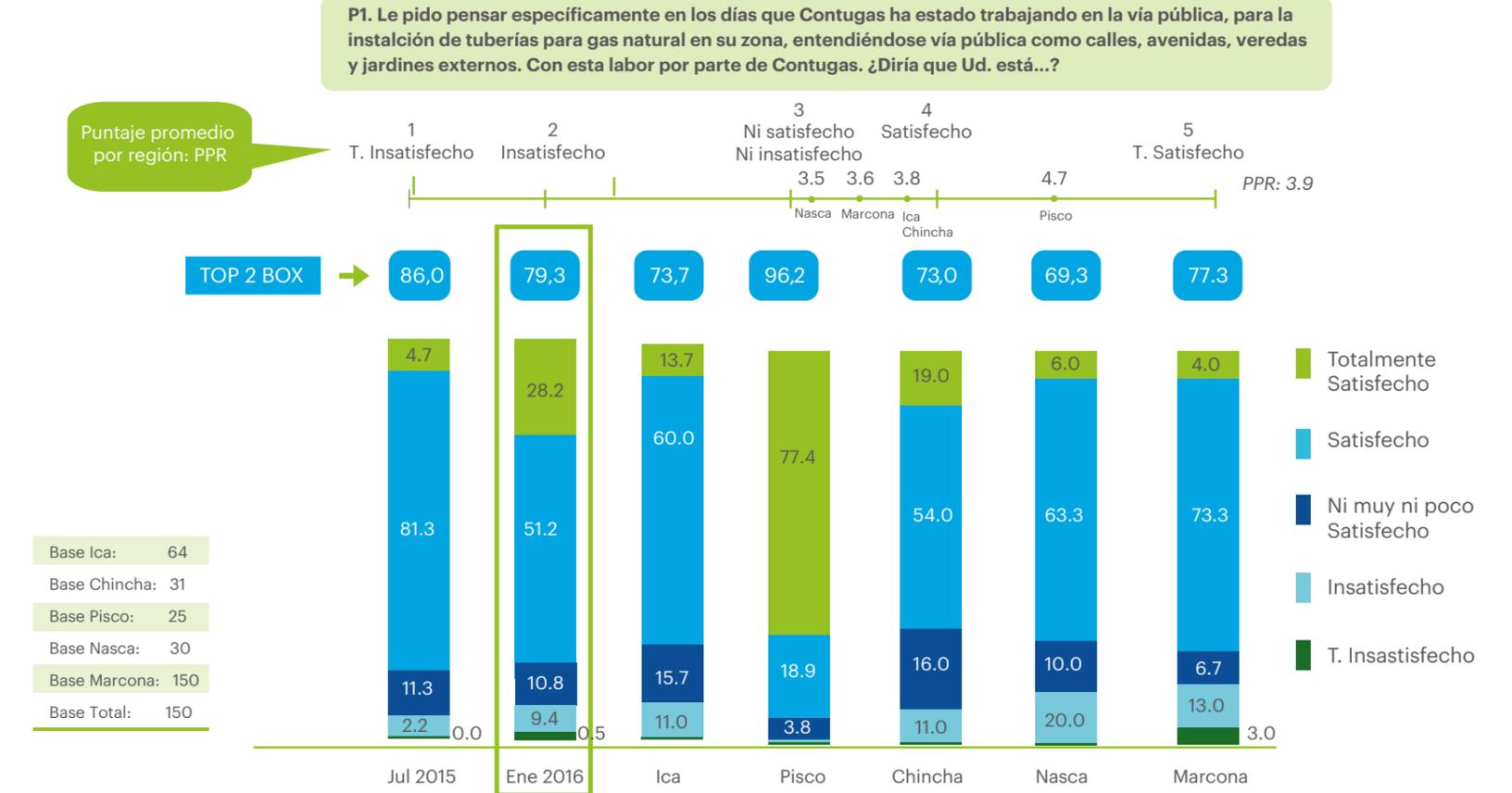
G4 [PR5]

Con respecto al grado de satisfacción sobre la construcción de redes en la vía pública, un 79,3% mencionó estar satisfecho.

Cuadro: **Satisfacción general hacia Contugas**



Cuadro: **Construcción en la vía pública**

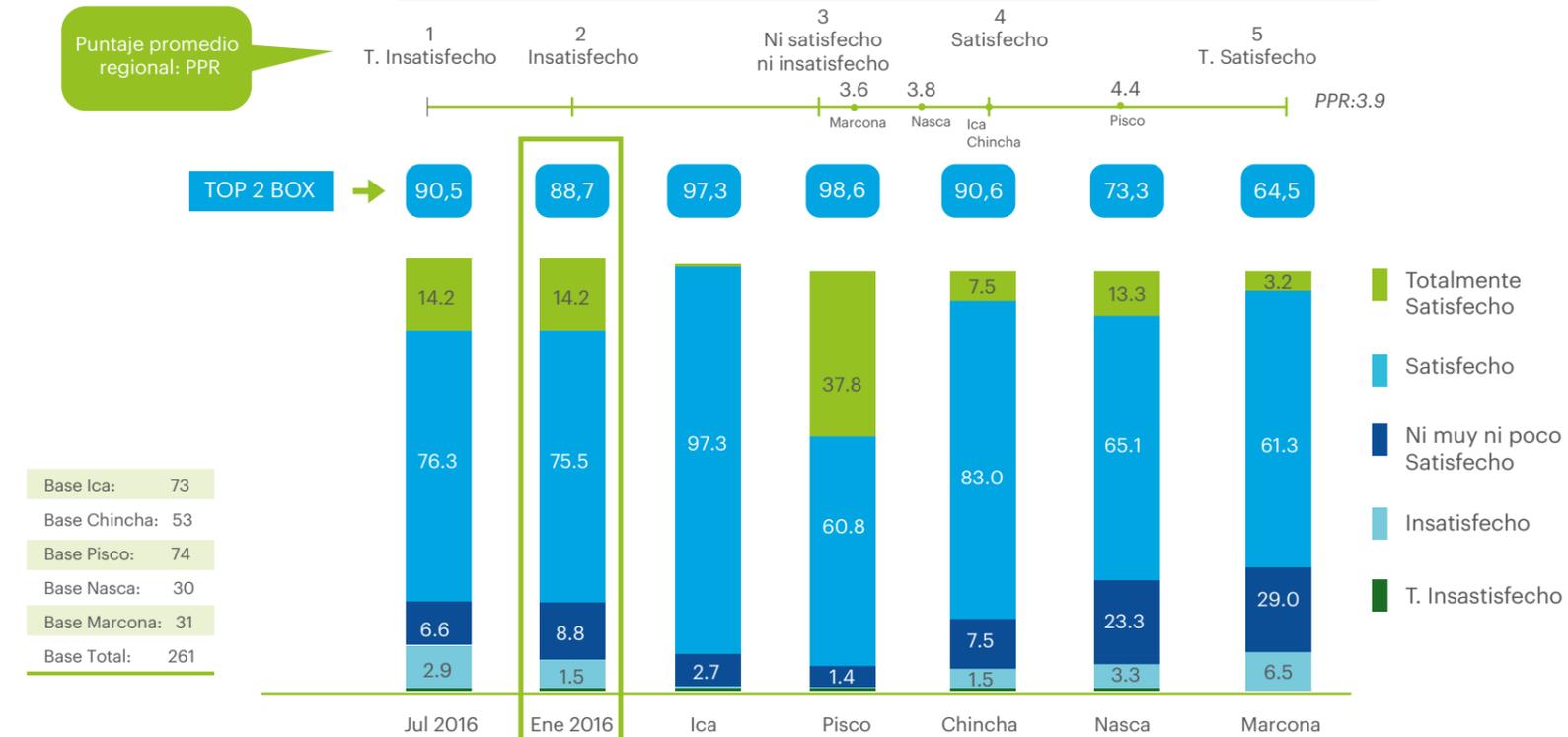


Con respecto al grado de satisfacción sobre el proceso de venta, un 88,7% manifestó estar satisfecho.

Con respecto al grado de satisfacción sobre las instalaciones internas, un 88,9% manifestó estar satisfecho.

Cuadro: **Proceso de Venta**

V.P4. Le pido pensar específicamente en el proceso de venta de Contugas; considerado aspecto como: atención del asesor, entrega de información sobre el servicio y/o el contrato de resolución de sus dudas y consultas, forma de contrato, etc. Con relación a esta labor por parte de Contuga. ¿Diría que Ud. está?



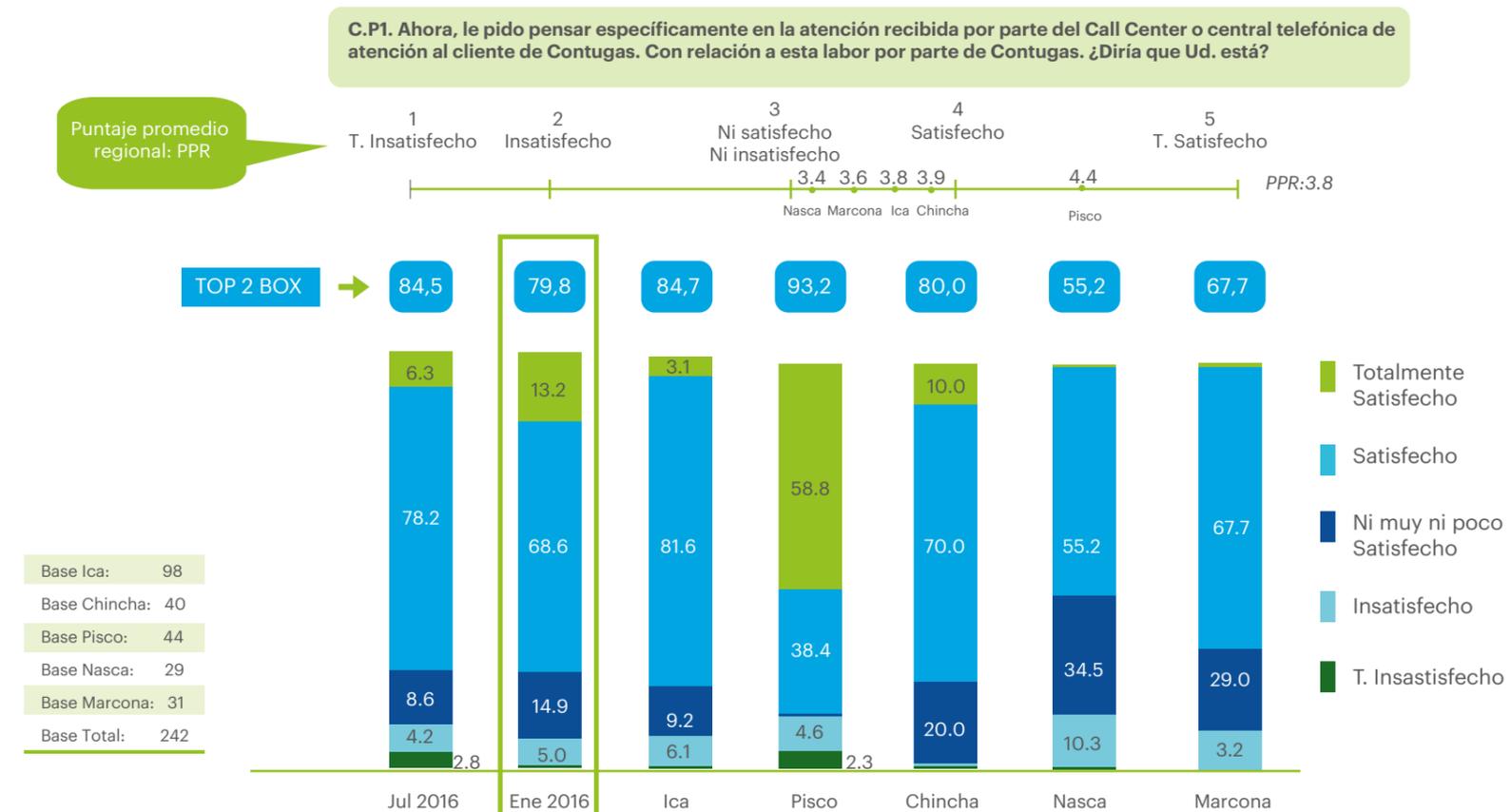
Cuadro: **Instalaciones Internas**

I.P2. Ahora le pido pensar específicamente en la visita a domicilio del personal técnico de Contugas para realizar los trabajos de instalación interna del servicio de gas natural. Con relación a esta labor por parte de Contugas. ¿Diría que Ud. está...?



Con respecto al grado de satisfacción de la atención en la oficina de servicios al cliente, un 79,8% se manifestó satisfecho.

Cuadro: **Atención de Call Center**



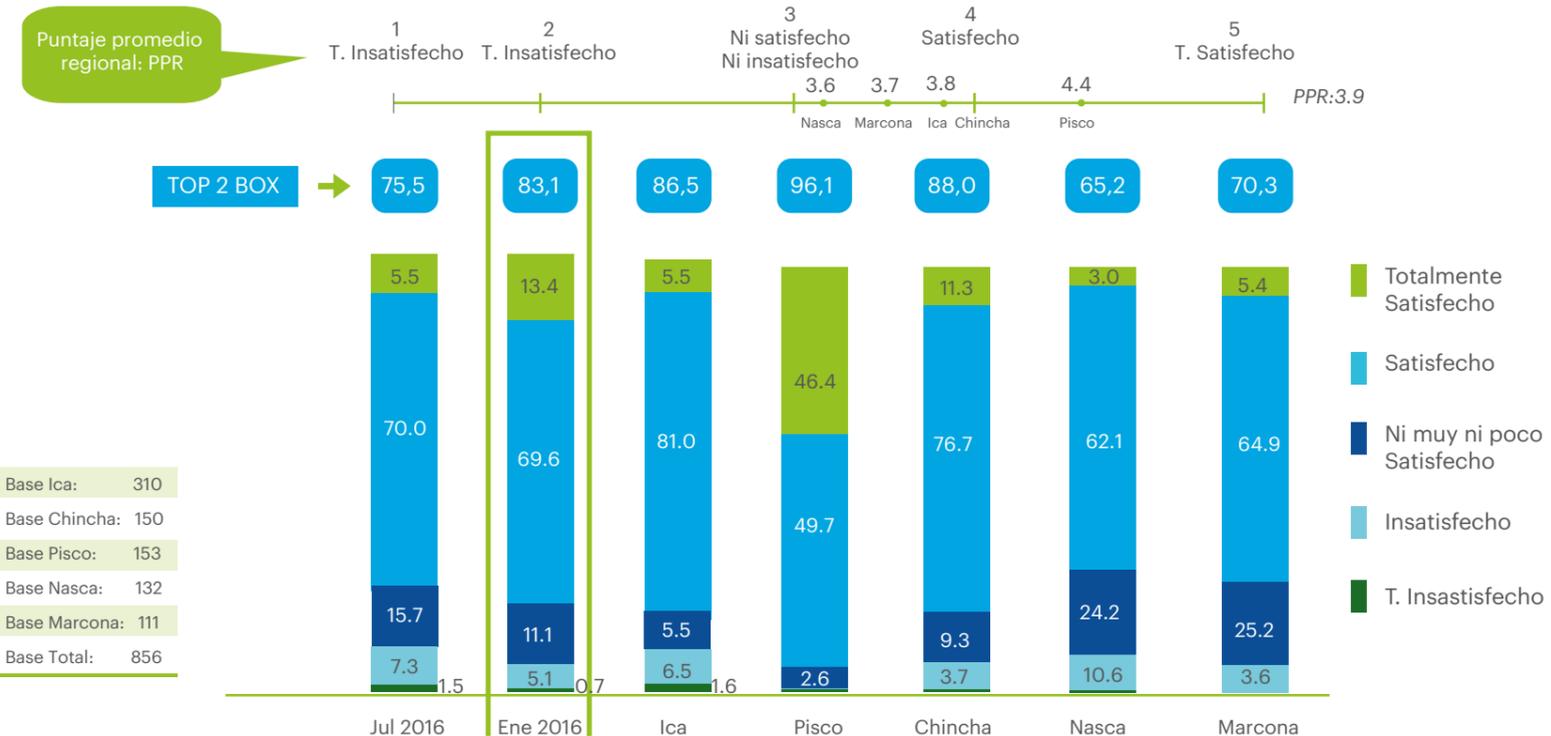
De otro lado se puede apreciar un comparativo de la satisfacción a nivel general de Contugas.

Cuadro: **Proceso de Facturación**

F.P1. Tras la habilitación o activación del servicio de gas natural en su domicilio, ¿he recibido ya el recibo?



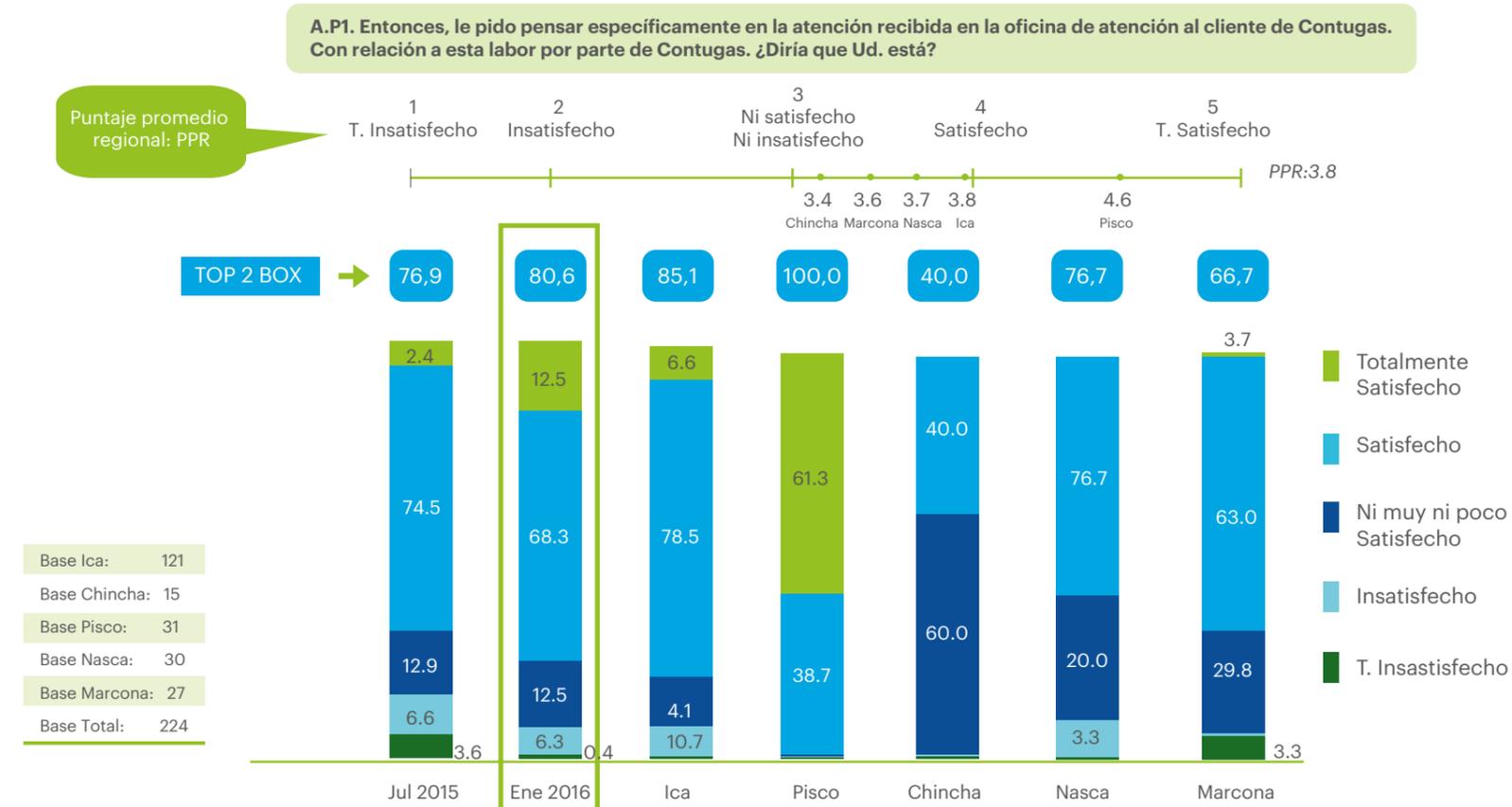
P1. Le pido pensar específicamente en el proceso de venta de Contugas; considerado aspecto como: atención del asesor, entrega de información sobre el servicio y/o el contrato de resolución de sus dudas y consultas, forma de contrato, etc. Con relación a esta labor por parte de Contuga. ¿Diría que Ud. está?



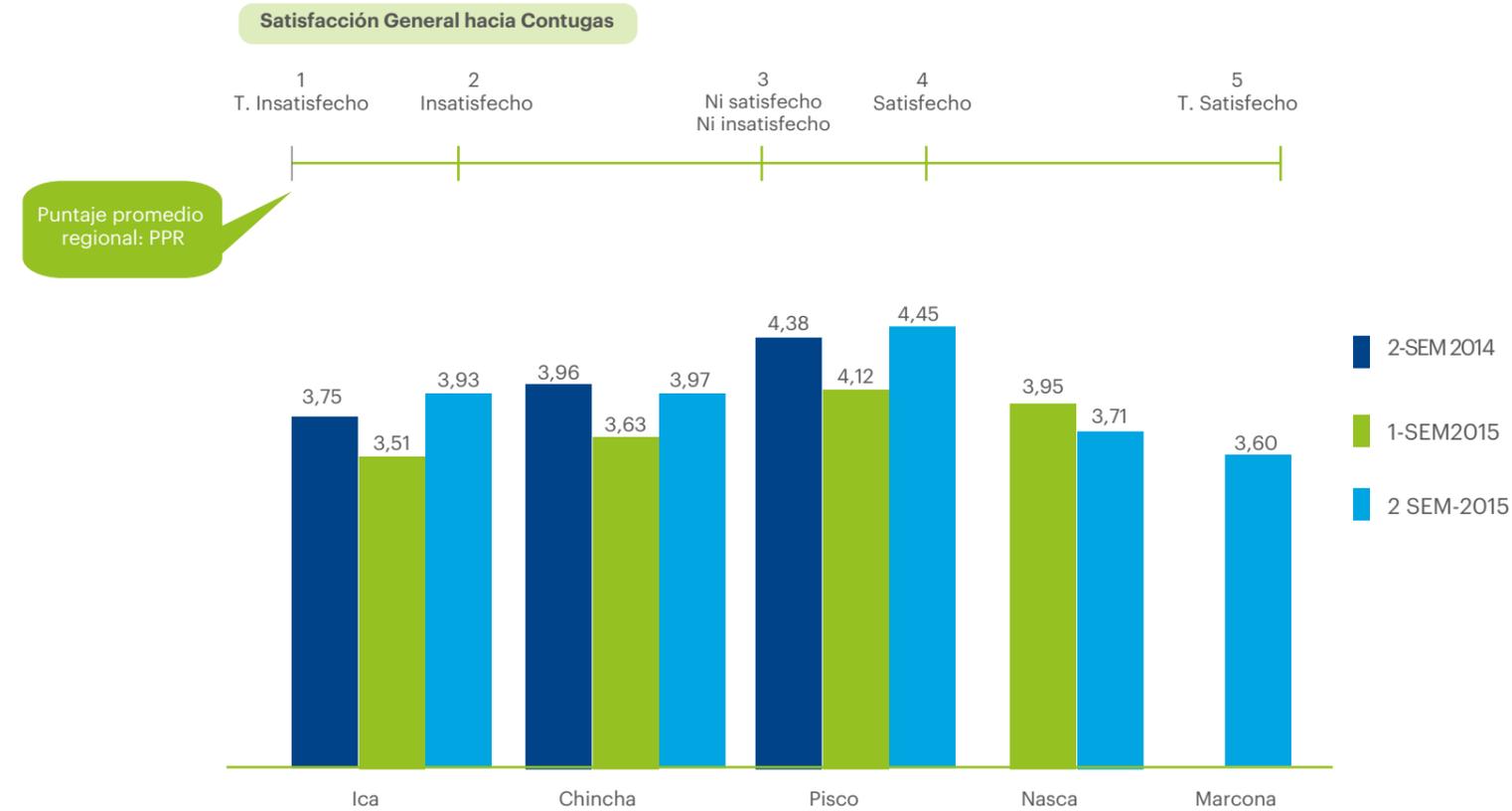
Con respecto al grado de satisfacción de la atención en la oficina de servicios al cliente, un 80,6% se manifestó satisfecho.

De otro lado se puede apreciar un comparativo de la satisfacción a nivel general de Contugas.

Cuadro: **Atención en Oficina**



Cuadro: **Resumen Comparativo**





Se puede apreciar una tendencia al crecimiento en el segundo semestre de 2015 en las localidades de Ica, Chincha y Pisco; en comparación con el primer semestre de 2015. Mientras que en Nasca hay una disminución de 0,24 puntos respecto al primer semestre del 2015. En tanto en Marcona se realizó por primera vez la medición durante el segundo semestre del 2015.

4. Actividades e iniciativas 2015

Una de las actividades destinadas a mejorar la satisfacción de los clientes de Contugas fue el lanzamiento del programa Contuclub.

Es un programa que premia la preferencia de los clientes de Contugas para que puedan gozar de ciertos beneficios. Entre estos beneficios se encuentran:

- ▶ Promociones y descuentos a través de alianzas con establecimientos de importante presencia en la zona de concesión de la empresa.
- ▶ Eventos exclusivos para clientes de Contugas.
- ▶ Sorteo de premios por pago puntual y promociones de ventas.

Con esta iniciativa Contugas mejora la experiencia del cliente premiando su pertenencia, incentivando el pago puntual y reforzando la percepción positiva hacia el servicio por ser el primer programa de beneficios de una empresa de servicios públicos en la región Ica.

Los objetivos del programa son:

- ▶ Mejorar la experiencia del cliente, premiando la pertenencia.
- ▶ Incentivar el pago puntual.
- ▶ Reforzar la percepción positiva hacia los servicios, pues se trata del primer club de beneficios de una empresa de servicios públicos con presencia local.
- ▶ Servir como plataforma de soporte para proyectos comerciales, ventas residenciales y comerciales, venta de gasodomésticos y servicios de postventa.

- ▶ Incentivar el crecimiento del segmento comercial vía alianzas para traslado de beneficios a clientes y en beneficio mutuo.

Contuclub funciona de la siguiente manera:

- ▶ La afiliación es automática, ya que todos los clientes forman parte de Contuclub a partir de la fecha de lanzamiento y a partir de su incorporación como cliente de Contugas.
- ▶ El servicio no tiene costo.
- ▶ El programa traslada promociones de empresas terceras aliadas de Contuclub, a través de cupones.
- ▶ Cuponera Contuclub, cada ciudad cuenta con una versión propia de cuponera que contiene las promociones y las indicaciones para canjearlas.

5. Retos

Mejorar el Índice de Satisfacción al Cliente.

ASPECTO: BENEFICIOS DEL SERVICIO

1. ¿Por qué es importante?

La distribución de gas natural es un servicio económico, seguro, que contribuye a la protección del medio ambiente y brinda comodidad. Para Contugas resulta sustantivo que los hogares, comercios e industrias de la región Ica conozcan ello pues forma parte de su negocio hacerlo, así como de los compromisos que

tiene la empresa en la generación de una cultura de gas natural.

2. ¿Cómo lo gestionamos?

Desarrollando una estrategia de comunicación externa basada en espacios de diálogo y herramientas de comunicación que buscan fortalecer los lazos de confianza que se tienen con los grupos de interés de la empresa. Acompañando ello se realizan campañas de marketing destinadas a posicionar los diversos beneficios que tiene el servicio para los distintos clientes.

Gráfico: Espacios de diálogo



Fuente: Elaboración propia Contugas

Gráfico: **Herramientas de comunicación**



Fuente: Elaboración propia Contugas

Cuadro: **Beneficios del gas natural**

Beneficios del gas natural	
G4 [DMA-PRODUCTOS Y SERVICIOS]	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Menor precio. ▶ Se paga lo que se consume. ▶ Se paga posterior al consumo. ▶ Valoriza su inmueble.
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Disponible las 24 horas del día, los 365 días al año.
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Mejora la calidad de vida de la población.
G4 [ENZ7]	<ul style="list-style-type: none"> ▶ No tienes que salir de tu casa para abastecerte de gas. ▶ Se evita almacenar dentro de la casa tanques ó cilindros. ▶ Menor presión de almacenamiento en su vivienda. ▶ Sistemas mecánicos de prevención y monitoreo satelital.
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Revisión periódica de los sistemas instalados. ▶ Atención para emergencias las 24 horas del día, los 365 días al año. ▶ En caso, de una inadecuada manipulación se eleva por ser más ligero que el aire.
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Amigable con el medio ambiente. ▶ Cuida tu salud. ▶ No requiere de procesos de transformación para su uso.

Fuente: Elaboración propia Contugas

3. ¿Cómo lo evaluamos?

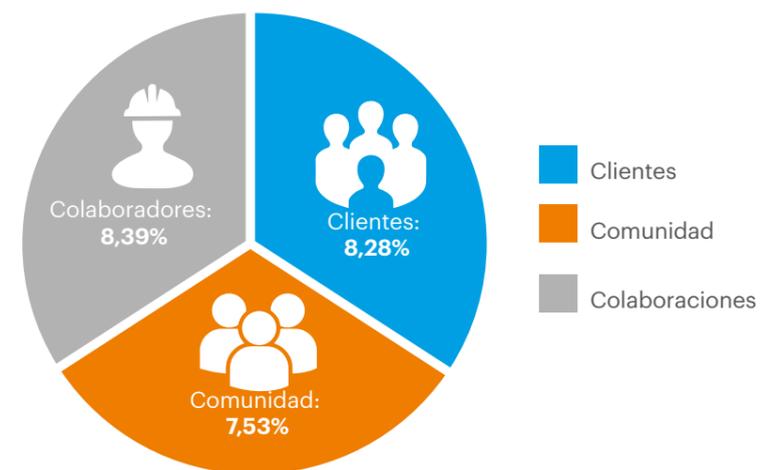
A través del registro de quejas relacionadas a las característica y seguridad del producto. El avance de los indicadores del SGI, del Plan de Marketing y del Plan de Comunicación.

Asimismo, cada año la empresa realiza su medición de Imagen por Reputación Verificable, obteniendo durante 2015 un 8,07% frente a un 7,89% registrado en el 2014.

Los resultados por grupo de interés fueron:

Cuadro : **Índice de Imagen por Reputación Verificable**

Índice de Imagen por Reputación Verificable 2015 8,07%



4. Actividades e iniciativas 2015

En el área de Comunicación Externa, se intensificó la presencia en medios a nivel regional, como una condición necesaria para apoyar el crecimiento del área comercial en las diversas localidades donde Contugas opera.

En el área de Marketing, se realizaron campañas tales como:

CAMPAÑA “MARCONA YA CUENTA CON GAS NATURAL”

- ▶ **Objetivo.** Apoyar la consecución de los objetivos de ventas para la ciudad de Marcona, en el marco del cumplimiento de metas del contrato BOOT.
- ▶ **Público objetivo.** Pobladores de la ciudad de Marcona, clientes potenciales.
- ▶ **Estrategia:**
 - ▶ Generación de cultura de gas natural, a través de campañas de difusión de sus beneficios en medios de comunicación masiva.
 - ▶ Relacionamiento con la comunidad, a través del auspicio de eventos locales de carácter masivo.
- ▶ **Principales actividades.**
 - ▶ Participación en Semana Turística de Marcona a través de auspicio del show infantil “Llegó el gas natural”, colaboración en el curso por las principales calles del distrito e instalación de carpas informativas (febrero).
 - ▶ Auspicio del concurso de cultura general inter-promociones organizado por la Municipalidad de Marcona (febrero-marzo).



- ▶ Campaña publicitaria en radio y TV y relacionamiento con medios de comunicación, a través de entrevistas y reportajes (febrero a abril).

- ▶ Envío de adjuntos al recibo de gas natural (abril).

▶ **Indicadores/Logros 2015.**

- ▶ Cumplimiento de 1.602 clientes habilitados al 30 de abril del 2015.

- ▶ Participación masiva de pobladores en eventos organizados por Contugas.

PARTICIPACIÓN EN EVENTOS FESTIVOS LOCALES

▶ **Objetivo.**

Reforzar la imagen positiva de Contugas entre los clientes actuales y potenciales, a través del auspicio de festividades locales de carácter masivo, a fin de cumplir con las metas comerciales.

▶ **Público objetivo.** Clientes actuales y potenciales y comunidad en general, en la región Ica.

▶ **Estrategia.**

Relacionamiento con los clientes actuales y potenciales y con la comunidad en general, a través del auspicio de eventos locales de carácter masivo.

▶ **Principales actividades.**

- ▶ Auspicio de carros alegóricos en Festival Internacional de la Vendimia de Ica, principal festividad de la región.

- ▶ Participación y charla en Expopyme Pisco, dirigido a segmento comercial.

- ▶ Auspicio de conferencias por el 40vo aniversario de creación de la Reserva Nacional de Paracas.

- ▶ Auspicio Gran Carrera 4.5 Km en alianza con Grupo Stroke y Club de Leones de Ica.



- ▶ Publicaciones en prensa local.

▶ Indicadores/Logros 2015.

- ▶ Cumplimiento de metas para el 1er año del contrato BOOT.

- ▶ Participación masiva de pobladores en eventos organizados por Contugas.

CAMPAÑA “CON GNV LA HACES LINDA”

▶ **Objetivo.**

Posicionar al gas natural vehicular (GNV) como la mejor alternativa de combustible para vehículos de largo recorrido, resaltando su bajo precio, su seguridad y el cuidado del medio ambiente. Forma parte de la estrategia de desarrollo del mercado de GNV en la región Ica

▶ **Público objetivo.**

Público en general, en particular transportistas de la región Ica.

▶ **Estrategia.**

- ▶ Crecimiento del mercado vía bonos de GNV y promoción de fuentes de financiamiento para conversiones de vehículos.

- ▶ Generación de cultura de GNV a través de campañas de difusión en medios masivos y otros canales no convencionales, con la finalidad de reforzar beneficios y derribar mitos.

- ▶ Impulsar reformas para la obtención de un marco regulatorio favorable.

▶ **Principales actividades.**

- ▶ Lanzamiento de Campaña en evento automotriz “Expomotor 2015”. A través de la “carretera del ahorro”, los visitantes llegaron a nuestra zona GNV y recibieron información sobre el producto y conversiones vehiculares, además de participar en sorteos y concursos.

- ▶ Evento de inauguración de grifo primera estación de servicios con GNV por red de ductos en la ciudad de Ica y su difusión en prensa.

- ▶ Inicio de campaña publicitaria acerca de los beneficios del GNV en medios masivos: radio, paneles y prensa local.

- ▶ Auspicio y participación en eventos dirigidos a inversionistas en el rubro de GNV.

- ▶ Publicaciones en medios especializados.

▶ **Indicadores/Logros 2015.**

- ▶ Lanzamiento de campaña en Expomotor 2015: Impacto directo en 16.000 visitantes y rebote en medios periodísticos por tres días.

- ▶ Inclusión de la región Ica en el programa de promoción de vehículos de GNV con fondos del FISE (Fondo de Inclusión Social Energético), a cargo del Osinergmin, que facilitará la conversión de vehículos a través de financiamiento.



CAMPAÑA “CONTU-AYUDA RECICLAMOS”

► **Objetivo.**

Reforzar el beneficio “ecología” como parte de los atributos del servicio de gas natural. Asociar la imagen de Contugas a una empresa preocupada por el medio ambiente.

► **Público objetivo.** Clientes de Contugas de Pisco, Chincha e Ica.

► **Estrategia/Actividades**

Sensibilizar a los clientes respecto al cuidado del medio ambiente, incentivándolos a participar de forma activa reciclando botellas plásticas, con ocasión del Día del Medio Ambiente.

► **Indicadores/Logros 2015**

Participación activa de casi 300 clientes.

5. Retos

En relación a las campañas de marketing:

► Posicionar la campaña “Contu-ayuda” como una iniciativa de cuidado medioambiental con participación masiva de la comunidad, en especial de los clientes.

- Cumplir los objetivos del contrato BOOT para el segundo año de operaciones.
- Continuar relacionamiento con la comunidad a través de presencia en eventos festivos locales.

En relación a comunicación externa:

- Mejorar el indicador de imagen por reputación verificable reforzando la presencia de Contugas en: medios de comunicación, comunidad, estudiantes, colaboradores y autoridades.
- Consolidar la presencia de Contugas en las redes sociales, incrementando el número de usuarios en cada uno de los espacios donde nos encontramos presentes.
- Consolidar el espacio radial “Contigo” como espacio de difusión de la cultura de gas natural y del Plan de Prevención de Daños.
- Desarrollar un programa de sostenibilidad para periodistas.

F. SER UN EXCELENTE LUGAR PARA TRABAJAR

G4 [DMA-EMPLEO]

i. Marco de actuación

En Contugas se siguen los lineamientos de la Política Corporativa de Colaboradores, buscando fortalecer el compromiso de los trabajadores con la gestión empresarial y el mejoramiento de sus condiciones laborales. Asimismo, se aplican los principios laborales expuestos en el Pacto Mundial de las Naciones Unidas.

Hitos “Ser un excelente lugar para trabajar”

- Actualización del Reglamento Interno de Trabajo.
- Incremento del Índice de Satisfacción del Ambiente Laboral.
- Actualización de todos los procedimientos del área de acuerdo a los lineamientos de Gestión de Talento Humano brindados por el corporativo.
- Definición del Modelo de Liderazgo de Gestión del Talento Humano.
- Inicio del Programa de Gestores Certificados basado en el Modelo de Liderazgo Definido.
- Actualización de los organigramas.
- Cumplimiento al 100% del Plan de Capacitación.
- 85% de satisfacción de las actividades de bienestar.



Pacto Mundial

ASPECTO: ATRACCIÓN Y RETENCIÓN DEL TALENTO HUMANO

1. ¿Por qué es importante?

Contar con un equipo de colaboradores eficiente, que goce de oportunidades de crecimiento, buenas condiciones de trabajo, en medio de un clima laboral óptimo; redundará en un mayor rendimiento, bienestar y mejores resultados para la empresa.

2. ¿Cómo lo gestionamos?

A través de la Política Corporativa de Colaboradores, Reglamento Interno de Trabajo, Código de Ética y procedimientos internos.

Cuadro: Desglose de empleados según categoría

Categoría de empleado*	# Varones	# Mujeres	Total
Asistente	5	8	13
Auxiliar	20	5	25
Coordinador/Supervisor	19	3	22
Gerente	2	2	4
Ingeniero / Analista	15	13	28
Ingeniero Senior / Analista Senior	17	12	29
Practicante	8	8	16
Sub Gerente	12	3	15
Técnico	17	3	20
Total colaboradores	115	57	172

Fuente: Elaboración propia Contugas

A diciembre de 2015, Contugas contaba con una fuerza laboral de 172 personas, cinco menos en relación al año 2014.

Cuadro: Desglose de empleados por contrato fijo

Categoría de empleado*	# Varones	# Mujeres	Total
Tiempo completo	40	21	61
Tiempo parcial	0	0	0
Contrato temporal	0	0	0
Total colaboradores	40	21	61

* La data no incluye personal practicante.

Fuente: Elaboración propia Contugas

Cuadro: Desglose de empleados por contrato indeterminado

Por contrato indeterminado*	# Varones	# Mujeres	Total
Tiempo completo	67	28	95
Tiempo parcial	0	0	0
Contrato temporal	0	0	0
Total colaboradores	67	28	95

* La data no incluye personal practicante.

Fuente: Elaboración propia Contugas

Cuadro: Desglose de empleados por procedencia

Por procedencia*	# Varones	# Mujeres	Total
Lima	140	92	48
Extranjero	16	15	1

* La data no incluye personal practicante.

Fuente: Elaboración propia Contugas

Cuadro: Desglose de empleados por edad

Categoría de empleado*	# Varones	# Mujeres	Total
</=30 años	36	23	59
30 - 50 años:	68	26	94
> 50 años	3	0	3

* La data no incluye personal practicante.

Fuente: Elaboración propia Contugas

3. ¿Cómo lo evaluamos?

En Contugas, se realiza cada año un proceso de evaluación por desempeño y la evaluación por cumplimiento de objetivos. Asimismo se realiza la encuesta del Great Place To Work (GPTW).

4. Actividades e iniciativas 2015

En relación al proceso de reclutamiento y selección se cumplió con la contratación del personal dentro del plazo establecido, en tanto el porcentaje de personas que han pasado el periodo de prueba ha sido muy elevado, demostrando el grado de efectividad del proceso. Es así, que en el 2015 se realizaron 34 contrataciones, tal como figura en el siguiente cuadro.

Cuadro: Nuevas contrataciones 2015

Categoría de empleado*	# Varones	# Mujeres	Total nuevas contrataciones 2015
<30 años	6	7	13
30 - 50 años:	16	5	21
> 50 años	0	0	0
Total	22	12	34

*La data no incluye personal practicante.

Fuente: Elaboración propia Contugas

La tasa de rotación anual registrada en el 2015 en Contugas fue de 28,8%, 29 puntos menos en comparación con el año pasado. De este porcentaje, un 10.3% correspondió a renuncia voluntaria, un 13.5% correspondió a término de contrato, un 1.9% correspondió a mutuo disenso, un 1.9% correspondió a despido, y un 1.3% correspondió a término por periodo de prueba.

Cuadro: Nuevas contrataciones 2015

Edad	# Varones	# Mujeres	Total
<30 años	4.5%	4.5%	9%
30 - 50 años:	14.1%	4.5%	18.6%
> 50 años	1.6%	0.6%	1.9%
Total	19.9%	9%	28.8%

En tanto seis colaboradores (cinco varones y una mujer) se reincorporaron al trabajo en el 2015.

De otro lado, se ha actualizado el Reglamento Interno de Trabajo además de la actualización de los organigramas.

5. Retos

Los retos relacionados a este aspecto para 2016 son:

- ▶ Mantener y/o superar la efectividad del proceso de Reclutamiento y Selección.
- ▶ Implementar el Plan de Mejoramiento de Relaciones Laborales.
- ▶ Implementar el programa de re-inducción.
- ▶ Implementar el Plan de Acción para el Cambio de sede de personal de Ica.

ASPECTO: DESARROLLO DEL TALENTO HUMANO

1. ¿Por qué es importante?

Desarrollar las competencias y habilidades de los colaboradores forma parte de las acciones de Gestión Humana, relacionada con la retención del talento humano. Para los colaboradores es importante conocer cómo se gestiona este aspecto, imprescindible para su crecimiento profesional.

2. ¿Cómo lo gestionamos?

Se efectúan diversas actividades relacionadas al desarrollo del talento humano siguiendo los lineamientos de la Política Corporativa de Colaboradores. Entre estas se encuentran:

- Premio a la Innovación: tiene el objetivo de promover el desarrollo de la competencia organizacional de creatividad e innovación del personal de la empresa. El concurso surge de la aprobación para destinar \$10.000,00 del presupuesto del Plan de Capacitación Individual – Grupal, para premiar con cursos que escojan los ganadores de las propuestas innovadoras que generen valor a la empresa.

En esta segunda edición, estuvo dirigido a todos los trabajadores de la empresa, excepto Gerentes y Sub Gerentes.

Se inició el concurso con la fase de creación de propuestas innovadoras, realizadas en cinco “Talleres de Innovación” de

cuatro horas académicas y la participación de 146 trabajadores. En esta Fase 0 se creó un espacio para que las ideas innovadoras sean expuestas a los jurados logrando recoger 126 propuestas y la participación de 136 trabajadores, que constituyen el 90% de la población a la que fue dirigido el concurso.

El concurso tuvo cuatro fases, siendo seleccionadas tres propuestas en la última fase. Los criterios de evaluación fueron: alienación estratégica, factibilidad, costo/beneficio y presentación de la propuesta.

- El Plan de Gestión por Competencias: La Gestión por competencia se considera como la sombrilla de la cual se desprenden las principales actividades del Desarrollo Organizacional, a fin de lograr la identificación, desarrollo y sostenibilidad de las competencias que generen valor a la empresa.

El reto para la empresa es desarrollar las cinco competencias organizacionales, alineadas al PEC, visión y misión de la empresa e identificar las competencias técnicas por puesto de trabajo que permita una mejor gestión por competencias.

Gráfico: **Competencias organizacionales**



Fuente: Elaboración propia Contugas

- El Plan de Capacitación. Los temas de capacitación dictadas a los colaboradores en el 2015, fueron:
 - Capacitaciones sobre temas internos (procedimientos, políticas, etc.)

Aprendiendo del negocio.	Charlas de SGI.
Curso e-Learnig de la campaña de autocontrol.	Espacios confinados.
Evaluación crediticia de comercios.	Manejo seguro de gases comprimidos.
Manual de Contratación, Estatuto de Contratación y proceso de compras.	Prevención de incendios y uso de extintores.
Procedimiento de fuerza mayor y modificaciones al reglamento de distribución.	Reporte de accidentes de trabajo e incidentes peligrosos.
Supervivencia en el desierto.	Técnicas de ventas, pasos de la venta, manejo de afecciones.
Uso y mantenimiento de equipos de protección respiratoria.	Ventas residenciales y ventas comerciales.

- Capacitaciones sobre temas externos (que ayudan a mejorar las competencias de los colaboradores):

5° conferencia gas natural Perú 2015.	Bases de datos espaciales: Postgis 2.
Capacitación feedback.	Certificación IG1.
Conferencia del desarrollo de la energía.	Certificación IG3.
Congreso de gestión de proyectos.	Congreso de marketing.
Conocimiento de instalaciones internas.	Curso de certificación CISCO.
Curso de evaluaciones de calidad en auditoría interna.	Curso de primeros auxilios.
Curso de presupuesto s10.	Curso: como hacer un buen cierre tributario 2015.
Curso de especialización en gas natural.	Diplomado de marketing.
Formación de líderes - “Taller de Gestión del Cambio”.	Gestión de proyectos.
Habilidades de negociación.	Homologación de proveedores.
Hot Tap.	Infraestructuras de datos espaciales (IDE) y Geoportales.
Inglés Nivel Pre Intermedio.	Maestría en administración (MBA).
Inglés Nivel Avanzado.	Maestría en gestión de la inversión social.
Manejo defensivo en dunas 4x4.	PEC.
Manejo defensivo zonas urbanas.	Perú energía 2015: III Conferencia de petróleo, gas y electricidad.
Póliza IG.	Prevención de incendios y uso de extintores.
Programa de formación en competencias en determinación del azufre total y técnicas de muestreo.	Protección catódica.
SAP -FI.	Taller alineación estratégica – GECO.

Taller de coaching: Elaboración del Plan de Acción para alinear los objetivos del equipo.	Taller de innovación.
Taller de metodología spin.	Trabajo en altura.
UBA 08 modelos de gestión comercial.	VIII foro de estaciones de servicio
Workshop Samll to mid ING.	

3. ¿Cómo lo evaluamos?

A través del proceso de evaluación de desempeño y del cumplimiento de los indicadores de los planes de capacitación.

4. Actividades e iniciativas 2015

En relación a la evaluación de desarrollo de competencias:

- ▶ Actualización de procedimientos alineados a los procedimientos del corporativo.
- ▶ Se efectuó la segunda evaluación de desarrollo y feedback a todo el personal.
- ▶ Desarrollo de los planes de acción a fin de promover el desarrollo de competencias deseadas para su perfil.
- ▶ Actualización y difusión de los organigramas y perfiles.
- ▶ Actualización y difusión de los procedimientos de capacitación.
- ▶ Elaboración y desarrollo del Plan de Capacitación Anual Individual y Grupal.
- ▶ Identificación de la cultura deseada.
- ▶ Programa de Gestión del Cambio dirigido a los Gerentes,

Sub Gerentes y personal con gente a cargo a fin de contar con un equipo denominados "Gestores" para el desarrollo de la cultura deseada.

▶ Segundo Concurso del Premio a la Innovación:

- ▶ Se motivó, desarrolló y reconoció la competencia organizacional de Creatividad e Innovación, teniendo en cuenta también que Contugas tiene como misión "estar soportada por un equipo innovador..."
- ▶ Se obtuvieron 126 propuesta de innovación, que recogen oportunidades de mejora para la empresa, y de implementarse podrían significar oportunidades de ahorro en tiempos de los procesos y/o ganancias económicas.
- ▶ Del concurso, cuya inversión fue de \$10.000, distribuidos en tres premios de \$5.000, \$3.000 y \$2.000 respectivamente, para los tres ganadores; se obtuvieron propuestas con una oportunidad de ahorro total de \$279.706,8 de las siguientes propuestas ganadoras:
- ▶ **Primer lugar:** "Interconexión del sistema de medición de clientes industriales con SCADA y OPEN" por Piero Dongo Segura (oportunidad de ahorro es de \$38.074,50 anual).

- ▶ **Segundo lugar:** "Mantenimiento en tu celular" por Ricardo Diaz Rueda (oportunidad de ahorro es de \$176.200,00 anual).
- ▶ **Tercer lugar:** "Venta online" por Francisco Melgarejo (oportunidad de ahorro es de \$65.432,30 anuales).

Cuadro: **Porcentaje de empleados que recibieron evaluación de desarrollo**

Sexo	% de empleados que han recibido una evaluación de desarrollo en el 2015
Varones	68%
Mujeres	32%
Total colaboradores 146	

Fuente: Elaboración propia Contugas

▶ En relación al Plan de Capacitación:

- ▶ Inversión de S/.104.000,00 nuevos soles en la formación de los líderes mediante el programa Gestión del Cambio, a fin de identificar la cultura deseada y la certificación de Gestores del Cambio.
- ▶ Inversión en maestrías de tres colaboradores.
- ▶ 120% del cumplimiento del objetivo de ejecución del Plan de Capacitación Grupal e Individual 2015.
- ▶ Generación de 973 horas en capacitaciones internas.
- ▶ Se han incrementado en 162,8% las horas hombre, pasando de 5.574 (HH) a 9.076 (HH) logradas en el 2015.
- ▶ Implementación de la Evaluación de la Eficacia de la

"9.076 HH de capacitación, significando un incremento de 162,8% en relación al 2014".

Pacto Mundial

Capacitación respecto del 2014. Teniendo como resultados:

- ▶ Importancia de los cursos para el área:
 - 54% Muy Bueno.
 - 40% Bueno.
 - 6% Regular.
- ▶ Nivel de satisfacción del capacitado respecto del curso:
 - 27% Muy Bueno.
 - 62% Bueno.
 - 7% Regular.
 - 4% No sabe.

▶ Resultado visible del colaborador luego de haber asistido al curso:





- ▶ 9% Ha implementado oportunidades de mejora.
- ▶ 28% Sugiere propuestas de mejora a raíz del curso.
- ▶ 44% Pone en práctica los nuevos conocimientos.
- ▶ 19% Aprendió nuevos conceptos.
- ▶ 0% No aprendió nada.

Pacto Mundial

Respecto al Plan de Gestión por Competencias:

Competencias organizacionales (transversales)

- ▶ Se inició el Plan de Mejora de la Cultura Idónea, a través de la construcción del modelo de liderazgo de gestión del talento humano, a través de los Gerentes y Sub Gerentes, y la implementación del mismo a través del Programa de Gestión del Cambio.
- ▶ A nivel estratégico de los Gerentes y Sub Gerentes se realizaron cinco sesiones a fin de definir la cultura deseada para Contugas, consensuando las metas de la empresa con las metas de las áreas a través de exposiciones y reflexiones, ello permitió armar un modelo Contugas que resume los pasos a tener en cuenta para ser una empresa sostenible.
- ▶ A nivel táctico las ocho sesiones del Programa de Gestión del Cambio permite a todo aquel con personal a cargo desarrollar y evidenciar las competencias esperadas para sus perfiles, teniendo como meta transversal entender y desarrollar la cultura deseada en el personal a cargo luego de certificarse como Gestor del cambio.
- ▶ A nivel operativo nos centramos en:
 - ▶ El desarrollo de la innovación a través del concurso Premio a la Innovación, y el acompañamiento a los once finalistas con el curso de Gestión de Proyectos.



- ▶ Reforzar la comunicación entre el personal y jefes directos, por ello posterior a la medición de Evaluación de Desarrollo, se monitoreó logrando el 100% del cumplimiento de feedback por parte de los jefes, para dar a conocer al personal oportunidades de mejora; y se monitoreó logrando el 100% del seguimiento del Plan de Acción que realizan los jefes a fin de evidenciar mejoras de comportamientos esperados según sus perfiles y retroalimentación del trabajo que vienen haciendo.

Pacto Mundial

Competencias Técnicas

- ▶ Se destinaron S/.28.000,00 nuevos soles para el proyecto de identificación de las competencias técnicas y puestos críticos del área Comercial y la Sub Gerencia de Operaciones, este proyecto se desarrollará entre el 2015 y 2016 para identificar conocimientos claves de aquellos puestos críticos para la operación de la empresa a fin de contar con información que permita gestionar la de retención del personal con talento.
- ▶ El Plan de Capacitación Individual Grupal de Contugas, destinó \$40.928,27 de presupuesto para el desarrollo de las competencias técnicas del personal.
- ▶ Se realizaron 65 cursos técnicos de los cuales corresponde al Plan Anual de Capacitación organizado por Gestión Humana, 46 cursos priorizados según objetivos estratégicos de la empresa, haciendo un total 5.053 horas hombre de capacitación (ver tabla).
- ▶ La comparación del nivel de la eficacia no es posible por estar programado su aplicación para febrero 2016.
- ▶ Se ha capacitado a 47 líderes, 1.040 horas hombres capacitados. Fueron cinco sesiones que permitió identificar la cultura deseada y ocho sesiones de cuales se ejecutaron cinco sesiones en el 2015, dejando para 2016 tres sesiones.

G4 [LA10]

G4 [LA9]

Cuadro: Distribución de los cursos técnicos 2015



Técnico

Organizado por Gestión Humana		Organizado por HSEQ		Organizado por otras áreas		Total	
HH	Nº Cursos	HH	Nº Cursos	HH	Nº Cursos	HH	Nº Cursos
5.053	46	1.122	12	594	7	6.769	65

Fuente: Elaboración propia Contugas

Cuadro: **Capacitaciones externas**

Indicador	Capacitación 2015
Nº de capacitaciones	80
Nº de personal capacitado	198
Total de horas hombre capacitada	9.076
Índice de asistencia (%)	No se reporta

Fuente: Elaboración propia Contugas

Cuadro: **Capacitaciones internas**

Indicador	Capacitación interna 2015
Nº de capacitaciones	14
Nº de personal capacitado	177
Total de horas hombre capacitada	973
Índice de asistencia (%)	No se reporta

Fuente: Elaboración propia Contugas

Cuadro: **Capacitaciones internas desglosadas por categoría de empleado**

Categoría de empleado	Total de capacitados	Total de horas hombre capacitado	Horas de formación promedio por empleado	Nro. Varones	Total de horas hombre capacitado	Horas de formación promedio por empleado
Alta gerencia	6	165	28	2	101	51
Gerencia media	13	1.546	119	3	534	178
Nivel asesor	20	1.570	79	4	463	116
Nivel profesionales	37	1.690	46	26	1.209	47
Otros cargos	56	1.158	21	31	640	21
Total colaboradores	132	6.129	46	66	2.947	45

Fuente: Elaboración propia Contugas

Cuadro: **Capacitaciones externas desglosadas por categoría de empleado**

Categoría de empleado	Total de capacitados	Total de horas hombre capacitado	Horas de formación promedio por empleado	Nro. Varones	Nro. Mujeres
Alta gerencia	8	266	33	6	2
Gerencia media	16	2.080	130	13	3
Nivel asesor	24	2.033	90	20	4
Nivel profesionales	63	2.899	46	37	26
Otros cargos	87	1.798	21	56	31
Total colaboradores	198	9.076	46	132	66

Fuente: Elaboración propia Contugas

5. Retos

- ▶ Consolidar el concurso "Premio a la Innovación" como parte de la cultura de la empresa.
- ▶ Propiciar un ambiente que promueva las propuestas innovadoras a través de los líderes.
- ▶ Mantener el total de horas capacitadas durante 2015.
- ▶ Incrementar el nivel de eficacia de las capacitaciones.
- ▶ Incrementar las horas de capacitaciones internas.
- ▶ Implementar el proyecto Gestión del Conocimiento para desarrollar la metodología del desarrollo de las competencias técnicas de los puestos operativos de la Sub Gerencia de Mantenimiento.
- ▶ Continuar con el levantamiento de las competencias técnicas de los procesos y cargos críticos.
- ▶ Implementar un programa de mejoramiento de clima organizacional mediante el comité de clima.
- ▶ La percepción de la gestión de capacitación del personal, sin bien ha sido mejor a la última medicación del Grate Place to Work en un 1%, requiere optimizar el conocimiento y uso del procedimiento de capacitación individual – grupal y difusión de los indicadores logrados.

- ▶ Medir el nivel de eficacia de las capacitaciones 2015, para compararlas con la medición de 2014 e informar a los jefes para su consideración en la planificación de las capacitaciones 2016.
- ▶ Hacer un piloto del área de Mantenimiento para evidenciar las capacitaciones internas de los procesos de aprendizaje de temas técnicos del personal, para ejercer nuevas funciones como parte de los procesos internos de ascensos, cambio de puestos y/o cierres de brechas de acuerdo al perfil.

ASPECTO: CLIMA LABORAL Y BIENESTAR DE LOS COLABORADORES

1. ¿Por qué es importante?

El bienestar de los colaboradores contribuye a mejorar el clima laboral de la empresa, para ellos es importante trabajar en una organización cuyas prácticas de bienestar tienen el objetivo de equilibrar la vida familiar y el trabajo, vital para su desempeño profesional, personal y familiar.

2. ¿Cómo lo gestionamos?

Durante los meses de noviembre y diciembre se realizaron Focus Group que ayudaron a conocer las necesidades de los colaboradores. En base a este diagnóstico se diseñó el Plan de Bienestar 2015, tomando como referencia para la organización de las actividades la clasificación del Instituto Work & Life Balance, el cual busca equilibrar la vida familiar y el trabajo para obtener un ambiente laboral más sano y eficiente:

CATEGORÍAS	EJEMPLOS DE INICIATIVAS O PROGRAMAS
1 Organización	Horario flexible. Experiencia interdepartamental. Home Office.
2 Comunicación	Entorno familiar. Intranet, newsletter, folletos. Sensibilización y concientización.
3 Desarrollo	Diversidad e inclusión, integración generacional Inteligencia emocional, energía vital Salud.
4 Beneficios	Préstamos. Tarjeta de descuentos. Servicio de tintorería.
5 Familia	Guardería. Geriatría. Test vocacional, prácticas laborales.
6 Medición	Eisc Dashboard, balanced business scorecard. Estadísticas. Encuestas de clima, Great Place to Work.
7 Creatividad	Iniciativa original que caracterice a la organización.

Fuente: Elaboración propia Contugas

De este plan, los beneficios más resaltantes fueron la Chequera Súperbien que tuvo dos beneficios adicionales: cuatro días de teletrabajo y ocho días de licencia por paternidad; se implementó el Programa Contusaludable por el que todos los jueves se desarrolló una actividad en beneficio de la salud del colaborador (masajes, consulta nutricional, pausas activas, consultas médicas, etc.), horario de verano para compartir en familia; asimismo se aprobó la política de préstamos por calamidad doméstica lo cual permitió que los colaboradores que sufrieron alguna emergencia de salud familiar o en sus viviendas puedan cubrir tales contingencias.

Las actividades fueron desarrolladas hasta en un 97% debido a que los paseos turísticos no se realizaron porque el presupuesto fue destinado para cubrir una actividad producto del proceso de sinergia con las otras empresas del GEB (Halloween) y asumir el incremento aprobado en Comité de Gerencia por concepto de canasta navideña.

Los beneficios brindados fueron:

- ▶ Salud y deporte: Programa Contusaludable con campañas de masajes; convenios con gimnasios, campañas de vacunación; pausas activas, consultas médicas.
- ▶ Celebraciones institucionales: Reconocimientos al personal por logro de objetivos, Full Day.
- ▶ Familia: Día del Niño, Fiesta de Fin de Año, Fiesta de Navidad del Niño, premio excelencia académica, Canasta Navideña, Bienvenido Bebé Contugasito, Pésame Contugas, días libres para compartir en familia, plan de salud para padres.
- ▶ Integración y reconocimiento: Día de la Mujer, Día de la Madre, Día de la Asistente Administrativa, Día del Padre, día libre por aniversario laboral, cumpleaños del personal, paintball para personal soltero, Halloween.
- ▶ Otros: Convenios con universidades, préstamos de vivienda, préstamos por calamidad doméstica, día libre de cumpleaños, escolaridad, vacaciones de 22 días hábiles, chequera Súperbien, horario de verano.

Cuadro: Indicadores del Plan de Bienestar 2015

	Cantidad
Nro. de beneficios brindados a colaboradores	30 actividades de bienestar
Nro. de colaboradores beneficiados	172
Monto invertido en estos beneficios	\$124.497,79
Monto invertido en beneficios sociales (de ley)	S/.1'062.050,04

Fuente: Elaboración propia Contugas

“74% fue el índice de aceptación general de Contugas en la encuesta del Grace Place to Work”.



- ▶ 85% de satisfacción con las actividades de bienestar.
- ▶ Programa de Voluntariado Corporativo “Contigo”: Este programa se realiza con la finalidad de contribuir a la creación de valor social a través de la participación de los colaboradores de Contugas, favoreciendo su desarrollo personal y profesional. Incluyen iniciativas con los niños, pro ambientales, transferencia de conocimientos y colectas. Participa personal de Lima, Ica, Chincha y Pisco.

T6-T10-T21

En 2015 se realizaron dos actividades de voluntariado:

- ▶ Voluntariado solidario: Participaron 35 colaboradores en la actividad navideña, destinada a llevar alegría a más de cien niños de los centros de educación especial de Chincha, así como de los asentamientos humanos.
- ▶ Voluntariado académico: Participaron 12 especialistas de las áreas de Operaciones, Comercial, HSEQ y Relaciones Institucionales; quienes transmitieron sus conocimientos a la comunidad en temas relacionados al sector energético, como parte del programa de mejoramiento de capacidades “Gestores de Energía”. Se utilizaron 200 HH.

5. Retos

- ▶ Realizar actividades que contribuyan a la integración entre los colaboradores de la empresa.
- ▶ Lograr que todos los colaboradores (distribuidos en seis sedes) reciban los diferentes beneficios que se coordinen.
- ▶ Establecer mecanismos de comunicación que permitan escuchar y conocer las necesidades sentidas de los colaboradores a lo largo del año.
- ▶ Lograr que el 100% de colaboradores se sientan felices trabajando en Contugas.
- ▶ Incrementar el número de participantes en las actividades del voluntariado.
- ▶ Lograr que el índice de satisfacción sea mayor a 85%.

Pacto Mundial

G. CONTAR CON UNA CADENA DE ABASTECIMIENTO SOSTENIBLE

i. Marco de actuación

Según el Manual de Políticas Corporativas de Abastecimiento y la Política Corporativa de Contratación, Contugas busca garantizar un suministro responsable, sostenible y efectivo en función del costo del riesgo, del impacto y de la oportunidad. El área de Abastecimiento y Logística vela por el cumplimiento de este compromiso, con el soporte de todas las áreas.

ASPECTO: GESTIÓN DE PROVEEDORES Y CONTRATISTAS

1. ¿Por qué es importante?

Es necesario prevenir y mitigar los impactos ambientales, sociales y laborales derivados del relacionamiento con terceros en la cadena de valor, e identificar y en lo posible materializar oportunidades de desarrollo con los proveedores y contratistas.

2. ¿Cómo lo gestionamos?

En virtud a los lineamientos del Estatuto de Contratación y el Manual de Supervisión. De otro lado, se realiza un trabajo en conjunto con Cálidda, compartiendo documentación técnica de los procesos de homologación.

La empresa cuenta con cláusulas generales en las órdenes de servicio y compra; y se informan en todas las solicitudes privadas, especiales y públicas de oferta; aspectos relacionados a las buenas prácticas laborales, ambientales y de Derechos Humanos.

Para el proceso de homologación, se tienen en cuenta los siguientes procedimientos:

Hitos “Contar con una cadena de abastecimiento sostenible”

- ▶ Culminación de la revisión de todos los procedimientos internos para la gestión de proveedores.
- ▶ Inicio y seguimiento a los planes de homologación de proveedores y Re Evaluación de contratos.
- ▶ Se contrataron oportunamente a los contratistas de obras para dar cumplimiento a los hitos del contrato BOOT, logrando ya cumplir las metas de conexiones del 2017.

G4 [DMA-EVALUACIÓN DE LAS PRÁCTICAS LABORALES DE LOS PROVEEDORES]

Cuadro: **Procedimiento de homologación**

Procesos / Procedimientos a aplicar	Aspectos a evaluar	Gestión del proceso	No críticos	Críticos	
			Bienes / Servicios	Bienes	Servicios
Análisis de riesgo del proveedor	Financiero, jurídico, reputacional	Interno	x		
Homologación de proveedor crítico	Organización y obligaciones legales, análisis de riesgo y capacidad financiera, capacidad operativa, gestión de calidad, gestión en seguridad y salud, gestión ambiental, gestión de clientes, responsabilidad social, Plan de Continuidad del Negocio.	Tercerizado		x	x
Homologación de bienes críticos	Cumplimiento de especificaciones técnicas, ensayos de laboratorio, certificados, muestras, pruebas de campo.	Interno/Tercerizado		x	
Revisión en listas restrictivas	SARLAFT	Interno	x	x	
Actualización de base de datos de proveedor	Datos generales, SUNAT, Central de Riesgos, carta de presentación.	Interno	x	x	

Fuente: Elaboración propia Contugas

Además, se realizan capacitaciones con el fin de fortalecer a los proveedores y contratistas en temas relacionados a los procesos internos de Contugas y de sostenibilidad, ética, entre otros.

Los principales servicios y bienes solicitados a los proveedores y contratistas en 2015 fueron:

- ▶ Servicios de construcción de redes de polietileno (PE).
- ▶ Servicios de instalación y comercialización de instalaciones internas.

- Servicios de postventa, corte y reconexión de clientes.
- Monitoreos ambientales.
- Obras de excavación, reparaciones, tapado y protección de redes de gas.
- Obras civiles menores

Cuadro: **Indicadores de proveedores homologados**

	Cantidad	Tipo de proveedor o contratista (qué servicio brinda)
Número de proveedores y contratistas homologados en 2015	12	Fabricación y comercialización de tuberías y accesorios de polietileno, PE AL PE y poliválvulas.
Porcentaje de proveedores y contratistas homologados en 2015	4,3%	Actividad de arquitectura e ingeniería. Importadora y comercializadora de válvulas y accesorios en acero. Comercialización, distribución, representación, importación y exportación de insumos, materias prima, herramientas, piezas y repuestos y maquinaria en general. Empresa dedicada al diseño, construcción y habilitación de redes de gas natural y GLP (internas y externas) en los sectores residencial, comercial y gran envergadura. Fabricación de reguladores y accesorios para gas natural y gas LP. Comercialización y venta de productos de control y medición en sistemas de conducción. Consultoría ambiental, metalmecánica.

Fuente: Elaboración propia Contugas

Cuadro: **Indicadores de proveedores homologados bajo criterios de sostenibilidad**

	Cantidad
Número de proveedores y contratistas que se examinaron en función de criterios de buenas prácticas laborales.	12
Porcentaje de proveedores y contratistas que se examinaron en función de criterios de buenas prácticas laborales.	4,3%
Número de proveedores y contratistas que se examinaron en función de criterios ambientales.	12
Porcentaje de proveedores y contratistas que se examinaron en función de criterios ambientales.	4,3%
Número de proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a los Derechos Humanos.	12
Porcentaje de proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a los Derechos Humanos.	4,3%

Cuadro: **Indicadores de capacitaciones a proveedores por sedes**

	Cantidad	Chincha	Ica
Número de capacitaciones a proveedores y/o contratistas.	6	2	6
Número de proveedores y/o contratistas capacitados.	2	7	28
Porcentaje de proveedores y/o contratistas capacitados.		0,2%	0,6%

Fuente: Elaboración propia Contugas

Cuadro: **Indicadores de capacitaciones a proveedores**

	Cantidad
Número de capacitaciones realizadas a proveedores y contratistas.	8
Número de proveedores y contratistas a los que se le capacitó.	35
% de proveedores y contratistas los que se le capacitó.	3.5%

Fuente: Elaboración propia Contugas

Cuadro: **Indicadores de proveedores con contratos que incluyen criterios de sostenibilidad**

	Cantidad	Tipo de proveedor o contratista (qué servicio brinda)
Número de proveedores y contratistas cuyos contratos incluyen cláusulas con criterios ambientales.	7	Contratos de obra, construcción de redes externas e internas.
% de proveedores y contratistas cuyos contratos incluyen cláusulas con criterios ambientales.	2.5%	Contratos de obra, construcción de redes externas e internas.
Número de proveedores y contratistas cuyos contratos incluyen cláusulas con criterios laborales.	279	Todos los contratistas tienen estas cláusulas (construcción, consultorías, monitoreos, materiales, etc.).
% de proveedores y contratistas cuyos contratos incluyen cláusulas con criterios laborales.	100%	Todos los contratistas tienen estas cláusulas (construcción, consultorías, monitoreos, materiales, etc.).
Número de proveedores y contratistas cuyos contratos incluyen cláusulas con criterios de Derechos Humanos.	279	Todos los contratistas tienen estas cláusulas (construcción, consultorías, monitoreos, materiales, etc.).
% de proveedores y contratistas cuyos contratos incluyen cláusulas con criterios laborales.	100%	Todos los contratistas tienen estas cláusulas (construcción, consultorías, monitoreos, materiales, etc.).
Número de proveedores y contratistas cuyos contratos incluyen cláusulas para evitar el trabajo infantil y/o trabajo forzoso.	279	Todos los contratistas tienen estas cláusulas (construcción, consultorías, monitoreos, materiales, etc.).
% de proveedores y contratistas cuyos contratos incluyen cláusulas para evitar el trabajo infantil y/o trabajo forzoso.	100%	Todos los contratistas tienen estas cláusulas (construcción, consultorías, monitoreos, materiales, etc.).

Fuente: Elaboración propia Contugas

G4 [DMA-EVALUACIÓN DE LOS PROVEEDORES EN MATERIA DE DERECHOS HUMANOS]

3. ¿Cómo lo evaluamos?

A través de la encuesta de satisfacción a los proveedores y de la evaluación de desempeño y cumplimiento de estándares de los proveedores y contratistas.

4. Actividades e iniciativas 2015

Inicio de la implementación de los planes de reevaluación de proveedores y el Plan Anual de Homologaciones 2015.

El año 2015 fue el inicio de un periodo de relacionamiento y conocimiento más amplio de los proveedores. Se inició el contacto con los proveedores críticos de los bienes y servicios.

Se realizaron además capacitaciones concentradas en:

- ▶ Dar a conocer a los proveedores los procedimientos internos de Gestión de Proveedores.
- ▶ Capacitaciones realizadas por los proveedores a contratistas y áreas usuarias.
- ▶ Reuniones regulares con los proveedores homologados, donde se les capacitó en procesos internos (compras, almacenes y otros).

Asimismo, se han efectuado visitas a las instalaciones de los proveedores para conocer de cerca su infraestructura y capacidad operativa.

De otro lado, como resultado de las evaluaciones y/o auditorías se han implementado planes de mejora con los siguientes proveedores:



INDASA

Producto: Gabinetes o cajillas de protección de centros de medición.

Plan de Mejora: Implementación de la Norma Nacional de Seguridad y Salud en el Trabajo
Se culminara en Febrero del 2016.

ISSA Perú SAC

Servicio: Comercialización, diseño, construcción y habilitación de obras para instalación de redes internas en comercios.

Plan de Mejora: Mejora en el almacenamiento de producto en consignación y optimización de los tiempos de atención en la construcción de instalaciones comerciales.

Se culminará en Febrero del 2016.

En relación al proceso del fortalecimiento de capacidades se realizaron las siguientes actividades:

- ▶ Capacitación a contratistas sobre distribución e instalaciones internas y externas.
- ▶ Capacitación de materiales a:
 - ▶ Humcar: Proveedor de reguladores residenciales y comerciales.
 - ▶ Cumplimiento del Plan de Capacitaciones 2015 (3 capacitaciones al año).
 - ▶ Dirigido a supervisores, instaladores y área usuarias.
 - ▶ Extracol: Proveedor de tuberías y accesorios de polietileno.

- ▶ Cumplimiento del Plan de Capacitaciones 2015 (dos capacitaciones al año).
- ▶ Dirigido a supervisores, instaladores y área usuarias.

- ▶ Proveedores y Contratistas
- ▶ Charla sobre canal ético, dilemas éticos, valores corporativos.
- ▶ Charlas propuestas por los proveedores a nuestras áreas usuarias.

Se realizaron ocho charlas durante 2015.

5. Retos

- ▶ Desarrollar un Plan de Fortalecimiento de Capacidades de Proveedores en la región Ica.
- ▶ Seguimiento al Plan de Homologaciones 2016.
- ▶ Seguimiento al Plan de Re Evaluación de Contratos 2016.
- ▶ Implementación de la norma ISO 9001.
- ▶ Categorización del maestro de materiales y servicios.

CONTUGAS S.A.C.

ESTADOS DE SITUACION FINANCIERA
31 DE DICIEMBRE DE 2015 Y 2014
(En miles de dólares estadounidenses (US\$000))

	Notas	2015 US\$000	2014 US\$000		Notas	2015 US\$000	2014 US\$000
ACTIVOS				PASIVOS Y PATRIMONIO			
ACTIVOS CORRIENTES:				PASIVOS CORRIENTES:			
Efectivo	5	5,842	29,306	Préstamos	11	3,562	3,152
Cuentas por cobrar comerciales	6	11,085	3,768	Cuentas por pagar comerciales	12	5,138	9,233
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas	18	138	688	Cuentas por pagar a entidades relacionadas	18	85	348
Inventarios	7	5,670	6,495	Otros pasivos	13	918	724
Otros activos financieros		53	63				
Otros activos	8	3,707	7,272	Total pasivos corrientes		9,703	13,457
Total activos corrientes		26,495	47,592				
ACTIVOS NO CORRIENTES:				PASIVO NO CORRIENTE:			
Instalaciones, mobiliario y equipo, neto	9	2,416	2,692	Préstamos	11	343,272	332,749
Cuentas por cobrar comerciales	6	13,503	13,795	Cuentas por pagar a entidades relacionadas	18	-	13,564
Activos intangibles, neto	10	350,047	334,418	Total pasivos no corrientes		343,272	346,313
Activos por impuestos a las ganancias diferidos	17	-	255				
Otros activos	8	13,725	12,123	Total pasivos		352,975	359,770
Total activos no corrientes		379,691	363,283				
				PATRIMONIO:			
				Capital social emitido	14	129,495	115,408
				Pérdidas acumuladas		(76,284)	(64,303)
				Total patrimonio		53,211	51,105
TOTAL		406,186	410,875	TOTAL		406,186	410,875

Las notas adjuntas son parte integrante de los estados financieros.

CONTUGAS S.A.C.

ESTADOS DE RESULTADOS Y OTROS RESULTADOS INTEGRALES
POR LOS AÑOS TERMINADOS EL 31 DE DICIEMBRE DE 2015 Y 2014
(En miles de dólares estadounidenses (US\$000))

	Notas	2015 US\$000	2014 US\$000
Ingresos por servicio de construcción del sistema de distribución		18,023	68,843
Ingresos por servicio de distribución de gas natural		38,362	11,137
Ingresos por venta de instalaciones internas		4,377	12,444
Ingresos por derechos de conexión		4,505	6,343
Costo de servicio de construcción del sistema de distribución		(18,023)	(68,843)
Costo de servicio de distribución de gas natural		(19,405)	(23,532)
Costo de venta de instalaciones internas		(3,772)	(10,676)
Ganancia (Pérdida) bruta		24,067	(4,284)
Gastos generales y administrativos	15	(16,090)	(16,959)
Ingresos financieros		114	31
Cargas financieras		(16,607)	(8,949)
Otros ingresos, neto		1,831	722
Diferencia en cambio, neta	4 (i)	(5,041)	(1,299)
Total		(35,793)	(26,454)
Pérdida antes de impuestos a las ganancias		(11,726)	(30,738)
Impuesto a las ganancias	16	(255)	(8,373)
Pérdida neta del año		(11,981)	(39,111)
Otros resultados integrales del año		-	-
Total resultados integrales del año		(11,981)	(39,111)

Las notas adjuntas son parte integrante de los estados financieros.



CAPÍTULO IV: ANEXOS

A. TABLA GRI, ISO 26000, PACTO GLOBAL Y TEMAS MATERIALES CONTUGAS

CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES					
Contenidos Básicos Generales	Descripción	Comentario / Omisiones	Página	ISO 26000	Pacto Mundial
ESTRATEGIA Y ANÁLISIS					
G4-1	Declaración del responsable principal de las decisiones de la organización sobre la importancia de la sostenibilidad para la empresa.		8	6.2	Declaración de adhesión
PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN					
G4-3	Nombre de la organización.		11		
G4-4	Marcas, productos y servicios más importantes.		11-14-15		
G4-5	Lugar donde se encuentra la sede central de la organización.		11		
G4-6	Países en los que opera la organización.		11-14-15		
G4-7	Naturaleza del régimen de propiedad y su forma jurídica.		11-14-15		
G4-8	Mercados a los que sirve la organización.		11-14-15		
G4-9	Tamaño de la organización, a partir de su número de empleados, operaciones, ventas o ingresos netos, entre otros.		74-132		
G4-10	Número de empleados por contrato laboral y sexo.		132		
G4-11	Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos.	Contugas no cuenta con sindicato, pero respetamos la negociación colectiva y a los sindicatos de sus contratistas.	143		
G4-12	Cadena de suministro de la organización.		30		
G4-13	Cambio significativo que haya tenido lugar durante el periodo objeto de análisis en el tamaño, la estructura, la propiedad accionarial o la cadena de suministro de la organización.		27		
G4-14	Abordaje de la organización del principio de precaución.		77	6.2	Principios 1, 3 y 6
G4-15	Cartas, principios u otras iniciativas externas de carácter económico, ambiental y social que la organización suscribe o ha adoptado.		19-69-70	6.8.3	
G4-16	Asociaciones y organizaciones de promoción nacional o internacional a las que la organización pertenece.		19-21-47-69-70		
ASPECTOS MATERIALES Y COBERTURA					
G4-17	Entidades que figuran en los estados financieros consolidados de la organización y otros documentos equivalentes.		17-25	6.2	

G4-18	Proceso que se ha seguido para determinar el contenido de la memoria y la cobertura de cada aspecto.		50-51-52-53	6.8.3	
G4-19	Aspectos materiales que se identificaron durante el proceso de definición del contenido de la memoria.		50-51-52-56	6.8.3	
G4-20	Cobertura de cada aspecto material dentro de la organización.		56	6.8.3	
G4-21	Límite de cada aspecto material fuera de la organización.		56	6.8.3	
G4-22	Consecuencias de las re expresiones de la información de memorias anteriores y sus causas.	Este es el tercer informe alineado a la GRI en la versión G4.		6.8.3	
G4-23	Cambio significativo en el alcance y la cobertura de cada aspecto con respecto a memorias anteriores.	Se añaden las actividades realizadas en el distrito de Marcona.		6.8.3	
PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS					
G4-24	Grupos de interés vinculados a la organización.		43	6.8.3	
G4-25	Base para la elección de los grupos de interés con los que se trabaja.		44	6.8.3	
G4-26	Enfoque de la organización sobre la participación de los grupos de interés (frecuencia, participación en el proceso de elaboración de la memoria, entre otros).		46	6.8.3	
G4-27	Cuestiones y problemas clave han surgido a raíz de la participación de los grupos de interés.		46	6.8.3	
PERFIL DE LA MEMORIA					
G4-28	Periodo objeto de la memoria.		7		
G4-29	Fecha de la última memoria.		7		
G4-30	Ciclo de presentación de memorias.		7		
G4-31	Punto de contacto para solventar las dudas que puedan surgir sobre el contenido de la memoria.		7		
G4-32	Opción elegida para la memoria.	De conformidad esencial.	7		
CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS					
G4-33	Política y las prácticas vigentes de la organización con respecto a la verificación externa de la memoria.	No contamos actualmente con una política de verificación externa del reporte.	7	7.5.3	
GOBIERNO					
G4-34			27	6.2	
ÉTICA E INTEGRIDAD					
G4-56	Valores, principios, estándares y normas de la organización, tales como códigos de conducta o códigos éticos.		13-16-17-64-66-69	6.8.3	

CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS					
Indicador Generales	Nombre del Indicador GRI	Página .	ISO 26000	Principios Pacto Global	Omisiones
CATEGORÍA: ECONOMÍA					
ASPECTO: DESEMPEÑO ECONÓMICO					
G4-DMA		72			
G4-EC1	Valor económico generado y distribuido.	72-74	6.8.1 - 6.8.2	Principios 1,4,6 y 7	
G4-EC3	Cobertura de las obligaciones de la organización derivadas de su plan de prestaciones.	143	6.4.4		
ASPECTO: PRESENCIA EN EL MERCADO					
G4-DMA		88		Principio 1	
G4-EC5	Relación entre el salario inicial desglosado por sexo y el salario mínimo local en lugares donde se desarrolla operaciones significativas.	88	6.3.7		
ASPECTO: CONSECUENCIAS ECONÓMICAS INDIRECTAS					
G4-DMA Genérico		89		Principios 1,4,6 y 7	
G4-EC7	Desarrollo e impacto de la inversión en infraestructuras y los tipos de servicios.	74-89			
G4-EC8	Impactos económicos indirectos significativos y alcance de los mismos.	73-85-89	6.6.6		
ASPECTO: PRÁCTICAS DE ADQUISICIÓN					
G4-DMA Genérico		89	6.3.9	Principio 1	
G4-EC9	Porcentaje de gasto en los lugares con operaciones significativas que corresponde a proveedores locales.	89	6.8.7		
CATEGORÍA: MEDIO AMBIENTE					
ASPECTO: ENERGÍA					
G4-DMA Genérico		80		Principios 8 y 9	
G4-EN6	Reducción del consumo energético.	79	6.5.4		
ASPECTO: AGUA					
G4-DMA Genérico		81		Principio 8	
G4-EN9	Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.	81-82	6.5.4		

ASPECTO: BIODIVERSIDAD					
G4-DMA Genérico		77		Principios 8 y 9	
G4-EN11	Instalaciones operativas propias, arrendadas, gestionadas que sean adyacentes, contengan o estén ubicadas en áreas protegidas y áreas no protegidas de gran valor para la biodiversidad.	77-83	6.5.6		
G4-EN12	Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad de áreas protegidas o áreas de alto valor en términos de diversidad biológica no protegidas que se derivan de las actividades, los productos y los servicios.	77-79-83	6.5.6		
G4-EN13	Hábitats protegidos o restaurados.	82	6.5.6		
G4-EN14	Número de especies incluidas en la lista roja de la UICN y en listados nacionales de conservación cuyos hábitats se encuentran en áreas afectadas por las operaciones, según el nivel de peligro de extinción de la especie.	79	6.5.6	Principios 7, 8 y 9	
ASPECTO: EMISIONES					
G4-DMA Genérico		81		Principio 7	
G4-EN19	Reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero.	81	6.5.3		
ASPECTO: PRODUCTOS Y SERVICIOS					
G4-EN27	Mitigación del impacto ambiental de los productos y servicios.	125	6.5.4	Principios 8 y 9	
ASPECTO: CUMPLIMIENTO REGULATORIO					
G4-EN29	Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa ambiental.	37-78	4.6	Principios 7, 8 y 9	
ASPECTO: TRANSPORTE					
G4-DMA		78		Principios 8 y 9	
G4-EN30	Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal.	77-78	6.6.6		
ASPECTO: GENERAL					
G4-DMA		74		Principios 7,8 y 9	
G4-EN31	Desglose de los gastos e inversiones para la protección del medio ambiente.	74	6.5.1 - 6.5.2		

ASPECTO: EVALUACIÓN AMBIENTAL DE LOS PROVEEDORES					
G4-DMA Genérico		174			
G4-EN32	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios ambientales.	148-149	6.3.5	Principios 7, 8 y 9	
G4-EN33	Impactos ambientales negativos significativos, reales y potenciales en la cadena de suministro y medidas al respecto.	152	6.3.5		
ASPECTO: MECANISMO DE RECLAMACIÓN AMBIENTAL					
G4-DMA Genérico		100			
G4-EN34	Número de reclamaciones ambientales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación.	99	6.3.6	Principios 7, 8 y 9	
CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL SUB CATEGORÍA: PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DIGNO ASPECTO: EMPLEO					
G4-DMA Genérico		131			
G4-LA1	Número total y tasa de contrataciones y rotación media de empleados, desglosados por grupo etario, sexo y región.	132-133	6.4.3	Principio 6	
G4-LA2	Prestaciones sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por ubicaciones significativas de actividad.	143-144	6.4.4		
G4-LA3	Índices de reincorporación al trabajo y retención tras la baja por maternidad o paternidad, desglosados por sexto.	133	6.4.4		
ASPECTO: CAPACITACIÓN Y EDUCACIÓN					
G4-DMA		134		Principio 6	
G4-LA9	Promedio de horas de capacitación anuales por empleado, desglosado por sexo y por categoría laboral.	137-139-140-141	6.4.7		
G4-LA10	Programas de gestión de habilidades y formación continua que fomentan la empleabilidad de los trabajadores y les ayudan a gestionar el final de sus carreras profesionales.	137-139	6.4.7	Principio 1	
G4-LA11	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional, desglosado por sexo y por categoría profesional.	137	6.4.7	Principios 1 y 6	

ASPECTO: EVALUACIÓN DE LAS PRÁCTICAS LABORALES DE LOS PROVEEDORES					
G4-DMA Genérico		147			
G4-LA14	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a las prácticas laborales.	148 - 149	6.6.6	Principio 6	
ASPECTO: MECANISMO DE RECLAMACIÓN SOBRE LAS PRÁCTICAS LABORALES					
G4-DMA Genérico		145			
G4-LA16	Número de reclamaciones sobre prácticas laborales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación.	145	6.3.6	Principio 1	
SUB CATEGORÍA: SOCIEDAD ASPECTO: COMUNIDADES LOCALES					
G4-DMA Genérico		90			
G4-SO1	Porcentaje de operaciones donde se han implantado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad local.	92-93-94	6.3.9	Principios 1 y 10	
ASPECTO: LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN					
G4-DMA Genérico		66			
G4-SO4	Políticas y procedimientos de comunicación y capacitación sobre la lucha contra la corrupción.	68	6.6.3	Principio 10	
G4-SO5	Casos confirmados de corrupción y medidas adoptadas.	67	6.6.3		
ASPECTO: MECANISMOS DE RECLAMACIÓN POR IMPACTO SOCIAL					
G4-DMA Genérico		100			
G4-SO11	Número de reclamaciones sobre impactos sociales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación.	98-99	6.3.6	Principio 1	
SUB CATEGORÍA: RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS ASPECTO: SALUD Y SEGURIDAD DE LOS CLIENTES					
G4-DMA Genérico		76			
G4-PR1	Porcentaje de categorías de productos y servicios significativos cuyos impactos en materia de salud y seguridad se han evaluado para promover mejoras.	76	6.7.4	Principio 1	

ASPECTO: ETIQUETADO DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS				
G4-DMA Genérico				Principios 1 y 8
G4-PR5	Resultados de las encuestas para medir la satisfacción de los clientes.	115	6.7.1 – 6.7.2	

SUB CATEGORÍA: DERECHOS HUMANOS
ASPECTO: INVERSIÓN

G4-DMA Genérico		69		Principio 6
G4-HR2	Horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los Derechos Humanos relevantes para sus actividades, incluido el porcentaje de empleados capacitados.	69	6.3.5	

ASPECTO: EVALUACIÓN DE LOS PROVEEDORES EN MATERIA DE DERECHOS HUMANOS

G4-DMA Genérico		150		Principios 2 y 6
G4-HR10	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a los Derechos Humanos.	148-149	6.6.6	
G4-HR11	Impactos negativos significativos en materia de Derechos Humanos, reales y potenciales, en la cadena de suministro y medidas adoptadas.	148-149	6.6.6	

ASPECTO: MECANISMOS DE RECLAMACIÓN EN MATERIA DE DERECHOS HUMANOS

G4-DMA Genérico		66		Principios 2 y 6	No se han presentado reclamaciones relacionadas a los DD.HH.
G4-HR12	Número de reclamaciones sobre Derechos Humanos que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación.	66	6.4.3		

SUPLEMENTO SECTORIAL - PETRÓLEO Y GAS

Numero de Indicador	Descripción	Descripción en español(no oficial)	Número de página	Comentario
---------------------	-------------	------------------------------------	------------------	------------

CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS SECTORIALES

G4-OG4	Number and percentage of significant operating sites in which biodiversity risk has been assessed and monitored.	Número y porcentaje de lugares operativos significativos en los que el riesgo a la biodiversidad ha sido evaluado y monitoreado.	77	
--------	--	--	----	--

Aspectos	Temas materiales	Nro. de página
T12 Aspecto Social	Mejorar la calidad de vida de las comunidades en las que se brinda el servicio.	90-96-103
T24 Aspecto Ambiental	Promoción de la protección de las áreas naturales protegidas y la biodiversidad.	78
T21 Aspecto Social	Generación de conocimientos en el sector promoviendo el desarrollo de la industria y la ampliación de cobertura.	90-125-146
T19 Aspecto Social	Desarrollo profesional.	69-134
T25 Aspecto Ambiental	Monitoreo ambiental.	78
T2 Aspecto Económico	Nivel de consumo en la población.	72-103
T4 Aspecto Económico	Atención al cliente: información verídica y rápida respuesta a sus requerimientos.	103-104-106-115
T6 Aspecto Social	Promoción de una cultura del gas natural: potencialidades del producto, cuidado ambiental, seguridad.	78-90-96-125-146
T9 Aspecto Social	Clima laboral.	63-69-142
T10 Aspecto Social	Homologación.	66-69-146
T16 Aspecto Social	Equilibrio entre la vida profesional y personal.	69
T23 Aspecto Social/Ambiental	Impactos generados por la construcción: contaminación ambiental sonora, generación de altas cantidades de polvo, afectación de negocios comerciales y transporte.	78-83-96

B. CUESTIONARIO DE RETROALIMENTACIÓN.

1. ¿Cuál es su apreciación acerca del Informe de Gestión 2015?

- a. Ajeno a su interés
- b. Algo interesante
- c. Interesante
- d. Muy interesante

2. ¿El Informe de Gestión 2015 contribuyó a que conozca más a Contugas?

- a. Nada
- b. Poco
- c. Más o menos
- d. Bastante

3. Califique del uno al cinco la información de los siguientes temas, siendo cinco su opinión más favorable y uno la menos favorable:

Capítulo I: Perfil de la empresa.	<input type="checkbox"/>	Capítulo III: Compromisos de largo plazo Contribuir al bienestar y desarrollo de las comunidades en las que operamos. Aspecto: Fortalecimiento de la cultura de gas natural.	<input type="checkbox"/>
Capítulo II: Contugas y la gestión de la Sostenibilidad.	<input type="checkbox"/>	Capítulo III: Compromisos de largo plazo Contribuir al bienestar y desarrollo de las comunidades en las que operamos. Aspecto: Relacionamiento con la comunidad.	<input type="checkbox"/>
Capítulo III: Compromisos de largo plazo Promover el Gobierno Corporativo y las prácticas de Ética y Transparencia. Aspecto: Buen Gobierno.	<input type="checkbox"/>	Capítulo III: Compromisos de largo plazo Prestar un servicio implementando las mejores prácticas del negocio. Aspecto: Atención al cliente y consumo.	<input type="checkbox"/>
Capítulo III: Compromisos de largo plazo Promover el Gobierno Corporativo y las prácticas de Ética y Transparencia. Aspecto: Ética y lucha contra la corrupción.	<input type="checkbox"/>	Capítulo III: Compromisos de largo plazo Prestar un servicio implementando las mejores prácticas del negocio. Aspecto: Satisfacción del cliente.	<input type="checkbox"/>
Capítulo III: Compromisos de largo plazo Promover el Gobierno Corporativo y las prácticas de Ética y Transparencia. Aspecto: Respeto y promoción de los Derechos Humanos.	<input type="checkbox"/>	Capítulo III: Compromisos de largo plazo Prestar un servicio implementando las mejores prácticas del negocio. Aspecto: Beneficios del producto.	<input type="checkbox"/>
Capítulo III: Compromisos de largo plazo Crear valor para los accionistas. Aspecto: Rendimientos económicos.	<input type="checkbox"/>	Capítulo III: Compromisos de largo plazo Contribuir al bienestar y desarrollo de las comunidades en las que operamos. Aspecto: Apoyo al desarrollo de la región Ica.	<input type="checkbox"/>
Capítulo III: Compromisos de largo plazo Cuidar y respetar el medio ambiente. Aspecto: Gestión ambiental y Biodiversidad.	<input type="checkbox"/>	Capítulo III: Compromisos de largo plazo Ser un excelente lugar para trabajar. Aspecto: Desarrollo del talento humano.	<input type="checkbox"/>
Capítulo III: Compromisos de largo plazo Cuidar y respetar el medio ambiente. Aspecto: Patrimonio arqueológico.	<input type="checkbox"/>	Capítulo III: Compromisos de largo plazo Ser un excelente lugar para trabajar. Aspecto: Clima laboral y bienestar de los colaboradores.	<input type="checkbox"/>
Capítulo III: Compromisos de largo plazo Contar con una cadena de abastecimiento sostenible. Aspecto: Gestión de proveedores y contratistas.	<input type="checkbox"/>		

4. ¿Qué otros temas considera se debería agregar en las próximas ediciones de los informes de gestión de Contugas?

5. Comentarios y/o sugerencias

6. Marque con un aspa si usted integra algunos de estos públicos de interés:

<input type="checkbox"/>	a. Accionistas.	<input type="checkbox"/>	b. Colaboradores (especifique sede).
<input type="checkbox"/>	c. Proveedores y/o Contratistas.	<input type="checkbox"/>	d. Medios de Comunicación.
<input type="checkbox"/>	e. Comunidad (especifique zona).	<input type="checkbox"/>	f. Clientes.
<input type="checkbox"/>	g. Estado.	<input type="checkbox"/>	h. Otros (especifique)

7. Nombres y apellidos:

Provincia: _____

País: _____

Mail: _____

Teléfono de contacto: _____

Si desea colaborar con Contugas puede hacerlo enviando este cuestionario vía correo electrónico a sostenibilidad@contugas.com.pe, o remitírnoslo en forma física a la siguiente dirección:

Calle Morelli 150, Torre 2, C.C. La Rambla, San Borja – Lima 41, Perú.



contugas

GRUPO ENERGÍA DE BOGOTÁ