



INFORME DE SOSTENIBILIDAD

2021





**Somos la primera Telco en ser reconocida con
el sello de empresa incluyente**

Claro subsidiaria de América Móvil
Member of

Dow Jones
Sustainability Indices

Powered by the S&P Global CSA

Líderes en sostenibilidad

CONTENIDO

01.

NUESTRO INFORME DE SOSTENIBILIDAD

6

- 1.1. Acerca de este informe 7.
- 1.2. Carta de nuestro Presidente 9.
- 1.3. Cifras relevantes del 2021 14.
- 1.4. Premios, certificaciones y reconocimientos recibidos en el 2021 16.

03.

DESEMPEÑO ECONÓMICO, CRECIMIENTO RENTABLE Y COMPETITIVIDAD

45

- 3.1. Gestión financiera 49.

02.

LO QUE SOMOS EN CLARO COLOMBIA

23

- 2.1. Nuestro máximo órgano de gobierno 26.
- 2.2. Gobierno corporativo 32.
 - 2.2.1. Gestión ética, íntegra y transparente 34.
 - 2.2.2. Nuestros valores y principios 35.
 - 2.2.3. Canales de denuncia 35.
 - 2.2.4. Anticorrupción 36.
 - 2.2.5. Controles e integridad 37.
 - 2.2.6. Prevención y gestión de riesgo 40.

04.

CONSTRUYENDO UNA CULTURA SOSTENIBLE

56

- 4.1. Nuestro programa de sostenibilidad Claro por Colombia 57.
- 4.2. Nuestros grupos de interés 59.
- 4.3. Nuestro modelo y canales de relacionamiento 61.
- 4.4. Nuestros asuntos materiales 63.
- 4.5. Aporte a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) 68.
- 4.6. Contribución a la estrategia Sustentabilidad Inteligente y a los objetivos de sustentabilidad de AMX 78.

05.

FORTALECIENDO EL TALENTO 87

5.1. Nuestro equipo humano 88.

5.1.1. Desarrollo y formación 99.

5.1.2. Evaluación de desempeño 101.

5.2. Salud y bienestar 102.

5.2.1. Seguridad y Salud en el Trabajo
y Ambiente (SSTA) 103.

5.2.2. Formación Seguridad y Salud
en el Trabajo (SSTA) 107.

5.2.3. Servicios de salud 108.

5.2.4. Beneficios 109.

5.3. Equidad, inclusión y diversidad 111.

06.

DESARROLLANDO NUESTRA CADENA DE VALOR 117

6.1. Selección y evaluación de proveedores 123.

07.

CONECTANDO A COLOMBIA CON UNA MEJOR EXPERIENCIA 126

7.1. Tecnología, conectividad y cobertura 128.

7.1.1. Indicadores de cobertura,
infraestructura y conectividad 130.

7.2. Un modelo de negocio digital 132.

7.3. Oferta para conectar a Colombia 134.

7.3.1. Productos y servicios Claro 134.

7.3.2. Productos y servicios masivos 136.

7.3.3. Otros productos y servicios masivos ... 137.

7.3.4. Unidad de mercado masivo 142.

7.3.5. Productos y servicios para empresas
y negocios 143.

7.3.6. Unidad de Mercado Corporativo 147.

7.4. Acciones a realizar en el 2022 149.

7.5. Experiencias únicas y confiables 151.

7.5.1. Unidad de Negocio Masivo 156.

7.5.2. Unidad de Negocio Corporativo
de Empresas y Negocios 159.

7.6. Innovación y transformación digital 161.

7.7. Seguridad digital y confidencialidad de la información 170.

7.7.1. Solicitudes de información 173.

7.7.2. Cumplimiento 174.

7.8. Tecnología que transforma vidas 181.

7.8.1. Claro por Colombia es ¡Tecnología
que transforma vidas! 182.

08.

ENFOCADOS EN EL MEDIO AMBIENTE 202

8.1. En camino a la carbono neutralidad 206.

8.1.1. Eficiencia energética 206.

8.1.2. Gestión y reducción de emisiones 207.

8.1.3. Uso eficiente del agua 211.

8.1.4. Economía circular, logística inversa y
gestión integral de residuos 212.

09.

ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI 220

A man with a beard, wearing a yellow puffer vest over a plaid shirt and a brown cap, is smiling and holding a camera on a tripod. He is standing in a mountainous landscape with green trees and a cloudy sky in the background. A red circle with the number '01' is in the top left corner.

01

NUESTRO INFORME DE SOSTENIBILIDAD

1.1. ACERCA DE ESTE INFORME

101, 102-3, 102-12, 102-48, 102-49, 102-50,
102-51, 102-52, 102-53, 102-54, 102-56, PG1

Claro Colombia está comprometida en ser una empresa más sostenible e incluyente. Por eso, presentamos con mucho entusiasmo nuestro noveno **Informe de Sostenibilidad**. Anualmente realizamos esta rendición de cuentas para nuestros principales grupos de interés, en la que ponemos a su disposición el análisis de los impactos, la generación de valor compartido y los aportes de nuestra operación en materia económica, social y ambiental. **(102-52)**

En esta edición reportamos la gestión que llevamos a cabo entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2021 **(102-50)**, así como algunos datos correspondientes al 2020 (informe

precedente) para brindarle al lector la posibilidad de comparación. **(102-51)** Este reporte no presenta ninguna reexpresión; **(102-48)** el cambio de mayor relevancia frente a las últimas ediciones es la presentación de la nueva materialidad, resultado del proceso de actualización que guía su contenido a partir de los asuntos materiales o más importantes para la operación. **(102-49)**

El Informe se ha elaborado de conformidad con los **Estándares Global Reporting Initiative (GRI)**, opción esencial, y cumple con los diez principios establecidos por el GRI para la elaboración de informes **(101,102-54)**:



De igual manera, en este reporte compartimos las acciones que hemos llevado a cabo para contribuir al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible **(ODS)**, al Objetivo Global de Cambio Climático de las Naciones Unidas, y a los Diez Principios del Pacto Global. Nuestras actividades son lideradas por el programa de sostenibilidad Claro por Colombia, que sigue los lineamientos de América Móvil **(AMX)**, integrante desde el 2019 del Dow Jones Sustainability MILA Pacific Alliance Index **(DJSI MILA)**.

(102-12, ODS 1, PG 1)

Este documento ha sido elaborado bajo los Estándares GRI por Deloitte Asesores y Consultores Ltda. Claro Colombia no contó con verificación externa para este Informe de Sostenibilidad. **(102-56)**

Es importante para nosotros conocer sus comentarios. Cualquier inquietud relacionada con este informe puede ser dirigida a:

Santiago Pardo Fajardo

- *Director Corporativo de Asuntos Regulatorios y Relaciones Institucionales*
- *Santiago.Pardo@claro.com.co*
- *Carrera 68 A # 24 B - 10, Centro Comercial Plaza Claro (Bogotá - Colombia).*

(102-3) (102-53)



claro

1.2. CARTA DE NUESTRO PRESIDENTE

(102-14)

A nuestros principales grupos de interés, me complace presentarles el noveno **Informe de Sostenibilidad de Claro Colombia**. En esta edición, correspondiente a 2021, revelamos los resultados de nuestro compromiso por conectar a Colombia con una gestión más sostenible en materia ambiental, social, económica y de gobierno corporativo.

Estamos convencidos que tanto las empresas, como quienes trabajamos en ellas, debemos generar valor a la sociedad y el medio ambiente, alineando nuestras acciones hacia un propósito superior. El nuestro: **Una Colombia más conectada en la que todos los colombianos ten-**

gan miles de oportunidades de hacer sus sueños realidad y en donde la ¡Tecnología tenga el poder de transformar vidas!

Sin lugar a dudas, 2021 fue el segundo año en el que el mundo entero tuvo que hacer frente a los desafíos impuestos por la pandemia. En Claro no nos detuvimos, continuamos aportando a la transformación social y digital del país, y a su reactivación económica con la tecnología y la conectividad. Con Claro por Colombia, nuestro programa de sostenibilidad, lideramos acciones concretas para gestionar nuestros asuntos materiales desde los pilares:



Cobertura.



Acceso.



Ecosistemas digitales.



Cultura sostenible.



COBERTURA

En el ámbito de cobertura, fuimos reconocidos por Opensignal (consultora internacional) por quinta vez consecutiva como el operador con Mejor Experiencia de Cobertura 4G.

En 2021 con nuestra red de 9.209 sitios, llegamos a:



MÁS DE 47 MILLONES DE CONEXIONES



35,5 MILLONES EN TELEFONÍA MÓVIL



Y 11,5 MILLONES EN SERVICIOS HOGAR

Cubrimos **99%** del territorio nacional con **tecnologías móviles** y **99%** con **tecnología 4G LTE**. Además: con servicios fijos estamos presentes en 114 ciudades y municipios de Colombia.

Nuestra meta ha sido la de conectar todos los rincones del país, en especial a la Colombia rural y los lugares más apartados y distantes.



Así, llegamos a San Andrés con el cable submarino de fibra óptica **AMX-1**, de una extensión de 727 kilómetros, para habilitar los servicios de **telecomunicaciones más modernos en la Isla**. Durante el 2021, con nuestra iniciativa Travesía Claro por Colombia, conectamos a más de 210 localidades rurales y apartadas de 23 departamentos del país, para que sus habitantes accedieran por primera vez a los beneficios de la tecnología móvil 4G para entretenerse, formarse, y acceder a servicios de educación, salud y comercio digital.



ACCESO

Avanzamos hacia un camino más digital, en el que incentivamos el uso de los canales de autoatención mediante la integración de nuevas funcionalidades y canales, como:

- **App Mi Claro.**
- **Chat de WhatsApp**
- **Portal en línea**
- **Claro shop** (Tienda Online Claro Colombia).
- **Claro Pay** (billetera digital).
- **Mobile Marketing.**

- **Asistencia de voz.**

- **Seguro Fácil o T-Resuelve**, entre otros.

De igual manera, llegamos a 115 centros de atención y ventas (**CAV**) en todo el país y 2.097 puntos de atención presencial en aliados, retail, islas y de autogestión, consolidando la red de servicio y atención al cliente más importante del sector. Para facilitar el acceso de todos nuestros clientes pertenecientes a la comunidad sorda a los canales de atención presenciales, en diciembre 2021 realizamos el lanzamiento del servicio de atención e interpretación de lengua de señas colombianas en cinco de los principales CAV en el país (**Barranquilla Centro, Pereira Estación Central, Cali La Estación, Bogotá Floresta y Villavicencio en Villacentro**).

Además, con **Claro por Colombia** nos propusimos que más colombianos tuvieran las oportunidades para acceder a los beneficios que traen consigo la tecnología y la conectividad. Con **Escuelas conectadas**, programa propio de nuestra Compañía, conectamos a internet gratuito a 61 instituciones educativas ubicadas en 21 departamentos del país, beneficiando a más de 113 mil estudiantes y personal directivo y educativo, de los cua-

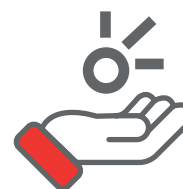
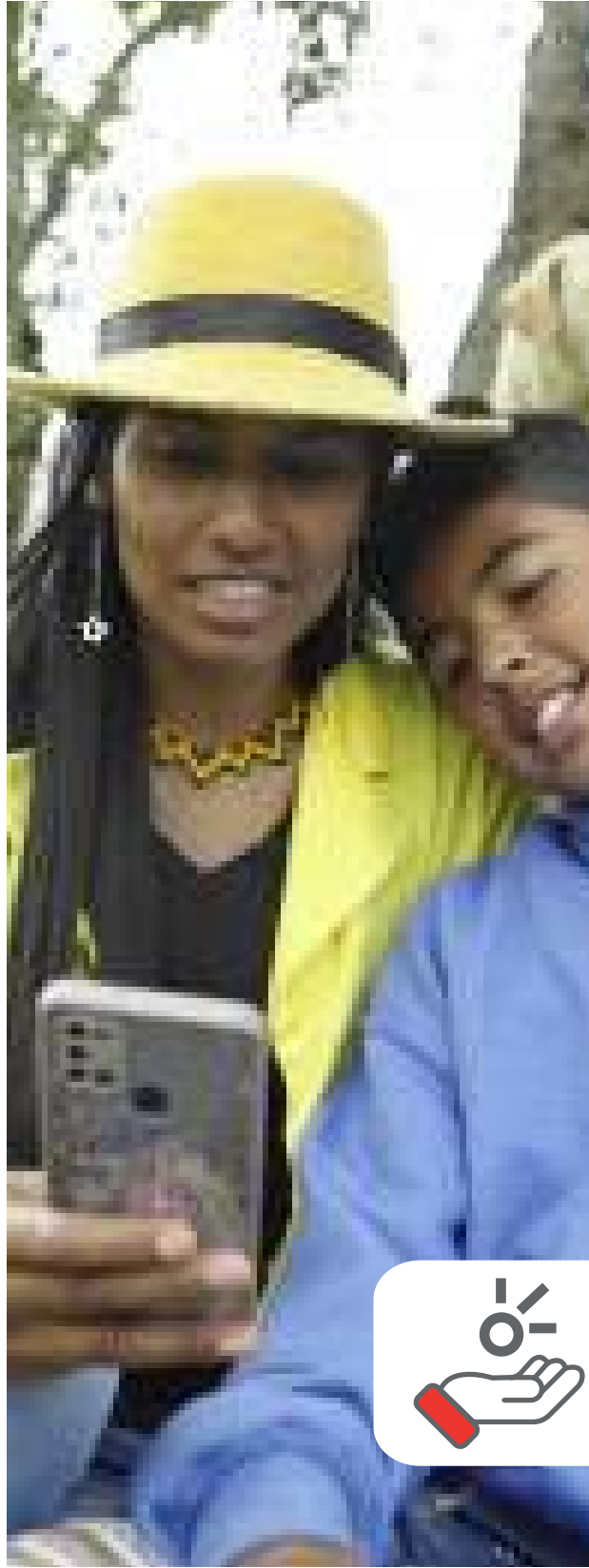
les 7.410 pertenecen a población migrante o extranjera, 1.808 a población en condición de discapacidad y 2.463 a población indígena, para favorecer sus procesos de retorno a clases y alternancia escolar. Con nuestra estrategia de las Salas de Tecnología Claro por Colombia, en alianza con la Agencia de Empleo y Emprendimiento de Compensar abrimos dos nuevos espacios con la entrega de equipos de cómputo en las ciudades de Bogotá y Soacha, para asegurar el acceso a la conectividad y contribuir al cierre de las brechas sociales y digitales de las personas que están en búsqueda de un empleo formal.



ECOSISTEMAS DIGITALES E INCLUSIÓN SOCIAL

En materia de ecosistemas digitales e inclusión social, trabajamos por adoptar las mejores prácticas nacionales e internacionales para diseñar soluciones soportadas en procesos de innovación y transformación digital, con el uso de nuevas tecnologías emergentes como **internet de las cosas, el Big Data, cloud, entre otros**. Hoy, por ejemplo, estamos en capacidad de prestar servicios de desarrollo de software y aplicaciones para cumplir con las exigencias de centralidad en el cliente de las entidades financieras.

Así, obtuvimos el reconocimiento **Tuya Fintech Challenge** por nuestra propuesta de soluciones para apalancar la inclusión financiera y digital de los colombianos.



Por otro lado, en la Familia Claro, compuesta por

- **8.877 COLABORADORES Y COLABORADORES DIRECTOS**



- **Y MÁS DE 60 MIL PERSONAS A NIVEL NACIONAL**



quienes hacen parte de nuestra cadena de valor, trabajamos juntos por ser una empresa más sostenible e incluyente en la que desarrollemos procesos de intrainnovación e intraemprendimiento con la Segunda Edición del Premio Interno a la Innovación, y en la que prime la equidad, la diversidad y la inclusión. Así mismo, y como reflejo de nuestro sistema de gestión igualitario, **estamos certificados con el Sello Plata de Equidad Laboral Equipares**, iniciativa liderada por el Ministerio del Trabajo y la Consejería Presidencial para la Equidad de la Mujer, con el apoyo técnico del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD).

Adicionalmente, la firma Jaime & Arteaga y Usaid **nos ubicaron en el puesto 23 de las 25 empresas con mayor inversión social privada en Colombia**. Con Claro por Colombia, aseguramos que más de 1,8 millones de personas en el país accedieron a miles de contenidos de formación, con las plataformas virtuales y gratuitas Aprende.org, PruébaT y Capacítate para el Empleo, de la Fundación Carlos Slim. Con nuestra iniciativa **¡Los niños y las niñas primero con la tecnología!**, hecha realidad con las iniciativas de la Copa Claro por Colombia y las Becas musicales, llegamos a más de 110

poblaciones vulnerables, entre ellas las Zonas Más Afectadas por el Conflicto – ZOMAC o con Planes de Desarrollo con Enfoque Territorial – PDET para fortalecer las habilidades para la vida de más de 3.200 niños, niñas, adolescentes y jóvenes con la tecnología, la educación, el deporte, el arte y la cultura.

Por último, con nuestras acciones de inclusión laboral logramos, en alianza con la Agencia de Empleo y Emprendimiento de Compensar, que más de 900 personas se vincularan como auxiliares técnicos de instalación. Con la Ruta de inclusión laboral y social para la población vulnerable abrimos la posibilidad a que **más de 382 mujeres**, madres cabeza de familia, jóvenes, víctimas de la violencia colombianos, migrantes, retornados y binacionales, **obtuvieran un empleo formal en nuestras empresas** proveedoras y distribuidoras. Los resultados de nuestra gestión nos hicieron merecedores del Sello de Empresa Incluyente de la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI) y su Fundación. Nos sentimos orgullosos de ser la primera empresa de telecomunicaciones en recibir esta certificación.



CULTURA SOSTENIBLE Y CARBONO NEUTRAL

En la Familia Claro consolidamos una cultura más sostenible en la que el componente ambiental es pieza clave de nuestro compromiso con Colombia. Con el objetivo de **Race to Zero**, avanzamos firmes en contribuir a limitar el calentamiento global a

1,5 °C hacia el año 2030 y convertirnos en **carbón neutral para 2050**, una meta de las Naciones Unidas, de GSMA y del Pacto País del Gobierno colombiano.

Ofrecer a los colombianos la mejor tecnología y llevar la conectividad a todos los rincones del país, también implica

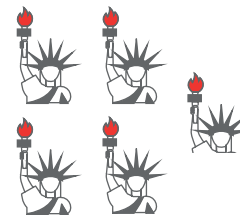
- **Promover un ambiente sano,**
- **Ahorrar energía,**
- **Disminuir el consumo de agua,**
- **Evitar la generación de emisiones de CO2,**
- **Desincentivar el uso del papel,**
- **Disponer correctamente los residuos y establecer un esquema de economía circular y logística inversa.**



En este último punto, apostamos a ser una empresa totalmente sostenible en menos de 25 años. Por lo que, con nuestro esquema de economía circular, estamos recuperando cerca de un millón de equipos de los hogares, adicional a 300 mil equipos de la red externa, lo que reduce considerablemente el impacto de CO2 en la atmósfera.

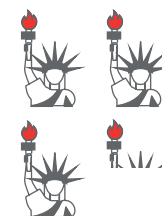
- Aprovechamos cerca de **1.037 toneladas de RAEE**, equivalentes al peso de:

4,6
ESTATUAS DE LA LIBERTAD.



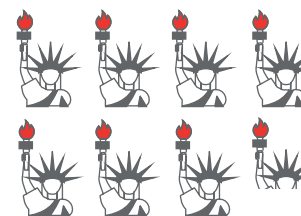
- Gestionamos 751,2 toneladas de computadores y periféricos, equivalentes a:

3,3
ESTATUAS DE LA LIBERTAD.



- Impedimos la emisión de 1.686 toneladas de CO2 por la no compra de equipos nuevos, evitando el tránsito internacional de los mismos para incluirlos en la operación, equivalentes a:

7,5
ESTATUAS DE LA LIBERTAD.



- Reducimos el consumo de agua para la producción de nuevos equipos, en 1.035.414 m3, equivalentes a:

415
PISCINAS OLÍMPICAS.





En materia de eficiencia energética, cerca del 81% de nuestra operación proviene de energías limpias. Desde el 2017 hemos migrado algunas de las estaciones base a soluciones híbridas con energía solar para que su consumo de ACPM no se dé o sea en menor proporción. Al 2021 completamos la transformación de **62 estaciones** que entraron a operar directamente con celdas fotovoltaicas, una medida con la que esperamos disminuir unas **3.109 toneladas de CO2** al año. Por nuestras acciones, recibimos el reconocimiento del Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible por ser una de las 100 primeras empresas en comprometerse con el establecimiento de metas y compromisos voluntarios de reducción de emisiones de gases de efecto invernadero.

(102-14)

Estoy seguro que en este 2022, y con el trabajo colaborativo de todos nuestros grupos de interés, lograremos ser una empresa más sostenible e incluyente y continuar consolidando la meta de Claro por Colombia: ¡Tecnología que transforma vidas!

CARLOS ZENTENO

Presidente Claro

1.3. CIFRAS RELEVANTES DEL 2021

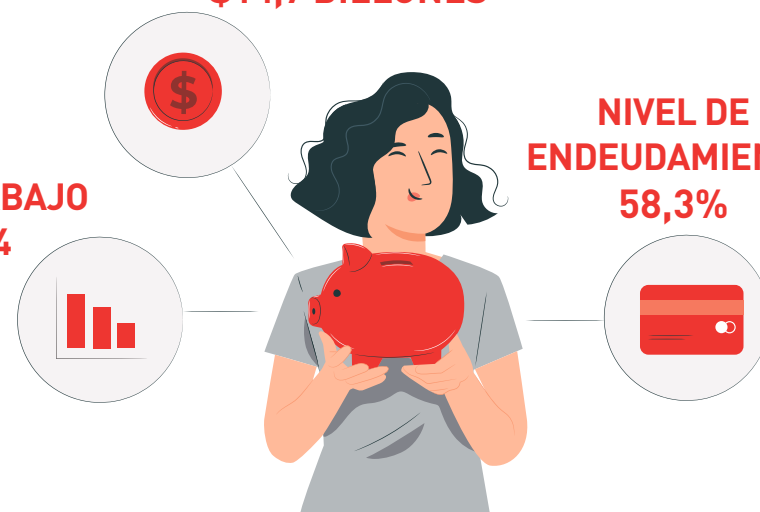
102-7, PG 6, ODS 8

Durante el año 2021 nos propusimos conectar a todos los colombianos, con especial énfasis a la Colombia Rural y transformar vidas con la tecnología. Así, alcanzamos las siguientes cifras destacadas:

CAPITAL DE TRABAJO
804.069.324

INGRESOS
\$14,7 BILLONES

NIVEL DE ENDEUDAMIENTO
58,3%



CONEXIONES

TOTAL

UNIDAD MERCADO MASIVO (UMM)

UNIDAD MERCADO CORPORATIVO (UMC) EMPRESAS Y NEGOCIOS

📶 Total clientes abonados telefonía móvil.

35.506.713

33.464.209

2.042.504

📶 Clientes prepago.

26.645.531

26.645.531

📶 Clientes postpago.

8.861.182

6.818.678

2.042.504

📶 Total clientes abonados a servicios hogar.

11.584.041

8.228.153

3.355.888

📶 Total clientes Claro Colombia.

47.090.754

*Datos sin provisión



INFRAESTRUCTURA FIJA



11,54

Capacidad en
terabytes
para servicio
de internet.

43

Capacidad en
petabytes para
almacenamiento
Data Center.



INFRAESTRUCTURA MÓVIL



99%

Municipios
del país cubiertos
por tecnología
4G LTE.

8.171

Estaciones base con
tecnología 4G LTE.

\$1.241

millones de dólares

Compras a
proveedores locales.

INGRESOS



8.877

Total de
colaboradores y
colaboradoras



1.4. Premios, certificaciones y reconocimientos recibidos en el 2021

ENTIDAD QUE LO OTORGÓ

CATEGORÍA

DESCRIPCIÓN



REDES SD-WAN

(Red de área extensa definida por software).

Septiembre 2021

FROST & SULLIVAN

Construcción de redes inteligentes de forma segura.

Recibimos este premio por nuestros servicios de redes inteligentes **SD-WAN**.



REDES SD-WAN

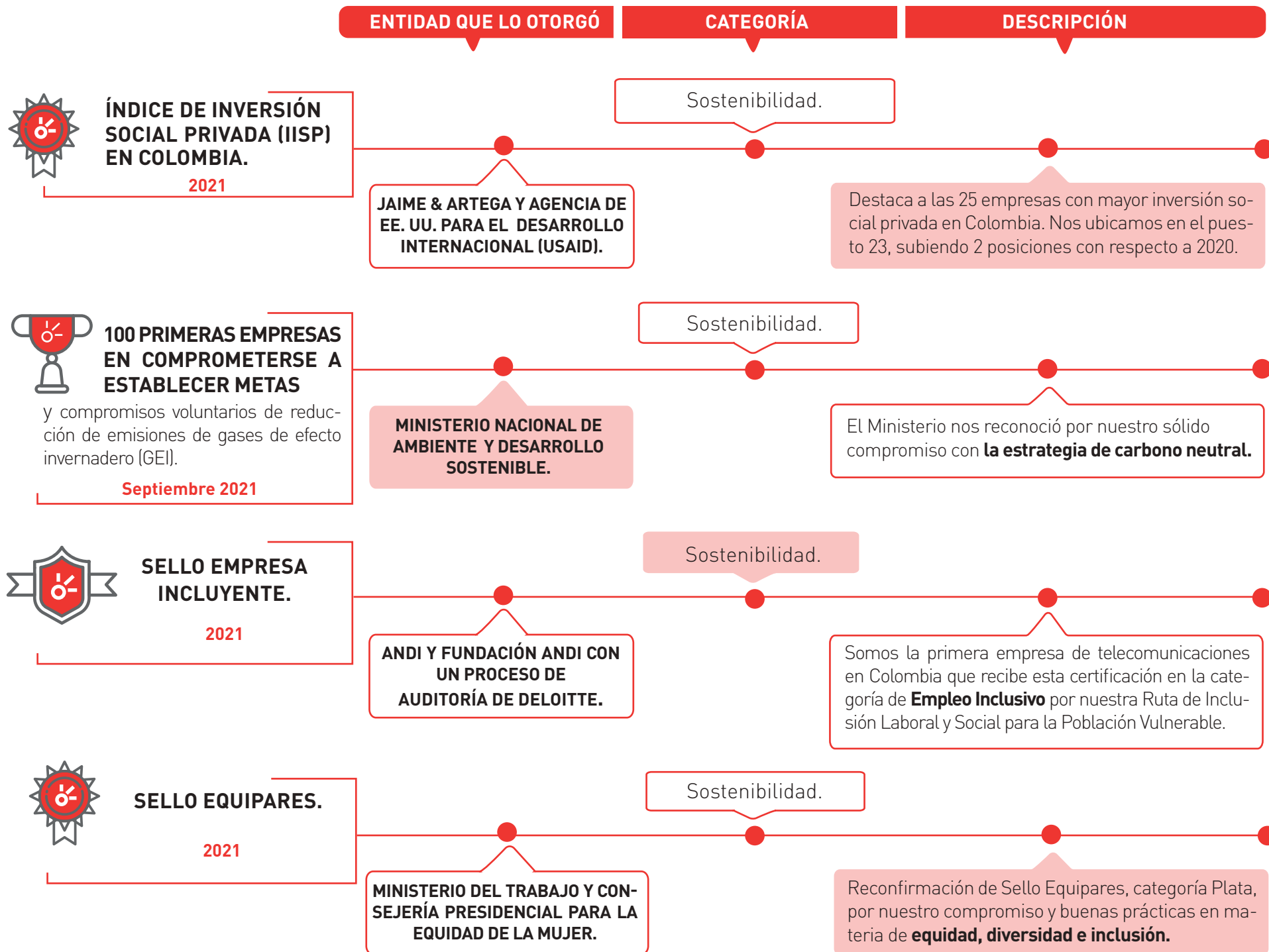
(Red de área extensa definida por software).

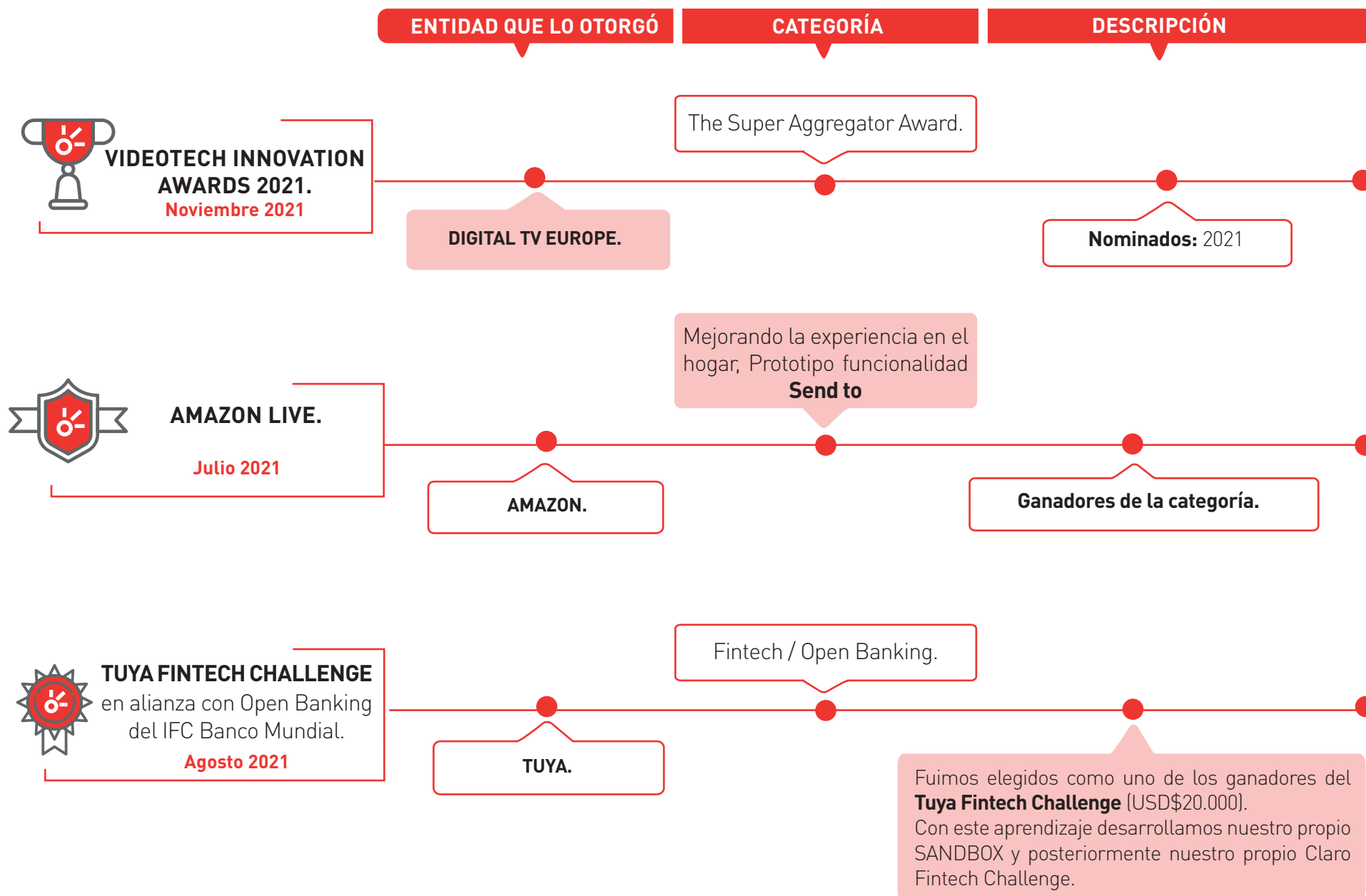
Septiembre 2021

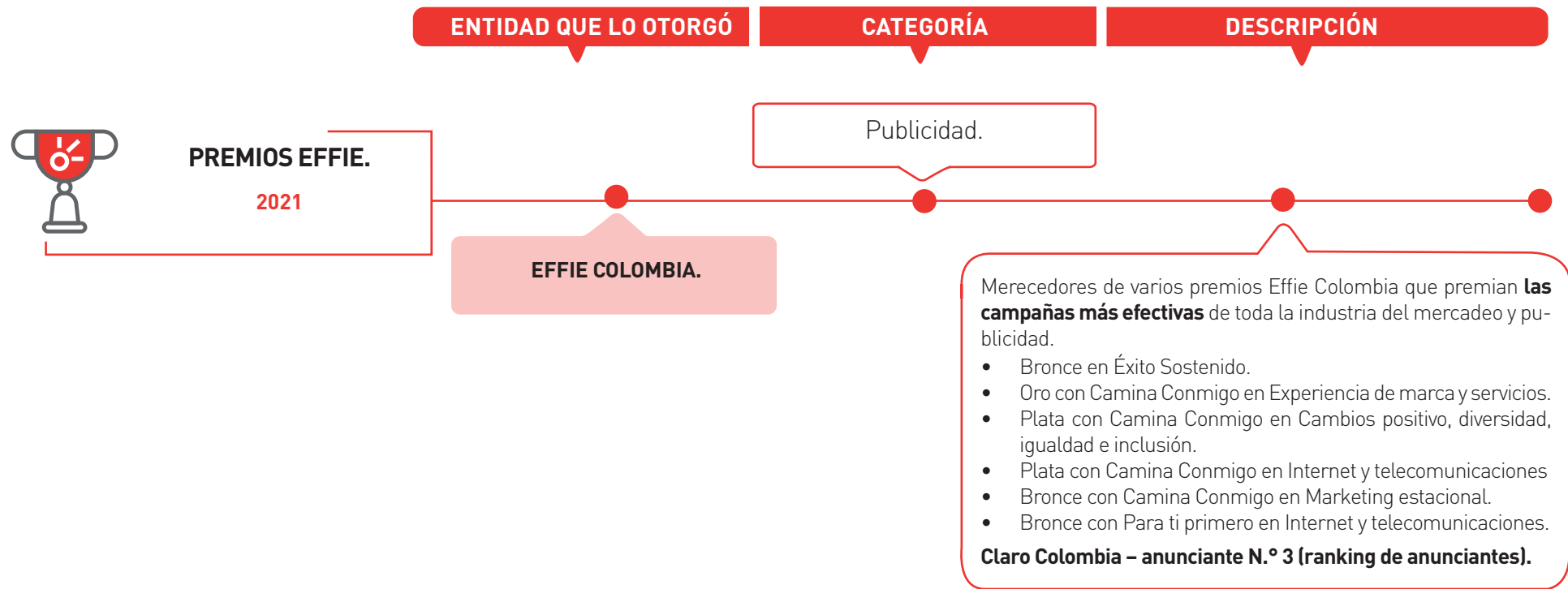
OPENSIGNAL

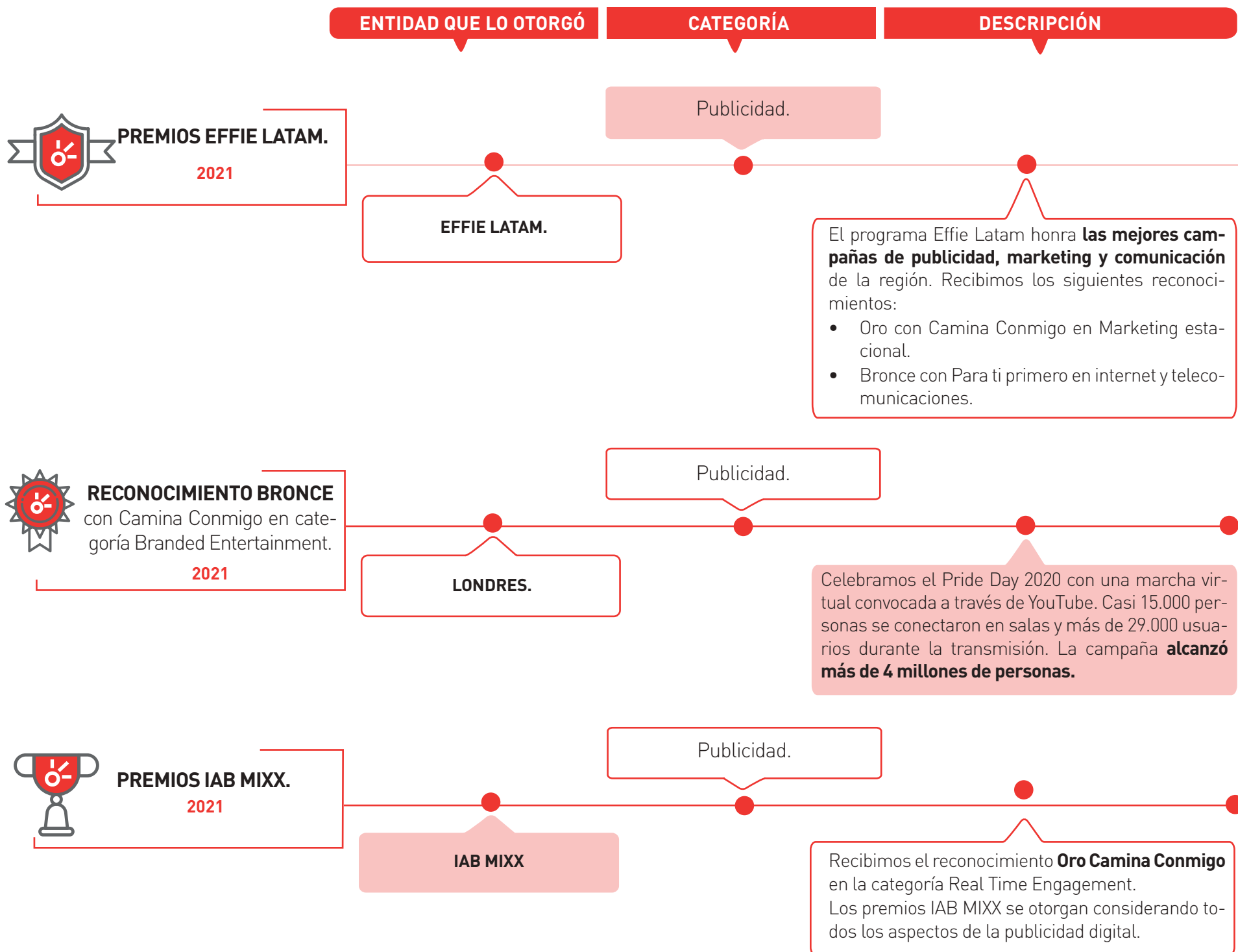
Experiencia en cobertura 4G.

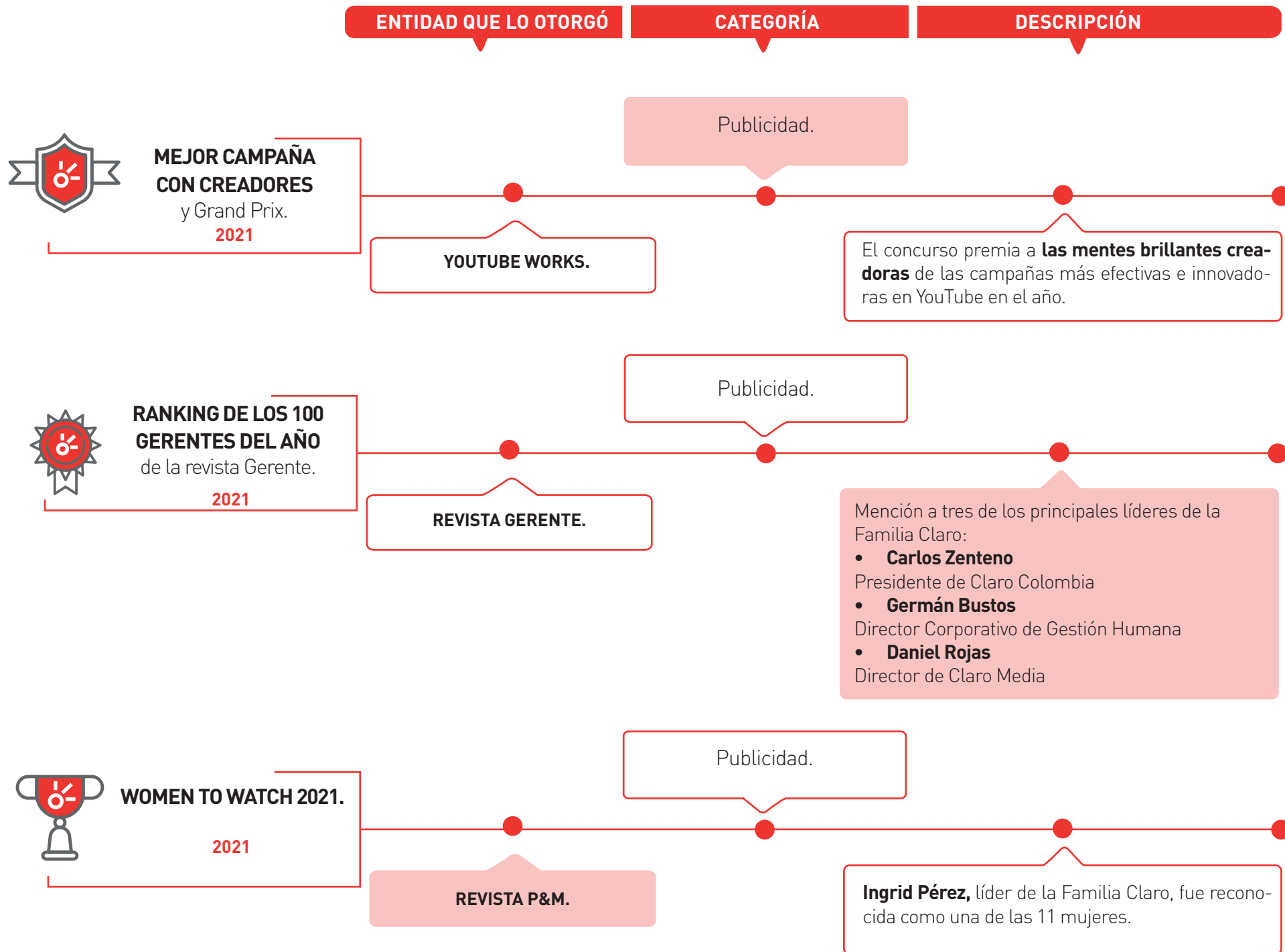
Opensignal nos reconoció por quinta vez consecutiva como el operador con la Mejor Experiencia en Cobertura 4G en el país. El Premio de **Experiencia en Cobertura 4G** de Opensignal mide la potencia de la señal que los suscriptores móviles experimentan con la cobertura 4G en la red de un operador.











CERTIFICACIONES



GUÍA RUC.

Julio 2021.

RUC 2021 Comcel S.A.

DESCRIPCIÓN

El alcance de esta certificación es a todos los procesos y operaciones de la compañía **Comunicación Celular S.A. - COMCEL S.A.** Informe de evaluación de los requisitos de seguridad, salud en el trabajo y ambiente, bajos los requisitos de la Guía RUC.



NTC ISO 45001.

Diciembre 2021.

CO21.00194.

Certificación del **sistema de gestión en seguridad y salud en el trabajo bajo los requisitos de la NTC ISO 45001.**

Procesos certificados: soluciones integrales de nube, infraestructura, conectividad, almacenamiento de datos, servicios administrados de TI y gestión de sus aplicaciones en la sede Triara de Comcel S.A., ubicada en autopista Medellín km 7,5, Parque Industrial Celta, bodega 32, Funza, Cundinamarca.



ISO 20000-1.

Recertificación
18 de agosto de 2021.

Se certificaron los siguientes procesos: diseño y desarrollo de productos, comercialización, instalación, mantenimiento y soporte de soluciones integrales de telecomunicaciones para voz, datos, e-business y servicios administrados.



ISO 27001.

Recertificación
28 de octubre de 2021.

Se certificaron los siguientes procesos: prestación de servicios de ciberseguridad, CSOC (Centro de Operaciones de Ciberseguridad) colocación, servicios SAP y correo seguro para los clientes corporativos. La Declaración de Aplicabilidad SGSI (Sistema de Gestión de Seguridad de la Información) Claro Colombia GRI2-M8 se emitió el 10 de junio de 2021.



ISO 27001.

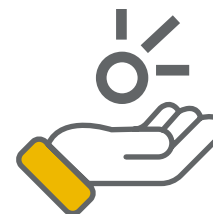
Recertificación
28 de octubre de 2021.

Se certificó el sistema de gestión de servicios de Comunicación Celular S.A. - COMCEL S.A. que soporta la provisión de hosting y servicios de ciberseguridad CSOC del centro de operaciones al área comercial desde el Data Center Triara.

02

LO QUE SOMOS EN CLARO COLOMBIA





102-1, 102-4, 102-5, 102-16

La marca Claro Colombia representa a Comunicación Celular S.A. Comcel S.A., **una empresa de economía mixta del orden nacional**, de carácter comercial, con personería jurídica propia, plena autonomía administrativa y capital independiente con sede principal en Bogotá, Colombia **(102-1, 102-4)**. Comunicación Celular S.A., Comcel S.A., es una sociedad anónima colombiana, que forma parte del grupo empresarial mexicano de América Móvil S.A.B. de C.V., sociedad matriz y beneficiario final. **(102-5)**

PROPÓSITO SUPERIOR

Trabajamos con pasión para entregar a nuestros clientes soluciones innovadoras y asequibles de comunicación, información y entretenimiento, asegurando la sostenibilidad de la empresa y mejorando la calidad de vida de los colombianos.



VISIÓN

Claro será reconocida como la empresa líder del sector de telecomunicaciones y servicios digitales, obsesionada por sus clientes, comprometida con el desarrollo sostenible y ciento por ciento digital. Soportada en nuevas formas de trabajo para responder oportunamente a los cambios del mercado y brindar siempre experiencias únicas, simples y confiables. **(102-16)**

2.1. Nuestro máximo órgano de gobierno

102-18, 102-20, 102-22, 102-23, 102-24, 102-25, 102-26 102-27

El **Comité Ejecutivo es nuestro máximo órgano de gobierno**. Está conformado por diez ejecutivos independientes y encabezado por el presidente de la Compañía. Los miembros no representan a un grupo de interés ni pertenecen a un grupo de población vulnerable. De manera permanente, el Comité Ejecutivo revisa, analiza, propone estrategias y delega acciones, proyectos e iniciativas para lograr el plan corporativo que incluye el propósito, la visión y el mapa estratégico. Para la ejecución de todas las actividades, se apoya en la matriz de autorizaciones.



**CARLOS HERNÁN ZENTENO
DE LOS SANTOS**
Presidente

6 años de antigüedad

Género M



COMPROMISOS DE CADA PERSONA Y NATURALEZA DE LOS COMPROMISOS

Ejercer la representación de Claro Colombia ante los grupos de interés y garantizar la correcta ejecución del plan corporativo para cumplir con los objetivos estratégicos de: crecimiento, rentabilidad y recomendación.

Crear, manejar e implementar las políticas y estrategias comerciales, financieras, operativas, las relativas a la dirección y el manejo del personal, que garanticen el crecimiento institucional y las concernientes a la penetración del mercado.

Cumplir con las obligaciones legales que le corresponden en su calidad de presidente, velar por la oportuna toma de decisiones por parte de los órganos de dirección y así mismo, solventar todos los requerimientos de América Móvil.



RODRIGO DE GUSMAO RIBEIRO
Director Ejecutivo Unidad de
Mercado Masivo

3 años de antigüedad

Género M



Ejecutar estrategias de ventas y mercadeo de los diferentes planes, productos y servicios de la Compañía para el segmento masivo (fijo y móvil), en los diferentes canales que se tienen definidos.

Asegurar niveles adecuados de inventario acordes a las necesidades del mercado, asegurando la implementación, mantenimiento y permanente innovación, y mejorando la calidad, precio y garantía, con el fin de lograr los objetivos a nivel de ingresos, rentabilidad y posicionamiento.

COMPROMISOS DE CADA PERSONA Y NATURALEZA DE LOS COMPROMISOS



ISAM HAUCHAR AGUDELO
Director Ejecutivo de Unidad
Mercado Corporativo

5 años de antigüedad

Género M



Dirigir y ejecutar estrategias de ventas y mercadeo de los diferentes planes, productos, servicios y soluciones tecnológicas para el segmento corporativo (pequeñas, medianas y grandes empresas), que generen permanente innovación, aseguren su puesta en marcha y mantenimiento, y mejoren la calidad, precio y garantía, para lograr los objetivos a nivel de ingresos, rentabilidad y posicionamiento.



FERNANDO GONZÁLEZ APANGO
Director Corporativo Financiero

12 años de antigüedad

Género M



Planificar y dirigir el plan financiero, y controlar el correcto registro de las transacciones financieras para proporcionar información puntual y confiable para la toma de decisiones tanto administrativas como financieras, custodiando los recursos económicos y físicos que conforman el patrimonio de los accionistas.

Dirigir las operaciones comerciales de la Compañía para contribuir de forma adecuada a la consecución de los objetivos estratégicos de las unidades de negocio.



**GERMÁN LEONARDO
BUSTOS SUÁREZ**
Director Corporativo de
Gestión Humana

18 años de antigüedad

Género M



Diseñar, administrar y garantizar el cumplimiento de las políticas corporativas, estrategias y procesos locales de gestión humana, para facilitar el desarrollo personal, profesional y el desempeño productivo del talento humano, agregando valor a través de las personas para alcanzar los objetivos institucionales.



HILDA MARÍA PARDO HASCHE

Directora Corporativa de

Jurídica y Asuntos Societarios

25 años de antigüedad

Género F



COMPROMISOS DE CADA PERSONA Y NATURALEZA DE LOS COMPROMISOS

Trazar e implementar políticas y asuntos jurídicos de la Compañía relacionados con lo contencioso, lo societario corporativo y los contratos que se requiere incorporar; mantener y controlar, por medio del relacionamiento con las entidades gubernamentales que permitan el cumplimiento de la normatividad legal en todos los frentes mencionados y que se encuentre alineado con los objetivos estratégicos de la organización.



**IADER ALBERTO
MALDONADO ROBLES**

**Director Corporativo
de Tecnología**

22 años de antigüedad

Género M



Brindar soluciones innovadoras y asequibles de comunicación, información y entretenimiento satisfaciendo las expectativas de nuestros clientes y el mercado, apoyados en una infraestructura, redes, aplicaciones y tecnología robusta, para brindar más y mejores servicios que apalanquen los objetivos de rentabilidad, crecimiento y recomendación de nuestros clientes.



INGRID PÉREZ TRUJILLO

**Directora Corporativa de Marketing
y Medios de Comunicación**

1 año de antigüedad

Género F



Desarrollar los programas y estrategias de mercadeo para garantizar el adecuado posicionamiento de los productos y servicios que provee la Compañía a sus clientes, tanto de productos masivos (fijo y móvil), como de productos enfocados a clientes corporativos. Adicionalmente, es responsable por el posicionamiento de las marcas, la unidad de Claro media y de la adecuada comunicación a los clientes, que aseguran las relaciones estratégicas con los medios de comunicación.



NANCY PARRA REYES

Directora Corporativa de Auditoría

18 años de antigüedad

Género F



COMPROMISOS DE CADA PERSONA Y NATURALEZA DE LOS COMPROMISOS

Dirigir y controlar la elaboración y ejecución de la planeación de auditoría conforme a los principios aceptados, los objetivos de los accionistas y la Auditoría Corporativa de América Móvil, para evaluar de forma independiente el sistema de control interno, identificando los riesgos y controles existentes en los procesos y emitiendo recomendaciones tendientes a eliminar, mitigar o trasladar los riesgos y hacer que los procesos sean eficaces, eficientes y económicos.



SANTIAGO PARDO FAJARDO

**Director Corporativo de
Asuntos Regulatorios y
Relaciones Institucionales**

9 años de antigüedad

Género M



Liderar la estrategia de sostenibilidad dando los lineamientos estratégicos para la ejecución de Claro por Colombia, programa de sostenibilidad de la Compañía.

Actuar como conducto para el relacionamiento con las autoridades del sector, entes de control, agremiaciones, autoridades nacionales y locales para el cumplimiento de la normatividad y la promoción de los objetivos estratégicos de Claro Colombia.

Interactuar con las distintas áreas para el cumplimiento de la normativa y seguimiento a los proyectos legales y regulatorios que tengan impacto en la operación, así como para la socialización de la nueva regulación y del proceso de aplicación.



WALTER JAVIER BORDA FERRO

**Director Corporativo de
Planeación Estratégica e Innovación**

18 años de antigüedad

Género M



Diseñar, implementar y garantizar la planeación estratégica de la Compañía para asegurar el cumplimiento de los objetivos organizacionales.

Asegurar una adecuada formulación de metas y objetivos que permitan a Claro Colombia desarrollar sus estrategias organizacionales garantizando un liderazgo competitivo dentro del mercado de las telecomunicaciones.

Garantizar el desarrollo de proyectos que permitan innovar en los distintos mercados en los que se encuentra.

Los miembros del Comité Ejecutivo son **líderes con una visión sostenible y estratégica**, encargados de gestionar de forma sostenible los impactos económicos, sociales y ambientales. Sus objetivos son:

(102-20)

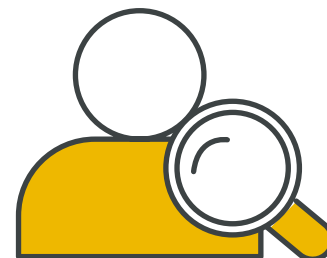


PROCESO DE SELECCIÓN

Los candidatos que forman parte del proceso de selección para convertirse en miembros del Comité Ejecutivo **son personas con una sólida experiencia y con altas capacidades estratégicas**. Se considera a los colaboradores y las colaboradoras que integran el grupo de talento clave de la organización y que cuentan con las habilidades necesarias para, eventualmente, ocupar los cargos ejecutivos.

Se valora la experiencia, los resultados obtenidos y el dominio en los temas de gobierno corporativo, económicos, ambientales y sociales, según sea el caso, desde una visión estratégica.

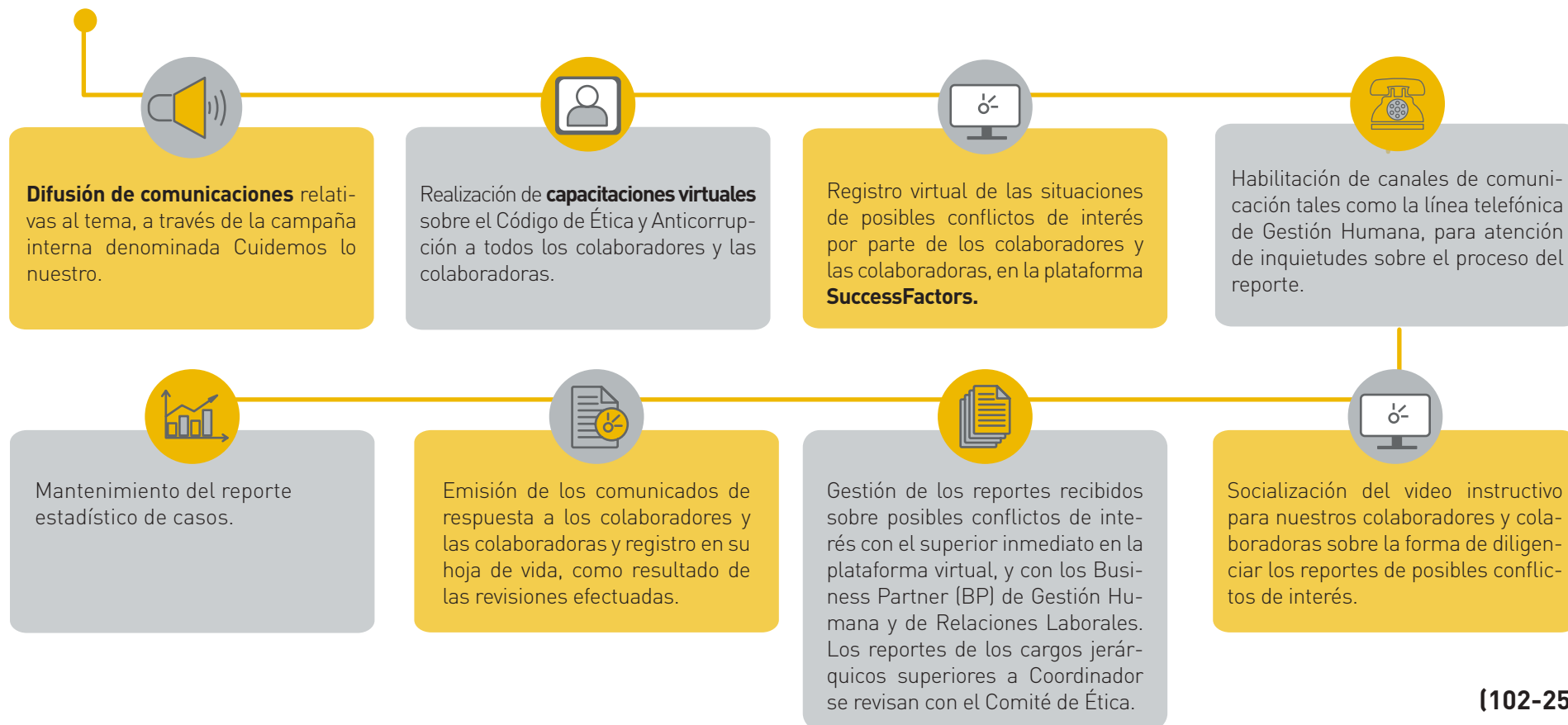
Se valida que los candidatos no tengan ningún conflicto de interés y que sus motivaciones y expectativas estén alineadas con la organización. La transparencia del proceso permite garantizar la independencia. **(102-24)**





CONFLICTOS DE INTERÉS

Entre otros, los procedimientos que se siguen para evitar este tipo de conflictos son:



(102-25)



PROMOCIÓN DE CONOCIMIENTO

Dentro del plan de desarrollo del máximo órgano de gobierno se encuentran incluidos temas integrales relacionados con los contextos económico, ambiental y social que permiten a sus miembros **mantenerse permanente-**

mente actualizados en materia de tendencias mundiales sobre la sostenibilidad y conseguir una visión prospectiva al respecto.

Además, participan de los programas corporativos de formación que promueven los conocimientos y sensibilización sobre esta temática.

(102-27)



2.2. GOBIERNO CORPORATIVO

103 ENF1

Desde nuestro gobierno corporativo se lideran todas las acciones encaminadas a generar y capturar valor compartido para los grupos de interés prioritarios y gestionar el balance de la triple cuenta (económica, ambiental y social) de forma transparente, íntegra y ética.

La gestión de gobierno corporativo se basa en el cumplimiento integral de los valores de la Compañía. De esta manera se garantiza la transparencia de todos los procesos, la minimización de los riesgos y el logro de las tres metas estratégicas:



(103-1)

En esta línea, hemos fortalecido nuestras acciones en cada uno de los siguientes componentes del gobierno corporativo:

● **Ética empresarial.**

● **Gestión de riesgos.**

● **Seguridad de la información y vida digital.**

● **Cadena de suministro sostenible.**

Nuestro trabajo en este frente será reforzado en la agenda 2030-2050 con los nuevos Objetivos de Sustentabilidad y lineamientos provistos por nuestra Casa Matriz América Móvil, cuyo alcance es:



✂ Tolerancia cero a prácticas de corrupción en la empresa y en la cadena de suministro.



✂ 100% de los socios comerciales activos evaluados en criterios de sustentabilidad.



✂ Altos estándares de ciberseguridad.



✂ 100% de las subsidiarias certificadas en ISO 27001.



Los distintos equipos son constantemente evaluados bajo criterios de efectividad, agilidad y economía, en las plataformas que tenemos para el efecto. La valoración sobre el monitoreo está dada por el seguimiento mensual a las actividades que requieren ajuste para que el equipo corrija la tendencia y la encamine al cumplimiento de las metas. **(103-3)**

2.2.1. GESTIÓN ÉTICA, ÍNTEGRA Y TRANSPARENTE

102-18, 102-19, 103-2

Para el seguimiento estratégico de los objetivos propuestos, existen programas y comités específicos. La transparencia y rendición de cuentas de los diferentes comités generan confianza, estabilidad y seguridad a los grupos de interés. **(103-2)**

En Claro Colombia hemos estructurado comités internos encargados de emprender las acciones necesarias para asegurar una adecuada gestión sobre los impactos económicos, ambientales y sociales:

- Comité Ejecutivo.
- Comité de Eficiencias
- Comité de Gestión Estratégica.
- Comité de Clientes UMC (Unidad Mercado Corporativo).
- Comité de Clientes UMM (Unidad Mercado Masivo).

- Comité de Portafolio.
- Comité de Seguimiento de los Objetivos de Sustentabilidad de América Móvil (AMX).
- Comité de Energía y Emisiones (E&E). **(102-18) (102-19)**

Promovemos una cultura comunicativa, confiable, coherente y colaborativa que brinda soluciones oportunas a las necesidades y expectativas de nuestros grupos de interés. Los mecanismos que utilizamos para impulsarla son:



Política de integridad y Código de Ética de nuestra casa matriz América Móvil



Código de Ética de Claro Colombia



Matriz de riesgos de conformidad con la regulación colombiana y la ISO 45000



Alineación de 1.527 proveedores a la Política de Integridad de América Móvil



Cumplimiento de la norma ISO 9001 de 2015 para el relacionamiento con terceros

2.2.2. NUESTROS VALORES Y PRINCIPIOS

102-16

Los valores y principios de nuestra conducta empresarial son los pilares fundamentales de nuestra cultura corporativa y obligaciones inquebrantables que debemos tener presentes y aplicar a diario en todas las operaciones:



2.2.3. CANALES DE DENUNCIA

102-17

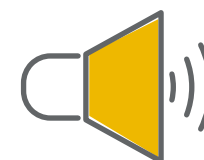
El Oficial de Cumplimiento garantiza el cumplimiento de los valores corporativos al prevenir, detectar y/o responder a las faltas legales, en materia de políticas corporativas y ética.

Adicionalmente ponemos a disposición de todos nuestros grupos de interés los siguientes canales de denuncia:

- **Portal de denuncias de América Móvil:** en la dirección <https://denuncias.americamovil.com>, colaboradores y colaboradoras, proveedores, contratistas o terceros que se relacionen con la empresa pueden registrar hechos o sospechas de conductas ilegales, no éticas o violaciones a los principios establecidos en el Código de Ética.
- **Canal de asesoría y asistencia para consultas respecto al manejo de datos personales:** se habilitó el correo electrónico privacidad@americamovil.com como canal de asesoría y asistencia para brindar protección a los datos personales de nuestros clientes, aplicando

los lineamientos descritos en el Código de Ética.

- **Oficial de Cumplimiento local y de América Móvil:** el correo electrónico yocumpla@americamovil.com es el canal de comunicación habilitado para prevenir, detectar o responder a las faltas legales en materia de políticas corporativas y éticas. (102-17)



2.2.4. ANTICORRUPCIÓN

205-1, 205-2, 205-3

Desde la Dirección Corporativa de Auditoría apoyamos el cumplimiento de los objetivos estratégicos organizacionales mediante la ejecución del Plan Anual de Auditoría. Durante el 2021 realizamos evaluaciones independientes sobre procesos relevantes para la operación. A través del trabajo colaborativo con las demás Direcciones Corporativas, generamos oportunidades de mejora que aportaron al impulso de nuestro Propósito Superior.

También realizamos el acompañamiento al avance del Programa Modelo de Gestión y Desarrollo Sostenible de proveedores, distribuidores y aliados, y evaluamos los riesgos y controles del Sistema Anticorrupción, con lo que optimizamos las relaciones con ellos para enriquecer la experiencia brindada a los clientes.

En el 2021, la Dirección de Compras y Abastecimiento capacitó en prácticas para el control de la corrupción a 451 de los 1.016 proveedores, distribuidores y aliados, es decir al 44% del total. Este porcentaje superó el objetivo de cumplimiento de 30%. Adicionalmente, la Dirección compartió las políticas de ética y antisoborno con el 100% de sus aliados y proveedores.

En las evaluaciones de riesgo aplicadas a los proveedores, distribuidores y aliados robustecimos nuestros criterios e indagamos sobre el cumplimiento de los aspectos relativos a:



Política Anticorrupción y Antisoborno.

Política SAGRILAF (Sistema de Autocontrol, Prevención y Gestión de Riesgos Contra el Lavado de Activos, Financiación al Terrorismo y Financiamiento de la Proliferación de Armas de Destrucción Masiva).

Política de Conflicto de Interés.

Política de Transparencia y Objetividad en la Selección de Personal.

Código de Ética.

Política de Integralidad Comercial. **(205-1)**

El Código de Ética y las políticas relacionadas con anticorrupción y ética empresarial se encuentran a disposición de todos los colaboradores y las colaboradoras en la intranet corporativa y en el micrositio de Compliance de AMX, una vez que el empleado se haya registrado en la página <https://www.complianceamx.com/>.

En el año 2021 se desplegó la campaña de comunicación concerniente a la Política Anticorrupción y Antisoborno dirigida al equipo directivo. Así también, se realizó el despliegue y capacitaciones de los colaboradores y colaboradoras en los cursos Control Efectivo de la Corrupción, Código de Ética América Móvil y Conflictos de interés.

COBERTURA Y ALCANCE: PARTICIPANTES 2021

• Curso Control Efectivo de la Corrupción Participantes 2021



• Curso Código de Ética de América Móvil Participantes 2021



• Curso Conflictos de Interés - Participantes 2021



(205-2)

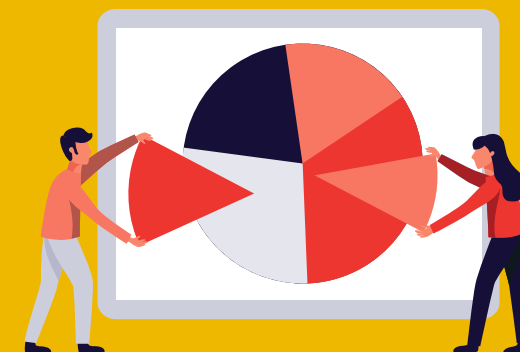
En el año 2021 se registraron 68 casos relativos a asuntos de corrupción, fraude, conflicto de interés, disposición inadecuada de recursos y uso o divulgación de información de carácter restringido o limitado. Del total de casos, 31 se resolvieron con la aplicación de medidas disciplinarias contra el empleado. Finalmente, tres casos jurídicos públicos fueron relacionados con la corrupción e interpuestos contra la organización o sus empleados. **(205-3)**

2.2.5. CONTROLES E INTEGRIDAD

416-2, 417-2, 417-3, 419-1

Realizamos un seguimiento constante a todo el ciclo de la prestación de nuestros productos y servicios para mejorar la experiencia de nuestros grupos de interés.

Por este motivo, cada una de las direcciones y áreas corporativas cuenta con controles específicos para contribuir a alcanzar nuestro Propósito Superior de acuerdo con la normativa colombiana vigente, los principios y códigos de conducta, así como las políticas definidas por nuestro gobierno corporativo en línea con los requerimientos de nuestro holding América Móvil.



🔧 CONTROLES ESPECÍFICOS APLICADOS POR LAS DISTINTAS DIRECCIONES



Dirección Corporativa de Auditoría

- Fortalecimiento de los procesos con la ejecución de auditorías de riesgos y evaluación del diseño y eficacia de los controles Sarbanes-Oxley (SOX).
- Apoyo y seguimiento al cumplimiento de los asuntos normativos aplicables a la Compañía.
- Mejora en los procesos operativos y mantenimiento de la red, generadas por las visitas de campo a estaciones base, aliados y Centros de Atención y Ventas (CAV).
- Acompañamiento en la gestión y seguimiento de denuncias, al instituir medidas de prevención y acciones que garantizan el cumplimiento de los procesos y los códigos de ética y de conducta.
- Participación en el proyecto estratégico de implementación Programa Modelo de Gestión y Desarrollo Sostenible de proveedores, distribuidores y aliados, para optimizar las relaciones con los miembros que hacen parte de la cadena de valor.
- Identificación de oportunidades de mejora para ejecutar mecanismos de seguridad que incentiven su uso por parte de nuestros clientes en el portal web y app Mi Claro.





Dirección Corporativa de Planeación Estratégica y Compras

- Integración de plataformas Gestiona, Project y PI de Planeación Estratégica para evaluar y monitorear tanto los aspectos y dinámicas del sector como los resultados individuales obtenidos por los colaboradores y las colaboradoras, y su relación con la planeación definida.
- Puesta en marcha de tableros de gestión por objetivos conformados por 173 indicadores palanca y 71 indicadores de los beneficios de los proyectos estratégicos.
- Adhesión del 87% del equipo de trabajo a la metodología de gestión estratégica basada en los ciclos de gestión de mejora continua y soportada en: 11 personas capacitadas a nivel ejecutivo, 285 personas capacitadas a nivel táctico, 1.049 personas capacitadas a nivel operativo y el acompañamiento de 90 facilitadores de la metodología.
- Definición de 11.133 indicadores para un adecuado seguimiento y cumplimiento de los objetivos estratégicos.



Dirección de Aseguramiento de Ingresos e Inteligencia de Datos

- Generación de Información e Industrialización del Modelo Rating TV.
- Automatización de bases para generación de encuestas NPS¹ y de información streaming para clientes amenazados por la competencia.

¹ Net Promoter Score.

- Medición del nivel de madurez en Gestión de Riesgos Corporativos **(GRC)**.

- Ejecución de inventario de más de 800 activos de información.



Dirección Corporativa Jurídica y de Asuntos Societarios

- Acompañamiento a la operación de las sedes con el fin de promover la eficiencia y buen uso de recursos.
- Asesoramiento a los procesos de compra y contratos resultantes.



Dirección Corporativa Asuntos Regulatorios y Relaciones Institucionales

- Alineación de la sostenibilidad a la estrategia corporativa de la organización.
- Evaluación y seguimiento, tanto a los proyectos, como a los marcos legales y regulatorios de nuestra operación.
- Cumplimiento de la regulación, ya que dentro de los proyectos adelantados por la Gerencia de Cumplimiento que contribuyen a las objetivos estratégicos y tácticos de la entidad, se propuso como objetivo que no se abrieran a la Compañía investigaciones administrativas a lo largo del año por parte del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de Colombia **(MinTIC)**.
- Gracias a los controles aplicados, en el año 2021 se cumplió con toda la normativa regulatoria en términos fiscales, cambiarios y contables. **(419-1)**

- No se han reportado casos de incumplimiento de las normativas o códigos voluntarios relativos a la información, al etiquetado o impactos en la salud y seguridad de productos, servicios o comunicaciones de marketing. **(416-2) (417-2) (417-3)**



2.2.6. PREVENCIÓN Y GESTIÓN DE RIESGO

102-30

La evaluación de la eficacia de la gestión del riesgo en temas económicos, ambientales y sociales es realizada por el máximo órgano de gobierno de acuerdo con las definiciones del mapa estratégico, en el que se definen las metas, objetivos y estrategias relacionados con estos temas de conformidad con los lineamientos y Objetivos de Sustentabilidad de América Móvil. En el Comité de Gestión Estratégica se presentan y analizan mensualmente los resultados de la Compañía para la toma de decisiones.

Con el fin de ser una empresa más sostenible, aplicamos la evaluación del nivel de madurez de la gestión de riesgos de la organización Enterprise Risk Management Maturity Model (ERM3), bajo el liderazgo de la Gerencia de Gobierno de Datos y Riesgo Corporativo, como un ejercicio ágil de valoración -a nivel ejecutivo- del grado de madurez de la Gestión de Riesgos Corporativos (GRC) de la Compañía, frente a

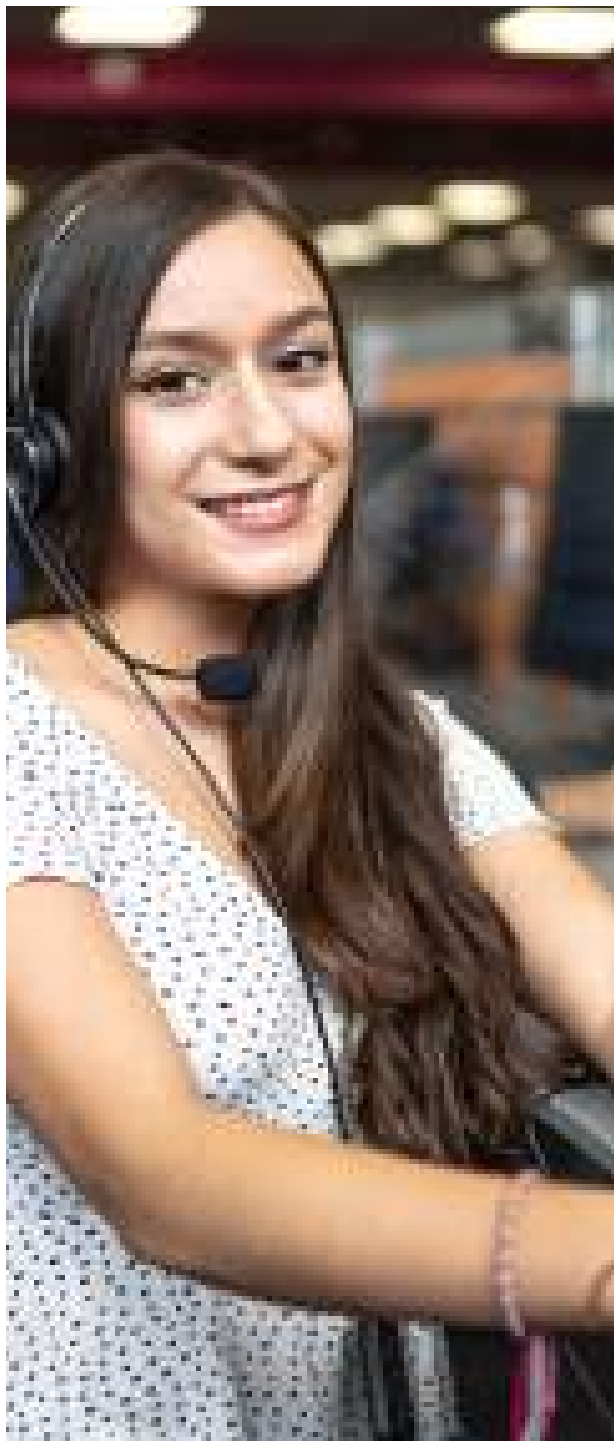
las mejores prácticas implementadas exitosamente por organizaciones de clase mundial. La evaluación realizada nos dejó conocer nuestras capacidades actuales y definir las medidas de mejora para supervisar objetivamente el avance planificado, y ser efectivos en incrementar la madurez de nuestra gestión en este ámbito.

Para garantizar la idoneidad de los proveedores, distribuidores y aliados que hacen parte de la cadena de valor, incluimos dentro de la evaluación, criterios ambientales, sociales y de gobierno corporativo en las etapas de selección, seguimiento y relacionamiento, los cuales se encuentran alineados con los estándares internacionales y nacionales de: fair Trade, SAM², GRI, Pacto Global, Score, Ley de Plazos Justos, Ley 1581 de Habeas Data y protección de datos, SAGRILIFT, entre otros.

Adicionalmente, hemos ejecutado varias iniciativas para prevenir y gestionar los riesgos desde las distintas Direcciones de la Compañía:

La evaluación realizada nos dejó conocer nuestras capacidades actuales y definir las medidas de mejora para supervisar objetivamente el avance planificado.

² SAM es una empresa de inversión global centrada exclusivamente en la inversión en sostenibilidad.



DIRECCIÓN CORPORATIVA ASUNTOS REGULATORIOS Y RELACIONES INSTITUCIONALES

En este año gestionamos el proyecto regulatorio de Política Pública de Vigilancia Preventiva ante el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC), que culminó con la expedición de la Resolución 57 de 2021. Concertamos una serie de medidas alternativas que promueven el cumplimiento de la regulación y, además, establecen mecanismos como: los traslados de los informes de visitas o hallazgos administrativos y los planes de mejora, que permiten la aplicación de acciones distintas a la sanción.

Por otro lado, luego de varias solicitudes de los operadores y de los proveedores de redes y servicios de telecomunicaciones, la Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC) inició el proyecto regulatorio Revisión del Régimen de Reportes de Información, que concluyó con la expedición de la Resolución CRC 6333 de 2021. La Gerencia de Cumplimiento de Claro Colombia se planteó la meta de simplificar el 30% de las obligaciones de reporte de la Compañía objetivo que fue superado, al llegar a 33%, con 21 obligaciones simplificadas.

Con respecto a los límites de exposición a campos electromagnéticos establecidos en la Resolución 774 de 2018, presentamos al regulador 1.230 cálculos simplificados de las estaciones radioeléctricas con las que

se prestan los servicios de comunicaciones móviles. De esta forma, demostramos que nuestras estaciones base están dentro de los límites estipulados.

Finalmente, a través de la Gerencia de Cumplimiento se presentaron 1.240 reportes regulatorios, equivalentes a 129 obligaciones que debían cumplirse con la presentación anual, semestral, trimestral, mensual, diaria y eventual de los formatos exigidos en la regulación.



² SAM es una empresa de inversión global centrada exclusivamente en la inversión en sostenibilidad.



DIRECCIÓN CORPORATIVA DE AUDITORÍA

Producto de nuestras revisiones a los indicadores de calidad en servicio al cliente y a la política de validación de identidad, realizamos el acompañamiento al Proyecto de Modelo de Gestión y Desarrollo Sostenible de Proveedores y Aliados. También evaluamos los riesgos y controles del Sistema de Anticorrupción para optimizar las relaciones con nuestros proveedores y enriquecer la experiencia brindada a los clientes. Las denuncias reportadas a la Compañía son revisadas y clasificadas como incumplimientos al Código de Ética, políticas organizacionales o a la legislación vigente para implementar planes de acción y controles en los procesos.



Buscamos garantizar la razonabilidad de los resultados financieros y una mayor eficiencia en la utilización de los recursos y en los procesos, la protección de los activos y el cumplimiento de las obligaciones con los grupos de interés. Con este enfoque, identificamos oportunidades de mejora que contribuyen a la mitigación de los riesgos financieros, operativos y tecnológicos de la organización para mantener el nivel de eficiencia del control interno definido por América Móvil.



Contribuimos a la mejora continua de procesos centrados en el cliente con la ejecución de proyectos de acompañamiento a las demás direcciones. El Plan de Expansión de la Red Nacional Fija obtuvo la certificación a las construcciones por parte del Centro de Gestión (NOC), y las visitas a las estaciones base, sedes técnicas y administrativas nos permitieron observar oportunidades de mejora en los procesos.



Apoyamos la optimización de los recursos económicos con el desarrollo de auditorías de riesgos para generar valor a nuestros grupos de interés. En el año 2021 trabajamos en varios procesos como: ingresos y costos del Centro Comercial Plaza Claro, remuneración variable, agentes comerciales y agencias de publicidad de nuevos medios, acciones comerciales y negocios ejecutados mediante modelo de alianzas, entre otros, en los que identificamos oportunidades de mejora en el diseño y aplicación de controles para asegurar el correcto uso de los recursos.



Generamos recomendaciones enfocadas en perfeccionar la gestión de turnos en nuestros Centros de Atención y Ventas (CAV), con lo que contribuimos a optimizar tiempos y la experiencia de nuestros clientes. Apoyamos el fortalecimiento de la atención digital de clientes, por medio de proyectos de auditoría como:

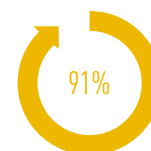


OFICIAL DE CUMPLIMIENTO

Dimos cumplimiento a la modificación integral de las políticas contra Lavado de Activos, la Financiación del Terrorismo y la Financiación de la Proliferación de Armas de Destrucción Masiva (LA/FT/FPADM), a los procedimientos que enmarcan los lineamientos y los controles de prevención integrados a los diferentes procesos de la Compañía. A continuación, se detallan los principales hitos alcanzados en 2021 en este ámbito:

- ✂ La Junta Directiva aprobó el Manual **SAGRILIFT** versión 4 de Comunicación Celular S.A. - **COMCEL S.A., INFRACEL S.A. E.S.P., AMOV COLOMBIA S.A.** y versión 1 de HITSS COLOMBIA S.A.S.
- ✂ La Asamblea General de Accionistas dio aprobación la versión 0 del Manual SAGRILIFT de **IDEAS MUSICALES DE COLOMBIA S.A.S.**, como nueva empresa obligada. Se revisaron y ajustaron 38 procesos, es decir el

91% de los que tienen actividades de control SAGRILIFT



lo mismo se hizo con 9 instructivos, 11 anexos del Manual y 14 formatos, correspondientes a la totalidad de documentación que soporta el sistema.

- ✂ Se lanzó una nueva versión de las Matrices de Riesgo de **LA/FT/FPADM** aplicable a siete factores de riesgo, con mejoras adoptadas de la metodología de **Gestión de Riesgos Corporativos** y otras provenientes de las recomendaciones de los órganos de control interno.



Ethical Hacking Mi Claro Asesor:

fortalecimiento en los controles de seguridad de la aplicación web.



Protección de datos de tarjeta de pago:

Aseguramiento y protección de la información de las tarjetas de crédito y débito utilizadas en la plataforma de pagos de Claro para transacciones en nuestro portal web y App.



Facturación:

mejoramiento en los procesos de tarificación y facturación.



-
- Se implementó el programa de divulgación y capacitación con alcance a los asociados, terceras partes interesadas y los más de

9.500
colaboradores y
colaboradoras,
incluyendo personal temporal y practicantes.



- Se establecieron las reglas relativas al Sistema de Administración del Riesgo de Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo (SARLAFT) para los Operadores Postales de Pago, como resultado del desarrollo del plan de trabajo establecido, y se modificaron las políticas y procedimientos que enmarcan los lineamientos y los controles de prevención del riesgo. Así, la Junta Directiva aprobó el Manual SARLAFT versión 2.

03

**DESEMPEÑO ECONÓMICO,
CRECIMIENTO RENTABLE Y
COMPETITIVIDAD**



103 ENF 1, 102-15, 201-1, ODS 8

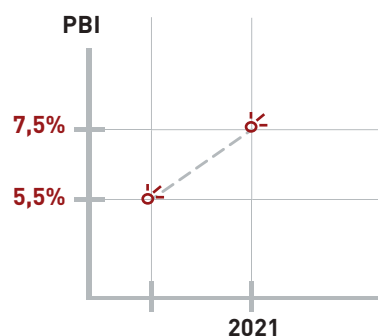
La oportuna generación de información financiera confiable y precisa es una de nuestras prioridades, ya que es necesaria para mantener una relación transparente con nuestros grupos de interés y apoyar la toma de decisiones por parte de la alta dirección de la Compañía.

A la vez que buscamos maximizar los beneficios económicos, instauramos un ambiente de control adecuado con la vigilancia permanente de las cifras financieras y de los procesos internos, para asegurar el cumplimiento oportuno y preciso de todas las obligaciones normativas y fiscales, tanto con la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, como con las Tesorerías Distritales, el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de Colombia (MinTIC), la Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC) y la Superintendencia de Industria y Comercio. **(103-1) (103-2)**



PRINCIPALES IMPACTOS, RIESGOS Y OPORTUNIDADES

El 2021 comenzó con una economía bastante afectada producto de la contingencia por la pandemia de la COVID-19 y las restricciones a la movilidad. El año estuvo marcado por volatilidades macroeconómicas, tanto a nivel global como local. Durante el primer semestre, la estimación del crecimiento del PIB real de Estados Unidos para 2021 incrementó de 5,5% a 7,5%.



Paralelamente como reflejo de la recuperación económica y la llegada de la llamada «nueva normalidad», aumentaron los precios de los commodities mineros (cobre, estaño, acero) y energéticos (petróleo, carbón). El barril de petróleo alcanzó los:

**\$75
USD**



Mientras que la tonelada de carbón superó los:

**\$90
USD**

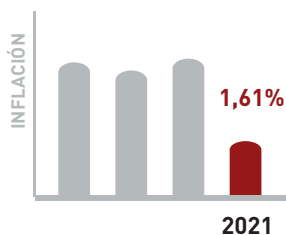


Sin embargo, a lo largo del año, estos pronósticos del desempeño económico fueron ajustándose a la baja debido a los efectos negativos de la variante Delta y la preocupación por el contagio de la variante Ómicron. Es así que la última estimación de crecimiento para Estados Unidos fue de alrededor de 6% para el 2021 (un recorte de 1,5%) y de 4% para 2022, mientras que en Europa se ha mantenido relativamente inalterada en cerca del 5% para ambos años.

La pandemia puso a prueba el plan de gobierno en Colombia, su estrategia y las diferentes medidas fiscales planificadas antes del inicio de la emergencia sanitaria. No obstante, se logró cierto grado de estabilidad macroeconómica gracias a la situación económica previa derivada de la política fiscal y monetaria del país, que contribuyó a mantener la confianza de los inversionistas.



En 2020 la inflación fue de 1,61%, la más baja de la historia estadística y la menor entre sus pares regionales, según el Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (DANE).



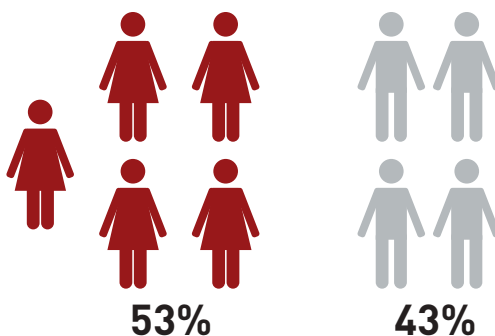
Por su parte, el tipo de cambio flexible brindó de cierto modo un margen de maniobra para absorber los choques externos.

El Gobierno respondió rápidamente para mitigar el impacto de la pandemia, con una serie de medidas de bloqueo y un paquete tributario sustancial de alrededor del 8% del Producto Interno Bruto (PIB). Como resultado suspendió la regla fiscal, y el panorama a mediano plazo se deterioró significativamente. Esto fue uno de los principales factores que generaron la pérdida de la calificación de grado de inversión de Colombia. Las manifestaciones sociales de mediados del año también impactaron al sector de telecomunicaciones. La afectación más relevante se dio en el servicio de internet fijo debido a que, a causa de los bloqueos, las instalaciones se retrasaron y los materiales no pudieron llegar del puerto al destino. El paro nacional le costó al país \$10,2 billones, lo equivalente a 1,02% del Producto Interno Bruto colombiano del 2020 (\$1.002 billones) y a 42% del presupuesto de Bogotá (\$23,9

billones). El ministro de Hacienda, José Manuel Restrepo, indicó que los gastos diarios de las manifestaciones representaron \$484.000 millones.

Para el segundo semestre del año, la crisis de los containers (contenedores) en China ocasionó desabastecimiento, la producción no llegó a su destino y esto tuvo una repercusión significativa en la tasa de cambio, que subió de nuevo a \$4.000 por dólar, lo que se sumó a la alta inflación externa e interna y a la incertidumbre política de cara a las elecciones presidenciales a realizarse en el año 2022.

De forma particular, la virtualidad y la necesidad de estar conectados trajeron consigo el incremento del mercado de internet fijo en el 2021 -para el caso de Colombia fue de 11,4% con respecto al 2019-, que obligó a los gobiernos a generar programas para que la población tuviera acceso a la conectividad. De acuerdo con el Ministerio del Trabajo, la modalidad del teletrabajo en Colombia aumentó en más de 80% durante la pandemia. Se estimó que cerca del 53% de las mujeres y 43% de hombres fueron teletrabajadores.



Este hecho derivó en una mayor búsqueda y contratación de personal profesional y técnico de diferentes carreras (ingenieros de casi todas las ramas, médicos, contadores, administradores, entre otros) por parte de las empresas de desarrollo tecnológico. La necesidad de velocidad de los datos móviles también aumentó, por lo que las empresas de telecomunicaciones se vieron obligadas a mejorar su infraestructura, para que las distintas aplicaciones pudieran cumplir y responder con las expectativas de la población.

Pese a todo lo mencionado anteriormente, en Claro Colombia supimos manejar todos estos desafíos para atender nuestro compromiso de mantener a los colombianos conectados y cerrar un año 2021 con resultados extraordinarios en el mercado de las telecomunicaciones. **(102-15)**

3.1. GESTIÓN FINANCIERA

RESULTADOS FINANCIEROS

A continuación presentamos un resumen de los indicadores financieros de Claro Colombia al cierre del 2021, en los ámbitos de rentabilidad, endeudamiento y liquidez.



Los indicadores de liquidez miden los recursos disponibles para operar en el corto plazo. Al cierre de 2021, los activos corrientes crecieron en 33,4% respecto al año anterior, principalmente por el incremento en el rubro Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar. El incremento en la porción corriente de los pasivos del fue del 32,8% y se debe al aumento de la cuenta de Cuentas por pagar y pasivos acumulados.

Por su parte, los indicadores de endeudamiento muestran la proporción de la inversión de la empresa que ha sido financiada con deuda. El nivel de endeudamiento pasó del 63,2% en 2020 al 58,3% en el 2021; la concentración del endeudamiento está en el largo plazo y representa el 54,7%. El total de los pasivos creció \$586,7 mil millones lo cual equivale al 5,0% mayor respecto del año anterior, principalmente, por el incremento en los rubros de cuentas por pagar y pasivos acumulados, y la cuenta de Partes Relacionadas.

Finalmente, el indicador de rentabilidad refleja los resultados de la gestión operativa del año. El margen operacional de 2021 fue del 20,6%% como resultado del incremento en ingresos del 10,0%. El margen neto en 2021 fue del 13,6% aproximadamente \$2,0 billones de pesos.

10,0 - 15,9%

A nivel consolidado los ingresos

ascendieron a \$14,7 billones y la utilidad operacional cerró en \$3,0 billones, incrementando en 10,0% y 15,9% respectivamente frente al 2020.

2,0 Billones de pesos

La utilidad neta

cerró en aproximadamente \$2,0 billones de pesos.

2,9 Billones de pesos

Destacamos, así mismo, la capacidad de la organización para generar flujos de efectivo provenientes de las actividades de operación \$2,9 billones, lo que nos permitió continuar con nuestra operación, cumplir todas las obligaciones y mantener nuestros programas de inversión.

INDICADORES DE LIQUIDEZ

CAPITAL DE TRABAJO

(Activo corriente - Pasivo corriente)

583.213.693**2020****1,1****804.069.324****2021****1,1****RAZÓN CORRIENTE**

(Activo corriente / Pasivo corriente)

INDICADORES DE ENDEUDAMIENTO

NIVEL DE ENDEUDAMIENTO

(Total pasivo / Total activo)

63,3%**2020****1,72%****58,3%****2021****1,40%****APALANCAMIENTO FINANCIERO**

(Total pasivo / Patrimonio)

INDICADORES DE ACTIVIDAD

ROTACIÓN DEL ACTIVO TOTAL

(Ingresos / Activo total)

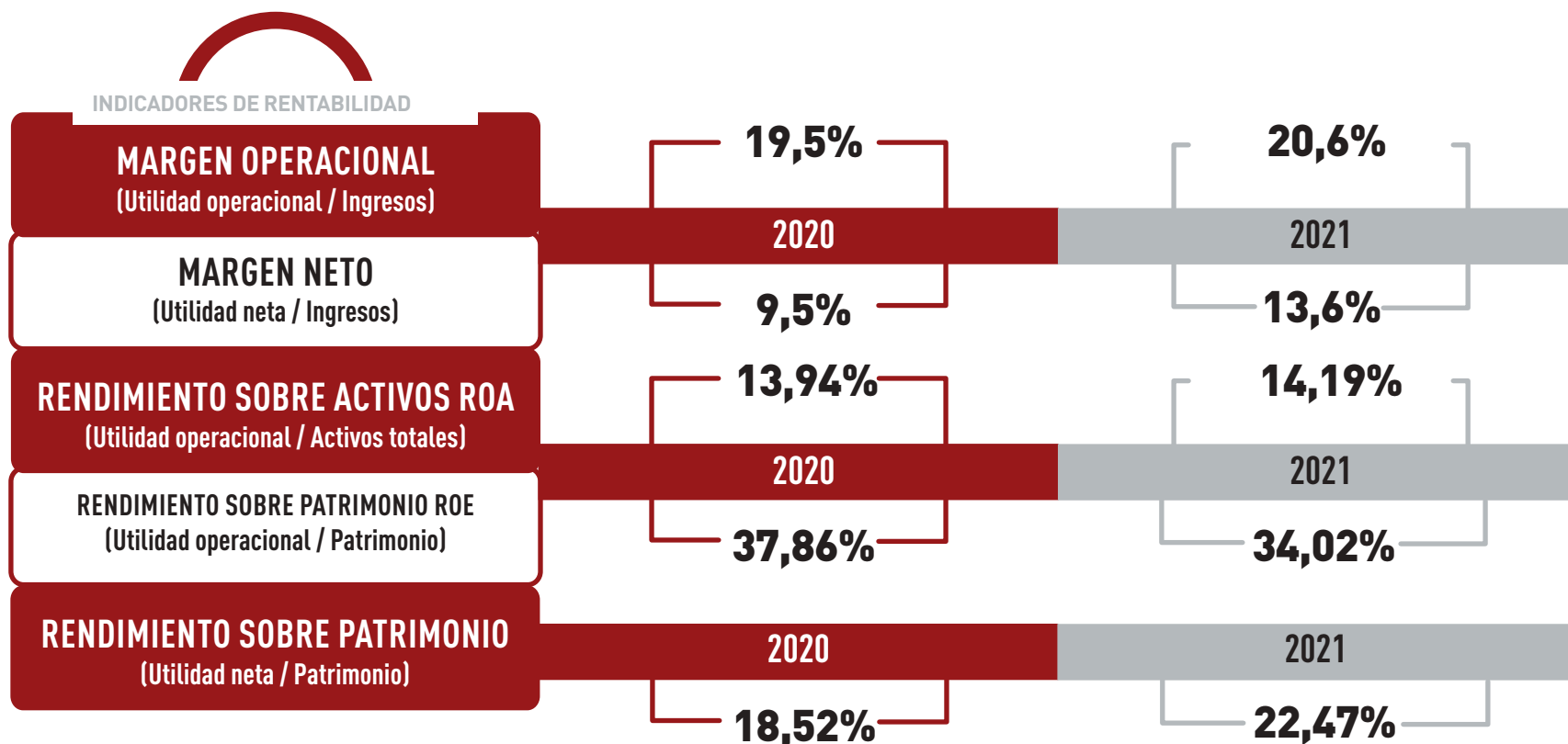
0,71**2020****0,69****2021**

INDICADORES DE UTILIDAD

UTILIDAD POR ACCIÓN

(pesos)

0,00084**2020****0,00132****2021**



(201-1)

En el año 2021, impulsamos la rentabilidad de la Compañía a través de los siguientes proyectos e iniciativas.

DIRECCIÓN DE PLANEACIÓN FINANCIERA Y TESORERÍA

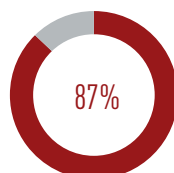
Esta Dirección alcanzó de forma satisfactoria los planes financieros planteados ante América Móvil, entre los cuales estuvo el cumplimiento de ingresos, control de costos y gastos, generación de utilidades y flujo de caja.



DIRECCIÓN DE SOPORTE A LA OPERACIÓN



VENTA DIGITAL HOGARES

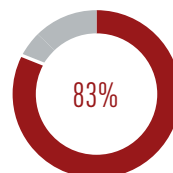


Del total de ventas hogares pasó de ser asistido, a ser autogestionado por los canales de venta.

Los tiempos de atención al cliente de los consultores comerciales disminuyeron hasta en 80%. Se consiguió un ahorro de \$150 millones promedio anuales en el proceso de validación documental y de \$2.538 millones promedio anual en los procesos de soporte y digitación en Condiciones Generales de Venta (CGV).

ACTIVACIONES

La disminución de 315 horas de los tiempos de activación en el año, esto es



Pasamos de 382,2 horas al mes en 2020 a 65,23 horas al mes en 2021. La automatización de ocho procesos de la gerencia de manera in-house (en la propia empresa).





CARTERA Y RIESGO



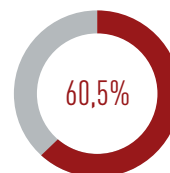
La meta frente al número de bajas involuntarias en servicios móviles fue reevaluada y construida buscando mejorar los niveles de planta activa y netas mensuales.

El nivel de exigencia fue cumplido y al lograr los objetivos, las metas netas se mantuvieron en los niveles requeridos por la organización para cumplir con los objetivos de crecimiento.

La reducción en casos de fraude por un valor promedio anual de \$2.400 millones (inco-brables de fraude).

CONTROL CICLO FACTURACIÓN Y PAGOS

La disminución de



en el contact rate de recaudo entre enero y noviembre de 2021.
La reducción de 10.935 partidas abiertas de recaudo a noviembre de 2021,
48,6% menos que enero de 2021



FACTURACIÓN

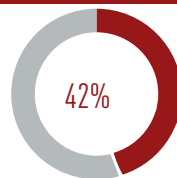


La puesta en producción del nuevo formato de factura en el mes de octubre de 2021.

Este es el principal medio de comunicación que existe entre la prestación de los servicios y lo que el cliente espera que le sea cobrado. El nivel de satisfacción con el nuevo formato pasó del 84% al 94% en el período evaluado.

COMISIONES

En el segundo semestre del 2021 registramos



de disminución de reclamos por comisiones, con respecto al primer semestre del año.

La realización de 46 planes canguro a los aliados y directos. El incremento en la automatización de las liquidaciones en 27%, respecto al valor liquidado. La reducción de dos días en promedio en tiempos de respuesta de reclamos de comisiones. La eliminación de procesos operativos y administrativos de control de legalización de ventas para hacer la labor comercial más eficiente, lo que garantiza el 100% del pago de la comisión.



RECAUDO Y OTRAS CARTERAS

El recaudo en línea fue del

95.90%

La implementación, por portal comercial, de la opción de pago de conceptos adicionales a equipos, como cuotas de préstamos, acuerdos de pago y faltantes de recaudo. Este cambio mejora la experiencia y contribuye a mantener la cartera al día. Usualmente se gestionan un promedio al mes de 120 cuotas por acuerdos y préstamos y 1.000 cuentas de cobro por concepto de faltantes de recaudo.

La sincronización en tiempo real entre los cupos asignados a agentes comerciales y los equipos postpago entregados en consignación por logística, lo que garantiza un mejor control entre cupos asignados y utilizaciones, gracias a la ejecución de un proyecto interáreas desarrollado sobre nuestro Sistema de Planificación de Recursos Empresariales **(ERP SAP)**.



04

CONSTRUYENDO UNA CULTURA SOSTENIBLE



4.1. CLARO POR COLOMBIA

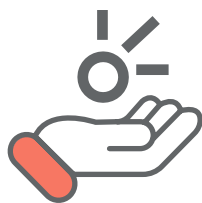
La sostenibilidad hace parte integral de nuestro Propósito Superior, y es uno de los principales objetivos tácticos de la meta estratégica de reconocimiento. En 2021 avanzamos en la consolidación de una cultura más sostenible que trascienda de la gestión de la triple cuenta (económica, ambiental y social) e impulse la generación de valor compartido para nuestros principales grupos de interés. Cada día buscamos ser una empresa más sostenible y más incluyente.

Con Claro por Colombia, nuestro programa de sostenibilidad, transformamos vidas por medio de la tecnología. Somos conscientes que con accesibilidad, conectividad e internet es como cambiamos realidades, promovemos el cierre de las brechas digital y social y acercamos a los colombianos a cumplir sus sueños. Así, contribuimos a la realización de:



Nuestras actividades son lideradas por el programa de sostenibilidad Claro por Colombia, que sigue los lineamientos de América Móvil (AMX), integrante desde el 2019 del Dow Jones Sustainability MILA Pacific Alliance Index (DJSI MILA).

Mediante los comités internos de Sostenibilidad, y Energía y Emisiones cumplimos con el 100% de los objetivos de la estrategia de Sustentabilidad Inteligente de América Móvil (AMX), nuestra Casa Matriz.



Este fuerte compromiso nos llevó en 2021 a conquistar los siguientes hitos en nuestra gestión sostenible:



Claro Colombia fue reconocida como una de las 25 empresas con mayor inversión social privada en el país por la firma Jaime & Arteaga y USAID; nos ubicamos en el puesto 23.

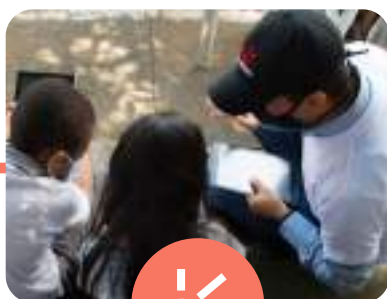
La Compañía se certificó con el Sello de Empresa Incluyente de la **ANDI** -Asociación Nacional de Empresarios de Colombia- y su Fundación, por la Ruta de Inclusión Laboral y Social para Población Vulnerable, orientada a la empleabilidad inclusiva de jóvenes, mujeres y madres cabeza de hogar, víctimas del conflicto, migrantes, retornados y binacionales. Somos la primera empresa de telecomunicaciones del país en obtener esta certificación.

La adhesión al compromiso del Ministerio de Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible y establecer una estrategia para tener una huella de carbono cero en el 2050, nos ha llevado a ser reconocidos como una de las primeras 100 empresas en vincularse a esta meta y tener una agenda para materializarla.

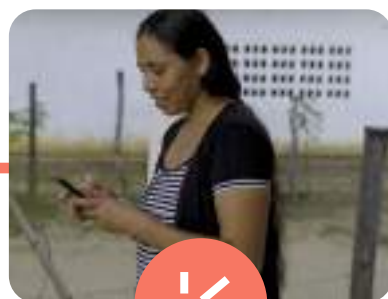
4.2. NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS

102-21, 102-40, 102-42

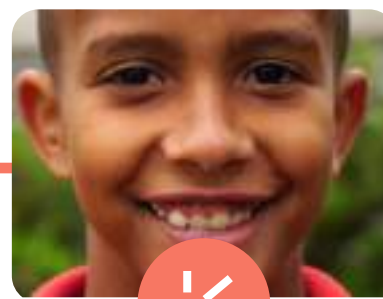
Desde Claro por Colombia se definen los grupos de interés que son priorizados de acuerdo con cuatro criterios:



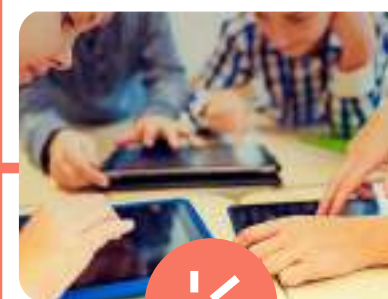
El nivel de importancia e impacto.



Los canales de comunicación e instancias de relacionamiento.



Los posibles impactos positivos y negativos de la operación.



Los planes de acción para su correcta priorización y mitigación.

(102-42)

NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS SON:



(102-40)



Gestionamos el relacionamiento directo y oportuno con nuestros principales grupos de interés, brindándoles valor con soluciones únicas, diferenciadas e innovadoras que vayan más allá de la gestión de la triple cuenta en los ámbitos económico, social y ambiental, y que se enmarquen en los principios del valor compartido y las relaciones a largo plazo de mutuo beneficio.

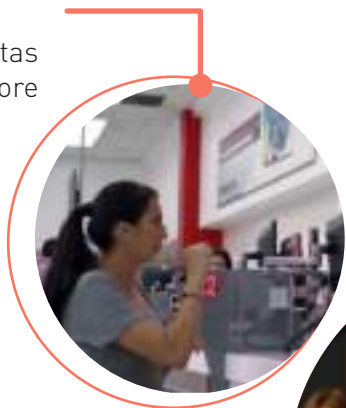
El Comité Ejecutivo, como máximo órgano de gobierno, ha delegado la responsabilidad del relacionamiento y de los procesos de consulta con los grupos de interés, en las siguientes áreas: Dirección Corporativa de Marketing y Comunicaciones (clientes); Dirección Corporativa Financiera (accionistas e inversionistas y proveedores, distribuidores y aliados); Dirección Corporativa de Gestión Humana (colaboradores y colaboradoras), y las Direcciones Corporativas Jurídica y Asuntos Societarios y de Asuntos Regulatorios y Relaciones Institucionales (entes de control, entidades de Estado y Gobierno y comunidad en general). **(102-21)**

4.3. NUESTRO MODELO Y CANALES DE RELACIONAMIENTO

102-13

Los canales de comunicación y consulta dispuestos para cada grupo de interés prioritario son:

CLIENTES: Canales de atención y autoatención; estudios y encuestas de satisfacción; Net Promoter Score (NPS), y estudio de reputación.



PROVEEDORES, DISTRIBUIDORES Y ALIADOS: Encuesta de proveedores, distribuidores y aliados, y Encuesta de NPS.



COMUNIDAD: Estudios de reputación de marca.

ACCIONISTAS E INVERSIONISTAS: Oficina de atención al inversionista, estudio de reputación y asamblea.



ESTADO Y GOBIERNO: Diálogos directos.



COLABORADORES Y COLABORADORAS: Canales de diálogo interno, encuesta de clima laboral, encuesta de NPS, encuesta de **RADAR** y cultura organizacional.



La frecuencia de relacionamiento con los grupos de interés prioritarios es de carácter permanente. Adicionalmente y con el objeto de fortalecer las relaciones con nuestros grupos de interés, formamos parte de varios organismos y escenarios intersectoriales:



Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI).

Asociación Nacional de Empresas de Servicios Públicos y Comunicaciones de Colombia (Andesco).



Cámara Colombiana de Informática y Telecomunicaciones (CCIT).

Asociación de la Empresa Móvil de Colombia (Asomóvil).



Cámara Colombiana de Comercio Electrónico (CCCE).

Cámara de Comercio Colombo Americana (AmCham).



Asociación Interamericana de Empresas de Telecomunicaciones (Asiet).

Cámara Colombo Mexicana.



GSMA Latin America.

(102-13)

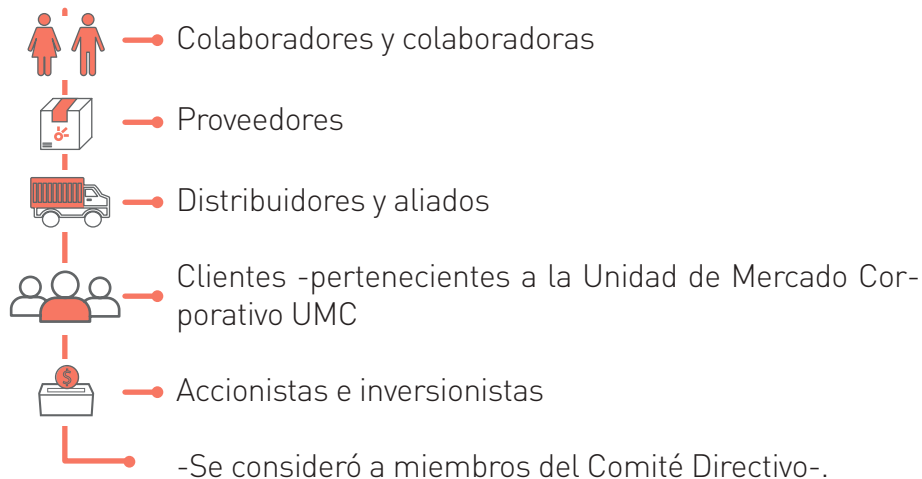




102-43, 102-44, 102-46, 102-47

El desarrollo de este Informe de Sostenibilidad cumplió con los lineamientos de la metodología GRI para la elaboración de memorias de sostenibilidad. En este reporte se encuentran los contenidos correspondientes a cada uno de los asuntos materiales, su gestión, cobertura, acciones, evaluación y resultados. **(102-46)**

En 2021 actualizamos el análisis de materialidad (realizado por primera vez en 2017) bajo la metodología internacional de estándares GRI. Este proceso contó con la aplicación de encuestas de validación de los asuntos materiales, exclusivamente a estos grupos de interés:



4.4. NUESTROS ASUNTOS MATERIALES

El número de participantes por cada grupo fue el siguiente:

**Más de
2.000**



colaboradores y colaboradoras de todos los niveles

**277
proveedores**



distribuidores y aliados de la cadena de valor

**196
clientes**



de empresas y negocios

**11
miembros**



del Comité Ejecutivo de la Compañía.
(102-43)

Las encuestas arrojaron los siguientes resultados:



RELEVANCIA ASUNTOS MATERIALES POR GRUPOS DE INTERÉS



TALENTO HUMANO

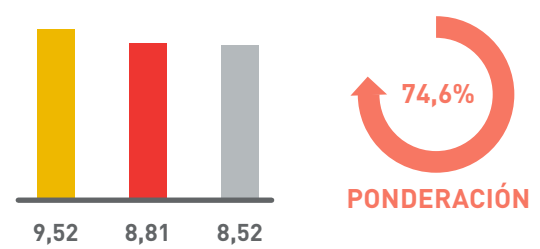


CLIENTES

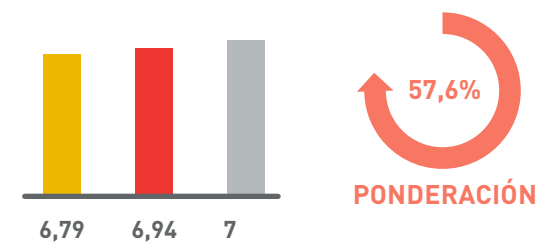


PROVEEDORES, DISTRIBUIDORES Y ALIADOS

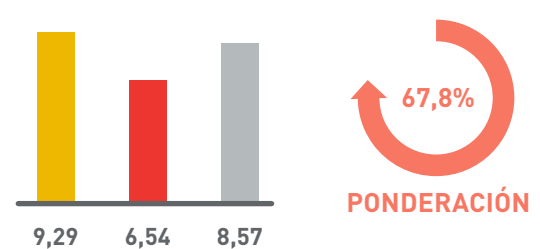
● SALUD Y BIENESTAR DE LOS COLABORADORES Y COLABORADORAS.



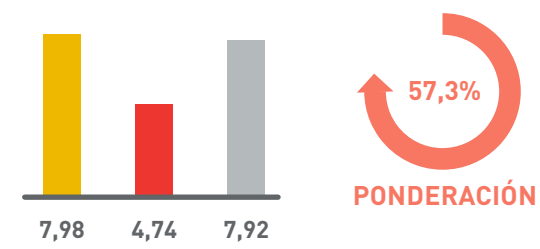
INNOVACIÓN Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL.



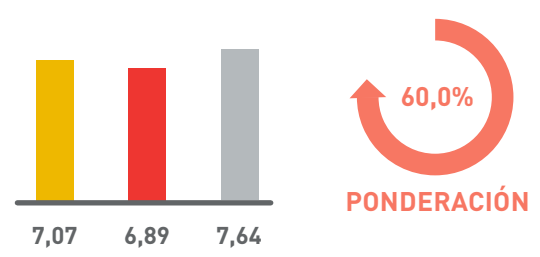
EXPERIENCIA AL CLIENTE.



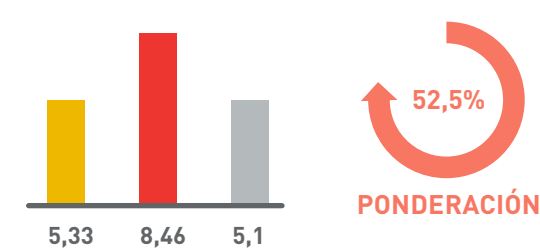
TECNOLOGÍA, CONECTIVIDAD Y COBERTURA.



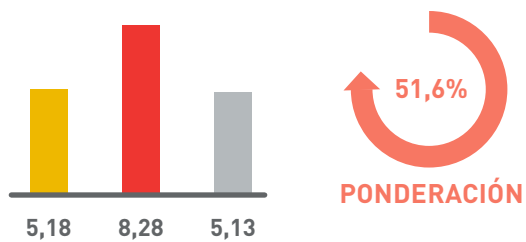
DESARROLLO DE LA CADENA DE VALOR.



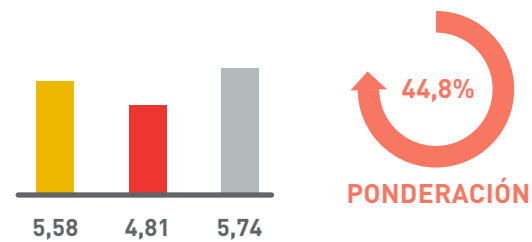
GOBIERNO CORPORATIVO.



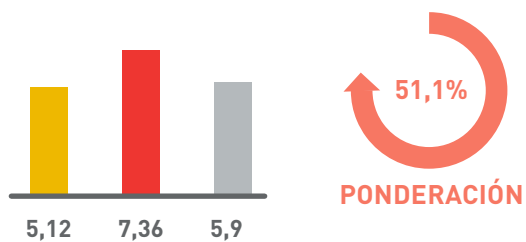
CARBONO NEUTRAL Y CAMBIO CLIMÁTICO



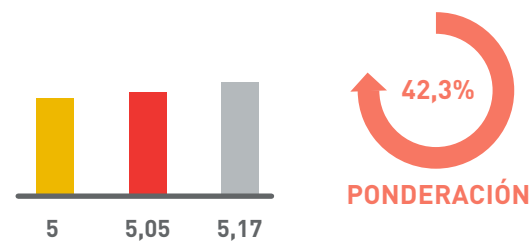
EQUIDAD, INCLUSIÓN Y DIVERSIDAD.



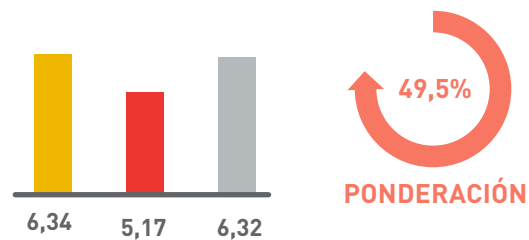
SEGURIDAD Y CONFIDENCIALIDAD DE LA INFORMACIÓN



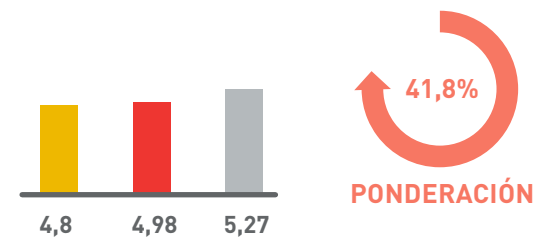
ECONOMÍA CIRCULAR.



RENTABILIDAD Y COMPETITIVIDAD.



REDUCCIÓN DE LA BRECHA DIGITAL.

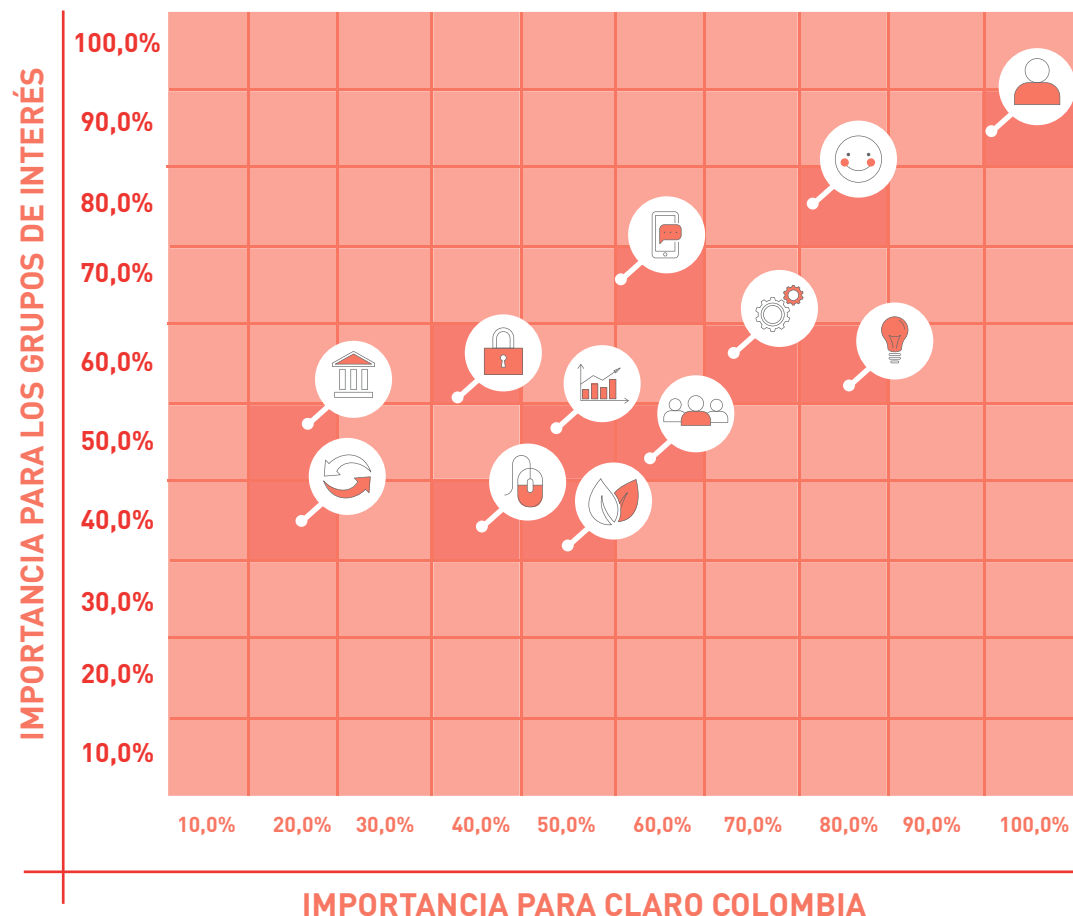


(102-44)



Claro
POR COLOMBIA
Tecnología que transforma vidas

El ejercicio de actualización reflejó los principales impactos en los que la organización debe centrar su gestión en materia de sostenibilidad, para cumplir con su objetivo de generar valor compartido y fortalecer relaciones de confianza con sus grupos de interés en los próximos años. Los asuntos materiales identificados, son:



-  **Experiencia al cliente**
-  **Salud y bienestar de los colaboradores y colaboradoras.**
-  **Innovación y transformación digital.**
-  **Desarrollo de la cadena de valor.**
-  **Tecnología, conectividad y cobertura.**
-  **Equidad, inclusión y diversidad.**
-  **Rentabilidad y competitividad.**
-  **Seguridad y confidencialidad de la información.**
-  **Carbono neutral y cambio climático.**
-  **Reducción de la brecha digital.**
-  **Gobierno corporativo.**
-  **Economía circular.**

(102-47)

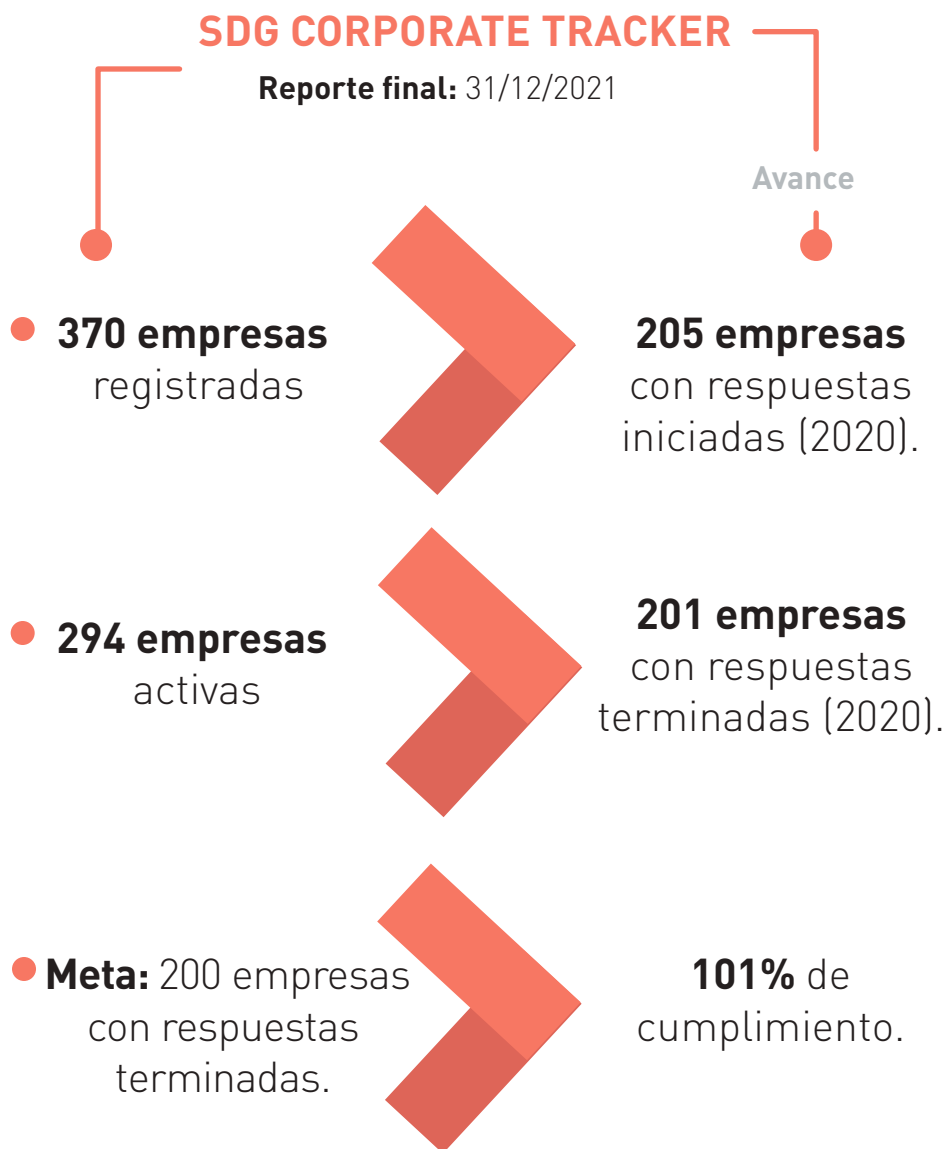




En Claro Colombia estamos comprometidos con la Agenda 2030 de las Naciones Unidas, con los Objetivos de Desarrollo Sostenible y con la meta de limitar el calentamiento global y ser carbono neutral para el año 2050.

Este compromiso lo hemos hecho extensivo a nuestra cadena de valor y por eso, desde 2020, nos vinculamos como la primera empresa socia implementadora del SDG Corporate Tracker (Rastreador Corporativo de los Objetivos de Desarrollo Sostenible), una iniciativa nacional liderada por el Departamento Nacional de Planeación (DNP), el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y su iniciativa Business Call To Action (Llamado a la Acción Empresarial), y el Global Reporting Initiative (Iniciativa de Reporte Global) para medir el aporte consolidado del sector privado al cumplimiento de los ODS.

En el 2021, alcanzamos con Claro por Colombia la vinculación de más de 200 empresas pertenecientes a la red de proveedores y distribuidores en el proceso de registro de información sobre sus prácticas ambientales, sociales, económicas y de gobierno corporativo, en la plataforma SDG Corporate Tracker Colombia (<https://tracking.ods.gov.co/login>).



Con la información obtenida, en el año 2022 implementaremos acciones que nos permitan seguir fortaleciendo nuestra gestión sostenible y replicar las mejores prácticas, a lo largo de la cadena de valor.



En el 2021, con Claro por Colombia buscamos contribuir a la transformación social y digital del país, así como a su reactivación económica con la tecnología y la conectividad. Nuestro propósito es transformar vidas, generando valor para nuestros principales grupos de interés. Los pilares estratégicos de la sostenibilidad son: 1) cobertura, 2) acceso, 3) ecosistemas digitales e inclusión social, y 4) cultura sostenible y carbono neutral.

Particularmente, en el marco de los ODS alineamos nuestra estrategia de sostenibilidad para garantizar un aporte efectivo a las siguientes metas:



META 4.1. Asegurar que todos los niños y niñas terminen la enseñanza primaria y secundaria, que ha de ser gratuita, equitativa y de calidad y que debe producir resultados de aprendizaje pertinentes y efectivos

META 4.4. Aumentar sustancialmente el número de jóvenes y adultos que tienen las competencias necesarias -técnicas y profesionales- para acceder al empleo, el trabajo decente y el emprendimiento.

META 4.A. Construir y adecuar instalaciones educativas que tengan en cuenta las necesidades de los niños y niñas, de las personas con discapacidad y las diferencias de género, y que ofrezcan entornos de aprendizaje seguros, no violentos, inclusivos y eficaces para todos.

LOGRO

Más de 1,8 millones de colombianos de todas las edades han hecho uso de las plataformas gratuitas de educación y formación en línea de la Fundación Carlos Slim: **PruébaT** (<https://pruebat.org/>) y **Aprende.org**, que Claro por Colombia recomienda para que todos puedan acceder a contenidos sin costo, que abarcan desde educación inicial hasta formación para la presentación de las pruebas oficiales.

Al cierre del año, 991.196 colombianos estaban registrados en **PruébaT**.

De igual manera, el número de usuarios inscritos en **Aprende.org** en todo el país también incrementó a un total de 181.592. El 52,52% son mujeres y el 47,48% son hombres. Esta es una plataforma viva y aplicación móvil que integra todas las herramientas, cursos, programas educativos y de capacitación, en áreas como: cultura, arte, historia, salud, educación inicial, media y superior, y mucho más.

Alrededor de **747.402 usuarios** se registraron en Capacítate para el Empleo (<https://capacitateparaempleo.org/>), una plataforma virtual y gratuita, desarrollada por la Fundación Carlos Slim y recomendada por Claro por Colombia, con más de 340 cursos de formación complementaria y nueve diplomados para el empleo y el emprendimiento. En promedio, estos usuarios realizaron 3,47 cursos, que abordan diversidad temas como servicio al cliente, tecnología y sociedad global, entre otros.

En el 2021, el programa Escuelas Conectadas nos permitió proporcionar internet gratuito a 61 instituciones educativas, beneficiando a más de 113 mil estudiantes, padres de familia y personal educativo y directivo, de los cuales 7.410 pertenecen a población migrante o extranjera, 1,8 a personas en condición de discapacidad y 2.463 a indígenas, distribuidas en 19 departamentos del país.

LOGRO



META 5.5. Velar por la participación plena y efectiva de las mujeres y la igualdad de oportunidades de liderazgo.

META 5.B. Mejorar el uso de la tecnología instrumental, en particular de la tecnología de la información y las comunicaciones, para promover el empoderamiento de las mujeres.

Somos una empresa con un compromiso superior con la sostenibilidad y la inclusión. En los últimos años hemos emprendido acciones para garantizar la adopción de mejores prácticas laborales que promuevan el empleo inclusivo, la equidad de género y la diversidad. En 2020, fuimos reconocidos con la categoría plata del Sello de Equidad Laboral Equipares, iniciativa liderada por el Ministerio del Trabajo y la Consejería Presidencial para la Equidad de la Mujer, con el apoyo técnico del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). De igual forma, recibimos el reconocimiento Compromiso por la Igualdad. En 2021 mantuvimos esta certificación.

Fuimos la primera empresa en telecomunicaciones en recibir, en 2021, el Sello de Empresa Incluyente de la ANDI y la Fundación ANDI, por nuestro proyecto, Ruta de Inclusión Laboral y Social para Población Vulnerable, con la que promovimos el empleo inclusivo de mujeres, madres cabeza de familia, jóvenes y víctimas colombianos, migrantes, retornados y binacionales en empresas aliadas que forman parte de nuestra cadena de valor.

El cierre de la brecha digital es una de las grandes prioridades del país para garantizar la transformación digital y social de los colombianos. En línea con nuestro pilar ecosistemas digitales e inclusión social, y junto a Claro por Colombia, logramos que más de 1,8 millones de personas en el país aprovecharan miles de contenidos de formación, a través de las plataformas virtuales y gratuitas de la Fundación Calos Slim: aprende.org, PruébaT y Capacítate para el Empleo.

El 49,14% de los 747.402 usuarios de Capacítate para el Empleo (<https://capacitateparaempleo.org>) fueron mujeres, quienes accedieron sin costo alguno y desde distintos lugares del país a contenidos de calidad, para capacitarse, certificarse y mejorar su perfil ocupacional, ya sea con el propósito de obtener un empleo, iniciar un emprendimiento o consolidarlo.

En el caso de Aprende.org, de los 187.592 usuarios registrados en el país, el 52,52% fueron mujeres, quienes aprendieron sobre temas vinculados con educación, desde inicial hasta superior.



META 7.2. Aumentar sustancialmente el porcentaje de la energía renovable en conjunto con las fuentes de energía.

LOGRO

Cerca del 81% de la energía consumida por la operación fue limpia y de carácter renovable. Este valor incluye la energía comercial y autogenerada. Esto implicó que hiciéramos un esfuerzo adicional para aumentar el uso de energías limpias en un 3,51% en comparación con 2020. Continuamos con la implementación de proyectos de eficiencia energética y sistemas híbridos con paneles solares, para disminuir el uso de combustibles en el funcionamiento de las estaciones base ubicadas en zonas apartadas y rurales donde no existe energía comercial.



META 8.2. Lograr niveles más elevados de productividad económica mediante la diversificación, la modernización tecnológica y la innovación.

No solo aportamos con soluciones digitales y nuevas a la transformación social y digital del país. A nivel de intrainnovación, realizamos la segunda versión de nuestro premio y concurso de invenciones, enfocado en impulsar y premiar aquellas iniciativas orientadas a aumentar los niveles de ingresos, reducir gastos, mejorar los procesos y, este año, en mejorar el Net Promoter Score (NPS). Con este criterio, seleccionamos 24 proyectos de un total de 132 iniciativas inscritas.

Adicionalmente, interactuamos con cinco ecosistemas de innovación en Colombia, América Latina, Estados Unidos e Israel, y con tres universidades en Colombia, lo que se tradujo en más de 100 empresas contactadas para la búsqueda de soluciones y alianzas.



META 8.5. Lograr el empleo pleno y productivo y garantizar un trabajo decente para todos los hombres y mujeres.

Más de 500 nuevas personas se sumaron a nuestra gran familia, que en 2021 contó con 8.877 colaboradores y colaboradoras a nivel nacional. Nuestra cadena de valor generó más de 60 mil empleos formales, de los cuales 11 mil se crearon en este año.

Desde el 2019, junto a Claro por Colombia, impulsamos la Ruta de Inclusión Laboral y Social para Población Vulnerable. A través de alianzas estratégicas establecidas con la Embajada de Canadá, CUSO International, las agencias de empleo y emprendimiento de Compensar, Minuto de Dios y Universidad Corporativa Claro, diseñamos un esquema de empleo inclusivo que ha permitido identificar, formar, seleccionar, contratar y realizar un seguimiento posvinculación laboral a personas en condición de vulnerabilidad (mujeres, madres cabeza de familia, jóvenes, víctimas de la violencia colombianos, así como migrantes, retornados y binacionales). Así, más de 382 personas han sido contratadas en nuestras empresas aliadas y proveedoras, en los roles de call center y tropas en Bogotá, Barranquilla, Medellín y Soacha. Este trabajo nos permitió recibir el reconocimiento Sello Empresa Incluyente de la ANDI y su Fundación.

Por último, en 2021 Claro por Colombia abrió dos nuevas salas en el municipio de Soacha y en la localidad de Suba en Bogotá, en articulación con la Agencia de Empleo y Emprendimiento de Compensar para brindar nuevos espacios para que las personas puedan acceder a más oportunidades con procesos de orientación, formación y búsqueda de un empleo. Durante el último trimestre del año se beneficiaron más de 150 personas.

META 8.6. Reducir sustancialmente la proporción de jóvenes que no están empleados y no cursan estudios ni reciben capacitación.

Desde el 2020, en medio de la crisis generada por la pandemia y con el propósito de mantener a los colombianos conectados garantizando el servicio, realizamos una alianza con la Agencia de Empleo y Emprendimiento de Compensar, para la identificación, selección y contratación de personas en los roles de técnicos y auxiliares técnicos de instalación, en nuestras empresas aliadas y proveedoras. En 2021 se contrataron 1.303 personas, 527 de ellas jóvenes y 10 víctimas del conflicto.

En materia de apertura de espacios para vinculación de población joven, contamos con Generación XXI, un programa de prácticas empresariales que busca que los estudiantes universitarios participen desde el comienzo en los proyectos estratégicos de la Compañía en temas como innovación, cultura digital, agilidad organizacional, experiencia de servicio al cliente y muchos otros, lo que aportará a su desarrollo como profesionales.



META 9.B. Apoyar el desarrollo de tecnologías, la investigación y la innovación nacionales en los países en desarrollo.

META 9.C. Aumentar significativamente el acceso a la tecnología de la información y las comunicaciones y esforzarse por proporcionar acceso universal y asequible a internet en los países menos adelantados de aquí a 2030.

LOGRO

El Centro de Innovación y Tecnología, ubicado en Plaza Claro, generó más de 50 cocreaciones apalancadas en las soluciones trabajadas con nuestros clientes, lo que enriquece nuestra propuesta de servicio para los empresarios colombianos.

Sin lugar a dudas, contribuir al cierre de la brecha digital es nuestro compromiso. Durante más de 20 años hemos alcanzado una cobertura del 99% de las cabeceras municipales y fibra óptica en 114 ciudades del país. Buscamos asegurar que cada vez más rincones del país se encuentren conectados (sin importar el factor rentabilidad); la prioridad es garantizar que todos los colombianos puedan hacer uso de internet para formarse, educarse, potenciar sus negocios o emprendimientos, consultar temas de salud o de entretenimiento, entre otros.

En 2021 con Claro por Colombia, nuestro programa de sostenibilidad, llegamos a más de 210 nuevas zonas rurales, apartadas y vulnerables del país, ampliando nuestra red y con ello las oportunidades, en términos de: cobertura, acceso y ecosistemas digitales y de inclusión social.

Miles de personas transformaron sus vidas, aprovechando por primera vez la tecnología, la conectividad y el internet, y con ello cumplieron sus sueños de formarse e impulsar sus emprendimientos. El 2020 fue un año retador para todos. Logramos mantener a Colombia conectada y para el 2021 nos pusimos la gran meta de conectar a la Colombia rural, llegando a más poblaciones, especialmente las más apartadas.

Al cerrar el año, habíamos creado cerca de dos millones de oportunidades, impulsando así el crecimiento de los colombianos y del país en su conjunto.

Adicionalmente durante el 2021, con la iniciativa de Escuelas Conectadas, 61 instituciones educativas públicas se conectaron a internet, lo que favoreció a 113 mil estudiantes y docentes que pudieron acceder a sus procesos de alternancia y regreso a clases.



ETA 10.2. Potenciar y promover la inclusión social, económica y política de todas las personas, independientemente de su edad, sexo, discapacidad, raza, etnia, origen, religión, situación económica u otra condición.



META 12.2. Lograr la gestión sostenible y el uso eficiente de los recursos naturales.

META 12.4. Lograr la gestión ecológicamente racional de los productos químicos y de todos los desechos a lo largo de su ciclo de vida, de conformidad con los marcos internacionales convenidos, y reducir significativamente su liberación a la atmósfera, el agua y el suelo a fin de minimizar sus efectos adversos en la salud humana y el medioambiente.

LOGRO

Esta línea de acción de inclusión social y laboral se evidencia de manera directa en nuestra operación, con personas en condición de discapacidad, y de forma indirecta, a través de nuestros aliados o terceros, con la promoción de la vinculación de jóvenes, víctimas del conflicto y madres cabeza de familia, población migrante, retornada y binacional.

En concordancia con nuestro compromiso con la inclusión, Claro por Colombia impulsa la Ruta de Inclusión Laboral y Social para Población Vulnerable. Entre 2019 y 2021, gracias a las alianzas sostenidas con la Embajada de Canadá, CUSO International, la Agencia de Empleo y Emprendimiento de Compensar y Minuto de Dios, entre otras, y la Universidad Corporativa Claro, se han formado más de 390 personas de población vulnerable (migrantes, retornados, binacionales, mujeres cabeza de hogar, víctimas de conflicto y jóvenes), entre ellas hay más de 180 mujeres, 112 migrantes y 32 víctimas del conflicto en las ciudades de Bogotá, Barranquilla, Medellín y Soacha. De esas 390 personas, 382 con colocación efectiva en empresas aliadas y proveedoras.

Con el esquema de economía circular y logística inversa, en Claro Colombia redujimos en 1.038.615 metros cúbicos el consumo de agua para la producción de nuevos equipos, lo cual equivale a la cantidad necesaria para llenar 600 piscinas olímpicas.

Contamos con procesos para la gestión de residuos peligrosos, incluyendo baterías, en los que se señalan lineamientos de manejo, transporte (Decreto 1609 del 2002), procesamiento, aprovechamiento y disposición final de este tipo de elementos. Como resultado, durante el año 2021 gestionamos 1.039 toneladas métricas de desechos peligrosos.

META 12.5. Reducir considerablemente la generación de desechos mediante actividades de prevención, reducción, reciclado y reutilización.

Como resultado del esquema de economía circular y logística inversa, en 2021 se logró aprovechar cerca de 1.039 toneladas de los Residuos de Aparatos Eléctricos y Electrónicos (RAEE), es decir, alrededor de 250 toneladas más que en 2020, lo que equivale al peso de 4,6 Estatuas de la Libertad. En este resultado se incluye la gestión de 751,2 toneladas de computadores y periféricos, equivalente a 3,3 estatuas de la Libertad, aproximadamente.

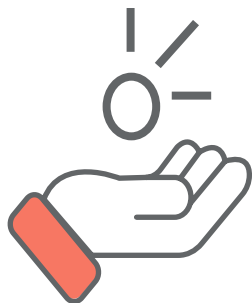
META 12.6. Alentar a las empresas a que adopten prácticas sostenibles e incorporen información sobre la sostenibilidad en su ciclo de presentación de informes.

Durante los últimos nueve años hemos compartido los resultados de nuestra gestión en este ámbito por medio de informes de sostenibilidad -siguiendo los principios del GRI-. De igual manera, aplicamos buenas prácticas y el principio de transparencia.



META 17.17. Fomentar y promover la constitución de alianzas eficaces en las esferas pública, público-privada y de la sociedad civil, aprovechando la experiencia y las estrategias de obtención de recursos de las alianzas.

En 2021, Claro y Claro por Colombia trabajamos para ser más sostenibles e incluyentes. Es por ello, que avanzamos en la consolidación de una cultura enfocada en el acceso, la cobertura y los ecosistemas digitales, desde la sostenibilidad y la inclusión social. Esta labor fue posible gracias a las alianzas estratégicas que mantenemos con el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), el Departamento Nacional de Planeación (DNP), la Agencia de Reincorporación y Normalización, Unicef, CUSO International, la ANDI y su Fundación, la Agencia de Empleo y Emprendimiento de Compensar y Minuto de Dios, más las Fundaciones de Bavaria, A la Rueda Rueda, Best Buddies Colombia, el Festival de la Leyenda Vallenata, Acción Libre y la Escuela Taller Barichara, Fútbol con Corazón y Corporación Anne Frank, entre otras entidades públicas y privadas, y organizaciones sociales y agentes de cooperación internacional.

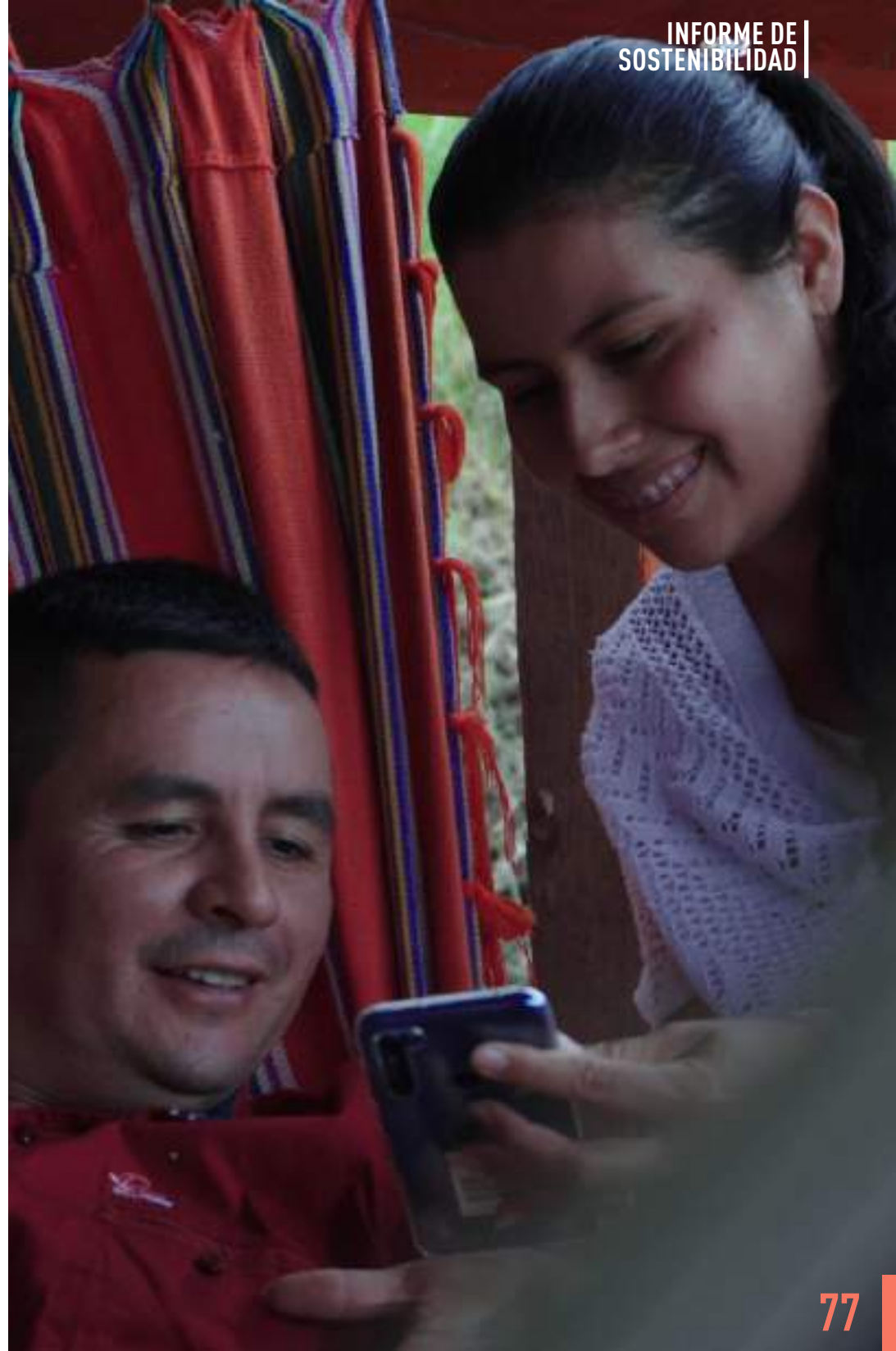


Para alcanzar estos logros y avances, desarrollamos acciones concretas que nos permitieron gestionar la triple cuenta:



impulsando el valor compartido -generamos y capturamos valor- para nuestros grupos de interés. Buscamos asegurar mayores beneficios para la operación y para la competitividad del país.

En el 2022, la Compañía y Claro por Colombia continuaremos trabajando en mejorar la calidad de vida de los colombianos, respondiendo de forma ágil a las necesidades del mercado, innovando y conectando a la Colombia Rural, en especial a las zonas más alejadas y apartadas, para que más personas tengan las herramientas, mejores oportunidades, y sean parte de este proceso de transformación social y digital.



4.6. CONTRIBUCIÓN A LA ESTRATEGIA SUSTENTABILIDAD INTELIGENTE Y A LOS OBJETIVOS DE SUSTENTABILIDAD DE AMX

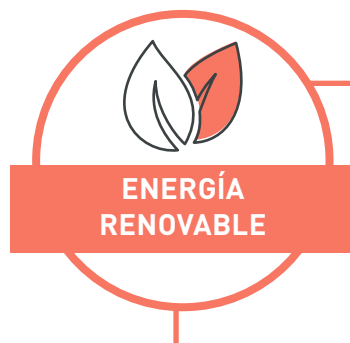
102-15

En 2021, Claro y Claro por Colombia continuamos alineando nuestra estrategia de sostenibilidad a la estrategia de Sustentabilidad Inteligente de nuestra Casa Matriz América Móvil (AMX) -integrante desde el 2019 del Dow Jones Sustainability MILA Pacific Alliance Index (DJSI MILA)-, a la agenda global de los Objetivos de Desarrollo Sostenible y al Programa Nacional de Carbono Neutralidad con el que Colombia asumió el reto de ser carbono neutral hasta el año 2050. Reconocemos que es necesario adoptar soluciones más tecnológicas e innovadoras para limitar el calentamiento global y reducir de forma estratégica y eficiente las emisiones de nuestra huella de carbono.

Sin duda, una de nuestras principales prioridades fue la de garantizar el cumplimiento de los Objetivos de Sustentabilidad de AMX 2018-2021, que tuvieron el marco de los principios del Pacto Mundial para motivar que todas las operaciones implementamos iniciativas innovadoras para gestionar acciones en torno a: reducir el impacto ambiental, contribuir a la mitigación del cambio climático, trabajar y desarrollar la cadena de valor, asegurar la privacidad de nuestros clientes, entre otros. Estos objetivos fueron clasificados en las siguientes categorías:



Con el liderazgo de Claro por Colombia, en 2021 logramos un cumplimiento sobresaliente de los objetivos mencionados, así como del objetivo táctico interno de: asegurar la sostenibilidad de la Compañía generando valor para nuestros grupos de interés, desde nuestro propósito como negocio. Los resultados alcanzados, por objetivo, se detallan a continuación:



Línea base Dic. 2018

74,01%³

Línea base Dic. 2021

Entre enero 2019 y diciembre 2021 registramos un porcentaje promedio de 80,95% de energía limpia en la operación.

Objetivo 1: 50% de energía limpia para el 2020 y compromiso de optimizar las operaciones para minimizar consumo.

Proyectos implementados

Hemos conseguido una mayor eficiencia energética. Hoy en día, cerca del 80,95% de la energía de la operación proviene de fuentes limpias.

Tomamos medidas innovadoras como la instalación de soluciones híbridas para el funcionamiento de algunas estaciones base, donde operan antenas de telecomunicaciones que tradicionalmente funcionaban con plantas eléctricas. Así, hemos reducido en un 80% el consumo de combustible fósil como ACPM (Aceite Combustible Para Motores) en estas estaciones, con la puesta en marcha de una modalidad combinada con paneles solares. Al cierre de 2021, 62 estaciones base contaron con esta tecnología gracias a la cual se disminuyeron 3.109 toneladas de CO₂ al año.

Invertimos también en el mejoramiento de los sistemas refrigerantes de las instalaciones donde operan las antenas. Esto implicó cambiar los equipos de aire acondicionado de 65 estaciones base por tecnología amigable con el ambiente, ya que entre menos kilovatios se consuman, menos emisiones de carbono se producen y se avanza en la meta Net to Zero.

³ Estos valores incluyen la energía comercial y autogenerada (paneles solares- ACPM) de la operación en Colombia. En el país la mayoría de la energía es hidráulica, y se están adoptando medidas híbridas con paneles solares en estaciones base.



Objetivo 2: 0 fatalidades para 2020.

Línea base Dic. 2018

2

Línea base Dic. 2021

0 fatalidades registradas entre diciembre 2018 y 2021.
Total de casos de accidentes presentados y días perdidos: 116 casos y 0,95 días perdidos.

Proyectos implementados

Estrategia de Prevención de Accidentes de Tránsito - Seguridad Vial: capacitación
(Meta Cobertura Anual 80%)

CUMPLIMIENTO LEGAL PLAN ESTRATÉGICO SEGURIDAD VIAL

Modalidad: presencial.

Objetivo: fortalecer las habilidades y destrezas.

Grupo objetivo: colaboradores y colaboradoras, conductores de vehículos livianos y motociclistas.

Capacitados: 758 (82%).

CUMPLIMIENTO LEGAL PLAN ESTRATÉGICO DE SEGURIDAD VIAL

Modalidad: virtual.

Grupo objetivo: colaboradores y colaboradoras, motociclistas. Ingeniería, Comercial y Servicio.

Capacitados: 325 (83%).

Suministro de EPP (equipos de protección personal) para miembros inferiores.

Cobertura: cobertura del 100% de la meta prevista con la entrega de 758 pares de rodilleras

ESTRATEGIA DE PREVENCIÓN DE ACCIDENTES EN TRABAJO EN ALTURAS: CAPACITACIÓN (META COBERTURA ANUAL 100%)

Tema: trabajo Seguro en Alturas (niveles administrativos, reentrenamiento, coordinador y avanzado).

Modalidad: presencial y virtual.

Grupo objetivo: ingeniería.

Todas las regionales.

Capacitados: 1.378 (91%).

PROGRAMA DE INSPECCIONES DE SEGURIDAD (META DE CUMPLIMIENTO 80%).

Inspecciones de seguridad en estaciones base.

Grupo objetivo: segmento Ingeniería Móvil. Todas las regionales. Proyecto ODA. **Inspecciones ejecutadas:** 240 (98) %.

Estrategias de Control Operacional

Proyectos implementados

APROBACIONES DE PERMISOS DE TRABAJO EN EL CENTRO DE MONITOREO – GESTORES SST (SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO).

Grupo objetivo: Segmento Ingeniería.
Proyecto ODA.

Aprobaciones emitidas: 141.840.

NORMAS DE PREVENCIÓN CAÍDAS AL MISMO NIVEL Y REPORTE DE ACCIDENTES E INCIDENTES MEDIANTE LA PLATAFORMA SUCCESSFACTORS.

Modalidad: virtual.

Certificados: 4.190.

FORMACIÓN MEDIDAS PREVENTIVAS ASOCIADAS A RIESGOS MENORES (RIESGO PÚBLICO, USO DE TRANSPORTE FLUVIAL, CONTACTO CON PLANTAS TÓXICAS, PREVENCIÓN DE MORDEDURAS Y PICADURAS DE ANIMALES).

Grupo objetivo: ingeniería.

Capacitados: 1.008 (88%).

CAPACITACIÓN EN PREVENCIÓN DE ACCIDENTES POR RIESGO ELÉCTRICO.

Modalidad: virtual y presencial.

Grupo objetivo: orientación y Movilidad

Capacitados: 415 (91%).

Programa de Gestión de la Accidentalidad.

Línea base Dic. 2018

97% de los colaboradores y colaboradoras evaluados a diciembre 2018.

Línea base Dic. 2021

El 95120% del talento humano de Claro Colombia fue evaluado en materia de desempeño y desarrollo personal.

Proyectos implementados

Objetivo 3: Evaluar a más del 80% de nuestros colaboradores y colaboradoras para el 2020.

Durante el 2021 se realizó el seguimiento en los trimestres del año a cada una de las colaboradoras y los colaboradores y colaboradoras directos y temporales de la Compañía alineando los objetivos de contribución individual a la estrategia y logrando la participación activa en el proceso de retroalimentación para el desempeño.

La medición es trimestral y se hace a través de la plataforma de SuccessFactors.

Línea base Dic. 2018

74,73% de clima laboral con un 92,83% de participación de los colaboradores y colaboradoras.

Línea base Dic. 2021

88,50% fue el resultado global de clima laboral para 2021, con una participación del 96,50% de los colaboradores y colaboradoras.

Objetivo 4: mejorar el resultado global de clima laboral de 78% a 80%; incrementando el nivel de participación de 87% a 89% para el 2020.

Proyectos implementados

Este proceso de transformación cultural CEC (Confianza, Empoderamiento y Colaboración) nos ha permitido consolidar un clima organizacional más sostenible e incluyente, sustentado en la comunicación y la correcta delegación.

**Línea base Dic. 2018**

199.186 usuarios registrados en Capacítate para el Empleo a diciembre 2018. 619.764 usuarios inscritos en PruebaT a diciembre 2018. 80.590 usuarios registrados en Aprende.org a diciembre 2018.

Línea base Dic. 2021

Más de **1,8 millones** de colombianos registrados en las plataformas virtuales y gratuitas de la Fundación Carlos Slim y recomendadas por Claro por Colombia. **Más de 747.402 usuarios** registrados en Capacítate para el Empleo en Colombia al cierre de diciembre de 2021, lo que representó un incremento del 24% en comparación con lo reportado al cierre de 2020. **991.520 usuarios** registrados en PruebaT al cierre de diciembre de 2021. **181.592 usuarios registrados** en Aprende.org al cierre de diciembre 2021. En este portal hubo un incremento de más del **32,8%** en comparación con el resultado reportado en el año 2020.

Objetivo 5: 20% de incremento en usuarios en las diferentes plataformas de educación del Grupo, manteniendo el promedio de cursos por usuario de 2,5 para el 2020 con respecto al 2018.

Proyectos implementados

Recomendación de las plataformas virtuales y gratuitas de educación y formación complementaria de la Fundación Carlos Slim en el marco de la contingencia por la COVID-19. Búsqueda y consolidación de alianzas estratégicas con entidades como la Agencia de Empleo y Emprendimiento de Compensar, Fútbol con Corazón, la Agencia de Reincorporación y Normalización, las comunidades educativas de las Escuelas Conectadas, entre otros.



**SERVICIO AL
CLIENTE - REPUTACIÓN**

Línea base Dic. 2018

22,8%

Línea base Dic. 2021

El NPS para la Compañía en 2021 fue de 33,9%.

Objetivo 6: 1% de incremento promedio del NPS de marca en cada país en el que operamos para 2020, con respecto al 2018.

Proyectos implementados

Cálculo del indicador de NPS total de Compañía ponderando el NPS de cada segmento, con el peso de los ingresos que tenga dicho segmento. Todos los meses se reporta el NPS y existe un indicador calculado trimestralmente.



CADENA DE VALOR

Línea base Dic. 2018

0%

Línea base Dic. 2021

1.576 proveedores, distribuidores y aliados adheridos a la Política de Integralidad Comercial del grupo, lo que representa un cumplimiento del 97%.

Objetivo 7: 100% de proveedores, distribuidores y aliados alineados al nuevo Código de Proveedores Corporativo para el 2020 con respecto a nuestra base de proveedores de 2018.

Proyectos implementados

Desarrollo de un plan de acción para verificar la adhesión y cumplimiento, por parte de los proveedores, distribuidores y aliados, del nuevo Código de Ética y Política de Integralidad Comercial de AMX.

Línea base Dic. 2018

0%

Línea base Dic. 2021

101 proveedores TIER 1 evaluados con un cumplimiento del 98%.

Proyectos implementados

Objetivo 8: 100% de nuestros proveedores TIER 1 evaluados en sustentabilidad para el 2020 con respecto a nuestra base de proveedores de 2018.

Garantizar la evaluación oportuna en criterios de sustentabilidad de los proveedores categorizados como TIER 1.

Además, para ampliar el impacto de la sostenibilidad en nuestra cadena de valor, nos vinculamos como socio implementador del SDG Tracker, liderado por el Departamento Nacional de Planeación (DNP) y cuyos socios fundadores son el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y su plataforma Business Call To Action para medir las contribuciones del sector privado al cumplimiento de los ODS y el Global Reporting Initiative (GRI).

Línea base Dic. 2018

0

Línea base Dic. 2021

1.418 proveedores, distribuidores y aliados capacitados en el Código de Ética y 1.016 en el Curso de Anticorrupción.

Proyectos implementados

Objetivo 9: 30% de proveedores, distribuidores y aliados locales capacitados para el 2020 con respecto a nuestra base de proveedores de 2018.

Desde la Dirección de Compras y con el apoyo de la Universidad Corporativa Claro hemos elaborado estrategias para asegurar que los proveedores, distribuidores y aliados locales se formen en los contenidos transversales y de obligatorio cumplimiento de la operación.



INNOVACIÓN

Línea base Dic. 2018

0

Línea base Dic. 2021

Segunda edición del Premio a la Innovación de Claro Colombia.

Objetivo 10: Premio a la innovación dentro de América Móvil para el 2020.

Proyectos implementados

A nivel de intrainnovación, en Claro Colombia realizamos la segunda edición de su premio y concurso de innovación, enfocado en impulsar y premiar aquellas iniciativas para aumentar los niveles de ingresos, reducir gastos, mejorar los procesos y, este año, mejorar el NPS.



PRIVACIDAD Y SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN

Línea base Dic. 2018

100%

Línea base Dic. 2021

En nuestra operación, los procesos relacionados con privacidad y seguridad de datos personales y de comunicaciones son transparentes y cumplen la legislación nacional.

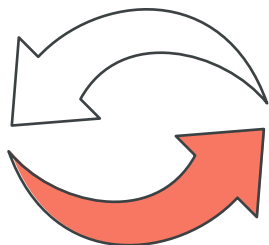
Objetivo 11: transparentar nuestros procesos relacionados a la privacidad y seguridad de datos personales y de las comunicaciones para el 2019.

Proyectos implementados

En el 2021 obtuvimos los siguientes resultados.
Cumplimiento de la Ley de Protección de Datos 1581 en nuestra cadena de valor y aliados:

- Verificación del 100% de cumplimiento de nuestros aliados y terceros.
- Formación de los aliados en el manejo de la Ley de tratamiento de datos personales, en la que alcanzamos 60% de aliados capacitados.

0,13% de las PQRS generales registradas corresponden a datos personales de los clientes, cifra que disminuyó en comparación a lo reportado en 2020.



Actualizaremos estos objetivos con alcance hacia el 2030 y 2050, y los reclasificaremos en:

-  **LABORALES**
-  **GOBIERNO CORPORATIVO**
-  **AMBIENTALES**
-  **SOCIALES.**

Comprendemos que la sostenibilidad es parte fundamental del negocio. Nuestro compromiso es ser una empresa más sostenible e incluyente con el fin de mejorar la calidad de vida de los colombianos y preservar el medioambiente.

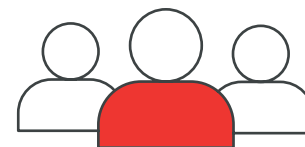


05

FORTALECIENDO EL TALENTO



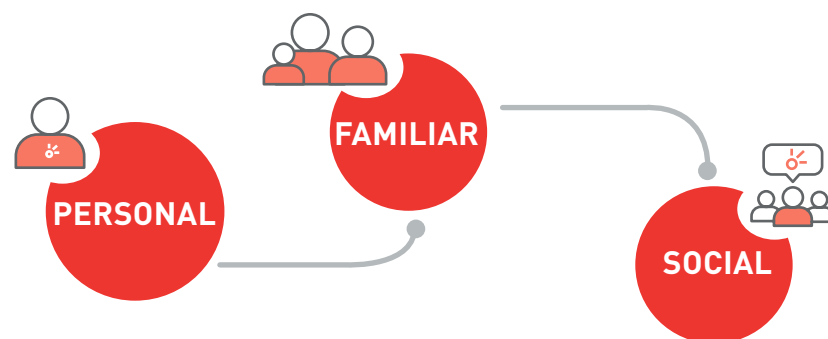
5.1. NUESTRO EQUIPO HUMANO



SALUD Y BIENESTAR DE LOS COLABORADORES Y LAS COLABORADORAS

103 ENF5 102-8, 401-1, 401-2, ODS 8, PG6

En Claro Colombia, el desarrollo de nuestros colaboradores y colaboradoras es una prioridad. Pensando en su crecimiento ejecutamos acciones que fortalezcan la calidad y el equilibrio de su vida



reconocemos su trabajo y el impacto de sus actividades, y fomentamos entornos laborales y familiares eficaces en los que prime la diversidad, la equidad y la inclusión.

Los resultados de esta gestión se reflejan en la mejora continua del clima laboral, la reducción del ausentismo, la disminución de factores interpretados como estresantes, el aumento de la motivación en los equipos de trabajo y el incremento de las capacidades y empoderamiento de los colaboradores y colaboradoras.



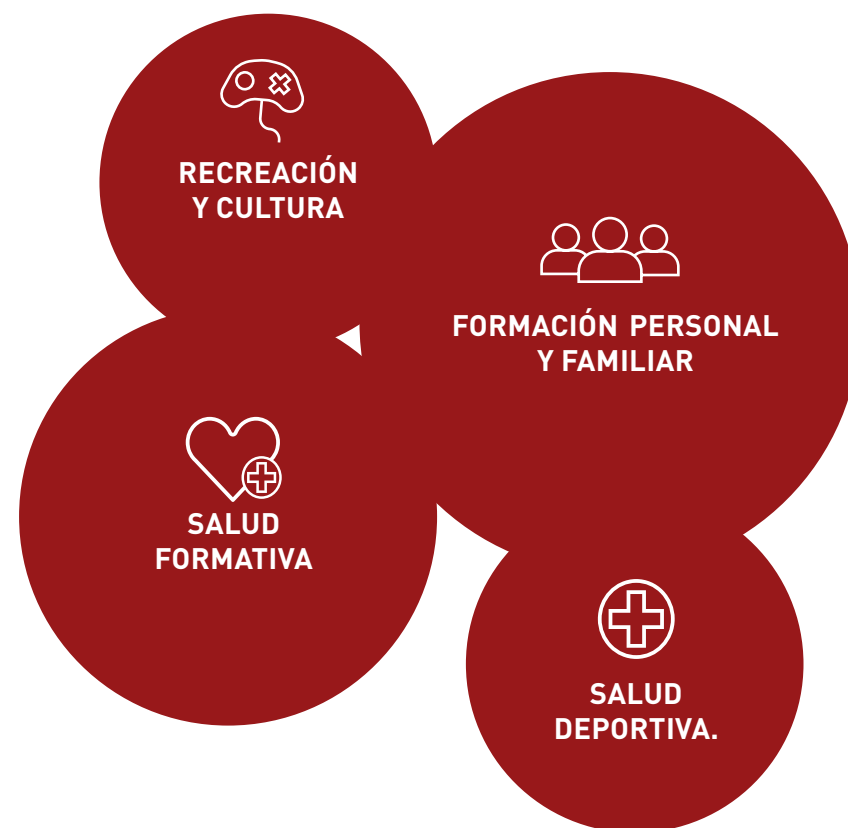
Las actividades de bienestar y salud en el trabajo están definidas para la totalidad del equipo humano vinculado en el territorio nacional.

Las acciones de salud y seguridad en el trabajo se priorizan según diversos factores de riesgo, tales como: condiciones de servicio, indicadores de ausentismo, prevalencia e incidencia de diagnósticos.



El tema de salud y bienestar es administrado desde la Dirección Corporativa de Gestión Humana con los equipos de la Gerencia de Bienestar, Cambio y Cultura y la Gerencia de Relaciones Laborales y Seguridad, Salud en el Trabajo y Ambiente (SSTA).

El equipo de Bienestar y Cambio y Cultura diseña, ejecuta y analiza prácticas orientadas al equilibrio vida-trabajo, al fortalecimiento de factores protectores de la familia, y a la compensación emocional, entre otras. También es el responsable de elaborar los planes anuales Gestión Humana para ti y Bienestar Social, enmarcados en cuatro ejes:



Aseguramos el desarrollo integral del colaborador o colaboradora y su familia, con la realización de los subprogramas **Formación, Salud y Cultura y Recreación**, encaminados en su bienestar social y en formarlos como ciudadanos globales, responsables y comprometidos con su propio crecimiento, el de su familia, el progreso de la empresa y la sociedad.

Por su parte, el equipo de Relaciones Laborales y SSTA planifica, ejecuta, evalúa y analiza las acciones encaminadas al autocuidado, la promoción y la prevención en aspectos de seguridad industrial, salud pública, medicina laboral y preventiva, higiene ocupacional y gestión ambiental. **(103-1)**

El enfoque de salud es administrado mediante nuestro **Sistema de Gestión en Seguridad y Salud en el Trabajo y Ambiente⁴** - SG-SSTA, que fue construido de conformidad con los lineamientos legales y técnicos aplicables en Colombia para este ejercicio, bajo el Ciclo de Deming (plan de mejora continua), y cuenta con dos certificaciones que respaldan su idoneidad e implementación adecuada: la Certificación ISO 45001 para sede Comcel Triara, y la Certificación RUC Consejo Colombiano de Seguridad para la totalidad de la Compañía. Esta gestión es acompañada técnicamente por la administradora de riesgos laborales y el corredor de seguros.

Las políticas generales y particulares en materia de SSTA que se describen a continuación, son definidas por la alta dirección, ya que, con su liderazgo, compromiso, involucramiento y responsabilidad, se impulsa la sensibilización y divulgación hacia todos los niveles jerárquicos y asegura su cumplimiento.



POLÍTICA DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO

Establece el compromiso de la alta dirección en la promoción de la seguridad y salud de los colaboradores y las colaboradoras y todos los grupos de interés, mediante la prevención de accidentes de trabajo y enfermedades laborales; la identificación y control de los peligros en los que puedan estar expuestos en el desarrollo de sus actividades, y el cumplimiento de la normatividad legal vigente.



POLÍTICA DE PREVENCIÓN DE CONSUMO DE TABACO, ALCOHOL Y SUSTANCIAS PSICOACTIVAS

Describe los lineamientos y acciones dirigidas a la promoción de la salud y a la prevención de enfermedades relacionadas con el consumo de tabaco, alcohol y sustancias psicoactivas en los lugares de trabajo, para lo cual incentiva ambientes de trabajo seguros y estilos de vida saludables en los colaboradores y las colaboradoras de la Compañía y de todas las partes interesadas, apoyada en estándares y buenas prácticas de SSTA. vidad legal vigente.





POLÍTICA DE GESTIÓN DEL RIESGO, EMERGENCIAS Y DESASTRES:

Detalla estrategias y buenas prácticas que permitan salvaguardar las vidas y los bienes, y demuestra el compromiso de la alta dirección hacia la prevención y preparación de respuestas ante posibles emergencias y desastres en las instalaciones o centros de trabajo que puedan tener algún tipo de impacto y afectación en la seguridad y salud de los colaboradores y las colaboradoras, y de todas las partes interesadas.



POLÍTICA DE SEGURIDAD VIAL

Define los lineamientos y acciones para la prevención de accidentes en las vías tanto públicas como privadas, que puedan afectar la salud y seguridad de los colaboradores y las colaboradoras y de todas las partes interesadas.



Hemos desarrollado una estructura organizacional que facilita el diseño, la implementación, el mantenimiento y la mejora del SG-SSTA. Para esto, se definieron las funciones y responsabilidades dentro del sistema, de acuerdo con los niveles jerárquicos. Estos roles están disponibles en el módulo de formación de la plataforma virtual SuccessFactors.

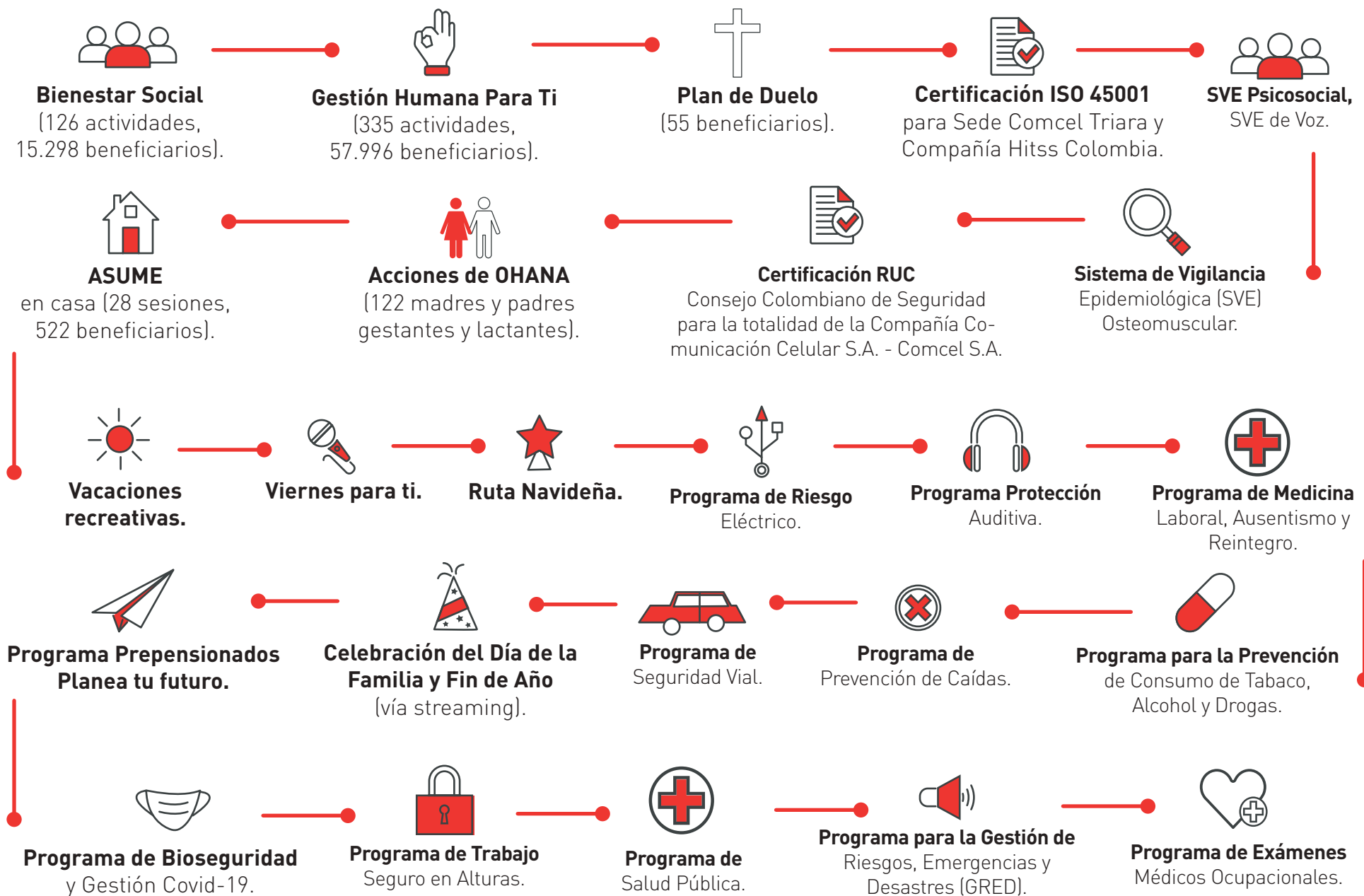
Contamos con un manual denominado Realizar la motivación, comunicación, participación y consulta de las actividades del SG-SSTA, en el que se establece la metodología que utilizamos para la aplicación de mecanismos de motivación, comunicación, participación y consultas pertinentes al SSTA que fortalecen el proceso de mejora continua. Dentro de nuestra estructura orgánica se ha definido a un responsable del área SSTA y al Director Corporativo de Gestión Humana, como representante de la alta dirección.

Como mecanismos de comunicación interna empleamos:



Como requisito para su contratación, los proveedores de servicios que participan en actividades, programas o proyectos de SSTA cuentan con modelos PQRS (de gestión de peticiones, quejas, reclamos y sugerencias) para atención de los colaboradores y las colaboradoras.

Dentro de los diferentes programas y acciones de bienestar y SSTA se encuentran:

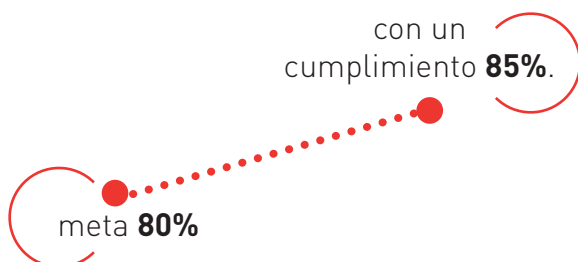


Durante la pandemia continuamos con las actividades de forma virtual, por medio de las plataformas **Teams y Zoom**, para llegar a todos los colaboradores y las colaboradoras a nivel nacional y tener alcance también con sus familias. En algunos casos, bajo los protocolos de bioseguridad correspondientes, retomamos algunas actividades de manera presencial en nuestras sedes principales. **(103-2)**

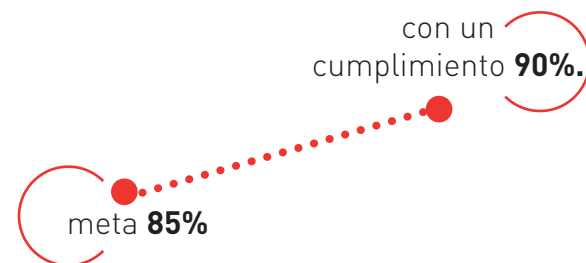
Con el propósito de determinar el cumplimiento de los objetivos y realizar el seguimiento de los indicadores establecidos y de las estrategias aplicadas en temas de SST, efectuamos reuniones periódicas con la alta dirección que derivan en la mejora de la eficacia en materia de SSTA y la necesidad de recursos. Adicionalmente contamos con un manual de seguimiento y medición, en el cual se relacionan las necesidades y los métodos de la Compañía.

Con el fin de medir las acciones de Bienestar y Cambio y Cultura, una vez ejecutadas las actividades, aplicamos una encuesta de satisfacción que nos ayuda en la identificación de los temas a promover y perfeccionar. Los resultados al cierre del 2021 fueron los siguientes:

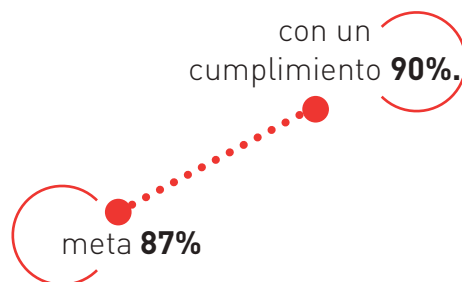
• **1Q (primer trimestre):**



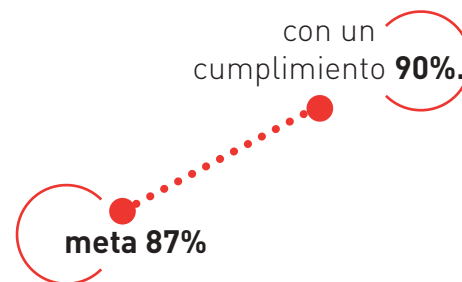
• **2Q (segundo trimestre):**



• **3Q (tercer trimestre):**



• **4Q (cuarto trimestre):**



En temas de SSTA utilizamos informes gerenciales, matrices de seguimiento, reportes de auditoría y certificaciones, que evidencian los resultados de desempeño. Los indicadores más relevantes con corte a diciembre 2021 se muestran a continuación:

• **Accidentabilidad:**



• **Ausentismo:**



• **Vacunación:**

91% 

de los colaboradores y las colaboradoras de planta con esquema de vacunación (Plan Gobierno y Plan Empresa).

• **Número de enfermedades laborales reconocidas:**

1 caso 

diagnóstico psicosocial).

• **Número de sesiones Copasst:**

12 sesiones

en el año (una al mes).

(103-3)

ACUERDOS DE NEGOCIACIÓN COLECTIVA

En Claro Colombia tenemos tres tipos de acuerdos de negociación colectiva y uno más que se encuentra en revisión. Los convenios vigentes son:

✂ **Convención colectiva:** acuerdo celebrado entre los trabajadores afiliados a una organización sindical y la Compañía. El 65% de los empleados está amparado bajo esta figura.

✂ **Laudo arbitral:** sentencia o fallo judicial emitido por el Tribunal de Arbitramento (integrado por tres árbitros: uno por la Compañía, uno por la organización sindical y uno por el Ministerio de Trabajo), mediante el cual se resuelve un conflicto colectivo de trabajo existente entre dos o más partes.



✂ **Pacto colectivo:** acuerdo celebrado entre los trabajadores no sindicalizados y la Compañía. (102-41)



EMPLEABILIDAD



La Familia Claro Colombia está compuesta por 8.877 colaboradores y colaboradoras en 2021: 57% hombres (5.077) y 43% mujeres (3.800). Del total, 7.845 bajo contrato indefinido, práctica que es reflejo de nuestro compromiso con la estabilidad laboral.

• **Contratos directos**

 **4.568**  **3.277**



Total
7.845

• **Contratos temporales**

 **509**  **523**

Total
1.032











• **Total contratos**

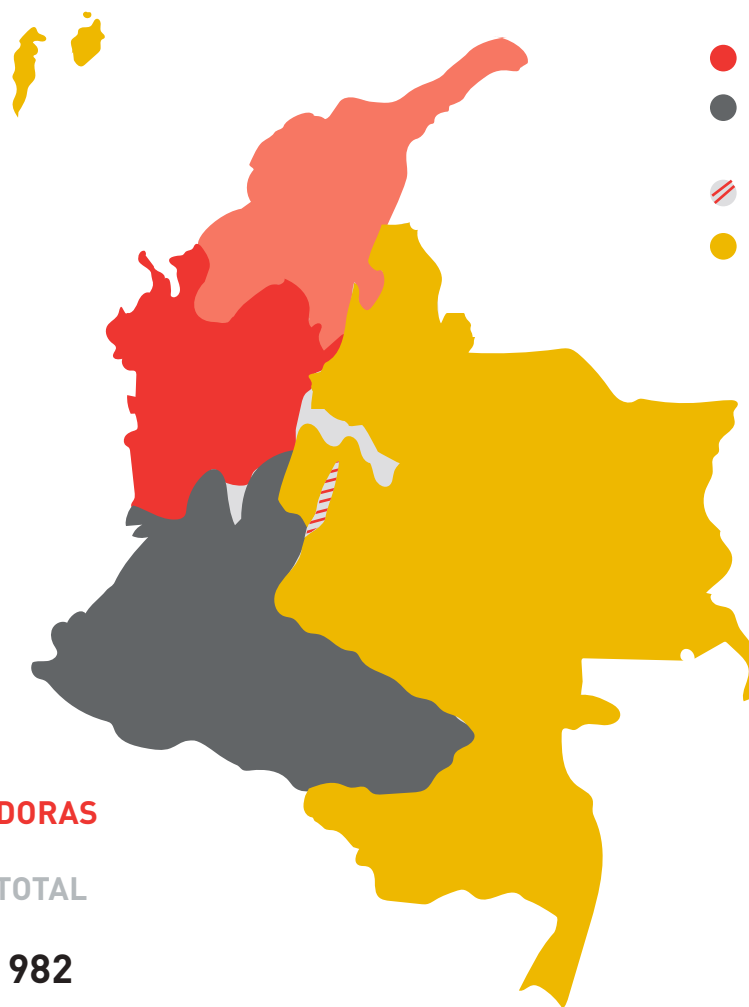
 **5.077**
 **3.800**






Total
8.877

La región geográfica con mayor concentración de colaboradores y colaboradoras fue la de Bogotá D. C. (R4) con 4.652 personas, que representaron el 52,4% de todo nuestro equipo. Le siguió en participación, la región conformada por Antioquia, Caldas, Risaralda y Chocó (R2) con un total de 1.208 integrantes equivalentes al 13,6% del talento humano. La tercera región, que comprende Caquetá, Cauca, Huila, Nariño, Putumayo, Tolima y Valle del Cauca (R3), registró 1.138 miembros (12,8%). En la cuarta región, compuesta por los departamentos de Atlántico, Bolívar, Cesar, Córdoba, La Guajira, Magdalena, Sucre (R1), estuvieron distribuidos 982 empleados (11,1%); y finalmente, en la región constituida por Amazonas, Arauca, Boyacá, Casanare, Cundinamarca, Guainía, Guaviare, Meta, Norte de Santander, Santander, San Andrés y Providencia, Vaupés y Vichada (R5) contamos con 897 personas (10,1%).

DISTRIBUCIÓN COLABORADORES Y COLABORADORAS

PERMANENTES	TEMPORALES	TOTAL
 858	 124	982
 938	 270	1.208
 993	 145	1.138
 4.311	 341	4.652
 745	 152	897



-  **R1** (Atlántico, Bolívar, Cesar, Córdoba, La Guajira, Magdalena, Sucre).
-  **R2** (Antioquia, Caldas, Risaralda, Chocó).
-  **R3** (Caquetá, Cauca, Huila, Nariño, Putumayo, Tolima, Valle del Cauca).
-  **R4** (Bogotá D. C.).
-  **R5** (Amazonas, Arauca, Boyacá, Casanare, Cundinamarca, Guainía, Guaviare, Meta, Norte de Santander, Santander, San Andrés y Providencia, Vaupés, Vichada).

TOTAL COLABORADORES
8.877

TOTAL COLABORADORES PERMANENTES

 **7.845**

TOTAL COLABORADORES TEMPORALES

 **1.032**

(102-8)

Durante el año 2021 tuvimos 182 nuevas contrataciones y 608 retiros, distribuidos de la siguiente forma:


NÚMERO TOTAL DE NUEVAS CONTRATACIONES 2021

(401-1)

	+ 30 años	30-50 años	+ 50 años	Total
REGIÓN 1 	3	9	0	12
	9	9	0	18

	+ 30 años	30-50 años	+ 50 años	Total
REGIÓN 2 	6	4	0	10
	13	3	0	16

	+ 30 años	30-50 años	+ 50 años	Total
REGIÓN 3 	2	9	0	11
	5	4	0	9

	+ 30 años	30-50 años	+ 50 años	Total
REGIÓN 4 	14	40	1	55
	13	20	1	34



	+ 30 años	30-50 años	+ 50 años	Total
REGIÓN 5 	3	8	0	11
	2	4	0	6



TOTAL NUEVAS CONTRATACIONES



+ 30 años	30-50 años	+ 50 años	Total
70	110	2	182



NÚMERO TOTAL DE RETIROS 2021

(401-1)

	+ 30 años	30-50 años	+ 50 años	Total
REGIÓN 1 	2	34	9	45
	2	27	2	31

	+ 30 años	30-50 años	+ 50 años	Total
REGIÓN 3 	7	35	7	49
	7	40	7	54

	+ 30 años	30-50 años	+ 50 años	Total
REGIÓN 5 	4	33	1	38
	2	22	0	24

	+ 30 años	30-50 años	+ 50 años	Total
REGIÓN 2 	3	33	3	39
	7	38	5	50

	+ 30 años	30-50 años	+ 50 años	Total
REGIÓN 4 	19	117	2	158
	14	100	6	120

NUMERO TOTAL DE RETIROS.

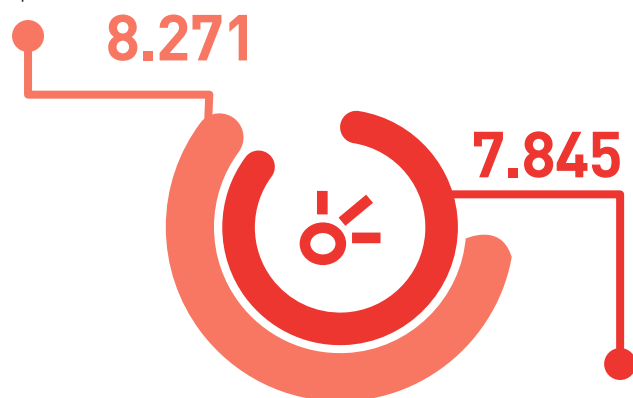
+ 30 años	30-50 años	+ 50 años	Total
67	479	62	608

Para el 2021, las nuevas contrataciones representaron:



Un decrecimiento comparado con el año anterior (2020); y la tasa de rotación fue de 7,54%, un incremento en comparación con el mismo período. (401-1)

Número total de empleados al inicio del periodo.



Número total de empleados al final del periodo.

TASA DE NUEVAS CONTRATACIONES



TASA ROTACIÓN



PROMEDIO PLANTAS

8.064,33

5.1.1. DESARROLLO Y FORMACIÓN

404-1, 404-2

En Claro Colombia creamos el área de Transformación y People Analytics para responder a las necesidades del negocio y tomar decisiones de talento basadas en datos, correlaciones y patrones de comportamiento para incrementar la productividad y el compromiso de los colaboradores y las colaboradoras. Trabajamos en la customización de la PVE (Propuesta de Valor al Empleado) de Claro con enfoque en el talento digital y en el talento clave (sucesores) para atraer y fidelizar estos colaboradores y colaboradoras en la Compañía.

Desarrollamos nuevas formas de trabajo que apoyan la transformación ágil de la Compañía desarrollando un mindset (modo de pensar) que habilita el trabajo colaborativo, la confianza y el empoderamiento, factores fundamentales para lograr la sostenibilidad en un nuevo modelo organizacional. Desde esta perspectiva, la Dirección Corporativa de Gestión Humana se ha focalizado en fortalecer elementos esenciales para la transición hacia una organización más dinámica: el liderazgo, el talento y la cultura.



A continuación, se encuentran algunas iniciativas puestas en práctica en este ámbito y sus objetivos:



Programa de acompañamiento metodológico: mantener un liderazgo con una visión compartida de la transformación ágil, el cual es dirigido a los líderes de la Compañía.



Programa de habilitación del talento ágil: acelerar el desarrollo de habilidades y competencias para el ejercicio de roles.



Alineación de los modelos de atracción y desempeño: estructurar una propuesta de valor consistente para el talento ágil. **(404-2)**

En 2021, cerca de 1.700 personas fortalecieron su rol como líderes, a través de nuestra plataforma de desarrollo, con los contenidos provistos por Universidad Claro. Por otro lado, nuestra estrategia de skilling (habilidades) permitió que 6.500 personas elevaran su nivel de contribución gracias a nuestros ecosistemas de aprendizaje, en los que se formaron en contenidos principalmente digitales, de habilidades, nuevas formas de trabajo y análisis de información. Paralelamente continuamos con la atracción, identificación y desarrollo de personal clave que asegure el compromiso, la sostenibilidad y la densidad del talento en Claro.



TOTAL NUEVAS CONTRATACIONES

	HORAS FORMACIÓN	COLABORADORES Y COLABORADORAS	PROMEDIO HORAS DE FORMACIÓN
--	-----------------	-------------------------------	-----------------------------



620.459

5.719

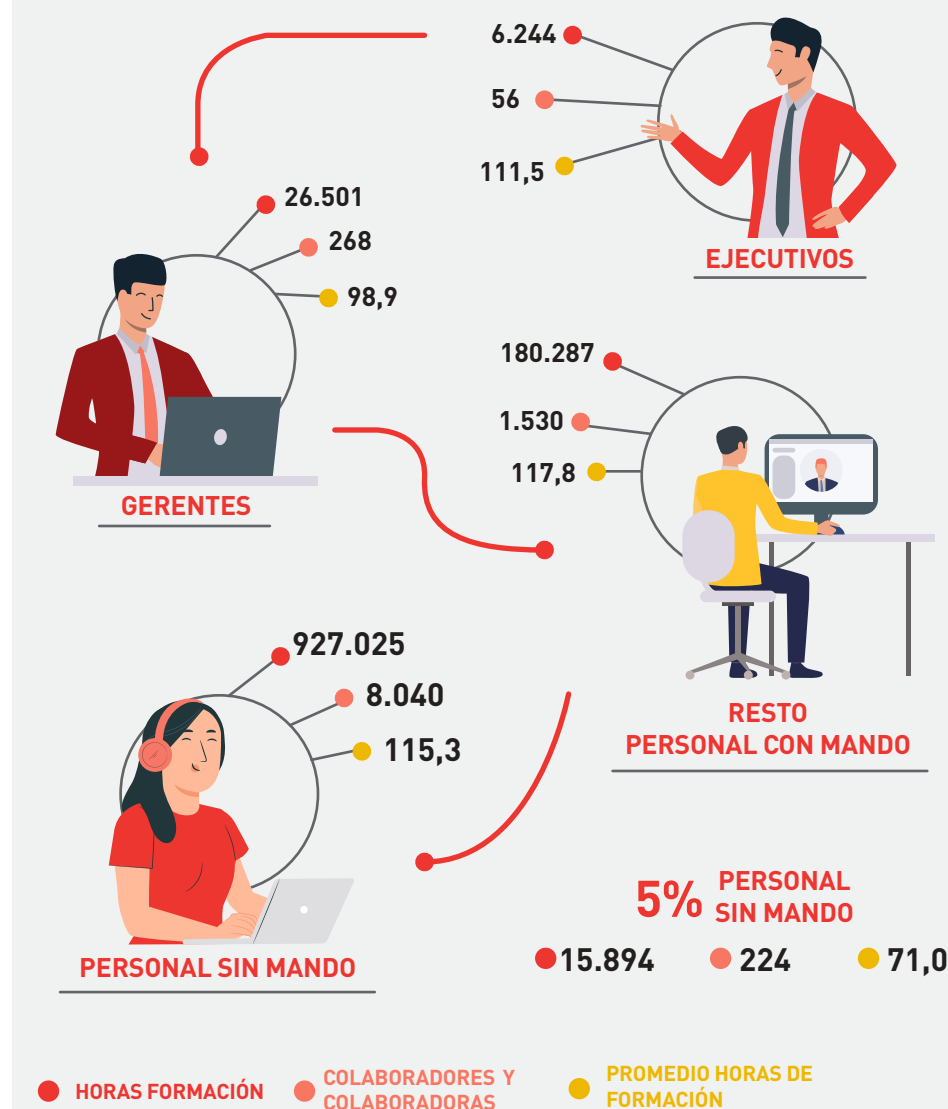
108,5



535.491

4.399

121,7



(404-1)

Bajo el nombre Mi Huella Claro hacemos un reconocimiento a la trayectoria de los colaboradores y colaboradoras en la Compañía. En este año rendimos homenaje, al primer quinquenio de nuestros Amigos del Alma, iniciativa cuyo propósito es fomentar la inclusión laboral de personas en condición de discapacidad intelectual.

5.1.2. EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO

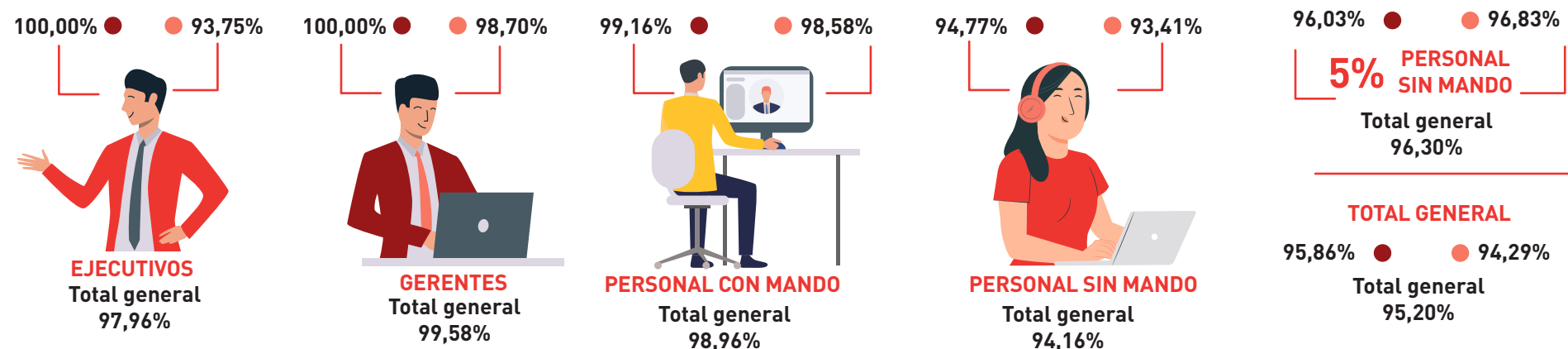
404-3

Claro Colombia garantiza la medición de la contribución individual en la consecución de nuestros objetivos estratégicos y permite realizar un seguimiento al plan de desarrollo a cada colaborador, facilitando el crecimiento profesional y personal. Cada año los líderes de la compañía evalúan el desempeño de sus colaboradores a cargo, realizando seguimientos y retroalimentación a los avances en un periodo trimestral.

La evaluación de Desempeño está compuesta por tres secciones:

Objetivos de Resultado (80%) + Objetivos de desarrollo (20%) + Evaluación de Competencias (0%) = 100%

- Objetivos de Resultado (80%):** Apalancan la consecución de las metas estratégicas de la compañía por medio de la contribución individual del colaborador desde su rol y asociado individualmente a cada uno los indicadores del área a la que pertenece.
- Objetivos de Desarrollo (20%):** Permiten mejorar las competencias del colaborador en el rol que desempeña en la compañía.
- Evaluación de Competencias (0%):** Permite identificar oportunidades de mejora en las competencias de nuestros colaboradores.



Nuestro compromiso de evaluación involucró este año a nuestros aliados y las iniciativas de sostenibilidad ambiental que estos mantienen. Adicionalmente, se incorporaron criterios ambientales en los requisitos de evaluación, selección y operaciones de actividades o servicios contratados con aliados y terceros.

● % MASculINO

● % FEMENINO



5.2. SALUD Y BIENESTAR

102-41, 401-3, 402-1, 403-1, 403-2, 403-3, 403-4, 403-5, 403-6, 403-7, 403-8, 403-9, 403-10

La salud y el bienestar son prioridades, contamos con el Programa de Transformación Cultural para generar un mejor entorno de trabajo con colaboradores y colaboradoras más productivos y comprometidos, que apalanquen los resultados del negocio.

En 2021 enfocamos los esfuerzos en el despliegue de las siguientes acciones hacía una **cultura más sostenible:**



Definición del manifiesto de cultura alineado con la estrategia, que declara los hábitos y creencias organizacionales que enmarcan la Cultura CEC (Confianza, Empoderamiento y Colaboración).



Desarrollo de Comités Primarios de Cultura y tácticas de adopción cultural que generan conversaciones de negocio a partir de las vivencias.



Acompañamiento en intervenciones puntuales para apoyar el indicador de recomendación interno Net Promoter Score (NPS) y los temas de experiencia. Esto implicó el desarrollo de la Metodología de Retos o sesiones en áreas para generación de acuerdos y conversaciones que incentiven el trabajo colaborativo y la toma de decisiones en pro de los resultados.

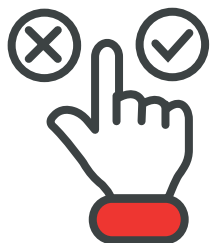


5.2.1. SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO Y AMBIENTE (SSTA)

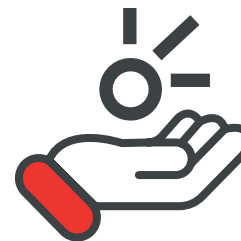
El Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo y Ambiente (SG-SSTA) se encuentra diseñado e implementado bajo los requisitos de la Guía RUC del Consejo Colombiano de Seguridad. Por lo tanto, involucra aspectos de gestión ambiental, seguridad y salud en el trabajo y en el ambiente. Así mismo, contiene el cumplimiento de los requisitos de la NTC ISO 45001. Este sistema de gestión utiliza la metodología del PHVA (Planificar, Hacer, Verificar y Actuar).



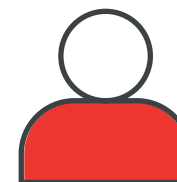
1. FASE DE PLANIFICACIÓN: Etapa de diseño del sistema en la que se definen los programas y la gestión, en función de los factores identificados en la matriz de peligros, los requisitos legales aplicables, las políticas y objetivos, los indicadores, la definición de recursos, los procedimientos, el plan de trabajo y el plan de capacitación.



2. FASE DE HACER: En esta instancia se ejecuta lo planteado en la etapa de planificación y se ejecuta el plan de trabajo.



3. FASE DE VERIFICAR: En esta fase se evalúa el cumplimiento de los procedimientos y programas implementados en el sistema de gestión, con auditorías internas y externas, rendición de cuentas y revisiones por parte de la dirección.



4. FASE ACTUAR: Esta etapa es clave para evidenciar la mejora continua en el sistema de gestión, aquí se establecen las acciones correctivas y preventivas.

En Claro Colombia aplicamos esta metodología para el desarrollo de todas las actividades del SG-SSTA. Inicia con el análisis de contexto organizacional, continúa con la definición de políticas y lineamientos del sistema de gestión, y finaliza con la medición y mejora del desempeño. **(403-1) (403-7)**

MEDIDAS DE BIOSEGURIDAD

Durante el 2021 se extendieron las medidas gubernamentales y locales derivadas de la emergencia sanitaria por la pandemia de la COVID-19. Por ello y para garantizar la prestación de nuestros servicios de telecomunicaciones a todos los usuarios en el territorio nacional, efectuamos la revisión, análisis y aplicación de más de 100 normas expedidas por el Gobierno nacional y los gobiernos departamentales y municipales.

Bajo este marco, determinamos los supuestos de hecho de cada norma, así como los protocolos a ejecutar ante afectación o caída del servicio, para que nuestros funcionarios operativos pudieran desplazarse sin restricciones y restablecer el servicio en el menor tiempo posible. De igual manera, se tomaron medidas para que nuestros consultores y consultoras pudieran movilizarse desde sus hogares hacia los Centros de Atención y Ventas (CAV) para atender a los clientes cuando fuera necesario.

Adoptamos el nuevo Protocolo de Bioseguridad para la Reactivación Progresiva de las Actividades Económicas, Sociales y del Estado bajo los lineamientos del Ministerio de Salud y Protección Social y la Resolución 777 de 2021 para la apertura gradual de las operaciones. La Gerencia de Cumplimiento coordinó todas las actividades necesarias para la modificación de nuestro protocolo existente de bioseguridad, efectuó los ajustes requeridos en el documento y realizó la divulgación necesaria en todas las áreas de la Compañía.



Mantuvimos permanente nuestra dotación de elementos de bioseguridad y aplicamos los protocolos pertinentes, adecuamos nuestras sedes, realizamos más de

**2.150
PRUEBAS**



diagnósticas y cuidamos especialmente a nuestros colaboradores y colaboradoras que sufren de condiciones de salud y de vulnerabilidad, con esquemas de trabajo en casa.

Brindamos acompañamiento en las situaciones perturbadoras de la salud mental de nuestro personal. Esto nos permitió mitigar en parte el impacto de la pandemia. Un total de

**2.522
COLABORADORES**



y colaboradoras participaron en un programa de resiliencia el cual fortaleció competencias de motivación, liderazgo, trabajo en equipo, afrontamiento y manejo de estrés.

Como muestra de nuestro compromiso de cuidado de la familia Claro, logramos una

**cobertura
de 91%**



en el plan de vacunación para los colaboradores y colaboradoras de Claro Colombia al 31 de Diciembre de 2021.



EVALUACIÓN DE RIESGOS

Disponemos de un Manual para Identificar Peligros y Evaluar los Riesgos en SSTA. En este documento se establece que, una vez identificados los peligros y valorados los riesgos, se deben definir los controles en función del orden de jerarquía establecido en la Norma ISO 45001 y en la metodología GTC 45.

El equipo de trabajo cuenta con formación profesional y algunos especialistas en seguridad y salud en el trabajo, quienes deben tener los títulos correspondientes, licencia vigente y curso de 50 horas aprobado por una entidad autorizada en el sistema de gestión. Los candidatos deben presentar evidencia de la educación, la formación y la experiencia, de acuerdo con el perfil del cargo al que postulan.

La determinación de controles comprende la clasificación de la criticidad de los riesgos prioritarios y la definición de las distintas estrategias de intervención y control que están alineadas a los diferentes programas de gestión del riesgo. Cuando se analizan los resultados de los procesos se pueden identificar nuevos peligros o reemplazar los controles existentes con otros más eficaces.

Los colaboradores y las colaboradoras deben reportar situaciones de riesgo, actos o condiciones inseguras en el correo electrónico seguridadeneltrabajo@claro.com.co o, si se trata de temas de salud, a la dirección saludeneltrabajo@claro.com. Así mismo, pueden reportarlos con los integrantes del Copasst y tratarlos en los espacios de capacitación que brindamos en temas de SSTA.

Para mejorar el proceso de reporte, en 2022 lanzaremos la herramienta SSTA | Solicitudes de Servicio (ssta-clarosolicitudes.com) a la que todo el equipo que conforma la Familia Claro tendrá acceso. Todos y todas serán libres de expresar sus requerimientos y opiniones a través del Copasst.

Las situaciones de peligro son reportadas a Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo. En cada caso, se evalúa el nivel de riesgo, se define la acción a seguir y se procede a comunicar al colaborador y a su jefe inmediato, por medio de los canales de comunicación establecidos.

Contamos con un manual para reportar e investigar incidentes y accidentes laborales en seguridad y salud en el trabajo, que considera la normativa legal vigente aplicable, en este caso la Resolución 1401 del 2007. En esta se contempla quiénes deben estar involucrados: el colaborador o la colaboradora, los testigos, el jefe inmediato, el representante del Copasst y un representante del equipo SSTA. Luego de revisar los hechos, se buscan las causas inmediatas y básicas, se generan lecciones aprendidas y los planes de acción. Posteriormente se actualiza la matriz de peligros con los nuevos controles.

(403-2) (403-3) (403-4)

5.2.2. FORMACIÓN SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO (SSTA)

En el 2021 ofrecimos varios cursos de formación sobre seguridad y salud:



Inducción y reinducción en SSTA.



Riesgos prioritarios en seguridad en el trabajo.



Prevención de caídas a nivel.



Procedimiento de reporte de incidentes y accidentes de trabajo.



Reporte de actos y condiciones inseguras.



Prevención en riesgo psicosocial: pausa emocional
«Yo te doy, tú me das».



Prevención de desórdenes musculoesqueléticos.



COVID-19.



Promoción y prevención.



Gestión del riesgo, emergencias y desastres.

(403-5)



5.2.3. SERVICIOS DE SALUD

Todos los colaboradores y colaboradoras son afiliados a la Entidad Promotora de Salud (EPS) para que cuenten con el servicio médico general que consta en el plan obligatorio de salud.

Además, les ofrecemos planes de medicina prepagada y planes complementarios que superan en calidad y oportunidad a los que por normatividad tienen derecho. Ponemos a su alcance el servicio de consulta médica gratuita en la sede principal, y servicios de ambulancia, consulta telefónica y presencial en todas las sedes. Brindamos, adicionalmente, espacios de capacitación y una aplicación que les da acceso a información personalizada sobre su estado de salud y recomendaciones para mantenerla y mejorarla. **(403-6)**

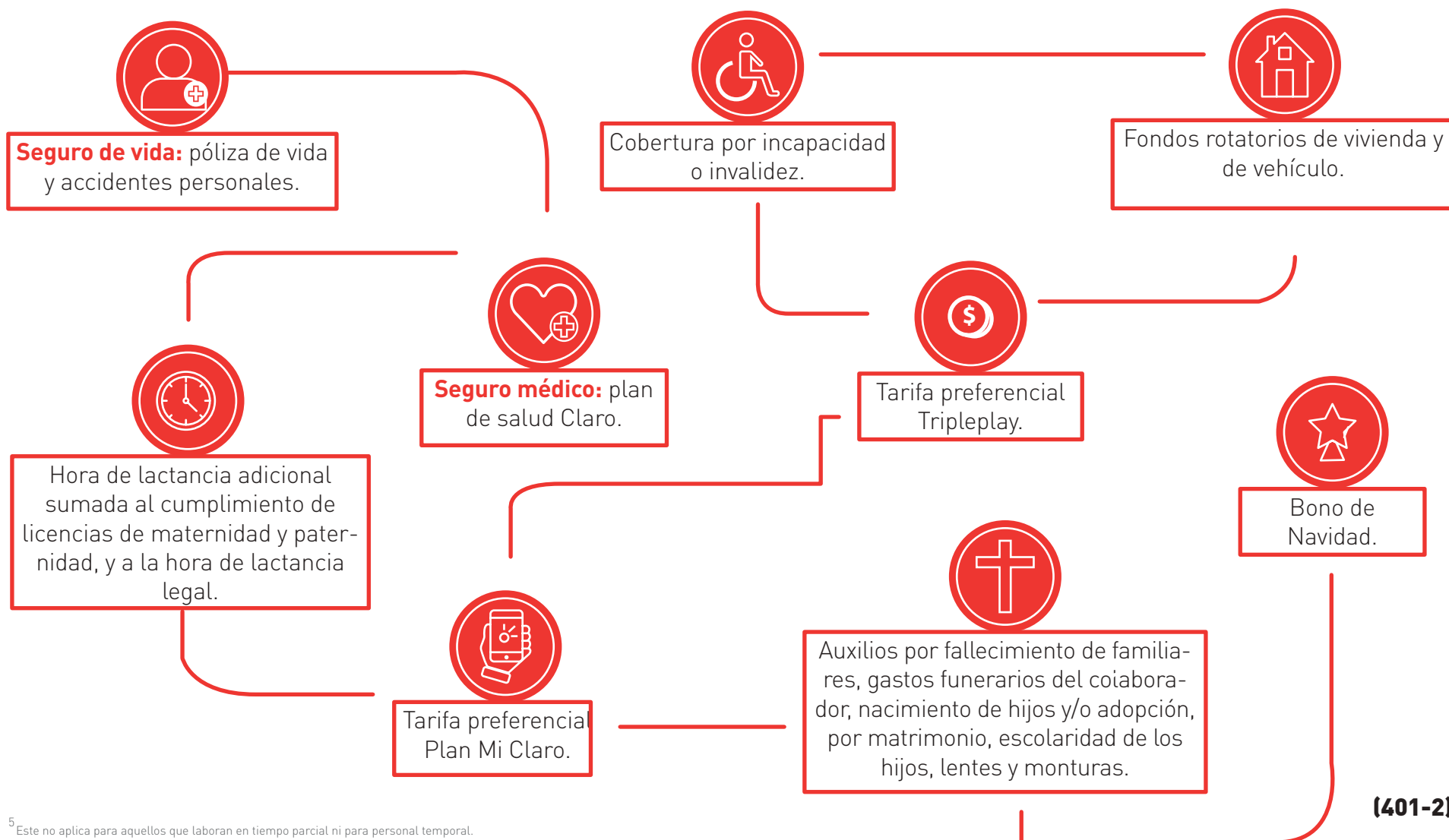
(403-8) (403-9) (403-10)

NÚMERO Y TASA DE ACCIDENTES RELACIONADOS CON EL TRABAJO EN EL 2021

	PERSONAL DIRECTO	PERSONAL NO DIRECTO CUYO TRABAJO O LUGAR DE TRABAJO ES CONTROLADO POR LA COMPAÑÍA
• Número de muertes por accidentes laborales.	0	2
• Tasa de muertes por accidentes laborales.	0	0
• Número de muertes por dolencia o enfermedad laboral.	0	0
• Número de enfermedades laborales.	1	0
• Número de accidentes graves relacionados al trabajo..	5	28
• Tasa de accidentes graves relacionados al trabajo.	0,2	1,3
• Número de accidentes registrables con el trabajo.	80	2.114
• Tasa de accidentes registrables con el trabajo.	3,94	0,4
• Principales tipos de accidentes presentados.	<ul style="list-style-type: none"> ● Accidentes por caída al mismo nivel. ● Accidente de tránsito. ● Accidentes por posturas forzadas o falsos movimientos. ● Accidentes por golpes con objetos. ● Accidentes por caída de semovientes. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Accidentes por caída al mismo nivel. ● Accidente de tránsito. ● Accidentes por riesgo público. ● Accidentes por manejo de herramientas. ● Accidentes por contacto eléctrico con baja tensión. ● Accidentes por posturas forzadas o falsos movimientos.
Número total de horas hombre	20.296.424	120.819.708

5.2.4. BENEFICIOS

La Familia Claro Colombia es el motor que guía nuestras acciones. Es por ello, que los colaboradores y las colaboradoras que trabajan en jornada completa reciben el siguiente paquete de beneficios⁵.



⁵ Este no aplica para aquellos que laboran en tiempo parcial ni para personal temporal.

Como parte de nuestras actividades de bienestar, en busca de fortalecer los valores familiares incluimos en nuestro Curso de Verano, por primera vez, el Programa Asume para niños, niñas y adolescentes, que tuvo una duración de tres semanas y contó con una participación promedio de:

300  NIÑOS Y NIÑAS
en edades de 7 a 12 años.



PERMISO PARENTAL

El permiso parental es aquel que se brinda a las colaboradoras y los colaboradores en el periodo de maternidad y paternidad otorgado por ley.



● Colaboradores y colaboradoras con derecho a permiso parental.



129



72

● Colaboradores y colaboradoras que han regresado al trabajo en el periodo objeto del informe después de terminar el permiso parental.



129



70

● Colaboradores y colaboradoras que han regresado al trabajo después de terminar el permiso parental y que seguían siendo empleados 12 meses después de regresar al trabajo.



125



63

● Colaboradores y colaboradoras que se han acogido al permiso parental.



129



72

● Tasa de regreso al trabajo y retención de empleados.



97%



88%

(401-3)



5.3. EQUIDAD, INCLUSIÓN Y DIVERSIDAD

103 ENF9, 405-1, ODS 5

Ser una empresa sostenible en la que se promueve la diversidad, la equidad y la inclusión representa a su vez emprender un arduo trabajo para garantizar mejores estándares y estrategias en todas las dimensiones y procesos, de cara a nuestros grupos de interés.

Uno de nuestros principales logros fue la obtención del Sello Plata de Equidad Laboral Equipares del Ministerio de Trabajo, la Consejería Presidencial para la Equidad de la Mujer y el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). Éste sello fue otorgado por nuestro sistema de gestión igualitario, que mejora el clima laboral, aumenta el compromiso y fidelización por parte de los colaboradores y las colaboradoras de la organización,

y mejora la imagen pública de la Compañía lo que contribuye a que la organización sea más atractiva, productiva y competitiva en el mercado.

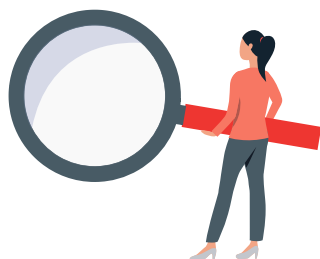
Hacemos extensivas las prácticas inclusivas a todos los colaboradores y colaboradoras de Claro Colombia y nuestra cadena de valor.

El Sistema de Gestión de Equidad Laboral explora ocho dimensiones, sobre las cuales realizamos un diagnóstico organizacional con enfoque de género. Esto nos ha permitido diseñar planes de acción en busca del cierre de brechas identificadas y la promoción de ambientes más diversos, competitivos, innovadores y libres de discriminación.



Uno de nuestros principales logros fue la obtención del Sello Plata de Equidad Laboral Equipares del Ministerio de Trabajo, la Consejería Presidencial para la Equidad de la Mujer y el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD).

Las dimensiones que evaluamos son:

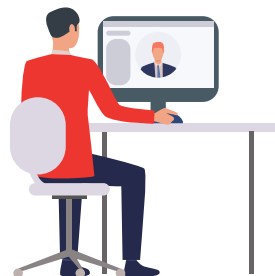


Reclutamiento y selección:

Trabajamos con cargos masculinizados o feminizados para encontrar su equilibrio. Por ejemplo, creamos el cargo de Supervisora de Tropas, antes ocupado únicamente por hombres.

Capacitación:

Formamos a hombres y mujeres en temas que no son tradicionales de su género. Por ejemplo: talleres de Nuevas Masculinidades.



Conciliación de la vida personal, familiar y laboral con corresponsabilidad:

fomentamos la corresponsabilidad de madres y padres en la gestación y la lactancia. Con el programa OHANA, creamos condiciones para que las personas puedan equilibrar sus responsabilidades individuales y laborales, impulsando talleres con enfoque familiar, cultural, recreativo, entre otros, que aporten a la calidad de vida del colaborador y de los suyos.

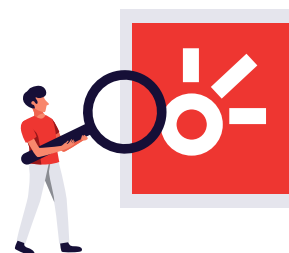


Promoción y desarrollo:

brindamos oportunidades igualitarias para acceder a cargos de liderazgo, promoviendo charlas de liderazgo femenino y semilleros de madres cabeza de hogar.

Remuneración y salario:

Analizamos periódicamente las brechas salariales existentes.

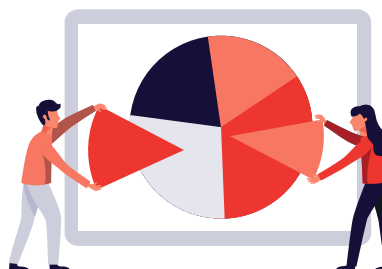


Acoso sexual y laboral:

elaboramos estrategias de prevención (protocolo de denuncias, talleres de sensibilización, esquemas preventivos).

Ambiente laboral y salud:

efectuamos el análisis diferencial de los programas, planes y campañas de promoción y prevención de la salud para ambos sexos.



Comunicación no sexista y lenguaje incluyente:

promovemos un lenguaje incluyente, no sexista ni transmisor de estereotipos sexuales, a nivel interno y externo. Para ello, creamos nuestro Protocolo de Comunicación Inclusiva.

Contamos con la Política de Diversidad e Inclusión de Género, alineada a la de América Móvil, en la que nos comprometemos a:



Brindar igualdad de oportunidades de acceso al empleo a todas las personas calificadas, sin ningún tipo de discriminación, por medio de estrategias de selección incluyentes, sin perjuicio de los requisitos específicos que se requieran para cada proceso de selección.



Privilegiar los resultados y méritos en el trabajo por encima de cualquier otra condición al momento de considerar oportunidades de promociones de la persona y en ningún caso aceptar favoritismo por preferencias de amistad, género u otro tipo de afinidades que no tuvieran que ver con el mérito laboral.



Garantizar una metodología para el análisis y valoración de cargos con el fin de determinar el salario y las prestaciones, sin discriminación alguna.



Respetar el equilibrio impulsando la corresponsabilidad en la vida laboral, familiar y personal.



Fomentar prácticas que favorezcan ambientes de trabajo saludables.



Apoyar procesos de aprendizaje y desarrollo de acuerdo con las necesidades de la Compañía y el rol, facilitando la accesibilidad de todos los niveles de cargo.

Dentro del marco del Sistema de Gestión de Equidad Laboral, conformamos el Comité de Igualdad de Género que toma en cuenta la pluralidad y representatividad de los diversos sectores de la organización y el balance de género. El equipo que lo conforma tiene entre otras responsabilidades, las siguientes:



Asegurar el cumplimiento de los requisitos del sistema de gestión.



Realizar y acompañar la aplicación de un diagnóstico organizacional con perspectiva de género y diseñar el plan de acción para eliminar inequidades dentro de la organización.

En el marco de nuestro trabajo en Equipares, contamos con un equipo interdisciplinario representado por cada una de las Gerencias de Gestión Humana. Además, somos objeto del seguimiento y monitoreo del Ministerio del Trabajo y del PNUD. También disponemos de diferentes canales de comunicación para atender y resolver inquietudes, tales como el Comité de Convivencia Laboral y/o el Comité de Ética de Claro Colombia.

Las iniciativas en pro de la equidad e igualdad de género se describen a continuación:

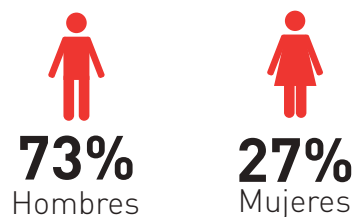
- Creamos una matriz de selección sin sesgos de género, la cual permite un proceso de reclutamiento y selección transparente, sin favoritismos ni rasgos de discriminación.
- Desarrollamos el módulo de Convivencia Saludable, para prevenir cualquier tipo de acoso en el entorno laboral a través de mecanismos claros y difundidos de denuncia y sanción.
- Evaluamos el cumplimiento de nuestros objetivos a través de indicadores de diagnóstico organizacional con enfoque de género para obtener el Sello Equipares, e indicadores propios para cada dimensión. Adicionalmente, nos sometimos a una auditoría externa que certificó la Implementación de Acciones por la Igualdad. El resultado de esta fue remitido al Mecanismo de Igualdad (Ministerio del Trabajo y Consejería Presidencial para la Equidad de la Mujer). El principal logro fue mantener el Sello Plata de Equipares, por segundo año consecutivo.
- Estamos realizando mejoras para ser una organización reconocida por sus prácticas de equidad e inclusión y obtener a futuro la categoría oro del Sello Equipares. **(103-3)**
- Fortalecimos el trabajo realizado por la Dirección de Gestión Humana y alcanzamos la categoría Plata del Sello Equipares. Desde Claro por Colombia, vin-

culamos la Ruta Inclusiva de CUSO Internacional al programa del Modelo de Gestión y Desarrollo Sostenible de Proveedores y Aliados con lo que lo hicimos extensivo a la cadena de valor. Así, los colaboradores y colaboradoras de las empresas proveedoras y distribuidoras se formaron en los cursos de:



Como resultado de este proceso de capacitación se emitieron 1.046 certificaciones a 103 empresas y a 184 miembros de sus equipos, quienes están trabajando por poner en ejecución las mejores prácticas de diversidad y equidad en sus procesos de talento humano. Al cierre del 2021, registramos 176 empresas inscritas en esta iniciativa. **(103-2)**

Practicamos en todos los niveles la igualdad laboral. La estructuración de nuestro equipo depende de sus habilidades, conocimientos y destrezas. Incentivamos la participación de diferentes perfiles, independientemente de su género y edad. Nuestro órgano de gobierno está compuesto por



En 2021, el 79,10% de nuestros colaboradores y colaboradoras se encontraba en el rango de 30 a 50 años de edad, el 12,10% era menor a 30 años y el 8,80% superaba los 50 años. Con relación al Comité Ejecutivo, el grupo de edad en el que se concentran siete de los miembros es el de mayores de 50 años (63%), seguido por al grupo etario entre 30 y 50 años.



DIVERSIDAD PARA COLABORADORES DIRECTOS Y TEMPORALES POR EDAD

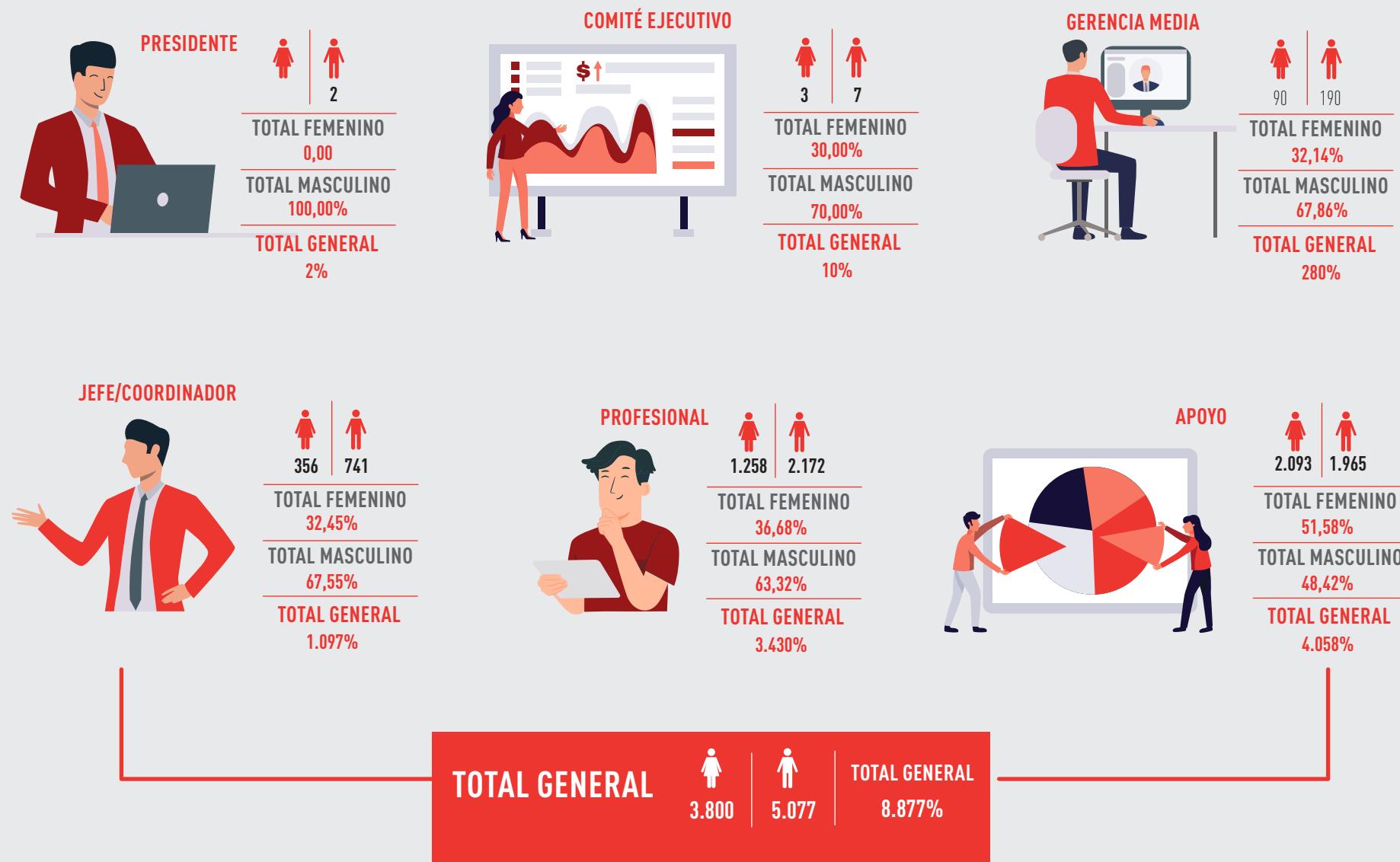
	MENOR A 30 AÑOS		6,42%		5,68%
			TOTAL GENERAL	TOTAL FEMENINO	TOTAL MASCULINO
• Gerencia media	1		1%	0%	100%
• Jefe/coordinador	4	3	7%	57%	43%
• Profesional	63	90	153%	41%	59%
• Apoyo	500	410	913%	55%	45%

	DE 30 A 50 AÑOS		33,76%		45,34%
			TOTAL GENERAL	TOTAL FEMENINO	TOTAL MASCULINO
• Comité ejecutivo	1	4	5%	20%	80%
• Gerencia media	73	141	214%	34%	66%
• Jefe/coordinador	322	642	964%	33%	67%
• Profesional	1.119	1.856	2.975%	38%	62%
• Apoyo	1.482	1.3820	2.864%	52%	48%

	MÁS DE 50 AÑOS		2,62%		6,17%
			TOTAL GENERAL	TOTAL FEMENINO	TOTAL MASCULINO
• Presidente	2		2%	0%	100%
• Comité ejecutivo	2	3	5%	405	60%
• Gerencia media	17	48	65%	26%	74%
• Jefe/coordinador	30	96	126%	24%	76%
• Profesional	76	226	302%	25%	75%
• Apoyo	108	173	281%	38%	62%
TOTAL GENERAL	3.800	5.077	8.877%	4,2%	57,2%

Además y por la naturaleza de nuestra labor, las áreas con un mayor número de personal fueron las áreas de apoyo (45,71%) y profesionales (38,64%).

DIVERSIDAD PARA COLABORADORES Y COLABORADORAS DIRECTOS Y TEMPORALES POR CATEGORÍA LABORAL



(405-1)

06

DESARROLLANDO NUESTRA CADENA DE VALOR



🔧 DESARROLLO DE LA CADENA DE VALOR SOSTENIBLE

103 ENF8, 102-10, ODS 8, ODS 10, PG 1, PG 2

Nuestro proceso de transformación cultural y generación de valor tiene un impacto positivo en los proveedores, aliados y distribuidores que integran la cadena de valor. Formamos relaciones de confianza para fortalecer las capacidades de todos los miembros y así mejorar su desempeño y buenas prácticas, en materia económica, social y ambiental.

Minimizamos los riesgos para nuestra operación y grupos de interés, a la vez que construimos un ambiente de cooperación, en el que se impulsan programas estratégicos como el Modelo de Gestión y Desarrollo Sostenible de Proveedores y Aliados, que tiene los siguientes objetivos:



TRANSFORMACIÓN EFECTIVA

MODELO DE ABASTECIMIENTO PREDICTIVO Y ÁGIL PARA GENERAR VENTAJA COMPETITIVA SOSTENIBLE


⁶ Proveedores, distribuidores y aliados

⁷ Order Management System (sistema de gestión de contenidos).

⁸ RPA: Robotic Process Automation (automatización robótica de procesos). OC: orden de compra. SOLPED: solicitudes de Pedido.

Por medio de la Dirección de Compras y Abastecimiento ejecutamos acciones para la generación de ventaja competitiva sostenible, bajo tres pilares:

PERSONAS: alinear a los funcionarios de la Dirección para completar el E2E (end to end, de punta a punta) del negocio, y de esta forma, alcanzar eficiencias en la reducción del lead time (tiempo de reabastecimiento) y el compromiso en el cumplimiento de los objetivos del modelo de compensación variable.

PROCESOS: simplificar los procedimientos de compras para agilizar la adquisición de bienes y servicios estratégicos para el negocio; crear nuevos procedimientos para mejorar el relacionamiento con terceros y aportar en la transformación cultural de los administradores de contrato a Gestores Integrales, para el compromiso y sostenibilidad de las operaciones con aliados y proveedores.

SISTEMAS: automatizar el proceso de compras a través de una herramienta de e-Procurement (compras electrónicas) que permita el control de los proveedores y aliados de manera homogénea, centralizada y con información en línea para la selección de los mejores términos de calidad, tiempo de entrega y precio. **(103-2)**



Los resultados obtenidos durante 2021 fueron:

- Plan de clima y cultura y NSU (nivel de satisfacción y percepción) **100%**
- Estrategias de negociación - Compras ágiles (Formación) **100%**
- Transformación Procesos **80%**

Centro de excelencia 01



- e-Procurement fase 2 **94%.**
- Simplificación de procesos **100%.**
- Implementación OMS **90%.**

Simplificación efectiva 02



Centro de operación Centro de negocio 03

- Automatización de reportes **90%.**
- Plan de compras **100%.**
- Indicadores E2E Supply Chain (Procurement y logística).
- Maestra de materiales y automatización **20%.**

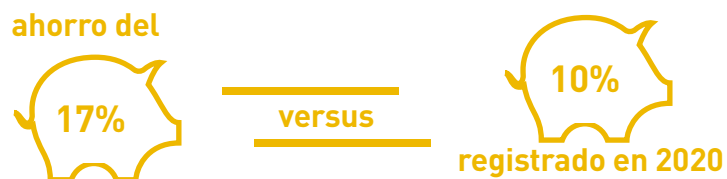


Gestión de terceros efectiva 04

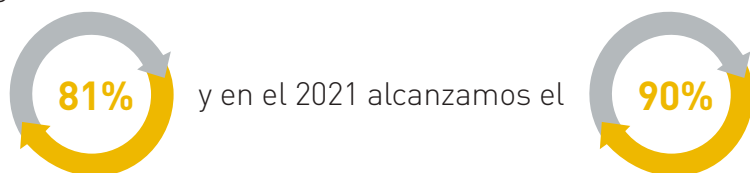


- Desarrollo de terceros Nuevos proveedores **246 nuevos.**
- Desempeño de terceros **93,8%.**
- Recomendación **NSP 70,09%.**
- Indicadores sostenibilidad
 - **Objetivo 7: 97%.**
 - **Objetivo 8: 97%.**
 - **Objetivo 9: 30%.**

Comprometidos con el cumplimiento de indicadores asociados a la estrategia del negocio, la Dirección de Compras y Abastecimiento se ha planteado métricas que permiten evaluar la gestión de los proyectos e iniciativas. En el año 2021 cerramos con un



una mejora del 7%. Para autogestión, en el 2020 obtuvimos un promedio de



un crecimiento del 11% en este indicador. La eficacia de los resultados es controlada en la plataforma Gestiona, la cual genera de manera automática, planes de acción en caso de baja o sobre ejecución, monitoreando mensualmente el avance en los objetivos planteados. **(103-3)**

Modelo de evaluación por matrices de riesgo

Evaluamos a todos nuestros potenciales y actuales proveedores. En este punto, uno de los cambios más relevantes de este año fue la inclusión de criterios de



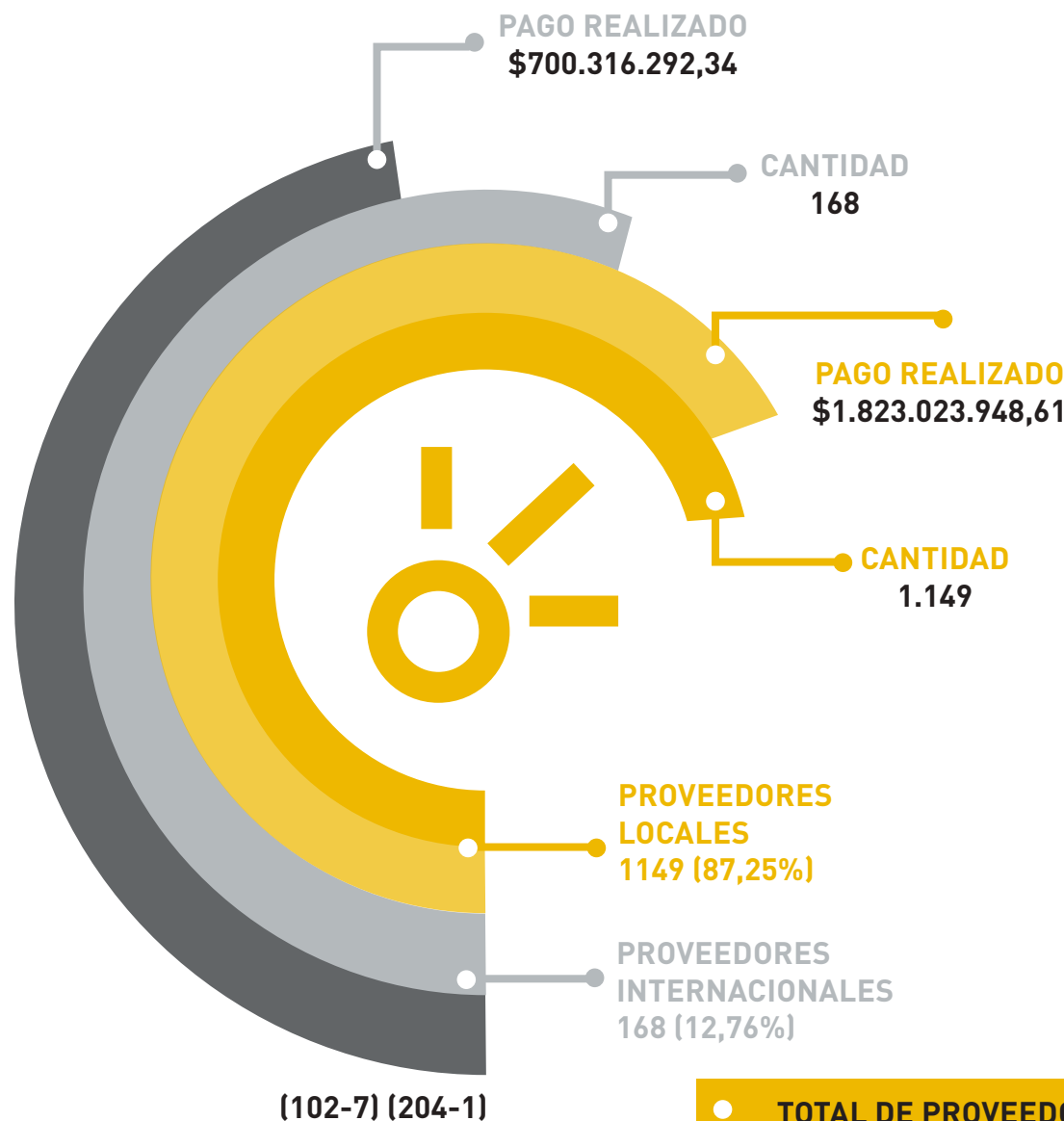
requeridos por el negocio para la continuidad en el relacionamiento con terceros, en las evaluaciones de riesgo de los proveedores, aliados y distribuidores.

Adicionalmente, la Jefatura de **SSTA y la Gerencia de Claro por Colombia** incluyeron criterios de huella de carbono e impactos ambientales que se considerarán en 2022 para la medición de riesgos de los contratistas. La Dirección de Compras y Abastecimiento lideró el cambio de los procesos de cierre de contrato y los manuales de relacionamiento de los gestores integrales (antiguos administradores de contrato). En cuanto a las ubicaciones de la cadena de valor, se unificaron sedes administrativas en las ciudades de Cartagena, Pereira y Manizales. **(102-10)**



102-7, 204-1, 308-1, 308-2, 414-1, 414-2

Cerramos el 2021 con 1.317 proveedores, el 87,25% de origen nacional y el 12,75%, extranjero.



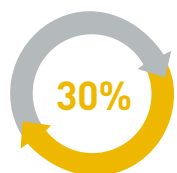
6.1. SELECCIÓN Y EVALUACIÓN DE PROVEEDORES

- **TOTAL DE PROVEEDORES**
1.317
- **TOTAL PAGO REALIZADO**
\$2.523.340.240,95

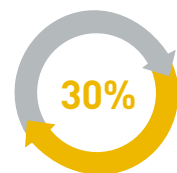
Administramos la relación con terceros con nuestra página web, en el enlace <https://www.claro.com.co/institucional/terceros/>. En este espacio centralizamos la ejecución de las evaluaciones para garantizar la objetividad, idoneidad y transparencia de las contrataciones. Estos procesos incluyen las evaluaciones de riesgo y desempeño, el indicador de recomendación y el desarrollo de proveedores.

Todos los nuevos miembros de nuestra cadena de valor fueron evaluados también en dimensiones ambientales y sociales, que abarcan el cumplimiento de los requisitos de la ley colombiana en materia de SSTA, inclusión y protección de los derechos de los empleados.

La valoración de la gestión sostenible del proveedor también es analizada de considerando los siguientes criterios:



Componente financiero.



Componente comercial.



Componente laboral.



salud y seguridad en el trabajo.



Apto o no apto en el cumplimiento de SAGRILAF y anticorrupción.



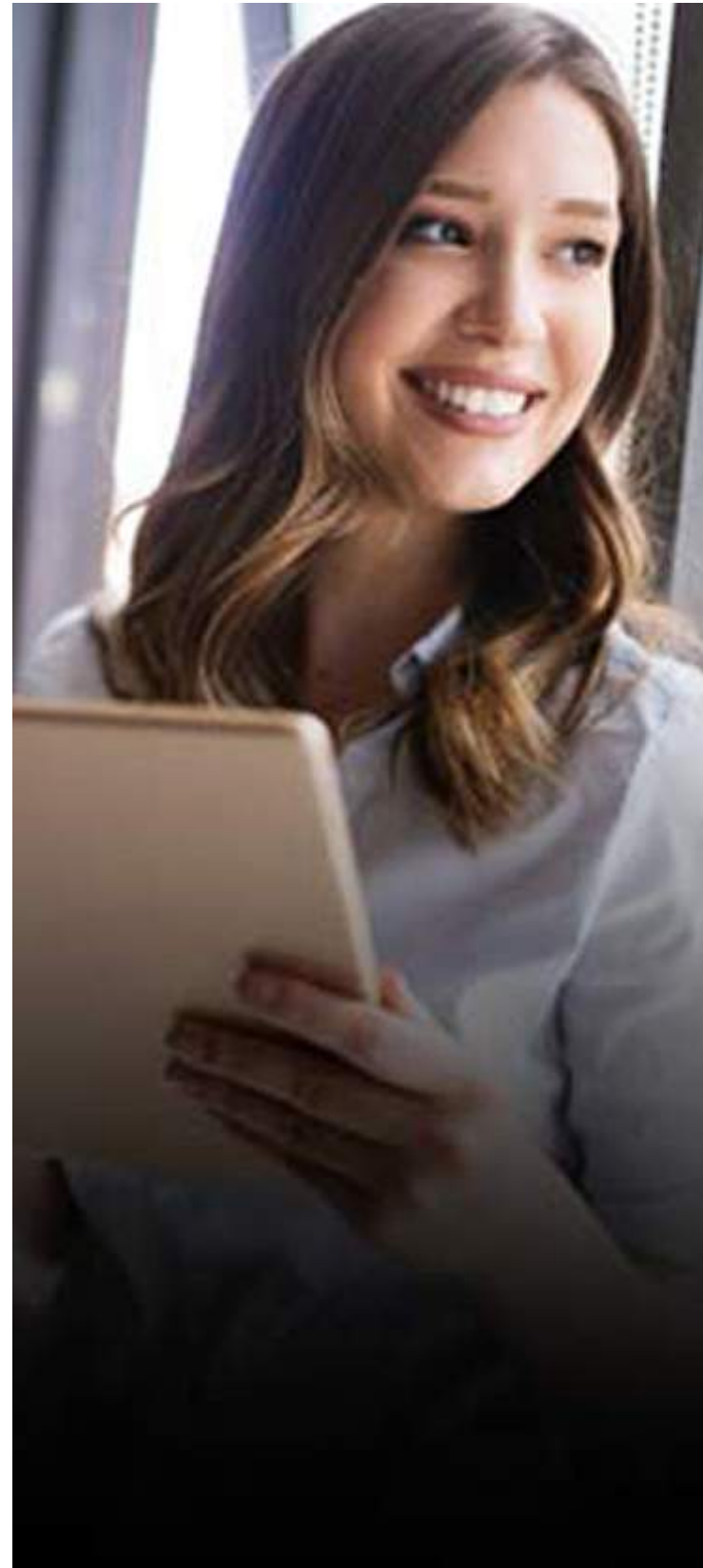
Apto o no apto Legal.

La Dirección de Compras y Abastecimiento evaluó a **246 proveedores** nuevos en el 2021. Estos representaron el **18,67%** sobre el total. El resultado concluyó que no generaban impactos negativos en materia ambiental ni social.

Con la apuesta por ser una empresa más sostenible, en 2022 se ajustaron las categorías y pesos de esta evaluación, y se creó el componente de sostenibilidad con un peso del 10% para evaluar el cumplimiento de todos los proveedores, aliados y distribuidores en requisitos ambientales que nos permitan alcanzar la meta de ser carbono neutral al 2050.

(308-1) (308-2) (414-1) (414-2)

Nuestra Dirección de Compras y Abastecimiento está compuesta por centros que atienden las necesidades de compras y suministros de las diferentes áreas del negocio. Al tener una visión de 360° y un conocimiento de punta a punta de los procesos, estos pueden enfocarse en la naturaleza de cada necesidad, en las condiciones más favorables de calidad, oportunidad, garantía, soporte y precio para la operación y venta al cliente final. **(102-9)**



PRINCIPALES LOGROS EN NUESTRA CADENA DE VALOR:

Lideramos iniciativas en la cadena de valor para implementar métricas asociadas a la sostenibilidad, que serán puestas en práctica en la selección de proveedores, aliados y distribuidores del año 2022.



Estamos comprometidos con la reactivación económica y social del país, y contribuir a la generación de empleo. Ajustamos los procesos para incentivar la entrada de nuevas pymes en nuestra cadena de valor. Así, implementamos el indicador de **Nuevos Proveedores para el Desarrollo de Medianas y Pequeñas Empresas**.



Incorporamos a la Gerencia de Logística y Abastecimiento en nuestra cadena, lo que hizo posible controlar los procesos y disminuir los tiempos de respuesta a la operación y al cliente final, buscando los mejores bienes o servicios en el mercado.



Alcanzamos un indicador de recomendación (**Net Promoter Score**) positivo de **70,09 %** con nuestros terceros. Esto en suma a que el desempeño de los proveedores y aliados que hacen parte del **Modelo de Gestión y Desarrollo Sostenible** fuera del 93,8% en 2021.



INDICADORES DE DESARROLLO DE PROVEEDORES Y ALIADOS:



NUEVOS PROVEEDORES

246



DESEMPEÑO

93,8%



RECOMENDACIÓN

70,09%





07

**CONECTANDO A COLOMBIA CON
UNA MEJOR EXPERIENCIA**



Nos une nuestro Propósito Superior:

“Trabajamos con pasión para entregar a nuestros clientes soluciones innovadoras y asequibles de comunicación, información y entretenimiento, **asegurando la sostenibilidad de la empresa y mejorando la calidad de vida de los colombianos**”.

7.1. TECNOLOGÍA, CONECTIVIDAD Y COBERTURA

103 ENF2, PG1, ODS 9 Y 10

Ejecutamos el plan estratégico trazado para el 2021, a partir de tres grandes frentes:

CORPORATIVO:

alineado a la posición estratégica de la Compañía y al portafolio de iniciativas estratégicas.

TÁCTICO:

incluye la planeación comercial de cada una de las unidades de negocio y la posición competitiva.

OPERATIVO:

ajustado a las iniciativas de las áreas que soportan el desarrollo de la operación.

Permanentemente analizamos las tendencias y oportunidades del mercado, identificando hacia dónde debemos proyectarnos, qué Compañía queremos ser y qué impacto positivo podemos generar en los colombianos, para continuar siendo el líder del mercado que se transforma para este y su futuro.

Nuestro objetivo es brindar soluciones innovadoras y asequibles de comunicación, información y entretenimiento que satisfagan las expectativas y necesidades de nuestros clientes y el mercado, apoyados en una infraestructura robusta de redes, aplicaciones y tecnología para brindar más y mejores servicios que apalanquen los objetivos de **recomendación, crecimiento y rentabilidad**.

Desde la Dirección Corporativa de Tecnología se apoya el logro de estos objetivos estraté-

gicos, soportando y fortaleciendo la conectividad, la cobertura y la experiencia de nuestros clientes para continuar siendo la empresa líder de telecomunicaciones del país. La consultora internacional **Opensignal** reconoció por quinta vez consecutiva a Claro como el operador con **Mejor Experiencia de Cobertura 4G**. Trabajamos para lograr un modelo cada vez más ágil, que responda a las dinámicas del entorno, a las necesidades de nuestros clientes y -en circunstancias excepcionales como las vividas durante el 2020 a causa de la pandemia de la COVID-19 y la contingencia por el aislamiento- para asegurar siempre la prestación de nuestros productos y servicios. **(103-1)**



Nuestro compromiso con la cobertura y conectividad implica gestionar:

Las iniciativas y planes que cada una de las áreas implementa tanto para clientes externos como internos.

El aumento de la cobertura de los servicios móvil y fijo.

La mejora en la disponibilidad de servicios.

La gestión de incidentes, eventos y problemas para clientes externos e internos, reduciendo los tiempos de indisponibilidad y degradación que nos permitan mejorar la experiencia del cliente.

El desarrollo de tecnología e innovación IT (Information Technology)⁹.

El desarrollo y soporte de los servicios de IT de la Compañía.

La modernización y transformación digital de la Compañía y de los procesos. **(103-2) (103-3)**

Los avances en estos ámbitos son evaluados mediante la herramienta Gestiona, que contiene los elementos para el seguimiento permanente del desempeño de los indicadores definidos, lo que permite una adecuada medición y gestión orientada al cumplimiento.

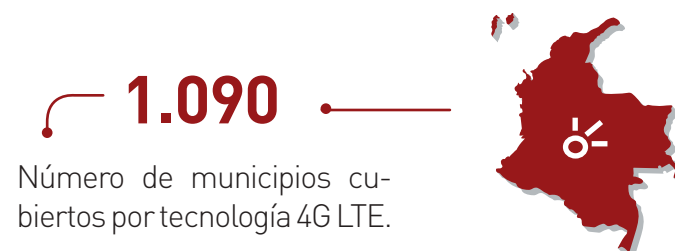
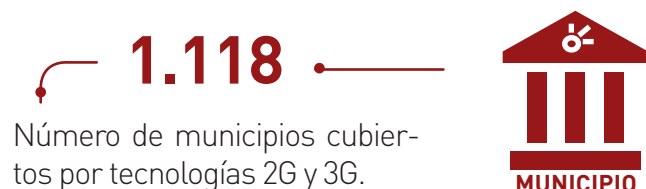
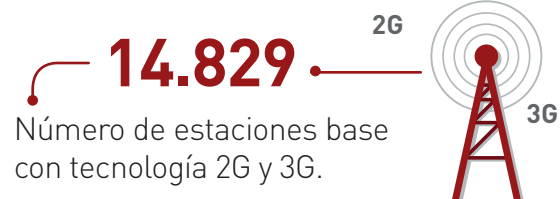
⁹ Tecnología de la información.

7.1.1. INDICADORES DE COBERTURA, INFRAESTRUCTURA Y CONECTIVIDAD

Para la entrega de los servicios a nuestros clientes, y apoyados en el modelo de mejora continua, adoptamos y adaptamos las mejores prácticas del mercado, tales como: la ISO 2000, la ITIL (Information Technology Infrastructure Library)¹⁰ para la gestión tecnológica, y la ISO 27001 para la gestión de seguridad de la información y ciberseguridad.



INDICADORES DE COBERTURA MÓVIL -2021



Algunas de las principales acciones que implementamos para garantizar una mayor cobertura y conectividad en el 2021 fueron:



Modernización de la red de Data Center:

innovadora arquitectura que simplifica, optimiza y acelera el ciclo de entrega, operación y soporte de los servicios.



Telco Cloud: puesta en producción de CMM¹¹ y VoLTE¹² (CFX¹³, SBC¹⁴, NTAS¹⁵) finalizando las adecuaciones físicas en nueve Data Centers (tres nacionales y seis regionales).



Trial 5G - Gestión de 5G: una vez nos sea asignado el espectro, en Claro Colombia estamos preparados para entregar a nuestros clientes una nueva red con tecnología 5G que les permita disfrutar de mayores experiencias en la navegación. Para esto se realizaron pruebas en Bogotá, Cali, Barrancabermeja y Medellín.



Ampliaciones de capacidad para mejorar la calidad de la red fija y móvil



Digitalización de trámites: Para que los clientes puedan realizar sus trámites sin desplazarse, sin restricción de horario y en pocos segundos. Producto de este proyecto, fijamos el objetivo de digitalizar 50 trámites, de los cuales logramos migrar 48.

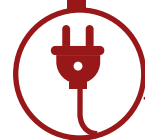
¹¹ CMM: Cloud Mobility Manager.

¹² Voz sobre LTE, que se basa en el Subsistema Multimedia IP de la red.

¹³ CFX: CSCF Function Xchange.

¹⁴ SBC: Session Border Controller.

¹⁵ NTAS: Nokia Telecom Application Server.



Proyecto cable submarino San Andrés:

Se tendieron 727km de cable submarino para conectar a San Andrés al AMX 1, lo que habilitó en la isla los servicios más modernos de telecomunicaciones. La extensión de este cable busca que los habitantes de la isla tengan acceso a:

- ✂ La mejor red de banda ancha con el cubrimiento de las tecnologías 4G y 4.5G.
- ✂ El aumento hasta en 1.000% de la velocidad de internet móvil.
- ✂ El fortalecimiento de la interconectividad entre las islas del archipiélago.
- ✂ La penetración y el acceso a Internet de mayor velocidad.
- ✂ La mejora en servicios de turismo, comercio, salud y educación.
- ✂ El acceso a las mejores tarifas en servicios.
- ✂ El robustecimiento de la infraestructura TIC (Tecnologías de la Información y Comunicación).



7.2. UN MODELO DE NEGOCIO DIGITAL

102-6

En Claro Colombia contamos con operaciones en cinco regiones del país, con una oferta integral dirigida a varios segmentos de clientes a nivel nacional.

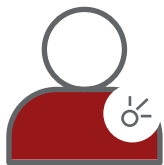
REGIONES EN LAS QUE
ESTÁ PRESENTE
CLARO COLOMBIA

- **R1:** Atlántico, Bolívar, Cesar, Córdoba, La Guajira, Magdalena, Sucre.
- **R2:** Antioquia, Caldas, Risaralda, Chocó.
- **R3:** Caquetá, Cauca, Huila, Nariño, Putumayo, Tolima, Valle del Cauca.

- **R4:** Bogotá D.C.
- **R5:** Amazonas, Arauca, Boyacá, Casanare, Cundinamarca, Guainía, Guaviare, Meta, Norte de Santander, Santander, San Andrés y Providencia, Vaupés, Vichada.

Para los clientes de la Unidad de Negocio de Empresas y Negocios se realiza una categorización de acuerdo con su gasto total en telecomunicaciones. La Unidad de Negocio Corporativo se enfoca en soluciones Claro empresas que se ofrecen a la pequeña, mediana y gran empresa, las cuales pueden estar agrupadas por grupos económicos y en los diferentes sectores: salud, financiero, Gobierno, construcción, oil & gas (petróleo y gas), industria, retail (comercio al por menor), logística, agricultura, servicios y todo aquel en el que podamos adaptar tecnología y crear soluciones a la medida. **(102-6)**

Además, trabajamos en equipo entre las distintas áreas para generar un valor real a nuestros clientes:



Desde la Gerencia de Marca se identifica a los clientes **Todo Claro** como **clientes hogares y clientes postpago**, y los de hogares y móviles como aquellos que tengan servicios fijos.

La cobertura de mercado de **Claro media** se hace a nivel nacional, con un foco muy importante en las principales ciudades del país, Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla, Bucaramanga, Cartagena y el Eje Cafetero. En el 2021 tuvimos un alcance cercano a 38 millones de clientes, lo que representa aproximadamente el **76%** de la población colombiana.



Universidad Claro ofrece sus servicios a nivel nacional para todos los clientes internos de la organización: Unidad de Mercado Masivo, Dirección Corporativa de Tecnología, Unidad Mercado Corporativo y Unidad Negocio Hogares. Los beneficiarios son la fuerza comercial, de ventas, de atención y servicio postventa, y de instalación.



7.3.OFERTA PARA CONECTAR A COLOMBIA

102-2

7.3.1. PRODUCTOS Y SERVICIOS CLARO

La marca Claro acoge todos los servicios (móvil y fijo) y venta de equipos terminales y tecnología. A través de las submarcas entregamos a nuestros clientes experiencias de entretenimiento y valores agregados que enriquecen los servicios y productos ofrecidos.



HOGAR

- Servicios fijos de internet, telefonía y televisión para todos los estratos a nivel nacional.
- Servicios fijos **hogar** con velocidades de internet desde 15 megas para los estratos 1 y 2, hasta velocidades de 500 megas, voz ilimitada local que incluye 30 minutos de LD (larga distancia) a nivel nacional o a 20 países y más de 25 funcionalidades colaborativas para hacer el mejor uso de la telefonía local.
- Para entretenimiento se manejan tres tipos de televisión: **video para Todos**, **Televisión Digital Plus** y **Televisión Digital Superior**, que difieren en la cantidad de canales y en el tipo de decodificador a entregar al usuario, todas ellas con canales HD (High

Definition, alta definición) que proporcionan la señal de mejor calidad y con la posibilidad de añadir canales premium (superiores) adicionales.

- Estrategias de marketing 360° con las que ofrecemos **Claro Box TV**, exponemos sus funcionalidades e invitamos al cliente a comprarlo en la modalidad Tripleplay, así como acciones de capacitación a todas las áreas de atención al cliente con el fin de garantizar que podrán realizar una experiencia detallada del funcionamiento del producto, de tal manera que el cliente obtenga una mejor experiencia de uso, y se impulsen las ventas.



MÓVIL:

Incluye app **Mi Claro**, **Paquetes Prepago 7 x 7**, **Paquetes Prepago Relevo**, **Planes Postpago Relevo** y la **Plataforma de Buenas Noticias**. Claro es la única marca del sector de las telecomunicaciones que se ha ocupado de desarrollar una plataforma que impacta positivamente la experiencia de uso del cliente.

Prepago: planes sin ataduras ni facturas cuyo objetivo es facilitar el acceso a nuestros servicios. En 2021 logramos un incremento del 17% en los clientes compradores de paquetes Todo incluido, y en la penetración sobre la base total, pasando del 54% al 63%, gracias a la simplificación de la oferta de paquete de voz y datos, y al robustecimiento de la oferta. En 2021 logramos los siguientes indicadores:

- Mejora del NPS llevándolo del



al



- Intervención en nueve flujos en app Mi Claro, una mejora en el NPS APP que creció del 35% al 47%.



al



- Recuperación del 2% en recargas en zonas intervenidas con mejoras técnicas por parte de Ingeniería.

Implementación de plan de comunicación para la autogestión de ID Restringido (bloqueo de llamada por configuración de equipo por parte del cliente). La recurrencia de clientes se redujo del 1,25% al 0,25%.



Reparación en el flujo y condiciones para legalización de líneas a través del *225, lo que mejoró la efectividad del proceso y generó un incremento del 76% al 86%.



Postpago: paquetes o bundles de voz y datos, solo voz o solo datos, acompañados de servicios de valor agregado en la oferta como Claro música, Claro video, Claro drive, Familia & Amigos, para hablar ilimitadamente hasta con cinco amigos o familiares, minutos ilimitados a todos los operadores, datos limitados o ilimitados que incluyen redes sin consumo de datos como Twitter, Facebook (comprende también video), Instagram y WhatsApp, que abarca llamadas y video llamadas y la posibilidad de adquirir, por un costo añadido, paquetes de datos adicionales, redes ilimitadas y paquetes complementarios. En el 2021 conseguimos:

Priorización de estaciones base.



Trabajos en intermitencia del servicio de televisión.



Disminuir los tiempos de solución en nodos con mayor ruido, de 72 horas a 24 horas.

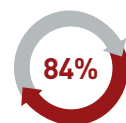


72 horas



24 horas

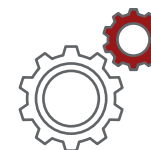
Aumento del porcentaje de entrega de equipos, que pasó de 84% al 90%.



Solución de errores de navegación en IVR¹⁶ y traza del 100% de llamadas.



Creación de proceso en campo de desconexión de cartera.



EQUIPOS Y TECNOLOGÍA:

Venta de más de diez marcas de smartphone (teléfonos inteligentes) con una variedad de opciones como la capacidad de dar facilidades de pago. También ofrecemos tecnología para el hogar como televisores, computadores, dispositivos soportados en internet de las cosas (IoT), entre otros.



CLARO MEDIA:

Ecosistema de plataformas con seis canales de TV: canales de música Me Gusta y Sin Límites, RED+, Claro Sports Colombia, Claro música TV y Claro Sports Internacional; una revista impresa (15 Minutos) que llega a más de 210.000 suscriptores mensuales a nivel nacional; la red de clientes de servicios móviles de la Compañía tanto en prepago como en postpago conformada por casi 34 millones de clientes; las audiencias de los portales y aplicaciones de Claro, y finalmente los clientes que visitan las instalaciones del Centro Comercial Plaza Claro.



Ampliamos los horarios de emisiones informativas para garantizar a nuestra audiencia una cobertura completa e instantánea de los eventos noticiosos de Colombia y el mundo. Estas emisiones están acompañadas por un completo y eficaz equipo digital que funciona las 24 horas, los 7 días de la semana, con informaciones en tiempo real de los sucesos que son noticia.



PLAZA CLARO:

Centro comercial con una amplia disponibilidad de tiendas y restaurantes, cine y opciones de entretenimiento y diversión para toda la familia.



CLARO PAY:

Billetera digital con la que queremos aportar a la inclusión financiera en Colombia, para que desde cualquier lugar del país los colombianos puedan enviar o recibir dinero.

SUBMARCAS:

Claro video, Claro música, Claro drive, Claro Pay y Claro Giros, que dan un valor agregado y que conectan con los intereses actuales de nuestros clientes. Dentro de todas las posibilidades de entretenimiento con Claro también se tienen opciones stand-alone (producto independiente) o bundle de plataformas de contenidos OTT (Over-The-Top, servicio de libre transmisión) del mercado como Netflix, HBO Max, Disney+, Star+ y el combo Disney+ y Star+ con la mejor opción de empaquetamiento de precio y oferta.



CAMPAÑA TODO CLARO:

Proporciona estrategias de marketing 360° para atraer nuevos clientes, resaltando los beneficios de tener la oferta completa de Todo Claro. Aquí realizamos acciones de endomarketing y capacitación para garantizar que esta propuesta sea incluida en todos los canales de contacto con el cliente, y en la comunicación dirigida a clientes actuales. En el 2021, más del 60% de los nuevos clientes se sumaron a la oferta en uno o en ambos servicios, trayendo a más de 750 mil clientes adicionales. **(102-2)**

7.3.2. PRODUCTOS Y SERVICIOS MASIVOS

La venta de servicios de telecomunicaciones en el segmento masivo a nivel nacional tiene productos de servicios móviles en las modalidades postpago y prepago, servicios fijos como internet, voz y televisión, y de valor agregado como HBO Max, Netflix, Disney+, entre otros.



PLANES DE INTERNET: Planes desde 75 hasta 500 megas con características, beneficios y adicionales, de acuerdo con los requerimientos específicos de cada uno de nuestros clientes.



TELEVISIÓN DIGITAL: Televisión con canales premium y exclusivos, guía de programación, Claro TV, canales HD, Claro Box TV (que permite que los usuarios accedan a muchas funcionalidades: retroceder, grabar, bajar y usar apps, control de voz a través del control remoto, PVR -servicio de grabado de video- y acceso incluido de OTT de acuerdo con el plan contratado).



TELEFONÍA FIJA: Servicio con opciones de elegidos fijo y móvil, teléfono virtual, citofonía virtual.



TRIPLEPLAY: Acceso a internet, televisión digital, telefonía fija ilimitada y servicios adicionales incluidos de acuerdo con el plan contratado, en donde el valor total y los beneficios adquiridos generan un valor agregado.



PLANES DE TELEFONÍA MÓVIL: Planes con servicio de voz y datos ilimitados y a cualquier destino de acuerdo con el plan contratado, además de beneficios adquiridos con la mejor cobertura del país. **(102-2)**



7.3.3. OTROS PRODUCTOS Y SERVICIOS MASIVOS

Servicio al cliente:

ventas en los frentes T&T (Terminales y Tecnología), upgrades (mejoras actualizaciones, ampliaciones), paquetes adicionales, reversiones y altas corresponden al ejercicio comercial de los bienes y servicios relacionados con el core (giro principal) de nuestro negocio.

Centros de Atención y Ventas (CAV) CAV y tiendas:

con nuestros CAV buscamos que los clientes puedan interactuar de forma presencial y personalizada. En el 2021 atendimos en los CAVS a 7.989.830 usuarios, a través de la apertura de seis nuevos puntos, la realización de siete remodelaciones y la creación de 133 puestos nuevos de trabajo, lo que mejoró la imagen y las condiciones de los CAV a nivel nacional.

Agentes y Telemercadeo (TMK):

canal de venta y soporte encargado de comercializar nuestro portafolio en calle y puntos de venta, atendiendo las necesidades de nuestros clientes y llevándoles la mejor experiencia, y que llega a más de 500.000 hogares con soluciones de telecomunicaciones. Respecto al 2020, el canal creció en 140 puntos a nivel nacional, llevando a nuestros clientes los productos y servicios de Claro:

72.326 fue el incremento del volumen mensual de altas para servicios fijos. En 2021 el total fue de 183.965 en comparación con los 111.639 del 2020.

33.000 ventas de líneas postpago promedio mensual realizadas durante el 2021.

1.232 puntos de venta a nivel nacional encargados de garantizar la venta de productos y servicios.

100% de implementación del proceso de venta digital mediante herramientas web y móviles.

Retail: venta de servicios de telecomunicaciones (móviles y fijos) para clientes nuevos en 821 Puntos de Venta (PDV) a nivel nacional, con las siguientes opciones:

- **Postpago:** línea nueva + portabilidad+ migración.
- **Prepago:** kit Prepago + portabilidad + chip (tradicional y SIMx3).
- **Fijo hogar:** servicio de televisión, telefonía e internet.
- **Las marcas autorizadas para la venta de terminales son:** avvio, Apple, Cyrus, Huawei, Kodak, Lanix, Motorola, Nokia, Oppo, Realme, Samsung, Xiaomi y ZTE.

El canal **retail** presentó un crecimiento en capilaridad en el 2021:



Convergencia y valor agregado: a través de campañas comunicamos a nuestros clientes los servicios de valor agregado y entretenimiento que están disponibles. Dentro de estos servicios se incluyen: Claro drive, Norton, McAfee, Bussu, Claro gaming, y entre los más destacados:

GuardianKids:



Herramienta a disposición de los usuarios móviles Claro, que busca proteger a los más pequeños del contenido no apto para su edad que abunda en la red, y que permite a los padres monitorear las imágenes que los menores están viendo a través de sus dispositivos tecnológicos.

MyClassFix:



Plataforma educativa para usuarios móviles Claro, lanzada en alianza con Educar Editores y 3D Mobile "3DM" S.A.S. Brinda herramientas de aprendizaje para que los estudiantes de primaria y básica secundaria puedan reforzar sus conocimientos.



Terminales y Tecnología: proveemos al mercado colombiano de teléfonos móviles tipo smartphone de marcas como Apple, Huawei, Motorola, Nokia, Alcatel-TCL, Samsung, Xiaomi, Vivo, Realme, Oppo, Honor, ZTE, y de otros equipos de tecnología como televisores, computadores, accesorios de Internet de las cosas, entre los que cabe citar a las marcas Huawei, Xiaomi, Samsung, HP, Acer, Asus, Hyundai, Lenovo, Google, Amazon, Kalley, LG, Playstation, Nintendo y Belkin.

Instalaciones: trabajos de instalación, mantenimiento, traslado y postventa para nuestros clientes. Instalamos la marca Claro y los servicios principales de televisión, internet y telefonía, en redes HFC²⁰, DTH²¹ y FTTH²² para los segmentos masivo, corporativo y pequeñas y medianas empresas (Pymes). En este año:

Instalamos 2.200.000 servicios nuevos y 133.000 servicios en red FTTH.

Cambiamos 42.000 decodificadores de tecnología obsoleta por Nagra + DVB HD.

La planta de personal técnico aumentó 33% pasando de 3.000 cuadrillas activas en promedio en enero, a 4.000 en diciembre de 2021.



Posicionamos al 35% de nuestros clientes de internet fijo por encima de 100 Mbps.

Brindamos a 74.000 clientes de altas velocidades, equipos Dual Band que les proporciona navegación superior²³; a 6.000 clientes, equipos Docsis²³ 3.0 que permiten experimentar velocidades mayores, y a 12.000 clientes, Ultra Wi-Fi gratis, que amplía la cobertura Wi-Fi en sus hogares.

²⁰Hybrid Fiber Coaxial: híbrido de fibra-coaxial.

²¹Direct-To-Home: sistema de televisión directa por satélite.

²²Fiber to the Home: fibra óptica hasta el hogar.

²³Especificación de interfaz para servicios de datos por cable.

Telefónico ventas y digital:

ofrecimiento de los productos y servicios de Claro mediante gestión telefónica inbound y outbound (de entrada y salida). Establecemos estrategias digitales de web callback (devolución de llamada web) y autogeneración. El canal de agentes comerciales logró llegar a más de 340.000 hogares en el 2021, conectando a los colombianos mediante la venta de casi 2.000.000 de líneas

56.000 fue el incremento del promedio en el volumen mensual de altas para servicios fijos. En 2021 el total fue de 124.340 en comparación a 68.340 del 2020.

92.300 ventas de líneas postpago promedio mensual realizadas durante el 2021.

21% de incremento en ventas de postpago respecto al promedio mensual realizado durante el 2020, el cual fue de 76.000 líneas.

5 nuevos aliados de telemarketing.

32% de crecimiento en capacidad comercial de asesores de venta de servicios fijos, móviles y equipos.



Constructoras:

Pese a las condiciones pospandemia alcanzamos 466.179 casas pasadas con fibra óptica. Continuamos avanzando en el proceso de implementación y despliegue técnico y comercial de la red de fibra óptica al hogar como parte del plan estratégico de evolución de la red.

Fidelización: desde el programa de fidelización Claro club se entregaron más de 11 millones de beneficios a nuestros clientes hogar y móvil del segmento masivo, sin costo adicional. Se realizaron campañas para reconocer al cliente su permanencia en Claro, a través de:

Beneficios de productos propios



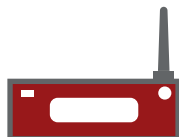
Paquetes de datos de 3 y 5 GB sin costo adicional.



Aumento en la velocidad de descarga y de subida de internet fijo de forma gratuita.



Incremento sin costo adicional de las gigas en el plan del servicio de internet móvil.



Entrega gratuita de equipos tecnológicos que mejorar la experiencia, tales como módems de alta velocidades de internet; equipos Docsis y decodificadores Nagra (perfeccionan los servicios de televisión); equipos Ultra Wi-Fi que incrementan la cobertura del internet fijo, e instalación de puntos cableados para garantizar la estabilidad del servicio de internet.



Habilitación gratuita de la navegación sin consumo de datos del plan en Netflix y YouTube, por tiempo limitado.



Premiación a la antigüedad de nuestros clientes con descuentos en más de 20 referencias mensuales en equipos celulares.

Alianzas con terceros y obsequios al mes por temática comercial o emocional, sin costo adicional.



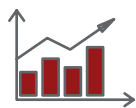
Contamos con la aplicación Claro club, a la que se ingresa por app Mi Claro o www.claroclub.com.co en la que los clientes pueden descargar cupones de descuento de más de 60 marcas aliadas de comercios, que incrementan y actualizan de forma mensual. Allí encontramos marcas como Popsy, Alpina, Merqueo, Starbucks, Juan Valdez, Royal Films, Oster, entre muchas otras.



Reconocimiento a los clientes en fechas especiales como cumpleaños, aniversario en Claro, Navidad, temporada escolar, entre otros. **(102-2)**



7.3.4. UNIDAD DE MERCADO MASIVO



En el 2021, la Unidad de Mercado Masivo se consolidó en una sola con fijo y móvil, lo que generó los siguientes resultados:



El aumento de ventas de servicios en ambos segmentos.



La simplificación de procesos.

La implementación de estrategias competitivas y de fidelización, que han hecho frente a los diferentes cambios en el mercado y ofertas de los demás competidores.



El crecimiento en la productividad de los equipos y puntos de venta, tanto a nivel de canales como regionales.



En productos postpago se obtuvo un crecimiento en altas del 41%, en netas de 172%, en portabilidad del 31% y en el churn una mejora de 0,05 puntos porcentuales frente al año 2020.



La mejora en la atención a nuestros clientes con consultores convergentes que facilitan las interacciones y soluciones rápidas en todos los ámbitos.



La atención única a través del Call Center.

7.3.5. PRODUCTOS Y SERVICIOS PARA EMPRESAS Y NEGOCIOS

La Unidad de Mercado Corporativo tiene como objetivo la atención end to end²⁵ de los clientes empresas y negocios, incluyendo pymes, medianas y grandes empresas estratégicas, tanto nacionales como del extranjero. Brindamos soluciones a nuestros clientes desde la creación del producto, el cual puede ser diseñado a la medida en una actividad de cocreación, hasta el acompañamiento postventa en la solución de todas sus inquietudes:

Telco avanzado: soluciones de comunicación entre las que se encuentran PBX²⁶ Distribuido, Enlace Directo, PBX Administrado, Troncales SIP, líneas 01800, Numerales Cortos de Voz, Claro Contact Center, integrando las comunicaciones con los procesos de los respectivos negocios.

Mobile marketing: portafolio de soluciones para clientes corporativos que buscan hacer publicidad de sus productos o servicios para alcanzar sus objetivos de comunicación, tales como: redirigir al sitio web de su empresa o marca, descargar y usar sus aplicaciones o dar a conocer sus productos y servicios.

Soluciones digitales: portafolio que ofrece soluciones de automatización de procesos, de identidad digital y geomarketing, que generan un valor agregado para optimizar sus procedimientos operativos.

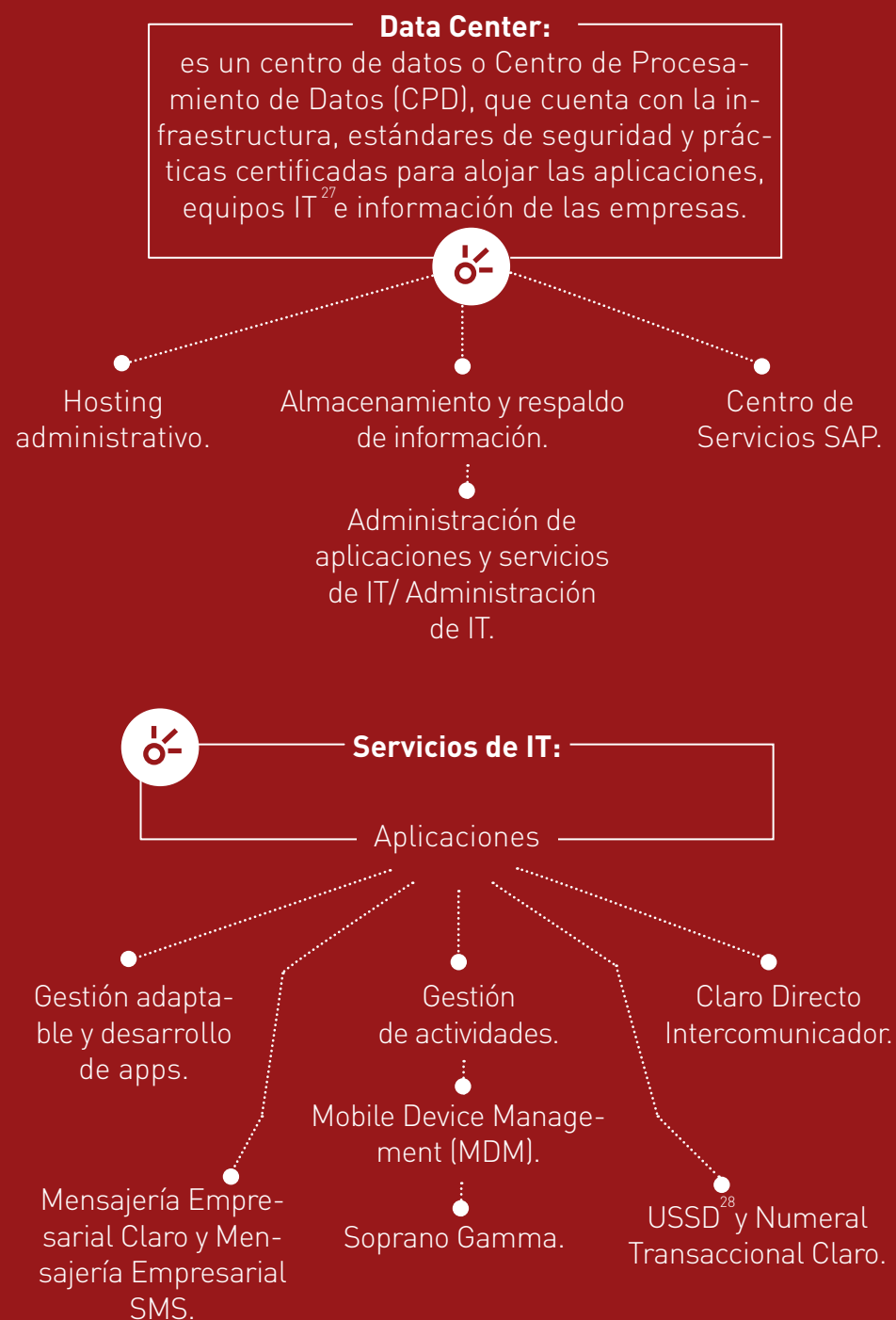
Bajo la sombrilla Claro y Global Hitss (empresa del grupo América Móvil encargada del desarrollo de soluciones) prestamos todos los servicios que dan tranquilidad a los clientes que buscan tener el mejor aliado para el desarrollo de su negocio.

²⁵ Principio y fin del proceso.

²⁶ Red telefónica privada utilizada dentro de una empresa.

²⁷ IT o tecnologías de la información.

²⁸ USSD es el acrónimo de Unstructured Supplementary Service Data, un servicio que permite el envío de datos a través de redes móviles GSM de forma inmediata, muy similar al SMS.





Servicios de IT:

Servicios Especializados IT

Fábrica de software
e integración de
aplicaciones con
WS02.

Soporte y manteni-
miento de aplicaciones.

Gestión de proyec-
tos y portafolios con
CA (PPM).³⁰

Plataforma de expe-
riencia digital Liferay.²⁹

Centro de Servicios
SAP.

Marketing Wi-Fi.

ECOSISTEMAS DE SERVICIOS DE SEGURIDAD: ofrece un ecosis-
tema de seguridad informática que garantiza monitoreo perma-
nente, categorización de alertas e incluso sistemas de protección
del tráfico de datos entrante y saliente, con el propósito de contener
los posibles ataques informáticos a los que se expone un cliente
corporativo al estar inmerso en ambientes digitales.



Seguridad Perimetral.



Security Operation Center (SOC) y Centro
de Seguridad en Operaciones Digitales.

²⁹ Liferay es un portal de gestión de contenidos de código abierto escrito en Java.

³⁰ Solución de gestión de portafolio de proyectos, que le permite administrar todo el ciclo de vida.

MOVILIDAD



- Datos e internet.
- Datos transaccionales.
- Cobro revertido de datos.
- Planes de voz y datos.
- Roaming.
- Larga Distancia Internacional (LDI).
- Enlace Directo y Telefonía IP Móvil.
- Código Corto #XYZ / # ABC.

CONECTIVIDAD



- **Internet**
- Banda Ancha.
- Dedicado.
- Empresarial.
- Internet seguro.
- Administrador ancho de banda.

Datos

- Multiprotocol Label Switching (MPLS) o conectividad entre sedes.
- Metro Ethernet y conectividad punto a punto.
- PL Internacional y Enlaces Internacionales.
- LAN/WAN Administrada.

VOZ



- Telefonía Local.
- PBX Distribuido.
- Audioconferencia.
- Líneas 018000.
- Larga Distancia.

COLABORACIÓN Y VIDEO



- Videoconferencia web - Webex.
- Videoconferencia Claro.
- Telepresencia Administrada.
- Comunicaciones unificadas y comunicaciones corporativas.
- Grabación de llamadas.
- CCaaS³¹ y Contact Center.
- Mercadeo dinámico.
- Sistema Inteligente de Administración de Filas (SIAF) y turno digital en sedes.
- Televisión.
- Transmisión empresarial.

³¹ Contact Center as a Service (Centro de Contacto como Servicio).

INTERNET DE LAS COSAS (IOT)



- Geolocalización de personas.
- Gestión vehicular.
- Videoseguridad.
- Medición de audiencia.



IASS (Infrastructure as a Service, en español infraestructura como servicio)

- Servidores Virtuales Plus.
- Servidores Virtuales Negocios.
- Data Center Virtual.
- Respaldo de servidores virtuales.

SAAS (Software as a Service, en español software como servicio)

- Respaldo en línea.
- Conferencia Web.
- Office 365.
- Página Web.
- Seguridad Empresas.
- Azure.

CLOUD:



Acceso a un centro de almacenamiento en la nube donde los clientes pueden alojar, entre otros, gran cantidad de datos, software, herramientas de comunicación en línea, servidores virtuales y seguridad informática, y al que podrán acceder desde dispositivos con conexión a internet.

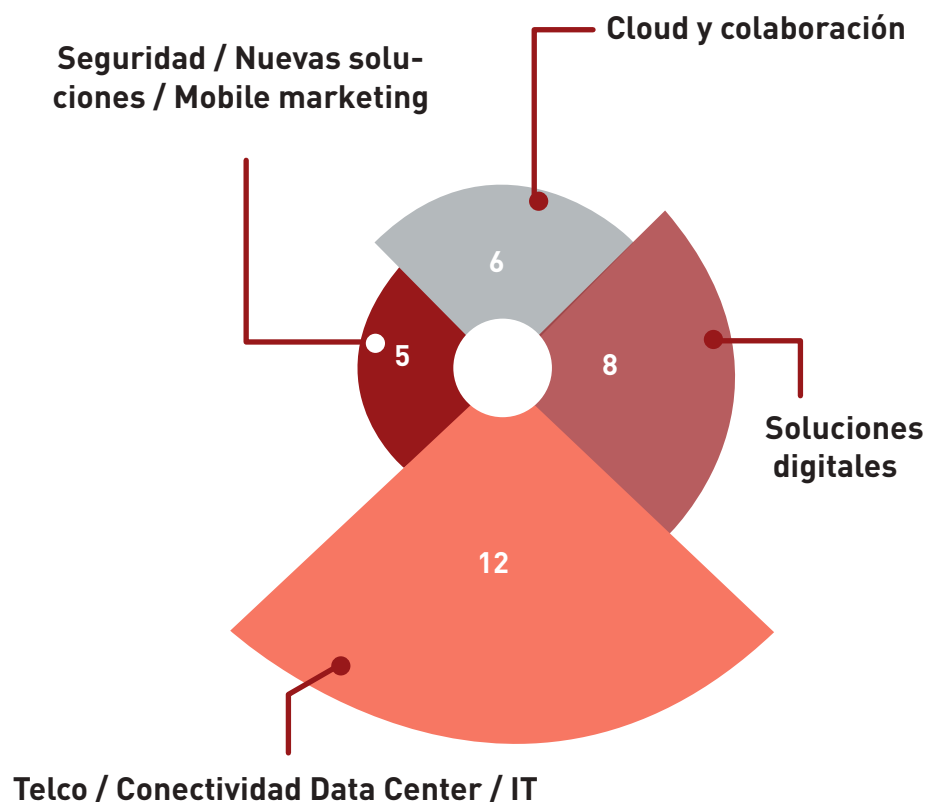


7.3.6. UNIDAD DE MERCADO CORPORATIVO

En el año 2021 lanzamos 31 soluciones para fortalecer nuestro catálogo y posicionar a Claro Colombia como el principal proveedor end-to-end de soluciones para la transformación digital, que tiene en cuenta las necesidades de los diferentes sectores económicos y está soportado en las nuevas tecnologías emergentes como: Big Data, Inteligencia Artificial (IA), Internet de las Cosas (IoT), entre otras.



PRODUCTOS Y SERVICIOS LANZADOS EN 2021



🔧 Apoyamos a las pymes, pequeñas y medianas empresas, a enfrentar los grandes retos tecnológicos, a través de eventos como el relanzamiento de servicios de Claro Cloud, ahora con nube pública.



🔧 Publicamos más de

30
CONTENIDOS
DIGITALES



enfocados en soluciones digitales de nube y seguridad y tendencias tecnológicas, entre otros.

✧ Generamos más de

20
ESPACIOS
CON CLIENTES



para presentar el ecosistema de ciberseguridad con el fin de identificar, mitigar y contener ataques cibernéticos en las empresas de diferentes industrias.

✧ Creamos material de apoyo y contenido especializado para cada sector económico.



✧ Producimos contenido sobre nuestro Data Center, que atiende a los clientes del segmento corporativo, reconocido como

EL PRIMER CENTRO
DE DATOS DE COLOMBIA



en cumplir con los requisitos de SAP Hosting Partner, SAP Infrastructure y SAP Hana Operations.

✧ Impulsamos el Centro de Innovación de empresas ubicado en Plaza Claro, generamos más de

50
COCREACIONES



y enriquecimos nuestra propuesta de servicio para los empresarios colombianos. Adicionalmente, lo usamos como locación de un programa enfocado en generar contenido de valor para los emprendedores y empresarios colombianos.

✧ Logramos la consolidación de negocios fijos y móviles en las principales empresas por más de

\$24 mil
millones.



Esta innovación permite al cliente tener control de su operación y gobierno de su información, y maximizar su eficiencia y productividad.

✧ Avanzamos a un Journey Más Digital en empresas y negocios. Se incentivó la autoatención de nuestros clientes mediante la integración de nuevas funcionalidades y canales en la app de Empresas y Negocios, entre los que cabe destacar Portal Mi Claro Empresas Convergente, chat de WhatsApp, portal de Pagos E&N e IVR visual.



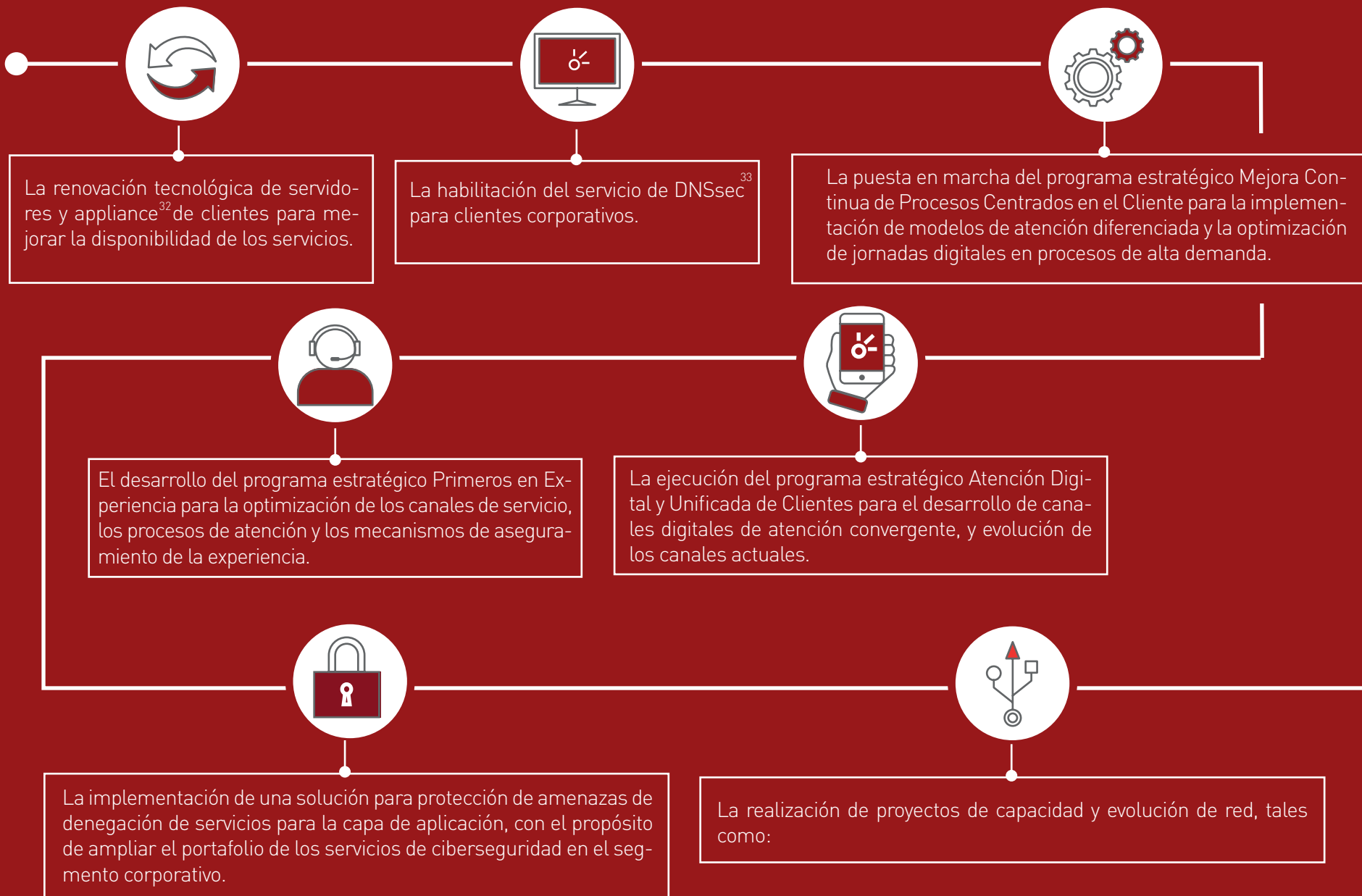
✧ Participamos en diferentes actividades de ámbito nacional, como la organizada por la Asociación Bancaria y de Entidades Financieras de Colombia - Asobancaria, en la que se captó el interés de los medios de comunicación especializados en el sector financiero y, además, nos posicionamos como líder en soluciones digitales para la banca, por:

✧ Las inversiones en soluciones digitales especializadas y las mejoras en la infraestructura, en este caso del Data Center Triara de Medellín, son ideales para acercarnos a entidades del sector financiero.

✧ El desarrollo de soluciones digitales especializadas para las empresas del sector financiero.

✧ Un portafolio diseñado sobre la base de los siguientes pilares tecnológicos: protección de datos, información y transacciones para el sector financiero, transformación digital, ciberseguridad y atención omnicanal.

7.4. ACCIONES A REALIZAR EN 2022



³² Son dispositivos de hardware dedicados (se encargan de realizar un número determinado de funciones).

³³ Domain Name System Security Extensions o Extensiones de Seguridad del DNS.



IP fotónico: aumento de la capacidad, escalabilidad y disponibilidad de la red de fibra, en la red core y redes metropolitanas.



Segmentaciones de nodos HFC: incremento de la capacidad para ofrecer altas velocidades.



FTTH Brownfield³⁴: despliegue de la red de fibra óptica - FO de la solución FTTX³⁵ en zonas de cobertura de nodos HFC de Claro.



Ampliación de Capacidad Red Móvil Acceso: desarrollo de portadoras adicionales de LTE.



Ampliación de Capacidad Red Móvil Core Telefonía: incremento de la capacidad de elementos del core de voz:
Expansión de UDC.
Ampliación STP.
Ampliación Licenciamiento IPN.
Modernización Core Voz Móvil.



Ampliación de Capacidad Red Móvil Core Datos: aumento de la capacidad del PACO³⁶ para soportar la cantidad de tráfico proyectado sin afectar la latencia y experiencia del cliente.



Ampliación Capacidad Red Móvil Troncales de Microondas: implementación de enlaces de microondas para aumentar la capacidad de transmisión en diferentes zonas del país.



Crecimiento Capacidad E&N: habilitación de la red para ofrecer capacidades de 1G en nueve ciudades y hasta 10G en cuatro ciudades.



Crecimiento en Infraestructura (clima y fuerza): establecimiento de la infraestructura civil o eléctrica para 39 proyectos en sitios core o estratégicos a nivel nacional.



Ampliación VoLTE: crecimiento en capacidad del producto tecnológico de voz sobre LTE y voz sobre Wi-Fi.

34

35

36

7.5. EXPERIENCIAS ÚNICAS Y CONFIABLES

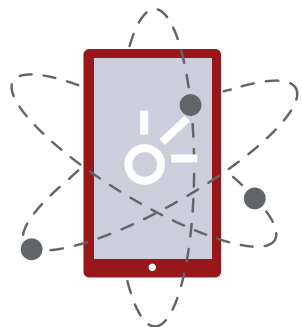
103 ENF2

Con la Dirección de Experiencia desarrollamos acciones en los diferentes canales de atención, tanto asistidos como de autogestión, para mejorar la experiencia de nuestros clientes en los diferentes frentes. Sabemos que un cliente con experiencias positivas permanece más tiempo en la Compañía y tiene más probabilidades de recomendarnos, de confiar en nosotros. Cerramos con 27,6% de recomendación al final del 2021.

En esta línea, durante el 2021, a través de la Gerencia Digital de Proyectos y Mediciones:



- Transformamos la forma de hacer las cosas frente al manejo de los activos digitales y los canales asistidos. Simplificamos para nuestros clientes el acceso a nuestra App Mi Claro, diseñamos un nuevo esquema de ingreso, con un registro rápido e intuitivo o solamente con el número de celular y sin necesidad de registrarse.



- ✧ Ofrecimos a nuestros clientes una alternativa para solucionar sus requerimientos de forma digital por WhatsApp, como canal digital innovador que, mediante la atención instantánea, mejora la experiencia de servicio, y como medio de interacción para la adquisición de todo el portafolio de productos y servicios que brindamos.



- ✧ Implementamos el IVR convergente, sistema automático interactivo de voz, que ofrece a nuestros clientes un fácil acceso a todas las funcionalidades de autoatención y de transferencia al asesor, con un menú simplificado y amigable. Aquí el cliente encuentra un sistema de audiorrespuesta unificado, que se compone de todas las líneas telefónicas de atención al cliente como líneas móviles postpago y prepago y telefonía hogar.



- ✧ Trabajamos en el Proyecto Omnicanalidad, cuyo propósito es mantener una comunicación hilada, coherente y pertinente con los clientes, con la que podemos anticiparnos y resolver sus necesidades, brindándoles la mejor experiencia, eliminando fricciones, conociendo su contexto y generando una mejor oferta y acción de servicio, tanto en los canales de autoatención como en los canales asistidos, con tres pilares principales: vista 360°, coherencia y fidelización.



Continuamos trabajando en escuchar la opinión de nuestros clientes como insumo fundamental para la toma de decisiones. Para esto implementamos nuevas herramientas de medición que, integradas con otras actividades de monitoreo de la experiencia, nos permitieron entender de forma integral tanto los puntos de dolor, como lo que hacemos bien y es valorado por nuestros clientes. Dentro de las herramientas de monitoreo tenemos:



Análisis Speech Analytics para detectar oportunidades de mejora en el manejo de las llamadas que recibe el Call Center.

Monitoreo de la metodología de cliente incógnito en los centros de atención y ventas de aliados técnicos y de distribuidores, para evaluar la experiencia desde la visión del cliente y accionar planes de mejora en el proceso de atención.



Medición de la efectividad de las campañas orientadas a mejorar la fidelidad del cliente.

Tableros de control e indicadores estratégicos que nos permiten identificar alarmas o fallas.



Cultura de la Experiencia: en el programa de Cultura de la Experiencia transformamos los modelos de atención. Con nuestro modelo GANA, nos enfocamos en la forma de hacer las cosas:



Generar empatía con un saludo amable y cercano.



Atender, indagar y escuchar para conocer sus necesidades.



Necesidad identificada, presentar la mejor oferta y aclarar inquietudes.



Asegurar que el cliente esté de acuerdo con la oferta y concretar la venta.

Pensando en la satisfacción de nuestros clientes internos, y alineados con la misión de ser los primeros en experiencia, motivamos a los colaboradores y colaboradoras para que interactúen con nuestros aliados estratégicos y, en función del desempeño de los indicadores estratégicos y operativos, les ofrecemos reconocimientos por su gestión y por ser generadores de buenas experiencias.





Despliegue de los talleres Demuestra tu Power, 1 2 3 Acción, Tómallo Suave & Todo Bien y protocolos a más de 1.000 colaboradores y colaboradoras.

Entrega de reconocimientos a más de 200 colaboradores y colaboradoras de las áreas de CAV, E&N y Técnicos.

Aumento del número de colaboradores y colaboradoras con usuarios habilitados en la aplicación de Claro Te Ayuda (780 nuevos registros) y disminución de los pasos para descargar la aplicación en el SO de IOS.

Mejoras en los procesos de agendar turno virtual en CAV, reposición de equipos y reposición de Sim card.

INDICADORES CULTURA DE LA EXPERIENCIA

Programa de inclusión para la atención con lenguaje de señas para personas sordas

En diciembre 2021 realizamos el lanzamiento del servicio de interpretación de lengua de señas colombianas en 5 de los principales CAVs del país (Barranquilla Centro, Pereira Estación Central, Cali La Estación, Bogotá Floresta y Villavicencio en Villacentro), con el objetivo de brindar una atención más efectiva e incluyente a la comunidad sorda en el país. Las personas sordas pueden acudir a estos CAVs y ser atendidos por un asesor con una plataforma virtual de interpretación en lengua de señas.



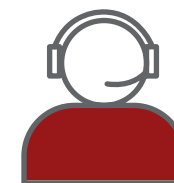
PROGRAMA PRIMEROS EN EXPERIENCIA

A partir de junio iniciamos la implementación del programa Primeros en Experiencia, con el que queremos mitigar los dolores y mejorar la experiencia de nuestros clientes con el uso de productos y servicios durante su ciclo de vida. **(103-1)**

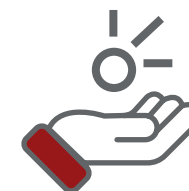
El programa focaliza los esfuerzos en garantizar:



La promesa de servicio: que funcione correctamente lo que se contrata.



Experiencia cuando tiene contacto con un canal de servicio: que la atención sea fácil y rápida, y que, en primera instancia, el mismo cliente tenga la posibilidad de autoatenderse de manera sencilla y efectiva.



Concepto y posicionamiento con la marca: que el cliente reconozca a Claro Colombia como la empresa que mejor experiencia le brinda.



Humanización: que para Claro Colombia el cliente sea la razón de ser.



En Claro Colombia hemos venido trabajando en un proyecto de transformación cultural centrado en el cliente, basado en estrategias de innovación y agilidad, que reduzca de manera significativa los tiempos de respuesta en la operación, que extienda la permanencia de los clientes, fortalezca el sentido de pertenencia de los terceros, y que alinee los procesos de servicio y experiencia en todos los canales.

Tanto clientes como el recurso humano han tenido que superar retos relacionados con las consecuencias de la pandemia; todos tuvimos que adaptarnos para trabajar remotamente y aun así continuar brindando a nuestros clientes la mejor experiencia, con una conexión y comunicación permanentes.

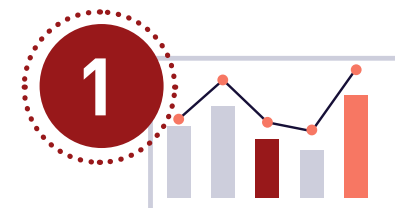
Sin duda alguna, gracias al tiempo que nuestros clientes se toman para contarnos su experiencia, y conscientes de todos los cambios y nuevas necesidades que ha traí-

do la pandemia, hemos realizado mejoras en nuestros productos, canales, procesos y modelos de atención. De tal forma que conseguimos, cada vez más, construir experiencias únicas, simples y confiables, que fortalezcan la preferencia por nuestros servicios, aumenten la recomendación y contribuyan a consolidar relaciones de largo plazo.

Cada programa cuenta con protocolos de atención por canal, cuyo seguimiento es realizado por medio de comités semanales con las diferentes áreas de negocio para mejorar los indicadores de experiencia. El objetivo de estos procesos es desarrollar en los colaboradores y las colaboradoras, la adopción de un modelo de experiencia basado en aptitudes y comportamientos que faciliten el acercamiento y la creación de relaciones emocionales con los clientes. **(103-2)**

7.5.1. UNIDAD DE NEGOCIO MASIVO

Pensando en nuestros clientes prepago y postpago, en 2021:



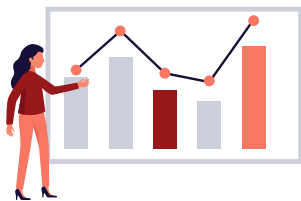
Intervinimos los flujos de nuestra app para que el cliente prepago tuviera más facilidad y claridad al momento de gestionar sus solicitudes, así logramos aumentar la recomendación de uso de este canal del 35% al 47%.



Efectuamos mejoras en los mensajes hacia los clientes, dando mayor claridad en las condiciones y beneficios de los paquetes prepago.



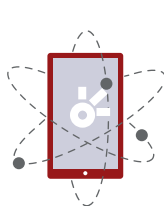
Instituimos un flujo de comunicación hacia el cliente que hace uso de la red en zonas que han pasado por mejoras o reparaciones técnicas. Logramos obtener incrementos del 2% sobre estas áreas mediante incentivos de recargas para disfrutar de la estabilización del servicio,



Aplicamos estrategias para hacer más clara la oferta y los beneficios que obtiene el cliente en la compra de paquetes y recargas a través de los diferentes medios digitales.



Implementamos la vista 360° de los indicadores de la red que afectan a los clientes.



Mejoramos el proceso de portabilidad para nuestros clientes en lo que respecta a tiempos de entrega, ofreciendo opciones adicionales como la compra directa en los puntos más cercanos.

Desde la Unidad de Mercado Masivo empleamos estrategias competitivas y de fidelización que contrarrestaron los cambios en el mercado y las ofertas de los demás competidores. Las acciones ejecutadas se detallan a continuación:



Implementación del nuevo RFP³⁷ Call Center:

selección y contratación de once aliados para atender a los clientes del mercado masivo de Claro Colombia que generan un volumen promedio mensual de cinco millones de llamadas. Esta contratación implicó un ahorro del 18% sobre el promedio del costo anual en la atención telefónica y digital.

Desarrollo del nuevo modelo de Servicio Especializado Convergente:

prestación del servicio de atención telefónica y digital por medio de asesores con alto nivel de especialización por procesos, que logran mejorar la experiencia del usuario, aumentar el FCR³⁸ y el NPS³⁹ de la atención telefónica y digital. Para llevar esto a cabo incluimos cuatro modelos especializados:



Modelo Especializado Segmento Mercado Masivo: atención a clientes del mercado masivo, relacionada con los procesos de Servicio, Facturación, Soporte Técnico, PQRS y Cancelación.



Modelo Alto Valor: atención a clientes Diamante y Brownfield.



Modelo SWAT: atención enfocada en las necesidades de los clientes reincidentes con fallos masivos, traslados y detractores.



Modelo Premium: atención a clientes caracterizados, influenciadores, figuras públicas y gerentes de grandes empresas.

³⁷ Request for Proposals en inglés o convocatoria para enviar propuestas de proyectos.

³⁸ Solución en el primer punto de contacto del usuario.

³⁹ Nivel de recomendación.



Atención unificada fijo y móvil con capacidades convergentes:

atención telefónica y digital unificada del mercado fijo y móvil en el call center, para lo cual se capacitó a 8.240 agentes para atender a los clientes de los cuatro modelos de atención especializada.

Crecimiento en la rentabilización del canal:

diseño de estrategias para aumentar las ventas en los frentes T&T⁴⁰, upgrades⁴¹, paquetes adicionales, reversiones y altas, para un valor total aproximado en 2021 de USD\$20,5 millones.



Claro drive:

plataforma de almacenamiento en la nube Claro drive para todos los clientes móviles (postpago y prepago) y hogar (segmento masivo) con 25 GB gratuitos de capacidad, recurso que podrá ser usado para solventar las necesidades que trae consigo la virtualidad del trabajo y el estudio.

Aumento de personal técnico:

la planta de personal técnico aumentó 33%, pasando de tres mil cuadrillas activas en promedio en enero, a cuatro mil en diciembre.



CAV y tiendas:

inversión de \$20 mil millones como parte del plan de expansión del canal. Dentro de los proyectos más destacados cabe citar la apertura de seis nuevos puntos y siete remodelaciones, la creación de 133 puestos nuevos de trabajo, y la mejora de la imagen y condiciones de nuestros CAV.

Agentes comerciales:

canal que llegó a más de 500 mil hogares con soluciones de telecomunicaciones de internet fijo, telefonía y televisión. Nos concentramos en desarrollar comercialmente los puntos de venta y aumentar la capilaridad a nivel nacional. Respecto al 2020, el canal creció en 140 puntos de venta a nivel nacional.

Enfocamos la experiencia al cliente aplicando una estrategia para evolucionar los activos digitales y convertirlos en los canales preferidos, tanto para nuestros clientes masivos como para empresas y negocios, y que a través de dichos canales se pueda gestionar de manera recurrente los productos y servicios contratados (adopción digital) y la adquisición de nuevos productos y servicios (venta digital).



7.5.2. UNIDAD DE NEGOCIO CORPORATIVO DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

Para robustecer nuestra oferta a nuestros clientes de empresas y negocios, en el 2021 lideramos acciones para:

AMPLIACIÓN DEL ECOSISTEMA DIGITAL PARA CLIENTES CORPORATIVOS

1

- Nuevos canales de autoatención para nuestros clientes, tales como: portal Mi Claro Empresas Convergente, chat de WhatsApp, portal de pagos E&N e IVR visual.
- Nuevas transacciones en los canales digitales app Empresas (68 funcionalidades); portal web Mi Claro Empresas (70 funcionalidades), y chat de WhatsApp (15 funcionalidades).

INCREMENTO EN EL USO DE LOS ACTIVOS DIGITALES:

app Empresas (10 millones de transacciones), en el portal web Mi Claro Empresas (2 millones de transacciones) y un total de 220 mil clientes registrados en 2021.

2

FIDELIZACIÓN PARA ASEGURAR LA EXPERIENCIA Y AUMENTAR LA PERMANENCIA DE LOS CLIENTES CORPORATIVOS

3

- Mensajes a clientes de acuerdo con la ocasión, como bienvenida a clientes nuevos (condiciones contratadas, facturación y adopción digital), aniversarios (cumpleaños, constitución de empresas y quinquenios), y eventos relacionales (congresos, eventos culturales).
- Llegamos a un total de 65 mil clientes fidelizados.
 - Se otorgaron más beneficios en capacidad de navegación a clientes en portafolios fijo y móvil.
 - Un millón de servicios fijos y móviles con más beneficios, como mayor capacidad en datos y navegación, beneficios por convergencia de productos, descuento en equipos, entre los principales.
 - Aseguramiento de calidad en la gestión.



AMPLIACIÓN DEL ECOSISTEMA DIGITAL PARA CLIENTES CORPORATIVOS

4

424 mil nuevos servicios actualizados a tecnología de Voz con LTE durante el año, para optimización de la red 4G.

ASEGURAMIENTO DE LA ESTACIONALIDAD DE CLIENTES CORPORATIVOS DE FORMA PROACTIVA:

229 nuevos planes de estacionalidad en clientes estratégicos en fechas de alto impacto, como: Días sin IVA, Black Friday, Cyber Monday.

14 sectores económicos más impactados con el plan de estacionalidad, entre los más destacados Sector Retail, Financiero y Salud.

560 ampliaciones en el ancho de banda de los clientes, sobre sus servicios principales.

5



(103-2)

Nuevos canales de autoatención para nuestros clientes

La Dirección de Cuidado al Cliente es un área que le apunta directamente a la experiencia. Por lo tanto, su indicador por excelencia es el NPS con variables como la solución efectiva en primer contacto, el conocimiento de los asesores acerca de los inconvenientes de los clientes, y con consultas muy concretas acerca de la gestión de la unidad, insumos para la mejora continua de nuestros procesos de servicios, sin afectaciones al cliente.

Ahora más que nunca tenemos claro que, nuestro papel para contribuir en transformar y mejorar las vidas de nuestros clientes con la tecnología es darles la importancia que merecen. Trabajamos bajo metodologías ágiles que nos sumen velocidad y mediante un esfuerzo articulado entre el área de experiencia y las demás áreas de la Compañía. **(103-3)**

7.6. INNOVACIÓN Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

103 ENF3, ODS 9

De forma permanente, la innovación y transformación digital nos llevan a repensar nuestros procesos actuales y diseñar nuevos productos y servicios partiendo del objetivo de sostenibilidad que nos hemos planteado. Generamos nuevas fuentes de ingreso que mitigan el riesgo de erosión del negocio actual y trabajamos en hacer más eficientes los procesos actuales, mediante una interacción muy cercana con ecosistemas de innovación a nivel nacional e internacional. Buscamos construir el futuro de Claro Colombia como eje para impulsar el crecimiento de más emprendedores en el país y la región por medio de alianzas estratégicas con asociaciones y agremiaciones como Cámara de Comercio de Bogotá (CCB), Starter y Federación Nacional de Comerciantes (Fenalco).

El impacto en sostenibilidad se ve reflejado en dos frentes:



Generar ingresos adicionales al negocio tradicional que garantizan vigencia y permanencia, y lograr la mejora continua en la cultura y procesos actuales que hagan más eficiente la operación.

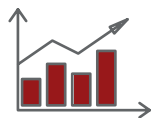
Promover un impacto positivo, al convertirnos en la plataforma y vitrina, que apalanque el crecimiento de todo un ecosistema de innovación nacional y regional en los campos de juego definidos para explorar nuevas soluciones.



(103-1)

La innovación y transformación digital en la Compañía tiene dos frentes de gestión:

1 INNOVACIÓN INTERNA: con la meta de hacer más eficiente la forma en que hacemos las cosas, llevamos a cabo una intervención a procesos y productos actuales con metodologías de innovación, principalmente **SIT**⁴³. Simultáneamente trabajamos con un proceso de búsqueda constante de soluciones e iniciativas a nivel interno que moviliza a todos los colaboradores y las colaboradoras de la Compañía mediante intervenciones y un concurso anual de innovación. Las propuestas están enfocadas en cuatro aspectos:



incremento de ingresos



ahorro de costos



mejora de procesos



mejora del nivel de recomendación a través de la medición del NPS



2 CREACIÓN DE NUEVOS PRODUCTOS Y SERVICIOS: en este caso, buscamos garantizar la sostenibilidad mediante la introducción al mercado de productos y servicios claramente definidos por el tamaño de mercado y su adyacencia al negocio tradicional. El desarrollo de estos productos empieza con la identificación de necesidades y la búsqueda de aliados en ecosistemas de innovación nacional e internacional que nos ayuden a darles respuesta. Los objetivos son los de obtener en los próximos años un ingreso adicional para la Compañía capaz de soportar cualquier riesgo en el mercado tradicional, y ser agentes activos en la innovación y transformación digital y social de Colombia.

Algunos de los productos que forman parte de este proceso de innovación:

CLARO PAY: billetera digital.



VALIDACIÓN DE IDENTIDAD Y RIESGO:

acceso a herramientas que mejoren la seguridad en las transacciones, para lo cual utilizamos el conocimiento que tenemos de nuestros clientes y la experiencia en servicios de análisis de información.

MOBILE MARKETING:

plataforma de comunicación que brinda a los clientes masivos, la información relevante y contextual de los anunciantes.



IOT: productos y servicios de última tecnología para facilitar las tareas diarias.



ASISTENCIAS: oferta de seguros y asistencias para personas y hogares por medio de nuestros canales comerciales que complementan el portafolio de servicios.



ASISTENTE DE VOZ:

herramienta de gestión de nuestros servicios mediante comandos de voz, con la que proporcionamos accesibilidad a las personas con limitación visual y facilidad de interacción con nuestros productos.

CLARO TALKS: herramienta de capacitación, con más de 400 contenidos y generación de más de 50 eventos vía streaming.



La innovación cuenta con un proceso de evaluación basado en indicadores de varios niveles de gestión. Se miden mensualmente, entre otros: los beneficios económicos por ingresos y ahorros de cada proyecto; las soluciones evaluadas, prototipadas e implementadas, y una serie de indicadores que apalancan estos objetivos principales. Las mediciones se consolidan en la herramienta tecnológica de Gestión Estratégica Gestiona y se mantiene comités mensuales en los que se realiza seguimiento de los proyectos, a nivel ejecutivo.



logramos un alcance de más de 100 empresas

Instauramos cinco ecosistemas de innovación en **Colombia, América Latina, Estados Unidos e Israel**, con tres universidades en Colombia, con lo que logramos un alcance de más de 100 empresas contactadas para la búsqueda de soluciones y alianzas que llevaron al lanzamiento de los productos y los proyectos descritos.



Obtuvimos el reconocimiento Tuya Fintech Challenge

por nuestra propuesta de soluciones para apalancar la inclusión financiera y digital de los colombianos. En el mes de septiembre lanzamos el reto APIs Challenge dirigido a la comunidad Fintech⁴⁴ y emprendedora de Colombia para desarrollar soluciones de financiación, pagos, seguros y juegos, entre otros servicios o soluciones apalancados en el SandBox⁴⁵ de Claro. Este concurso nos dio relevancia en el ecosistema de innovación nacional y gracias a él encontramos más de 15 iniciativas en proceso de implementación. **(103-2)**

Instauramos cinco ecosistemas de innovación en Colombia, América Latina, Estados Unidos e Israel



⁴⁴ Fintech, fintec o tecnología financiera es una industria financiera que aplica nuevas tecnologías a actividades financieras y de inversión.

⁴⁵ Un mecanismo para responder a la necesidad de impulsar la regulación al acelerado ritmo de la innovación.

Resultados por proyecto:

CLARO PAY:



En 2021 dimos acceso a servicios financieros a 260 mil clientes registrados. Nos posicionamos en el mercado como la billetera con mejores beneficios para los colombianos.

VALIDACIÓN DE IDENTIDAD Y RIESGO:



Realizamos consultas de validación de identidad y calificación crediticia en las entidades financieras. Este proyecto contribuyó a que más colombianos -no considerados por los burós de crédito tradicionales- puedan acceder a servicios financieros gracias a la información adicional con la que cuenta Claro y las alianzas con entidades financieras. Estimamos que con nuestras API⁴⁶ de calificación de riesgo, el acceso a créditos puede incrementarse en 5%, sin aumentar los niveles de cartera.

CLARO BOX TV:



Brindamos esta tecnología a más de 30 mil clientes. Con este proyecto fuimos nominados a los premios VideoTech Innovation Awards en la categoría Super Aggregator.

MOBILE MARKETING:



Habilitamos a empresas de todos los tamaños acceso a audiencias personalizadas. En el caso de los clientes del segmento masivo que puedan disponer de información relevante sobre su comportamiento.

TIENDA ONLINE CLARO COLOMBIA (Claro shop):



Implementamos un modelo de plataforma para convertir la tienda de Claro en un marketplace de venta de equipos de tecnología.

IOT / HOGAR SEGURO:



Alcanzamos la venta de más de 17 mil dispositivos, que pusimos a disposición en nuestros canales de venta; ampliamos el portafolio de dispositivos y partners o aliados para ofrecer productos que facilitan la interacción y la conectividad de las personas y hogares.

SEGURO FÁCIL / T-RESUELVE:



Generamos nuevos ingresos mediante el desarrollo de estos productos de asistencia 100% digitales.

ASISTENTE DE VOZ:



Logramos la implementación de este servicio de autogestión para dar facilidad de interacción a todos los clientes con los productos del ecosistema Claro, como: Claro Box TV, que en 2021 fue utilizado por más de 160 mil clientes. Por este proyecto fuimos reconocidos en el Amazon Live 2021 como una Compañía pionera e innovadora. **(103-3)**

ACCIONES DE INNOVACIÓN Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL DESDE LA UNIDAD DE MERCADO CORPORATIVO DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

Desde la Unidad de Negocio de Mercado Corporativo de Empresas y Negocios analizamos, condensamos y entendemos las necesidades de nuestros clientes por industria, y en atención a las mismas generamos, diseñamos, desarrollamos y realizamos el mantenimiento de productos y servicios basados en ejercicios de cocreación que satisfagan sus requerimientos puntuales, utilizando las mejores prácticas de innovación y ofreciendo un acompañamiento constante en el proceso de transformación digital del cliente.

En Claro Colombia hemos desarrollado sistemas de conectividad que hoy llegan a más de 33 millones de colombianos. En los últimos 10 años hemos trabajado en las organizaciones para no solo dar conexión física de canales e internet, sino para prestar servicios de cómputo y aplicaciones requeridos en las interacciones digitales.





SECTOR FINANCIERO

Hoy estamos en capacidad de prestar servicios de desarrollo de software y aplicaciones para cumplir con las exigencias de centralidad en el cliente de las entidades financieras, alojando estos servicios en las infraestructuras físicas y de nube de Claro para cumplir con los niveles de servicio que se requieren en Colombia. Como aliados de las instituciones del sector financiero desarrollamos productos y servicios que les ayuden a solucionar los retos que están afrontando en esta década: inclusión financiera, recuperación de niveles razonables de rentabilidad después de la COVID-19, cumplimiento de la regulación financiera, eliminación del efectivo y los plásticos, y la centralización en el cliente, entre otros.

Históricamente Claro Colombia ha sido uno de los principales aliados de las entidades en el cumplimiento de las estrictas regulaciones para obtener altos niveles de disponibilidad, seguridad y servicio para los clientes.

Este año uno de nuestros mayores retos fue reducir la tasa de pérdida en los ingresos por incidentes de ciberseguridad. De la mano de una de las entidades financieras más grandes del país, estamos automatizando el proceso de vulnerabilidades que antes requería de decenas de empleados.

Las personas que antes se necesitaban para detección, evaluación, parcheo y respuesta a vulnerabilidades ahora aportan en otras áreas del negocio para acelerar su transformación digital. En un estudio encontramos que un **adulto escandinavo** hace:

400
transacciones
digitales

en promedio, mientras que un colombiano hace:

apenas
12

Claro Colombia está ayudando a las entidades a digitalizar portales web con experiencias centradas en el cliente para que se reduzca el uso de efectivo y aumenten estas transacciones digitales. Finalmente, en Claro y por medio de sistemas de inteligencia artificial, estamos desarrollando productos de análisis de sentimiento en redes para ayudar a las entidades a enfocar sus esfuerzos en los clientes y conocerlos cada día más, con el fin de cumplir con sus importantes exigencias.

SECTOR SALUD

Claro Colombia viene trabajando en el sector de la salud desde hace varios años. Sin embargo, a raíz de la pandemia, las necesi-

dades, expectativas y tiempos han cambiado. El uso de la telemedicina en su versión más simple (teleconsulta) aumentó en más de 10 veces en Colombia, lo que nos permitió ver que el uso de tecnología permite hacer más eficientes los procesos internos y la atención a los pacientes, a la vez que la hace necesaria para responder a los desafíos actuales.

Hemos desarrollado soluciones orientadas a brindar mayor cobertura médica a la población con la ayuda de la telemedicina, así como a generar mayor eficiencia en los procesos como agendamientos, auditorías y pagos, y al cuidado de la población de crónicos con herramientas para realizar un mejor seguimiento de su estado de salud.





SECTOR OIL & GAS

La industria de Oil & Gas colombiana ha sido en los últimos años el motor de la economía del país. De acuerdo con la Agencia Nacional de Hidrocarburos (ANH), el petróleo es el primer producto de exportación, con el:



del total de las exportaciones

y el principal contribuyente a las finanzas del Estado.

Durante 2021 hicimos acercamientos comerciales con más de 20 empresas del sector de hidrocarburos o industriales con el propósito de entender el detalle de sus necesidades, generar casos de uso y soluciones replicables en el sector, además de brindar soluciones de automatización a varios de sus procesos.



SECTOR CONSTRUCCIÓN

En lo relativo a la construcción hemos venido introduciendo tecnologías como IoT, la cual por medio de redes privadas permite el control y el monitoreo de las variables críticas en tiempo real, reduce los riesgos y optimiza los procesos.

La experiencia durante el 2021 nos ha permitido identificar los casos de uso general y de alto impacto en el sector, para generar ofertas competitivas con alto grado de estandarización que permiten un rápido despliegue e implementación.



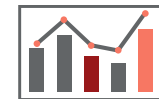
SECTOR RETAIL

Apoyados en temas como el comercio electrónico y la creación de nuevas estrategias comerciales y nuevos canales de venta como las redes sociales



que fueron las de mayor desarrollo y participación en el crecimiento del PIB en Colombia durante el 2021 con un desempeño motivado por los diferentes cambios que se presentaron por la pandemia

aceleramos los procesos de transformación digital en todos los sectores económicos.



SECTOR PÚBLICO

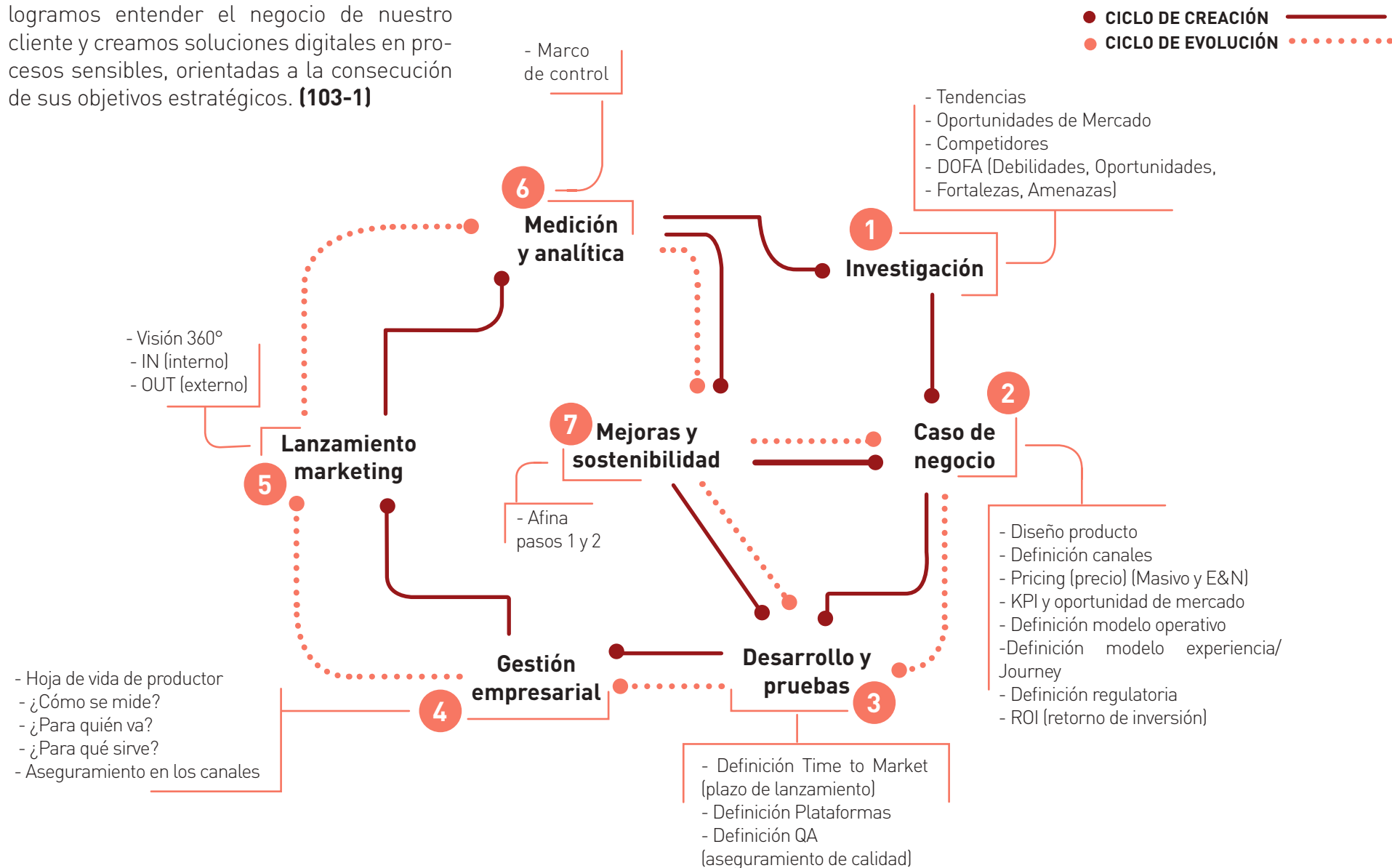
Los volúmenes de información producidos por los ciudadanos durante los últimos años han mantenido un crecimiento exponencial, evidenciando la necesidad de implementar diferentes tipos de soluciones que permitan la optimización y el aumento de la velocidad en la toma de decisiones por parte del sector público. Este ha sido uno de los focos en los que Claro Colombia ha trabajado con el sector Gobierno. Hemos brindado soluciones digitales que incluyen analítica, Big Data e inteligencia artificial con el fin de que las entidades públicas cuenten con las capacidades tecnológicas necesarias para su gestión.

El impacto de nuestras soluciones, que tienen en cuenta la actualidad y requerimientos de cada mercado, se nota en los diferentes procesos identificados como objeto a

transformar, en la generación de optimizaciones, ahorros, automatizaciones, eficiencias y confianza, gracias a lo cual potenciamos la razón de ser del cliente, y le llevamos un paso más allá de su negocio.

Con distintas metodologías de colaboración, logramos entender el negocio de nuestro cliente y creamos soluciones digitales en procesos sensibles, orientadas a la consecución de sus objetivos estratégicos. **(103-1)**

En este punto, el ciclo de vida de producto tiene como fin mejorar la experiencia del cliente mediante el lanzamiento de los productos, la evolución de los existentes y el aseguramiento de la usabilidad del portafolio de productos y servicios con calidad y oportunidad. Así, cumplimos con la promesa de entregar productos y servicios innovadores y sostenibles, basados en sus necesidades y expectativas y las del mercado. De esta manera, se incrementan los ingresos de forma rentable y se genera valor al negocio y al cliente.



A través de este proceso, nos hemos planteado los siguientes propósitos:



Lanzar productos innovadores y de alta calidad, con lo que generaremos demanda y expandimos el mercado.



Mejorar los productos existentes, agregando valor.



Satisfacer las necesidades y expectativas del cliente.



Reducir el tiempo de ciclo.



Impulsar el trabajo colaborativo, efectivo y eficiente de las áreas involucradas. **(103-2)**

A su vez, en la continuidad del acompañamiento a nuestros clientes, en este año se realizaron varias acciones, entre las más importantes destacamos:

- Lanzamiento de 32 productos nuevos e implementación de 52 proyectos de soluciones digitales con Global Hitss.



- Realización de actividades para incentivar y ayudar a las pymes y grandes empresas a ser más productivas en sus procesos, en el entorno de apertura pospandemia. Entre estas cabe destacar el lanzamiento de nuevos servicios como nube pública para apoyar la transformación digital sobre todo de las pymes.

- Concreción de negocios importantes con todos los sectores de la economía, tales como servicios de conectividad - incluyendo diseño, instalación, configuración, suministro, puesta en marcha, capacitación, soporte y mantenimiento- que garanticen la cobertura y capacidades en las áreas especificadas; acuerdos de servicios -bots y plataforma de Contact Center, la cual ha evolucionado como un servicio-; red de datos de comunicaciones unificadas SD-WAN; seguridad IT; internet, y conectividad Cloud.



- Fuimos galardonados por la consultora internacional Frost & Sullivan con el premio de Liderazgo de Productos en América Latina en el mercado de servicios SD-WAN, reconocimiento que ratifica el liderazgo en redes de datos inteligentes de Claro Colombia. **(103-3)**



7.7. SEGURIDAD DIGITAL Y CONFIDENCIALIDAD DE LA INFORMACIÓN

103 ENF4, 418-1

Este es uno de los temas más importantes en esta era de la cuarta revolución industrial, en especial para las empresas de servicios de telecomunicaciones porque involucra el manejo y custodia de la información estratégica de la Compañía para el desarrollo del negocio y para el tratamiento de los datos personales de los clientes de los servicios de telecomunicaciones.

Para Claro Colombia es absolutamente indispensable garantizar la seguridad y confidencialidad de la información, ya sea en

forma voluntaria o como consecuencia del cumplimiento de las leyes o regulaciones. Así aseguramos nuestra ventaja competitiva frente a las demás compañías, para generar confianza tanto en los clientes masivos como en los corporativos; mantener la buena reputación de la Compañía y para evitar la apertura de investigaciones e imposición de multas por parte de las autoridades que vigilan el cumplimiento de las normas relacionadas con la seguridad de la información y la protección de datos personales.



Algunas de las normas aplicables a Claro Colombia son:



Ley 1341 de 2009, «Por la cual se definen principios y conceptos sobre la sociedad de la información y la organización de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC), se crea la Agencia Nacional de Espectro y se dictan otras disposiciones», artículo 53, numeral 9.



Resolución CRC 5569 de 2018, «Por la cual se modifica el artículo 5.1.2.3 del Capítulo 1 del Título V de la Resolución CRC 5050 de 2016 en materia de gestión de seguridad en redes de telecomunicaciones y se dictan otras disposiciones».



Ley 1581 de 2012, «Por la cual se dictan disposiciones generales para la protección de datos personales».



Decreto 1377 de 2013, «Por el cual se reglamenta parcialmente la Ley 1581 de 2012».



Título V, Protección de Datos Personales, de la Circular Única de la Superintendencia de Industria y Comercio.

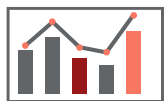


Manual de Usuario del Registro Nacional de Bases de Datos (RNBD).



Tenemos el compromiso de velar por la seguridad de la información, de conformidad con la normativa, lo cual le permite a la organización:

- Ampliar los canales de servicios para que nuestros clientes encuentren, tanto en los presenciales como en los virtuales, entornos digitales para solucionar sus inquietudes, realizar autogestión, disponer de nuevos productos mediante alianzas estratégicas con aliados expertos en otros mercados, y tener diferentes opciones ágiles de pago. Esto es posible mediante un análisis de riesgos que permita establecer los controles adecuados para que los ambientes garanticen la confidencialidad, la integridad y la disponibilidad de la información que se procesa, transmite o almacena en la infraestructura de la Compañía.



Desarrollar e implementar nuevos servicios con la analítica de datos y entrega de información a clientes de la banca para que complementen el estudio de sus clientes y les ofrezcan o entreguen nuevos productos.

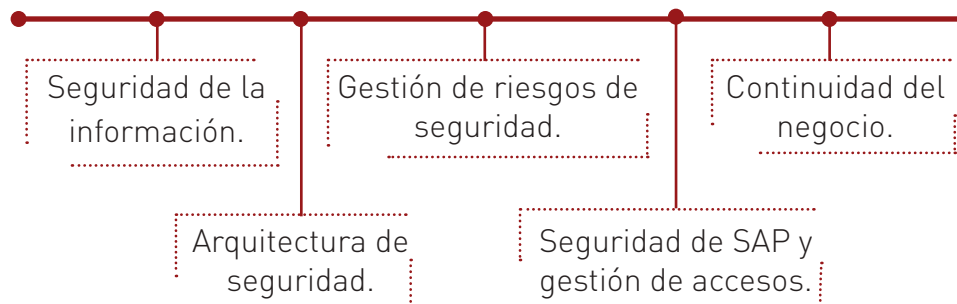


Estar en cumplimiento del marco normativo y regulatorio como la Ley SOX y la Ley 1581 de Protección de Datos Personales.



Conservar las certificaciones internacionales ISO 27001 y PCI-DSS⁴⁷ en materia de seguridad de la información. **(103-1)**

El área de Seguridad de la Información y la Oficial de Protección de Datos fijan las políticas aplicables a seguridad de la información; las actualizan y socializan, definen los respectivos procedimientos, manuales e instructivos para establecer e implementar la estrategia de seguridad de la información, protegiendo y administrando los activos de información con lineamientos, políticas, programas y controles que conserven su confidencialidad, integridad y disponibilidad. Para lograr el objetivo estratégico, además de contar con las herramientas tecnológicas de última generación que protegen los sistemas de información, en Claro Colombia contamos con un grupo de profesionales especializados en:



Somos conscientes de la responsabilidad que conlleva el manejo de información que se genera con nuestra operación. En ese sentido, reconocemos la importancia de la protección de datos personales, para garantizar el adecuado cumplimiento de la Ley 1581 de 2012 y de la Ley 1266 de 2008, igual que el mantenimiento de la reserva de información confidencial amparado por las normas de propiedad intelectual y la Decisión CAN 486 de 2000. Es por esto que, desde la Gerencia de Regulación y Relación con Operadores, hacemos revisión y seguimiento a los proyectos de ley y regulatorios de las diferentes entidades evitando que estos impacten a la organización.



PROCESO DE SOLICITUDES DE INFORMACIÓN



7.7.1. SOLICITUDES DE INFORMACIÓN

Los operadores de telecomunicaciones tenemos la obligación jurídica de responder a las peticiones de las autoridades competentes, dentro del marco legal. En este frente, para que las solicitudes sean respondidas por Claro Colombia, evaluamos la competencia de la entidad solicitante y su correspondencia con las normas vigentes. Después de dicha verificación y en cumplimiento del trámite interno definido, damos respuesta.

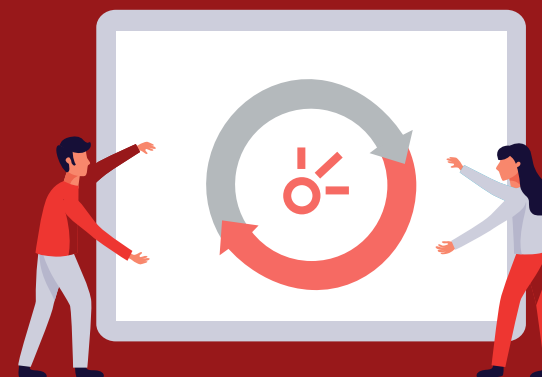
En términos del procedimiento para la entrega de información, contamos con un área que valida una a una las peticiones relacionadas con datos personales provenientes de autoridad judicial y procesos coactivos. Aquellas que provienen de otras entidades gubernamentales son analizadas en detalle por la Dirección Corporativa Jurídica y de Asuntos Societarios y las Gerencias de Regulación y Relación con Operadores y Cumplimiento, en aplicación a la Ley 1581 de 2012, y en el marco de la protección del derecho fundamental a la protección de datos personales. Si alguna de las solicitudes no cumple con los requisitos legales, no se realiza la entrega de la información solicitada. **(103-2)**

Interceptación legal: «La interceptación de las comunicaciones, cualquiera que sea su origen o tecnología, es un mecanismo de seguridad pública que busca optimizar la labor de investigación de los delitos que adelantan las autoridades y organismos competentes, en el marco de la Constitución y la Ley.» (Art. 1, Decreto 1704 de 2012).

Normas que sustentan la solicitud: Art. 235 del Código de Procedimiento Penal, modificado por el Art. 52 de la Ley 1453 de 2011; Artículo 44 de la Ley 1621 de 2013; Decreto 1704 de 2012.



Autoridad competente: para el servicio de telefonía fija, son los organismos con funciones permanentes de Policía Judicial, previa autorización del Fiscal General de la Nación o su delegado. Para el servicio de telefonía móvil, las autoridades competentes serán las encargadas de la operación técnica de la respectiva interceptación y del procesamiento de la misma. Tienen la obligación de realizarla inmediatamente después de la notificación de la orden y todos los costos estarán a cargo de la autoridad que ejecute la interceptación (Art. 235 del Código de Procedimiento Penal, modificado por el Art. 52 de la Ley 1453 de 2011). **(103-2)**





Toda solicitud de información relacionada con datos personales y de información confidencial es revisada y aprobada por la Gerencia de Cumplimiento.

Durante el año 2021 no se reportaron incidentes de seguridad de la información relacionados con datos personales a la Superintendencia de Industria y Comercio. No obstante, recibimos una queja por parte de los organismos reguladores. Cabe resaltar que en este año se recibió un total de

78.229



**peticiones,
quejas y recursos**

fundamentados, en relación con las violaciones de la privacidad del cliente, esto es:



del total de las interacciones recibidas

comparado con el:



del año 2020.

Por otro lado, el número total de peticiones, quejas y recursos recibidos de terceros, fundamentados por la organización, ascendió a

79.270



cifra consolidada para las operaciones fija y móvil. Además de lo anterior, y en cumplimiento de la Resolución de la Comisión de Regulación de Comunicaciones - CRC 5569 de 2018, se reportaron 11 incidentes de seguridad de la información de redes. Estas reclamaciones fueron gestionadas los procesos internos definidos para garantizar la satisfacción y seguridad de nuestros clientes. **(418-1)**

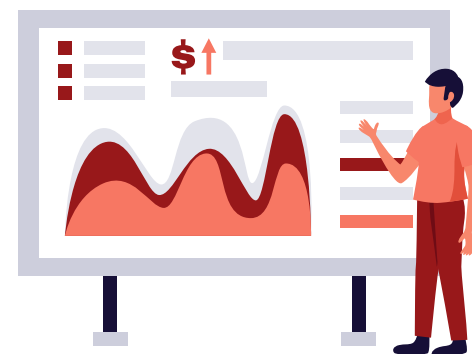
7.7.2. CUMPLIMIENTO

En Claro Colombia contamos con las herramientas Gestiona y SuccessFactors para medir la gestión de nuestros colaboradores y colabo-



radoras y de los proyectos. Por medio de estos, se definen los objetivos, metas e indicadores para la medición de su desempeño. En este tema, se impartieron conceptos sobre la viabilidad de proyectos y productos, en los cuales se involucra el tratamiento de datos personales, determinando su procedencia, de acuerdo con las normas antes citadas.

Así mismo, se revisaron cláusulas contractuales sobre protección de datos personales a fin de que las mismas sean correspondientes con las normas y consecuentes con los objetos de los contratos. Como proyecto especial, en el año 2021 capacitamos a 294 proveedores y aliados estratégicos, quienes tienen contacto directo con nuestros clientes, en el cumplimiento de normas de datos personales.



Además, existe un plan estratégico en Seguridad de la Información alineado a los objetivos estratégicos de la Compañía que provee los lineamientos para el manejo de los procesos de seguridad y confidencialidad:

Definición y ejecución de un plan anual para realizar auditoría y validación de controles para identificar posibles fraudes, fuga de información, uso no adecuado del acceso a las plataformas, teniendo en cuenta los roles y perfiles asignados a los clientes internos y externos.



Atención de procesos de auditoría de nuestros clientes.

Revisión de los proyectos antes del paso a producción para establecer si cumplen los lineamientos y estándares de seguridad de la información.



Realización de evaluaciones para establecer el nivel de conocimiento, entendimiento y aplicabilidad de las políticas de seguridad de la información.



Ejecución de auditorías internas y externas de ISO 27001 y PCI-DSS⁴⁸, revisión de la ejecución de los controles compensatorios para cumplimiento de requerimientos Ley SOX y PCI DSS.



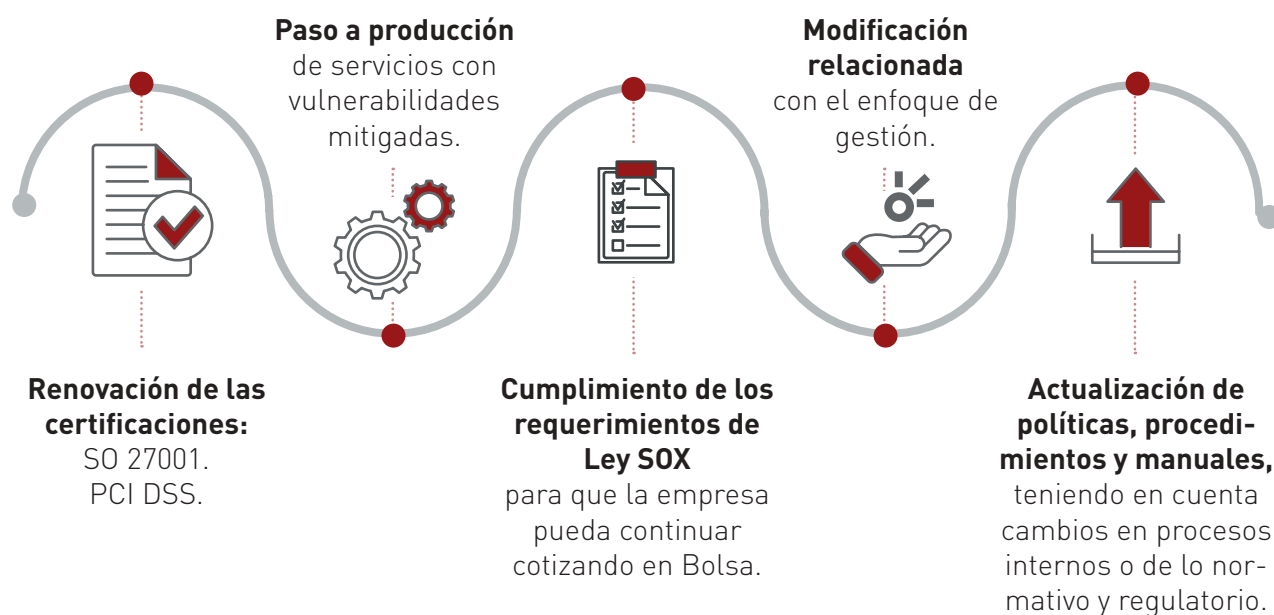
Análisis de riesgos periódico mediante pruebas de Ethical Hacking (Hackeo Ético) y escaneo de vulnerabilidades para establecer el nivel de riesgos a los que están expuestos los activos de información. Según el resultado se elaboran los planes de mitigación.



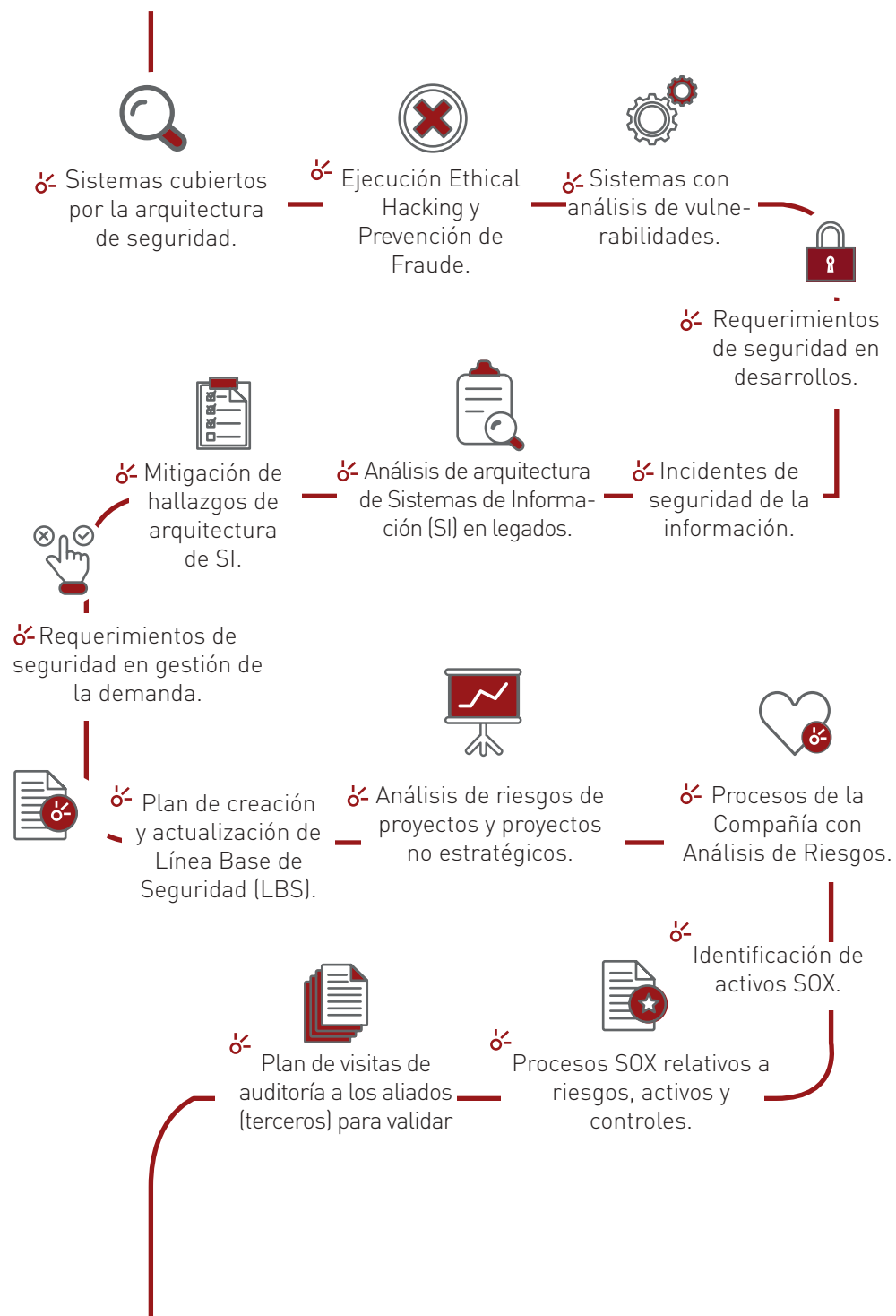
Visitas de seguridad a los aliados que apoyan los procesos internos para determinar el nivel de cumplimiento de los requerimientos de seguridad de la información, riesgos y continuidad.



Estos procesos tienen un monitoreo mensual del Comité Ejecutivo frente a los proyectos e iniciativas. La evaluación de la eficacia del enfoque de la gestión de seguridad y confidencialidad de la información nos ha implicado:



Contamos con indicadores de desempeño para medir el cumplimiento de los objetivos definidos, dentro de los cuales se encuentran:



Con nuestras iniciativas de seguridad y confidencialidad de la información, en 2021 logramos:

Ejecución del análisis de riesgos en seguridad y confidencialidad de la información al



sobre los proyectos estratégicos e iniciativas de la organización, para garantizar alineación a las políticas y recomendar controles específicos de seguridad.

Ejecución del plan de análisis de vulnerabilidades tecnológicas a más de 3.700 activos de información.



Ejecución del 70% de análisis de riesgos en seguridad





Implementación del 100% de controles para prevención del fraude en Larga Distancia Internacional (LDI) sobre la infraestructura de Infracel.



Implementación de 50 nuevos controles tecnológicos para los diferentes servicios.



Implementación del prevoceo para mitigar fraude en LDI.



Cumplimiento del 100% en cobertura de control de accesos alcance 2021.



Puesta en producción de una solución integral para la Gestión de Riesgos GRC (Gobierno, Riesgos y Cumplimiento).





Ejecución 100% de capacitación en temas especializados en seguridad de la información para los colaboradores y las colaboradoras.



Realización del evento Simposio de Seguridad de la Información 2021 para analizar la seguridad de la información en tiempos de pandemia, contando con la participación del corporativo, incluyendo países como Brasil, México y otros.



Recertificación ISO 27001.



Recertificación Payment Card Industry Data Security Standard (PCI-DSS).



Implementación del EAGLE⁴⁹ - TIF.

⁴⁹ EAGLE- TIF - Funcionalidad A-Party Blacklist TIF para tráfico ISUP, la cual permite bloquear en la red Números A de otros operadores nacionales e internacionales, fijos y/o móviles, identificados terminando tráfico irregular en la red de CLARO Colombia o generando tráfico LDI anómalo por Infracel.



Adaptación del 100% de los Controles del Sistema Automático de Detección y Control de Fraude de Telefonía Fija (SFRDx⁵⁰) para el proyecto de cambio de plan de numeración fija a 10 dígitos.

Incremento de la efectividad en 117%, pasando de 1,49% en enero de 2020 a 3,23% en octubre de 2021, lo que permitió alcanzar beneficios por \$98 mil millones, con una recuperación de ingresos por \$32.773 millones.



Implementación de 7 nuevos modelos de Next Best Offer que produjeron beneficios por \$6,3 mil millones y 7 modelos de Score Crediticio Interno que generaron beneficios por \$101 mil millones.



Desarrollo de biometría facial y OTP (One-Time-Password, contraseña dinámica) interno como métodos fuertes de validación de identidad, disminuyendo en 87% los fraudes de servicios en el canal de telemercadeo.

⁵⁰ Ajustes sobre el Sistema Automático de Detección y Control de Fraude de Telefonía Fija (SFRDX_Tel) para garantizar que todos los flujos y procesos de monitoreo, detección, control y reporte de eventos de llamadas atípicas, acepten e interpreten la nueva numeración fija.



A partir de los lineamientos provistos por América Móvil (AMX), holding corporativo al cual pertenecemos, se ha reconocido que la base de la excelente reputación que tienen con la sociedad y con grupos de interés radica en que sus acciones y forma de conducir los negocios están basadas en los principios y valores que los definen como organización. Por eso, han establecido los Objetivos de Sustentabilidad 2030-2050, cuyo alcance es:

Tolerancia cero a prácticas de corrupción en la empresa y en la cadena de suministro.

100% de los socios comerciales activos evaluados en 2025.



Altos estándares de ciberseguridad.

100% de las subsidiarias certificadas en ISO 27001 en 2025.





103 ENF7

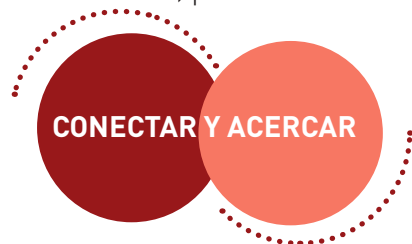
El cierre de la brecha digital es una de las grandes prioridades de la Compañía para garantizar la transformación digital y social del país y de todos los colombianos. Son las poblaciones ubicadas en las zonas más apartadas, vulnerables y rurales quienes aún no gozan de todos los beneficios que traen consigo la conectividad y la tecnología, nuestro motor para alcanzar una mayor cobertura.

Sin lugar a duda, contribuir al cierre de la brecha digital es el compromiso de Claro Colombia. Nuestro objetivo es el de **asegurar que cada vez más rincones del país se encuentren conectados**, independientemente de la rentabilidad. **Buscamos garantizar el acceso a internet para que todas las personas tengan acceso a procesos de formación, educación, potenciación de sus negocios o emprendimientos, temas de salud o de entretenimiento**, entre otros.

7.8. TECNOLOGÍA QUE TRANSFORMA VIDAS



En Claro Colombia reconocemos que la tecnología es una herramienta poderosa para enfrentar los grandes desafíos que hoy tiene el país; es uno de los motores de la economía, contribuye a la transformación digital de los colombianos, permite



comunidades y territorios, y desarrollar soluciones innovadoras a situaciones y problemáticas recurrentes; entre otras tantas oportunidades.

Es por ello que el gran reto de la Cuarta Revolución Industrial es la apropiación de la

tecnología y el cierre de la brecha digital, especialmente en comunidades vulnerables y apartadas. Garantizar el acceso a las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) es una apuesta estratégica y conjunta de los sectores público y privado, razón por la cual impulsan iniciativas que van desde la alfabetización digital hasta la aceleración de tecnologías emergentes.

7.8.1. CLARO POR COLOMBIA ES ¡TECNOLOGÍA QUE TRANSFORMA VIDAS!



Gracias a nuestro programa de sostenibilidad Claro por Colombia, en este año llegamos a más zonas rurales, apartadas y vulnerables del país extendiendo nuestra red, y con ello, aumentaron las oportunidades en términos de: cobertura, acceso y ecosistemas digitales y de inclusión social.

Nuestro propósito es ser una empresa cada día más sostenible e incluyente que impulse la transformación social y digital de Colombia con una meta clara: ¡Tecnología que Transforma Vidas!, contribuyendo con el compromiso de conectar todos los rincones del país, ampliando los beneficios de la conectividad y transformando la vida de las personas.

Incluso con las limitaciones producto de problemas de orden público y el relacionamiento

con varias comunidades para que permitan el ingreso a algunos lugares, miles de personas transformaron sus vidas, accediendo por primera vez a la tecnología, la conectividad y el internet y con ello cumplieron sus sueños de formarse e impulsar sus emprendimientos. El 2020 fue un año retador para todos, aun así, logramos mantener



conectado al país y para el 2021 la gran meta fue la de conectar a la Colombia rural llegando a más poblaciones, especialmente las más aisladas.





Cerramos el año creando **cerca de dos millones de oportunidades, impulsando el crecimiento de los colombianos y del país** en su conjunto, logrando un aumento del atributo de ser una empresa socialmente responsable con las comunidades en 11 puntos porcentuales en el 2021. **(103-1)**

Todas estas iniciativas se lideran y coordinan desde Claro por Colombia y cada uno de sus pilares tiene un objetivo único, que permite contribuir al cierre de la brecha digital.



COBERTURA

Frente a este pilar, el propósito es garantizar que todos los colombianos estén conectados, sin importar su ubicación geográfica o condición. Por eso, a través de Travesía Claro por Colombia, conectamos a nuevas localidades rurales para garantizar que sus habitantes accedieran por vez primera a los beneficios de estar conectados a la tecnología móvil 4G.

TRAVESÍA CLARO POR COLOMBIA

Es la iniciativa con la que consolidamos nuestro compromiso de conectar a la Colombia rural. Ahora más colombianos tienen la red para que con la tecnología, la conectividad e internet puedan insertarse a mercados, educarse, formarse y fortalecer sus competencias y habilidades en línea.

Nuestros esfuerzos para ampliar la cobertura de los colombianos nos condujeron a llegar a poblaciones y centros poblados rurales y distantes. Más de:

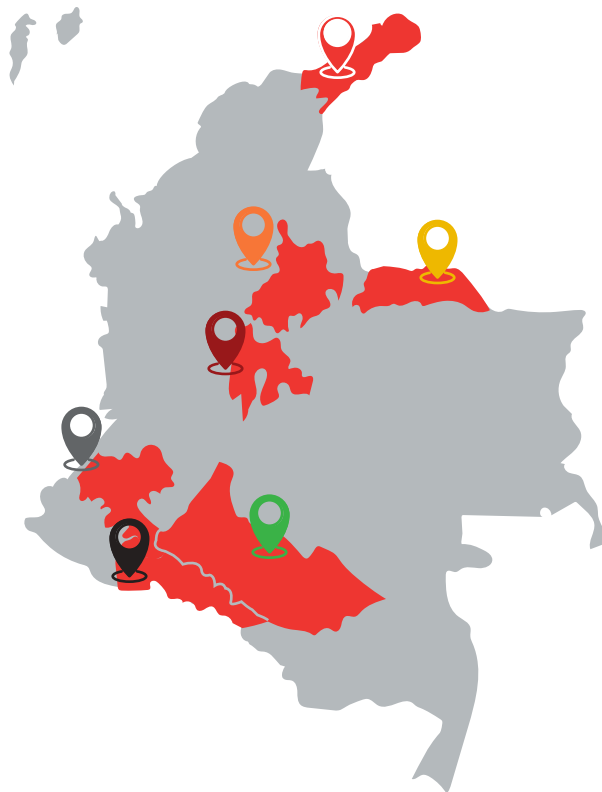
50
mil habitantes

de aproximadamente

210
localidades rurales
de Colombia

ahora están **conectados a internet móvil 4G**. Llegamos a comunidades indígenas, afro, rurales y de pequeños agricultores y comerciantes, en 23 departamentos de Colombia: Amazonas, Arauca, Bolívar, Boyacá, Caquetá, Casanare, Cauca, Cesar, Chocó, Córdoba, Cundinamarca, Guaviare, Huila, La Guajira, Magdalena, Nariño, Norte de Santander, Putumayo, Santander, Sucre, Tolima, Valle del Cauca y Vaupés. En los próximos años serán más de 1.348 centros poblados conectados, que se sumarán a las 1.090 cabeceras municipales que hoy cuentan con esta tecnología.

Localidades a las que llegamos:



Putumayo: San Roque, Albania, Puerto Limón, Burdines, Las Pavas, El Guadualito, La Pedregosa, La Chorrrosa, Quebradón.

Cundinamarca: Soatama (dos nuevos sitios), Laguna, Gusvita, Cumaca, Alto de Torres y Mundo Nuevo.



Cauca: Huellas, Turminá, Lomitas Arriba, La Placa, Campoalegre, Nápoles, Palmichal, Media Naranja, Corregimiento Media Naranja, Vereda Los Alpes, Chicharonal, Alto de Miraflores, Media Naranja y La Laguna.

Caquetá: La Esmeralda, Puerto Arango, Puerto Manrique, Sánchez, Reina Baja, La Granja, La Ilusión, La Primavera, Maguare, San Isidro.

Santander: San Claver, La Pampa, El Guayabo, Badillo, Kilómetro 36, Campo Padilla, Paturia, El Páramo, García Cadena, Estación Laguna, Campo Alegre, Betania, Dos Hermanos y Peña Blanca.

Arauca: El Carmen, Tropicales, Arenosa, Acacias 2, Las Nubes, Los Angelitos y Gualanday.

Alta Guajira: Castilletes, Puerto Estrella, Punta Espada, Cabo de La Vela, Siapana, Poropo, Katamana, Bahía Honda, Nazareth y Puerto Bolívar.

Más allá de la cobertura, son oportunidades reales para impulsar los negocios y emprendimientos tradicionales, con el fin de que puedan convertirse en comercios digitales. La tecnología es una herramienta poderosa para potenciar el progreso de las regiones, es un habilitador y un motor para la competitividad de Colombia.



ACCESO

En Claro y **Claro por Colombia** no solo tenemos como objetivo ser la red de mayor cobertura y calidad, también buscamos desarrollar acciones para asegurar que más colombianos, en especial los más vulnerables, puedan acceder a los medios para hacer uso de la tecnología y la conectividad. Esto lo hacemos a través de **Escuelas Conectadas** y las **Salas de Tecnología de Claro por Colombia**.

ESCUELAS CONECTADAS

Es una iniciativa con la que conectamos a internet sin costo a instituciones educativas públicas a nivel nacional para garantizar el acceso a formación en línea y herramientas de educación virtuales.

Si algo dejó claro la pandemia por el coronavirus es la necesidad de estar conectados, por ejemplo, para facilitar y fortalecer los procesos educativos y las habilidades de los estudiantes, especialmente en las zonas rurales. Por ello, en términos de acceso durante este 2021, con Claro por Colombia conectamos con internet gratuito a

61

INSTITUCIONES
EDUCATIVAS PÚBLICAS

(65 sedes) de poblaciones apartadas del país a través de su iniciativa de Escuelas Conectadas, con lo que se benefició a más de

113

mil estudiantes, padres de familia y docentes, de los cuales más de

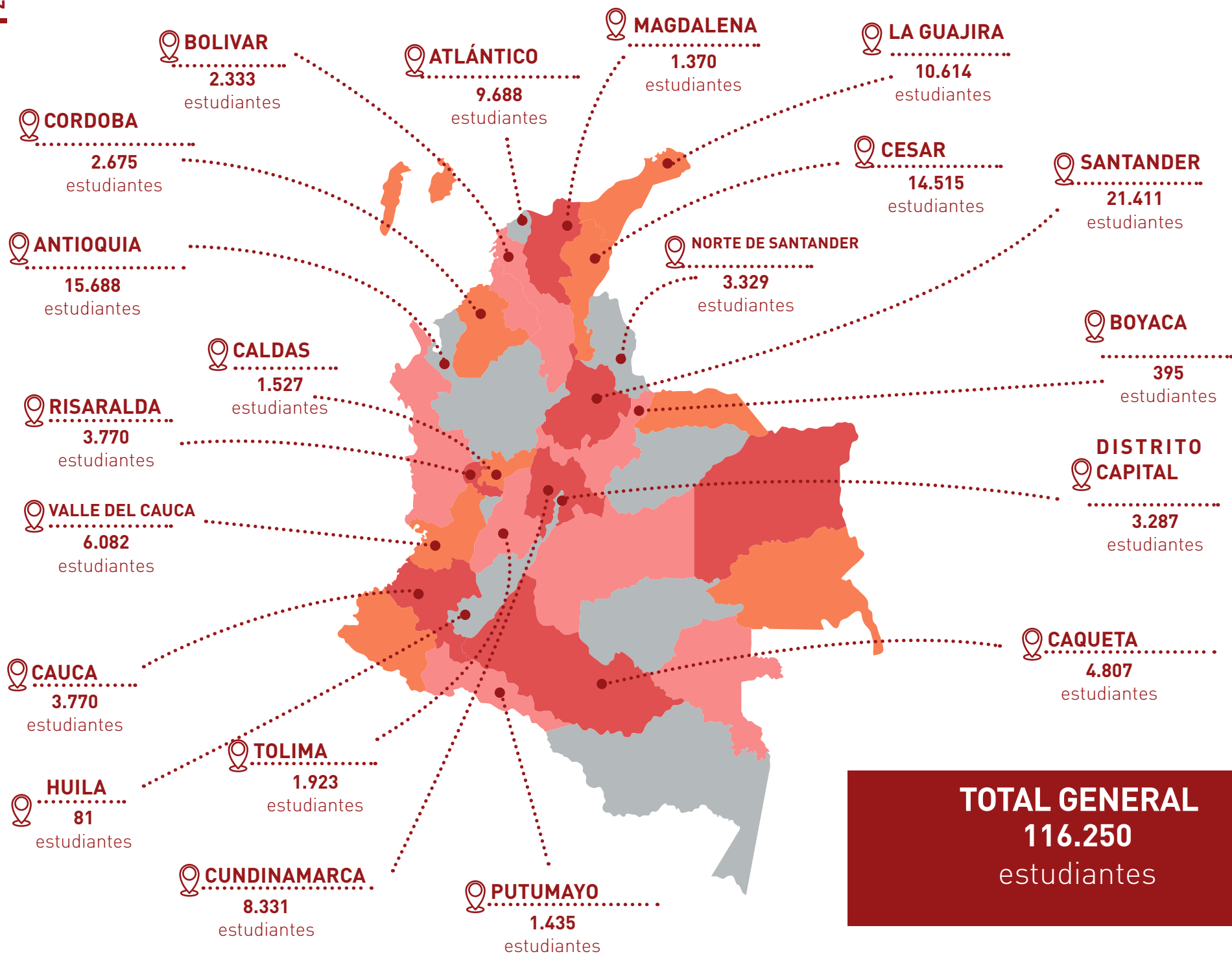
9 mil

son víctimas del conflicto,

6 mil

son población migrante, más de 6 mil pertenecen a minorías étnicas, 2 mil son indígenas y alrededor de 2 mil son personas en condición de discapacidad.





Número de estudiantes inscritos en la institución educativa.



Número de estudiantes de género femenino.



Número de estudiantes de género masculino.



Número de estudiantes que pertenecen a población migrante o extranjera.



Número de estudiantes que pertenecen a población migrante de origen venezolano.



Número de estudiantes que pertenecen a población en condición de discapacidad.



Número de estudiantes que pertenecen a población que pertenece a grupos o minorías étnicas.



Número de estudiantes que pertenecen a población indígena.



Número de estudiantes que pertenecen a población víctima o que ha sufrido desplazamiento.



SALAS DE TECNOLOGÍA DE CLARO POR COLOMBIA

Dotamos con equipos de cómputo a organizaciones sociales y fundaciones, con el propósito de acercar la tecnología a las poblaciones de zonas apartadas del país y contribuir al cierre de las brechas sociales y digitales. Las salas son lugares abiertos a todo el público y dotadas con tabletas o computadores donde las personas pueden acceder gratui-

tamente a internet y a las herramientas de formación que mejoren su perfil profesional.

En 2021 abrimos dos nuevas salas en el municipio de Soacha y en la Localidad de Suba en Bogotá (en articulación con la Caja de Compensar), estas se sumaron a las dos que ya estaban en Barichara en Santander y Montería en Córdoba. En el último trimestre del año se beneficiaron más de 150 personas.





ECOSISTEMAS DIGITALES E INCLUSIÓN SOCIAL

Logramos en este ámbito que más de 1,8 millones de personas en el país accedan a miles de contenidos de formación, a través de las plataformas virtuales y gratuitas de la Fundación Carlos Slim: **aprende.org**, **PruébaT** y **Capacítate para el Empleo**. Así mismo, ampliamos nuestras iniciativas de **¡Los niños y las niñas primero con la tecnología!**, **Copa Claro por Colombia** y **Becas Musicales**, con las cuales llegamos a más de 110 poblaciones vulnerables, entre ellas Zonas más Afectadas por el Conflicto (Zomac) y con Planes de Desarrollo con Enfoque Territorial (PDET), para fortalecer las habilidades para la vida de más de 3.200 participantes a través de la tecnología, la educación, el deporte y el arte y la cultura.



PLATAFORMAS VIRTUALES Y GRATUITAS

Buscamos que más colombianos puedan acceder a plataformas y contenidos digitales y sin costo para educarse y formarse.

Las plataformas virtuales y gratuitas desarrolladas por la Fundación Carlos Slim, que Claro por Colombia recomienda, son soluciones de base tecnológica que nos han permitido democratizar el acceso a cursos que van desde educación inicial, formación en temas como matemáticas, ciencias, lenguaje, desarrollo de habilidades digitales, cursos complementarios y diplomados, para fortalecer el perfil ocupacional para el empleo o el autoempleo.

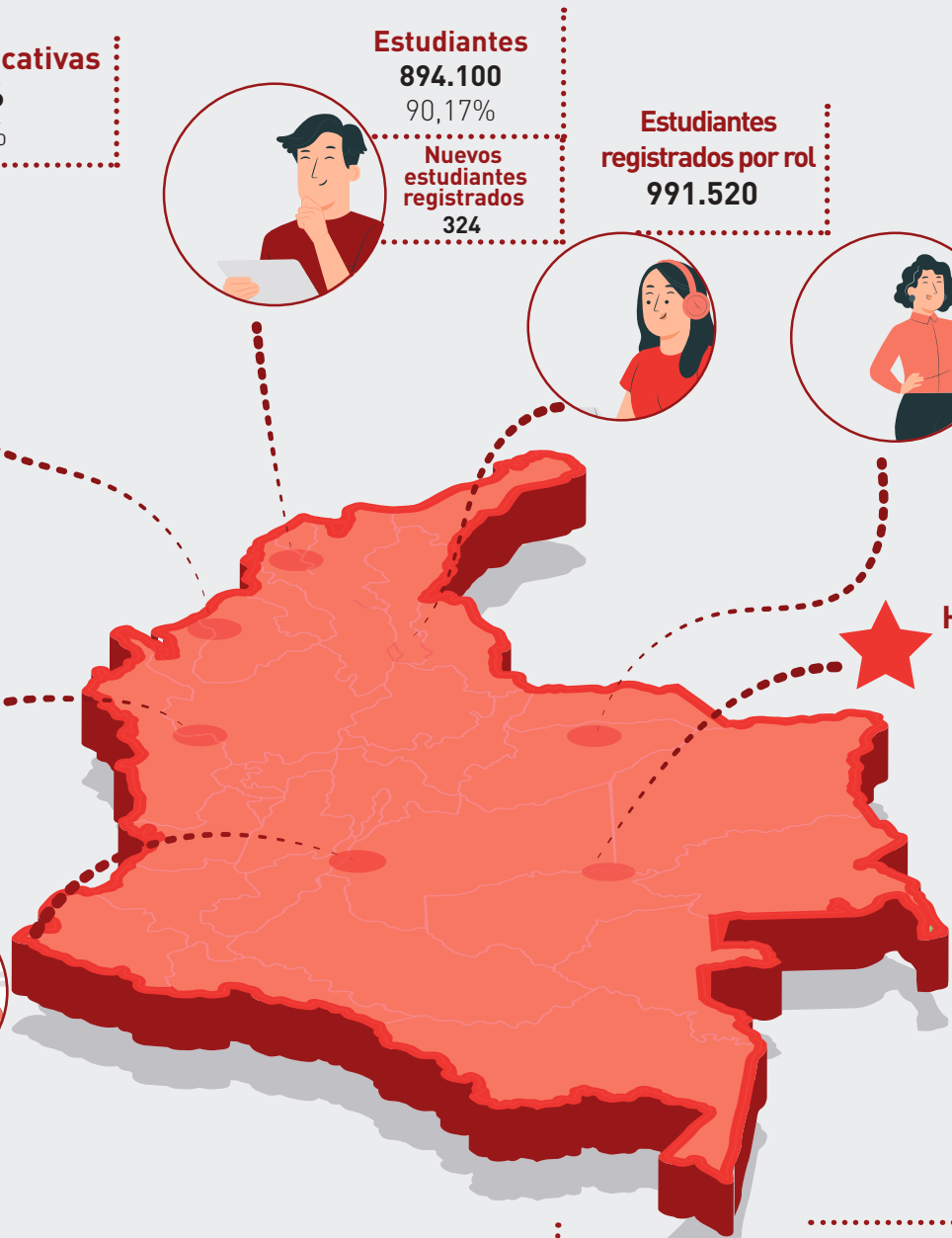
Aprende.org (<https://aprende.org/>): portal y aplicación en dónde están disponibles cursos, actividades y plataformas de educación para todas las edades, con contenidos en áreas como matemáticas, temas de autocuidado, ciencias, lenguaje, entre otros. El total de colombianos registrados en el país fue de 187.422, un crecimiento anual del 37%. El 52,23% fueron mujeres y 47,77% hombres.



FUNDACIÓN
Carlos Slim



PruébaT (<https://pruebat.org/>): plataforma en la que, por medio del juego, se aprende y fortalece conocimientos en matemáticas, ciencias, lenguaje, lógica y lectura. Los educadores además tienen la posibilidad de crear grupos de estudio y asignar retos o actividades a todos los miembros de su comunidad educativa. El número total de clientes registrados en Colombia fue de 991.520. El 90% de los usuarios son estudiantes y de ellos el 37% son mujeres, el 61% se ubican entre los 12 y los 16 años y el 22% entre 17 y 21 años (ver detalle en la tabla).



Figuras educativas
8.356
0,84%



Estudiantes
894.100
90,17%
Nuevos
estudiantes
registrados
324



**Estudiantes
registrados por rol**
991.520



Docentes
64.666
6,52%



Padres
24.398
2,47%

Hits acumulados
25.733.182



● **DISPOSITIVO**



45,64%



52,97%



1,39%

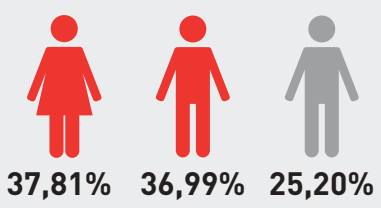
**Escuelas
registradas** 6.051
Privadas 859
Públicas 5.192
Total 6.051

Tiempo promedio de uso
2:14:26



Total lecciones
169.809

● **GÉNERO**



No especificado

TOTAL
100,00%

● **EDAD**

- 12 - 16 años598.779 60,39%
- 17 - 21 años218.134 22,00%
- 22 - 60+ años 59.293 5,98%
- No especificado 115.314 11,63%

TOTAL
991,520-100,00%



FUNDACIÓN
Carlos Slim

Capacítate para el Empleo (<https://capacitateparaempleo.org/>): plataforma que busca que todos los colombianos puedan, por medio de cursos de formación complementaria, fortalecer sus habilidades y conocimientos para el empleo y el emprendimiento. Esta plataforma no exige ningún requisito de formación previa y brinda la posibilidad de aprender y desarrollar habilidades blandas o útiles para la vida. El total de clientes registrados en el país fue de 765.837 con un crecimiento anual del 27%. El 49,15% fueron mujeres y 50,85% hombres, con un promedio de 3,48 cursos tomados por cliente.

LOS NIÑOS Y LAS NIÑAS PRIMERO CON LA TECNOLOGÍA

Es la iniciativa que agrupa la Copa Claro por Colombia y Becas Musicales con la que cerca de 3.200 niños, niñas, adolescentes y jóvenes fortalecieron sus habilidades para la vida por medio de la tecnología, la educación, el arte y el deporte.

Tecnología, educación y deporte: con la tercera edición de la Copa Claro por Colombia se batieron cifras históricas. En 2019 y 2020 se había beneficiado a 1.600 niños y niñas en cuatro departamentos en cada una de las versiones. En 2021, los principales resultados fueron:



Beneficiamos a más de 3.000 niños, niñas, adolescentes y jóvenes participantes en 110 comunidades vulnerables de 12 departamentos del país (Antioquia, Atlántico, Bolívar, Cauca, Chocó, La Guajira, Magdalena, Norte de Santander, Risaralda, Sucre, Tolima y Valle del Cauca).



Llegamos a más de 13 Zonas Más Afectadas por el Conflicto (Zomac) y municipios con Planes de Desarrollo con Enfoque Territorial (PDET), impactando a niños y niñas de poblaciones muy vulnerables.



Desarrollamos, gracias a las oportunidades de la tecnología y la conectividad, esta iniciativa en un esquema híbrido (virtual y presencial), que nos permitió llegar a lugares como: el Tambo, Toribío, Corinto y Caloto en el Cauca; Quibdó en Chocó; El Tarra en Norte de Santander; Maicao y Riohacha en La Guajira; Bocachica en Cartagena en Bolívar; y muchas otras comunidades rurales y apartadas.



- Logramos la inclusión de participantes de poblaciones vulnerables prioritarias:



Con la Copa Claro por Colombia el deporte se ha convertido en un medio para transformar la vida de miles de niños. Esto va más allá de ser un torneo deportivo.

En primer lugar, se busca incluir a niños de todo el país. Trabajamos a partir de la Metodología de Fútbol Con Corazón y de Fútbol por la Paz para fomentar en los participantes, valores y habilidades para la vida como el respeto, la solidaridad, el control de emociones, la comunicación asertiva, la resiliencia, entre otros. Los principios de la metodología de Fútbol por la Paz se basan en los siguientes principios: todos los equipos son mixtos, el primer gol de cada tiempo debe ser anotado por una mujer, no hay árbitros y los equipos deben tomar las decisiones y solucionar los conflictos. El partido se gana por sumatoria de corazones, no por goles.

El propósito es que miles de niños y niñas, quienes se enfrentan a contextos difíciles, puedan tener las herramientas para tomar mejores decisiones y fomentar la equidad de género, la resolución de conflictos y la prevención del embarazo adolescente. En este último punto, este año establecimos una gran alianza con Profamilia para reforzar todos los temas asociados a los derechos y deberes sexuales y reproductivos.

En segundo lugar, fortalecimos en ellos los conocimientos y habilidades digitales, acercándolos al poder de la conectividad. Así se logró que más de 1.500 participantes realizaran cursos en las plataformas virtuales y gratuitas de la Fundación Carlos Slim: aprende.org y PruébaT y más de 160 padres de familia y acudientes han seguido cursos para fortalecer sus habilidades para el empleo y el emprendimiento en Capacítate para el Empleo.

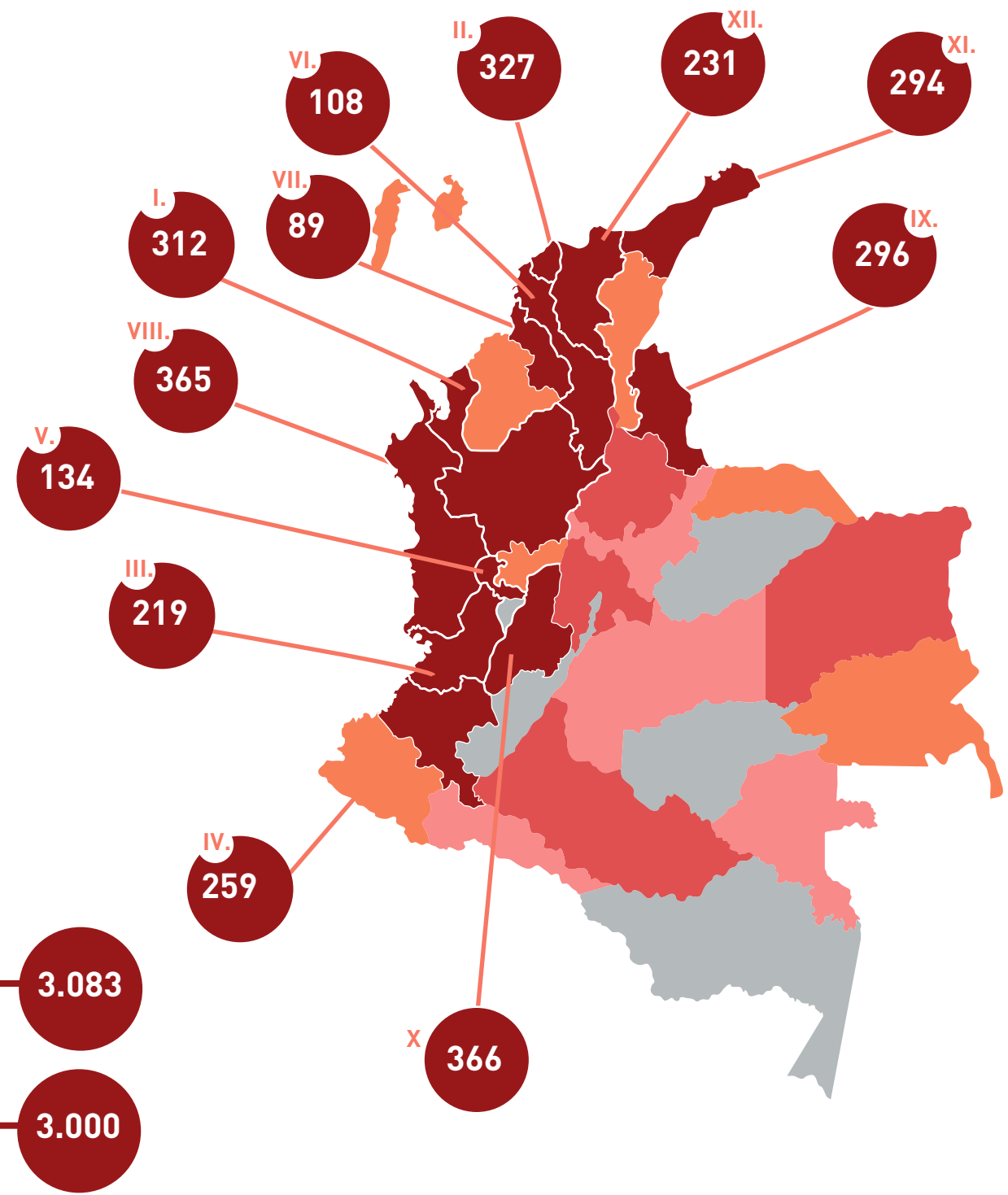


EJECUCIÓN TÉCNICA

- I. Antioquia
- II. Atlántico
- III. Valle del Cauca
- IV. Cauca
- V. Risaralda
- VI. Bolívar
- VII. Sucre
- VIII. Chocó
- IX. Norte de Santander
- X. Tolima
- XI. La Guajira
- XII. Magdalena

Número de participantes inscritos en la Copa

Participantes activos por departamento



3.083

3.000

Detalles de la población

I. Antioquia: Medellín, Segovia, Girardota, Bello y Amagá.

II. Atlántico: Barranquilla, Galapa y Soledad.

III. Valle del Cauca: Florida-
blanca y Palmira.

IV. Cauca: El Tambo, Inzá, Toribio, Santander de Quilichao, Padilla, Piendamó, Popayán, Guachené, Caloto, Corinto, Buenos Aires, Morales, Gojibio y Suárez.

V. Risaralda: Pereira y Santa Rosa de Cabal.

VI. Bolívar: Clemencia y la Isla Tierra Bomba ubicada en el corregimiento de Bocachica.

VII. Sucre: Tolú, Corregimiento de la Piche, Corregimiento Macajan y Corregimiento Palmira.

VIII. Chocó: Nóvita, Condoto, Cértégui, Lloró, Yuto, Paimadó y Quibdó.

IX. Norte de Santander: El Tarra y Cúcuta.

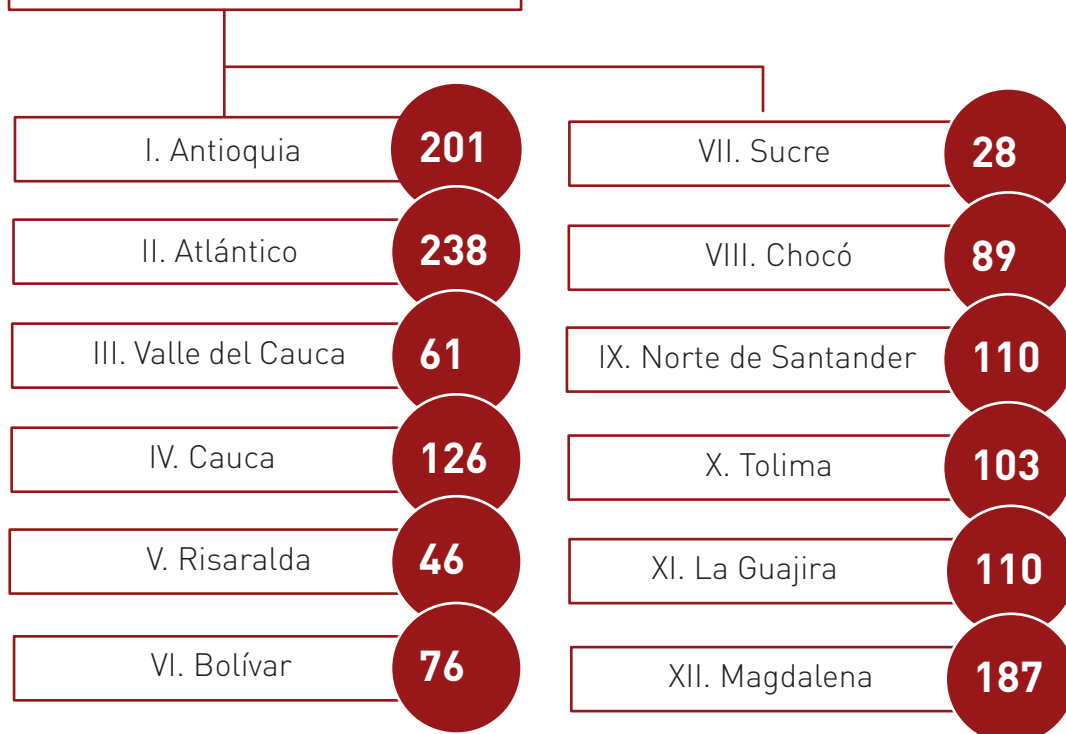
X. Tolima: Cajamarca, Espinal e Ibagué.

XI. La Guajira: Riohacha y Maicao.

XII. Magdalena: Ciénaga y Santa Marta.



3.4 Participantes por departamento que se capacitaron en la plataforma PruébaT durante las fases virtuales.



Tecnología, educación, arte y cultura: con la iniciativa de Becas Musicales, con Claro por Colombia promovemos la formación artística y musical de niños y adolescentes en el municipio de Valledupar, en el Cesar, en articulación con la Fundación Festival de la Leyenda Vallenata. Brindamos acceso a formación complementaria a través de las plataformas de la Fundación Carlos Slim. En el 2021, beneficiamos a más de 180 niños, niñas y adolescentes de las instituciones educativas Milcíades Nariño y Francisco Molina en el municipio de Valledupar, de los cuales 25 pertenecen a población migrante o extranjera, 9 a población indígena y 69 a población víctima o que ha sufrido desplazamiento. **(103-2)**



INCLUSIÓN LABORAL Y SOCIAL

Hoy son más de 60 mil personas, directas e indirectas, quienes conforman la gran familia Claro y son parte de la Compañía.

En nuestros 29 años de historia, hemos generado empleo en diferentes niveles sumando esfuerzos con nuestra red de aliados, proveedores y distribuidores.

Permanentemente creamos alianzas estratégicas que permiten ampliar nuestro impacto y contribuir al cierre de las brechas sociales y digitales. Por eso, con Claro por Colombia promovemos la inclusión social y laboral de personas en condición de vulnerabilidad con altas barreras de acceso al mercado laboral formal, aportando al empleo inclusivo y a la construcción de un país más competitivo, incluyente y equitativo. En 2021 alcanzamos la vinculación laboral de más de

 **11 MIL
PERSONAS**

a lo largo de nuestra cadena de valor.

Esta línea de acción de inclusión social y laboral se despliega de manera directa en nuestra operación con personas en condición de discapacidad, y de forma indirecta, a través de nuestros aliados o terceros, con la promoción de la vinculación de jóvenes, víctimas del conflicto y madres cabeza de familia, así como de población migrante, retornada y binacional.

DIRECTA - INCLUSIÓN LABORAL DE PERSONAS EN SITUACIÓN DE DISCAPACIDAD INTELECTUAL

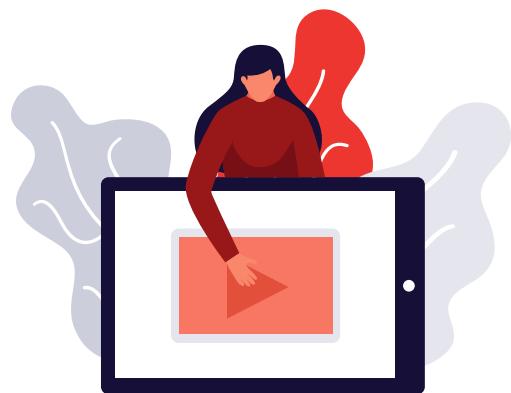
Claro es una empresa incluyente en la que existe un compromiso real por brindar oportunidades a población vulnerable y en situación de discapacidad intelectual. Hoy contamos con varios Amigos del Alma - como se denominan las personas con discapacidad cognitiva que se benefician de este programa de inclusión-, quienes trabajan en los Centros de Atención y Ventas (CAV) en todo el país. Con el apoyo de Universidad Claro, un aliado clave en todo este proceso, y el equipo de Gestión Humana, ajustamos nuestros procesos de formación, para responder oportunamente a las necesidades de los Amigos del Alma. Ellos son parte fundamental de la familia Claro y guían la experiencia al cliente en las ciudades de Bogotá, Barranquilla, Cali y Cartagena.



INDIRECTA - RUTA DE INCLUSIÓN LABORAL Y SOCIAL PARA POBLACIÓN VULNERABLE

En 2019 desde Claro por Colombia, el programa de sostenibilidad de la Compañía, desarrollamos la ruta de inclusión social y laboral para que personas en situación de vulnerabilidad (migrantes, retornados, binacionales, mujeres cabeza de hogar, víctimas de conflicto y jóvenes) tuvieran oportunidades para acceder a un empleo formal a través de nuestras empresas aliadas, proveedoras y distribuidoras.

Esta ruta aporta a la eliminación de las barreras de acceso a un empleo formal, ya que incluye las etapas de identificación, preselección, formación, selección y contratación de la población, la entrega de subsidios de transporte, conectividad, alimentación, vacunación, compra de lentes ópticos, y elementos de bioseguridad. De igual manera, todos los beneficiarios tienen a su disposición un acompañamiento psicosocial permanente y, cuando se trata de empresas vinculadas, un acompañamiento jurídico.



Hoy más de 382 personas se han vinculado a un empleo formal, gracias a las alianzas sostenidas con la Embajada de Canadá, CUSO Internacional, las Agencias de Empleo y Emprendimiento de Compensar y Minuto de Dios, entre otras, y la Universidad Corporativa Claro. Con esta ruta recibimos por parte de la ANDI y su Fundación, el Sello de Empresa INcluyente, convirtiéndonos en la primera empresa de telecomunicaciones en recibir esta certificación por su compromiso con el empleo inclusivo en Colombia.

Entre 2019 y 2021 se han formado más de 420 personas de población vulnerable, 382 de ellas con colocación efectiva en las empresas aliadas y proveedoras. Entre ellas se encuentran más de



en las ciudades de **Bogotá, Barranquilla, Medellín y Soacha**. Algunos de los beneficios que pueden tener las empresas que deciden formar y vincular laboralmente a poblaciones vulnerables son: aumento en efectividad y productividad, disminución en la tasa de rotación de puestos de trabajo, mayor sentido de pertenencia por la empresa, y la satisfacción de

contribuir al mejoramiento de la calidad de vida, al acceso de un empleo formal y a una fuente de ingresos estable y permanente.

INDIRECTA - VINCULACIÓN LABORAL DE AUXILIARES TÉCNICOS DE INSTALACIÓN:

Desde el 2020, en medio de la contingencia por la pandemia y con el propósito de mantener a los colombianos conectados garantizando el servicio, realizamos una alianza con la Agencia de Empleo y Emprendimiento de Compensar para la identificación, selección y contratación de personas en los roles de técnicos y auxiliares técnicos de instalación en las empresas aliadas y proveedoras de Claro. En 2021 se contrataron



**1.303
personas**

**527 de ellas
jóvenes**

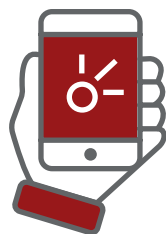


**10 víctimas
del conflicto**

Claro!

PRODUCTOS MÁS INCLUYENTES:

- **Lanzamiento de la oferta o producto orientado a personas sordas:** desarrollo de una oferta especial que permite mayor acceso de comunicación e inclusión social de personas sordas en el país, mediante planes prepago, que incluyen ilimitadamente, mensajes, WhatsApp, Facebook, Twitter y la app Centro Releva, la cual permite la comunicación entre personas sordas y oyentes a través de cuenta con intérpretes de Lengua de Señas Colombia.



- **Lanzamiento del servicio de interpretación de lengua de señas en los Centros de Atención y Ventas (CAV):** en diciembre 2021 realizamos el lanzamiento del servicio de interpretación de lengua de señas colombianas en cinco (5) de los principales CAV del país (Barranquilla, Centro; Pereira, Estación Central; Cali, La Estación; Bogotá, Floresta; y Villavicencio, Villacentro), con el objetivo de brindar una atención más efectiva e incluyente a la comunidad sorda en el país. Las personas sordas pueden acudir a estos CAV y ser atendidos por un asesor con una plataforma virtual de interpretación en lenguaje de señas.

VOLUNTARIADO

Alcanzamos una cifra histórica de más de

  **536**
colaboradores
y colaboradoras

que formaron parte del equipo de voluntariado de Claro por Colombia. La conectividad nos abrió posibilidades y nos mostró otra forma de hacer las cosas. Así de la mano de aliados estratégicos unimos esfuerzos y logramos brindar más de 2.200 horas de trabajo a actividades de voluntariado virtual -mil horas más que en 2020-, fortalecimos las habilidades digitales y presentamos las plataformas de la Fundación Carlos Slim a más de 7 mil personas.

OTRAS ACCIONES DE IMPACTO SOCIAL

Los lugares más apartados de Colombia pudieron conectarse gracias a que tenemos cobertura en el 99% del país, en la Colombia rural y en 1.088 municipios de Colombia pudieron encontrar nuevas oportunidades a pesar de la pandemia.



PROYECTO ODH (OBLIGACIONES DE HACER)

Como parte de la contraprestación por el uso del espectro de 700 Mhz obtenido por subasta, adoptamos el compromiso con el Estado de otorgar cobertura móvil 4G a 1.348 localidades que actualmente no la tienen en zonas apartadas del país.

Para garantizar el cumplimiento del compromiso, Claro Colombia visita las localidades objetivo y verifica la deficiencia de cobertura de servicios móviles en la zona. Una vez confirmada la no cobertura, se procede a realizar el despliegue e instalación de infraestructura. Finalizada esta labor, se realizan nuevas mediciones que garantizan los parámetros de servicio exigidos por la reglamentación vigente. **(103-3)**

Para lograr desplegar nueva infraestructura, se buscan acercamientos iniciales con la comunidad y autoridades de la zona, estableciendo ubicaciones que permitan lograr el mayor alcance y calidad de servicios. Con los predios a intervenir ya identificados y luego de logrado un acuerdo con la comunidad, se inicia la construcción de infraestructura empleando al personal disponible en la comunidad para transporte de materiales, labores de construcción, alojamiento del personal técnico calificado y apoyo en labores de vigilancia.



La Compañía ha ampliado su infraestructura en estas zonas, que en su mayoría son de difícil acceso, se ha requerido construcción y mejoramiento de vías, así como trabajos de canalización para zonas inundables. Se encuentran principalmente en los departamentos como Putumayo, Cauca, Caquetá, Córdoba, Chocó, La Guajira y Sucre. Este proyecto ha beneficiado a las comunidades no solo durante el despliegue y construcción de la nueva infraestructura - que acarrea consigo consumo de bienes, servicios, beneficio económico y contratación de mano de obra con personal de la zona- sino que también ha permitido que las comunidades participen en actividades de comercialización y venta de SIM Card, y recargas, y les ha facilitado el acceso a plataformas de educación virtual para fomentar el desarrollo.



El acceso a internet hace posible también que las comunidades cuenten con nuevas formas de comercializar y promocionar sus propios productos y servicios. Al cierre del 2021 logramos interconectar 246 localidades. En 2022 esperamos interconectar 314 nuevas localidades distribuidas en 23 departamentos.

PROYECTO CENTROS DIGITALES

En el marco del proyecto de Centros Digitales auspiciado por el Ministerio de Telecomunicaciones, Claro Colombia asumió la responsabilidad de instalar 7.468 sitios, la mayoría de ellos instituciones educativas, con los cuales se da un beneficio de conectividad tanto a la comunidad educativa, como a los habitantes cercanos a cada uno de los sitios de acceso desplegados.



Para cumplir este objetivo, Claro Colombia da cobertura de Wi-Fi a sitios en los siguientes departamentos del país: Antioquia, Norte de Santander, Meta, Huila, Cesar, Santander, Caldas, La Guajira, Caquetá, Tolima, Córdoba, Atlántico, Guainía, Sucre, Guaviare, Vaupés, Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina.

En dichas zonas geográficas generamos un impacto de cobertura del servicio de internet que antes no se tenía disponible por ser comunidades aisladas geográficamente, adicional al efecto de promover contratación de mano de obra de empresas pequeñas y



medianas en las zonas de influencia del proyecto, que al día de hoy llegan a un total de 38 empresas de instalación (aliados). (103-3)

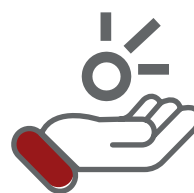
PROYECTO INTERNET SOCIAL MINTIC EN ESTRATOS 1 Y 2

Otro proyecto que reduce la brecha digital es el sostenimiento del servicio de los 238.000 accesos contratados mediante las licitaciones públicas LP-09 y LP-18, que implican la instalación de Zonas de Acceso Público (ZAP) de Montería, Calarcá y Girardot, y cumplimiento de los indicadores de servicio comprometidos en los contratos. En 2022 se dará sostenimiento del servicio a las Zonas de Acceso Público (ZAP) de Acacías y Popayán.



PROYECTO CABLE SUBMARINO SAN ANDRÉS

En 2021 se logró conectar a San Andrés al cable submarino de fibra óptica AMX-1 con una extensión de 727 kilómetros, con lo cual se habilitan los servicios de telecomunicaciones más modernos para los habitantes de la isla. La extensión de este cable busca que sus habitantes tengan acceso a la mejor red de banda ancha con tecnologías 4G y 4.5G, que cuenten con la interconectividad entre las islas del archipiélago; penetración y acceso a internet de mayor velocidad; mejora en servicios de turismo, comercio, salud y educación; mejores tarifas en servicios, y fortalecimiento de la infraestructura TIC. Esta instalación beneficiará a



más de 63 mil habitantes del archipiélago. Con la llegada del cable se aumentará en 10 veces la velocidad del internet móvil, lo que sin duda permitirá que nuevas soluciones apoyen los rincones más apartados de Colombia y contribuirá con la reactivación económica del país.



08

ENFOCADOS EN EL
MEDIO AMBIENTE





103 ENF6, 102-11

En Claro y Claro por Colombia comprendemos que la sostenibilidad no es cuestión de filantropía. Realmente está relacionada con el negocio e impulsa la rentabilidad y la competitividad. Ofrecer a los colombianos la mejor tecnología y llevar la conectividad a todos los rincones del país también implica promover un ambiente sano, ahorrar energía, disminuir el consumo de agua, evitar la generación de emisiones de CO₂, desincentivar el uso del papel, disponer correctamente los residuos y establecer un esquema de logística inversa.

Nuestra gestión ambiental se orienta hacia la identificación e intervención oportuna de los posibles impactos positivos y negativos de nuestras actividades, aportando a los objetivos estratégicos de rentabilidad y recomendación, además del logro de los objetivos de sustentabilidad definidos por América Móvil (AMX).
(102-11)

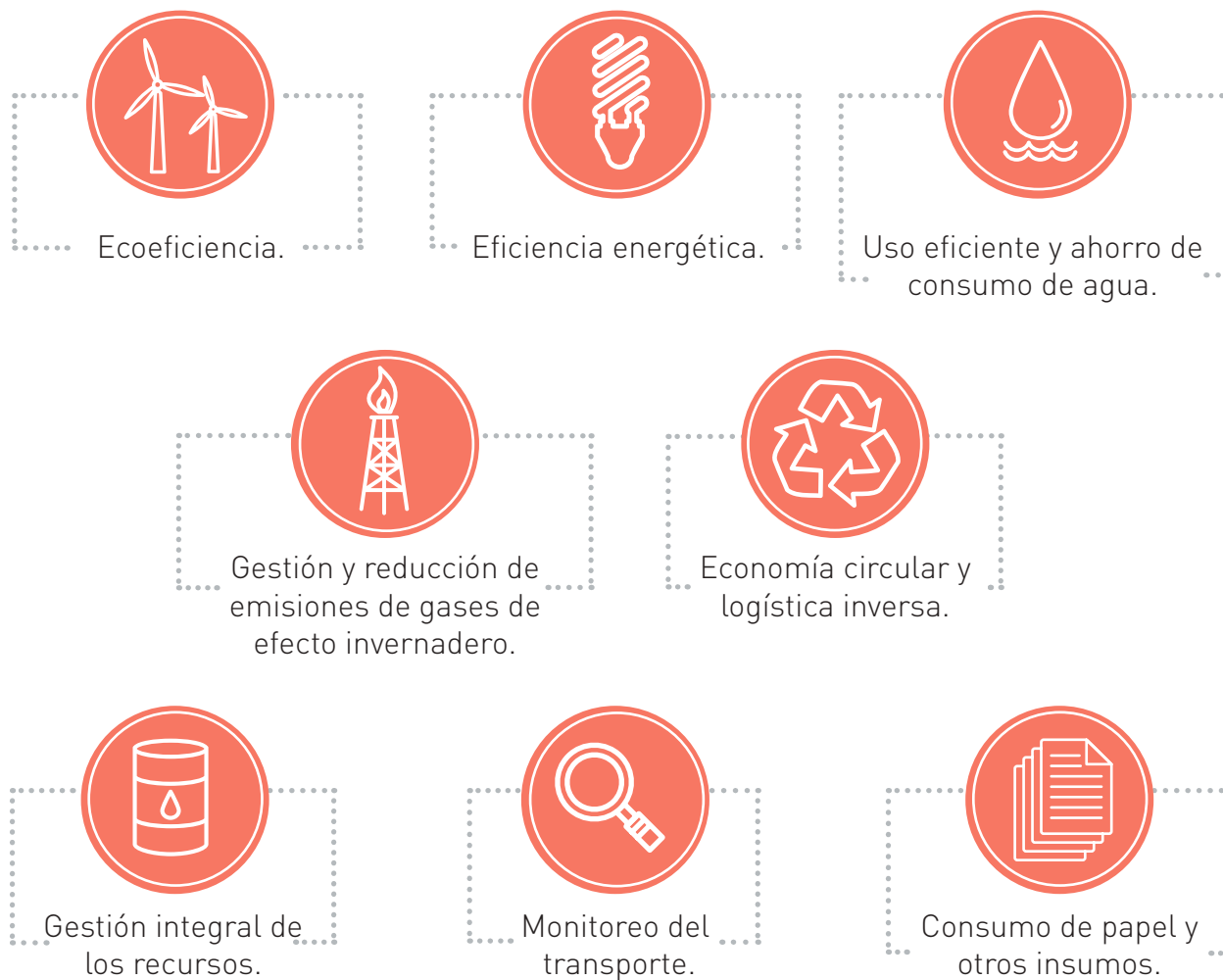
En Claro Colombia y nuestro holding, América Móvil, sabemos que la sostenibilidad es parte fundamental del negocio, y está dentro de nuestro ADN a través de la estrategia de Sustentabilidad Inteligente. Nuestro propósito es ser una organización más sostenible e incluyente que busca mejorar la calidad de vida de los colombianos y preservar el medioambiente.

En materia ambiental, nuestro objetivo es tener cero emisiones de **CO2 al 2050**. Para ello, con el liderazgo de **Claro por Colombia**, se adelantaron en 2021 varias estrategias e iniciativas para gestionar de forma sostenible e integral los impactos ambientales. En esta apuesta, entre 2020 y 2021 nos unimos al Pacto País, a la alianza de descarbonización del Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible y al objetivo global de las Naciones Unidas de limitar el calentamiento global a 1,5 °C al 2030 y **Net to Zero 2050**.

En diciembre recibimos el reconocimiento por parte del Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible por ser una de las 100 primeras empresas en comprometerse a establecer metas y compromisos voluntarios de reducción de emisiones de GEI (Gases de Efecto Invernadero).

Desde hace más de 11 años, Claro Colombia lidera iniciativas ambientalmente responsables en las siguientes dimensiones, las cuales se han alineado a la agenda global de las Naciones Unidas con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y a la meta de ser una empresa carbono neutral en el 2050:

(103-1)



Desde el año 2021 formamos un **Comité de Energía y Emisiones**, desde el cual se articula y se hace seguimiento de todos los proyectos que permitirán alcanzar la meta de ser una empresa carbono neutral. Este Comité se reúne de forma quincenal e intervienen los delegados de las Direcciones de Tecnología, Financiera, Gestión Humana y Jurídica y Asuntos Societarios, bajo el liderazgo de **Claro por Colombia**.

Además, América Móvil - AMX como holding corporativo, reiteró que todas las operaciones tienen el gran potencial de reducir el impacto ambiental de los clientes a través de la conectividad y las soluciones que ofrecen, lo cual es posible si aseguran que al proveer sus servicios y productos lo hacen con el menor impacto ambiental. Con esta premisa se fijó el objetivo, en materia de sustentabilidad, de ser carbono neutral para 2050, para lograr en el mediano plazo:

La reducción de **52%** de **nuestras emisiones de carbono** por consumo de electricidad, refrigerantes y combustibles para 2030.

La reducción de **14%** de las emisiones generadas por **los bienes y servicios** que compramos a nuestros proveedores para 2030

Dentro de las principales acciones y resultados en 2021 se destacan:

- La **inversión en el mejoramiento de los sistemas refrigerantes** de las instalaciones donde operan nuestras antenas. Esto significó cambiar los equipos de aire acondicionado de **65 estaciones base** por tecnología amigable con el ambiente.
- La **recuperación de cerca de un millón de equipos de los hogares**, adicional a 300 mil equipos de la red externa, lo que reduce considerablemente el impacto de **CO2 en la atmósfera**. En cuanto a las acciones de economía circular, en Claro Colombia le apostamos a ser una empresa totalmente sostenible en menos de 25 años. Es un trayecto largo, pero hoy ya está generando beneficios desde el punto de vista ambiental.
- El impulso, desde hace más de 11 años, al **proceso de economía circular y logística inversa** que consiste en el aprovechamiento de los desechos tecnológicos, el ahorro de recursos no renovables, el proceso de remanufactura limpia, y la correcta disposición final de los Residuos de Aparatos Eléctricos y Electrónicos (RAEE).



El objetivo del esquema de economía circular es alargar la vida útil de los equipos y dispositivos, evitando el impacto ambiental de comprar un inventario nuevo. Por ejemplo, para fabricar un kit para el hogar (control remoto, módem, decodificador) se necesita

alrededor de un kilo de plástico, que a su vez requiere monumentales cantidades de agua para transformar el petróleo en ese plástico, y el resto de los componentes tecnológicos.

En promedio se recogen 110 mil equipos fijos de Claro al mes, de los cuales a más del 80% se les puede alargar su vida útil con el apoyo de los aliados estratégicos en cada región. Lograr la recirculación de estos activos equivale a ahorrar cerca de 600 piscinas olímpicas y salvaguardar un recurso no renovable vital como es el agua.



Para los próximos años, estamos comprometidos en proteger el medioambiente y, por eso, en 2022 seguiremos invirtiendo en proyectos de sostenibilidad ambiental que garanticen una operación más eficiente y sustentada en energías limpias, con esquemas de economía circular y transporte, buscando convertirnos en el operador de telecomunicaciones con mayor inversión del país en modernizar sus redes y ser más sostenible. **(103-2) (103-3)**

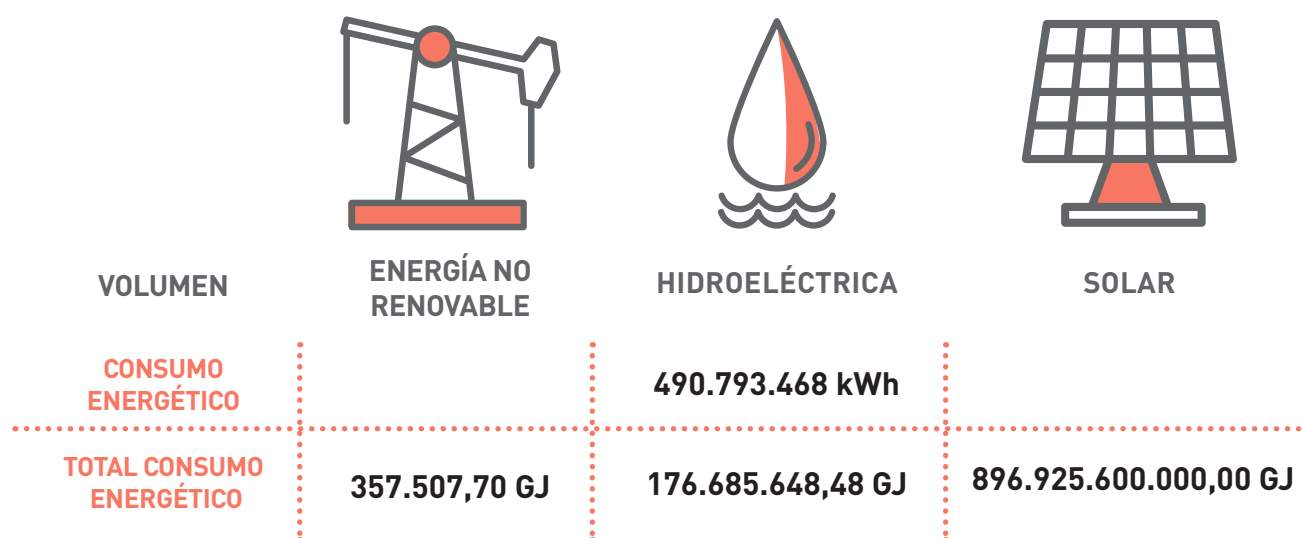


8.1. EN CAMINO A LA CARBONO NEUTRALIDAD

8.1.1. EFICIENCIA ENERGÉTICA

En materia de eficiencia energética, más del 81% de la operación de Claro Colombia proviene de energías limpias. Adicionalmente, desde el 2017 hemos migrado nuestras **estaciones base** a soluciones híbridas con energía solar para que el consumo de ACPM (Aceite Combustible Para Motores) se reduzca o se elimine. Al 2021 completamos la transformación de **62 estaciones** que entraron a operar directamente con celdas fotovoltaicas, una medida con la que esperamos disminuir unas **3.109 toneladas de Co2** al año. Por otro lado, hemos instalado baterías de litio en las estaciones que operan con plantas eléctricas para reducir las horas de trabajo de estas plantas que usan gasolina o diésel, y controlar su almacenamiento.

(302-1) (302-4)



CARBONO NEUTRAL
2050

ESTAMOS COMPROMETIDOS EN
GENERAR CERO EMISIONES
DE CARBONO
PARA EL 2050

Claro
Colombia

8.1.2. GESTIÓN Y REDUCCIÓN DE EMISIONES

103-2

Estamos comprometidos con implementar proyectos que aporten a la reducción de las emisiones de CO₂ y con la disminución de la Huella de Carbono. Contamos con una Política de Sustentabilidad Ambiental y con la Política de Uso Eficiente de la Energía.

PROYECTOS DE ENERGÍA

● CAMBIO DE MODALIDAD 7X24 A RED COMERCIAL

En la red de la Compañía existen cientos de estaciones base que se construyeron e implementaron en zonas no interconectadas o en lugares del país donde no existían redes eléctricas disponibles, lo cual obligaba a que los proyectos entraran en servicio con una planta eléctrica en régimen 7x24. Ahora que las electrificadoras han ampliado sus redes eléctricas efectuamos un análisis de los sitios que ya podrían tener energía comercial las 24 horas tramitando cuentas independientes, para poder retirarlas del régimen de planta 7x24.

Una vez confirmada la viabilidad técnica y luego de lograr un acuerdo con la comunidad, se inicia el correspondiente trámite con las electrificadoras de las zonas hasta obtener las viabilidades y los permisos de conexión del suministro eléctrico permanente. En 2021 implementamos 28 sitios con una inversión aproximada de USD\$574.000 y para 2022 se plantea una meta de 39 sitios, con una inversión aproximada de USD\$799.500.



IMPLEMENTACIÓN DE SOLUCIONES HÍBRIDAS FOTOVOLTAICAS

Así como los sitios con sistemas híbridos fotovoltaicos y los de Cambio de Modalidad 7x24 a Red Comercial, para el despliegue de cobertura se habían implementado estaciones base en zonas no interconectadas del país que requerían estar conectadas a una planta eléctrica para funcionar durante los siete días de la semana y por veinticuatro otras.



En el marco del compromiso ambiental y para aminorar el impacto, se decidió instalar un sistema fotovoltaico 100% en las estaciones base ubicadas en las zonas más lejanas. Esta tecnología consiste en la colocación de unos paneles que captan la radiación solar y almacenan su energía en un grupo de baterías, con lo que los sitios no consumen combustible y logran una emisión de CO2 base cero.

Con este modelo se disminuye la operatividad de la planta eléctrica de 24 a 4 horas al día aproximadamente, dependiendo de las condiciones climáticas. Este tipo de solución prevé ahorros hasta del 80% en consumo de combustible y sus costos de mantenimiento. Para el año 2021 se implementaron 40 sitios y como meta para 2022 se tiene contemplado intervenir 37 sitios o estaciones base adicionales.

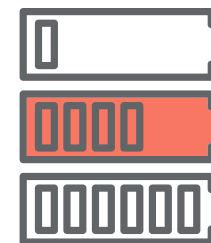
Desde el 2017, han migrado sus estaciones base a soluciones híbridas con energía solar para que su consumo de ACPM no se dé o sea en menor proporción. Al 2021 completamos la



transformación de 62 estaciones que entraron a operar directamente con celdas fotovoltaicas, una medida con la que esperamos disminuir unas 3.109 toneladas de Co2 al año. Adicionalmente, se han instalado baterías de litio en las estaciones que operan con plantas eléctricas para reducir las horas de trabajo de estas plantas que usan gasolina o diésel, y controlar su almacenamiento.

IMPLEMENTACIÓN DE CICLAJE DE BATERÍAS DE LITIO EN SITIOS CON OPERACIÓN 7X24 PLANTA ELÉCTRICA

Esta iniciativa consiste en implementar la renovación tecnológica adelantando el reemplazo de baterías de plomo ácido por baterías de litio de alto ciclaje, en las estaciones base existentes que se encuentran en régimen 7x24 y que no tienen la posibilidad de ser migradas a energía comercial por la ausencia de redes cercanas.



La idea es implementar dicha renovación de baterías y adelantar una configuración adicional entre el sistema de banco de baterías (Power/Rectificador) y el del generador o planta eléctrica, para que conmuten su operación. La planta eléctrica en su funcionamiento solo carga las baterías de litio hasta un máximo, posteriormente a esto la planta deja de operar, teniendo las baterías cargadas al 100%; estas asumen el consumo de energía de la estación base hasta un nivel mínimo configurado y de manera cíclica se repite esta operación. Con este modelo se disminuye la operatividad de la planta eléctrica

de 24 a 8 horas al día aproximadamente. Para el año 2021 se tenía proyectado aplicar este proceso en 13 sitios, pero por la optimización de equipos y de tiempos se lograron implementar y adelantar los 11 sitios adicionales que estaban contemplados para el 2022, por lo que en total ya se implementaron en esta modalidad 24 sitios, con una inversión aproximada de USD\$253.521.

● DATA CENTER: SOLUCIÓN DE ENERGÍA RENOVABLE

Para la solución de energía renovable se propone instalar paneles solares en las cubiertas de los diferentes edificios que componen el Datacenter.



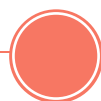
Se propone para el 2022 tener un contrato inicial para cubrir 292 kWp (Kilovatios Pico) del Datacenter, con lo que se lograría una reducción de huella de carbono de 70,4 Tn anuales.

● EFICIENCIA ENERGÉTICA PUE (POWER USAGE EFFECTIVENESS) EN DATA CENTER

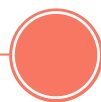
Para la solución de eficiencia energética PUE, se incluyeron cuatro implementaciones de tecnología, con una inversión de USD\$406.237.



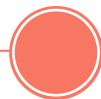
Confinamiento de pasillo: optimizamos la circulación de aires dentro de los pasillos del búnker 4 del Data Center.



Sistemas de aires Búnker 1 y 2: modernizamos los equipos de refrigeración del búnker 1 y del 2, en cuanto a eficiencia y consumo energético.



Medida PUE y calidad de energía: pusimos en marcha sensores automáticos para medir el factor PUE de manera automática.



Smart sensor para AA en búnker 4: instalamos dos sensores para aire acondicionado en el búnker 4 con el fin de realizar una medición automática de estos sistemas.

Para el 2022 se tendrá información automática del comportamiento de PUE en el Data Center Triara, indicador importante para su operación.

● RENOVACIÓN TECNOLÓGICA AIRE ACONDICIONADO

Esta iniciativa está conformada por el cambio de equipos de aire acondicionado y de sus refrigerantes, con el fin de optimizar y mejorar las condiciones de respaldo térmico en los sitios técnicos.

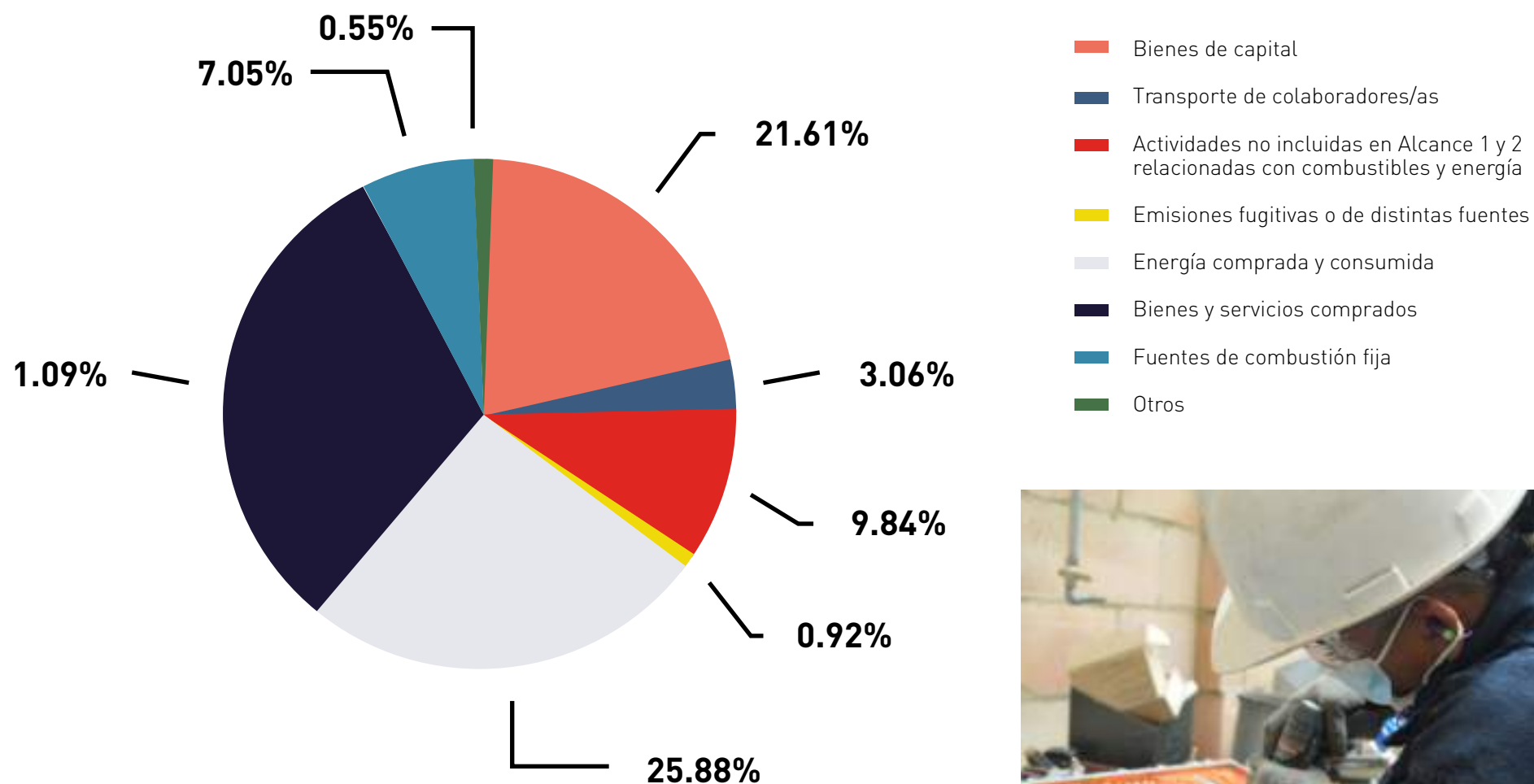
En este caso en particular, por las necesidades de la red y su crecimiento al implementar nuevas capacidades y nuevos equipos en sitios.

Para el año 2021 se tenía contemplado la renovación de 65 equipos y se implementaron 80, con una inversión aproximada de USD 240.141.

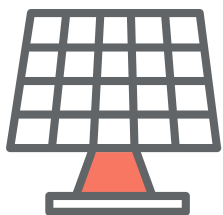


Emisiones por categoría

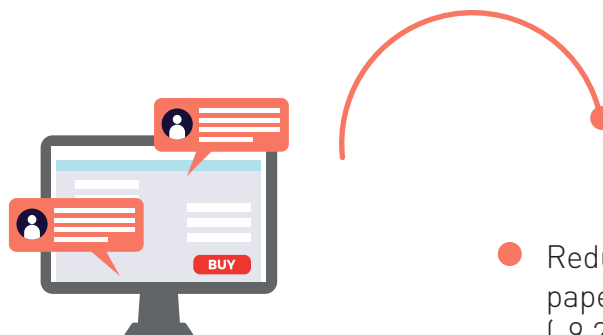
Alcance	Toneladas CO2e	%
	Toneladas de CO2e: 365,498.48	100%
Alcance 3	240,196.27	65.72%
Alcance 2	94,575.90	25.88%
Alcance 1	30,386.19	8.31%
Fuera de los alcances	340.12	0.09%



Durante el año 2021, gracias a la gestión de Claro y a sus medidas de circularidad, generamos un ahorro de 6.555,8 toneladas de CO₂. Entre estas medidas estuvieron: **(305-5)**



- Implementación de paneles solares en las estaciones base con operación 7x24, lo que generó una reducción de **3.700 Ton** de emisiones **CO₂ por año para 43 sitios**.



- Aumento del 4% del total de envíos de documentos a través de correo electrónico certificado, pasando del **88% al 92%** del total de documentos remitidos, lo que ha evitado la utilización de 3,2 millones de hojas en impresión, equivalentes a **6.501 resmas** (29 Ton/CO₂ no emitidas).



- Reducción en **4,6 millones de hojas** de papel carta con respecto al año 2020 (-9.249 resmas), lo que ha impedido la generación de **40,4 Ton/CO₂**.

8.1.3. USO EFICIENTE DEL AGUA

303-5

Durante el 2021 el consumo dentro de la organización fue de 0,136245 megalitros, un incremento de 0,045678 megalitros en comparación con el año previo. Esto debido a la reocupación de las sedes administrativas de Claro, a medida que se implementaban los protocolos de bioseguridad para el regreso presencial de los colaboradores y colaboradoras.



8.1.4. ECONOMÍA CIRCULAR, LOGÍSTICA INVERSA Y GESTIÓN INTEGRAL DE RESIDUOS

ECONOMÍA CIRCULAR Y PROYECTO LOGÍSTICA INVERSA

El proyecto de recuperación de materiales y equipos de Telmex inició en el año 2009 y busca dar un correcto manejo ambiental a todos los materiales desmontados y obsoletos de la red, generando, además, la recuperación técnica de los que lo permitan en función de su ciclo de vida útil. Durante estos 12 años hemos contado con el apoyo de diferentes proveedores especializados para este fin.

La idea es reingresar a Claro los materiales y equipos desinstalados, que en algún momento estuvieron operativos para la prestación de los servicios fijos y móviles de nuestros diferentes segmentos a nivel nacional, para darles un manejo ambientalmente amigable, y disminuir la contaminación y emisión de gases a la atmósfera

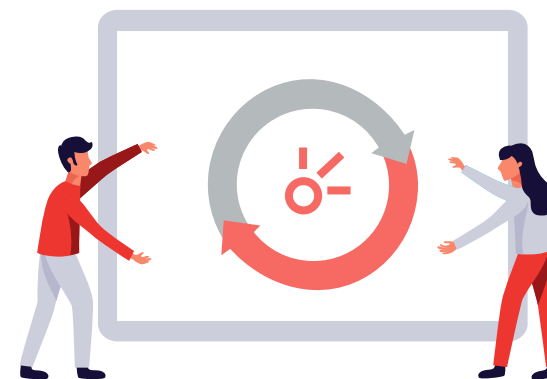
que produciría la fabricación y transporte de nuevos equipos al territorio nacional. De esta manera se genera también ahorros en la utilización de Capex (capital expenditure o gasto en capital) por la no compra de equipos nuevos.

Este proyecto abarca los materiales y equipos que son empleados en la infraestructura interna y externa de Claro, y se ha segmentado en dos grandes operaciones.

La primera operación es el manejo de los elementos o residuos que ya cumplieron su

ciclo de vida por motivos de obsolescencia, daño o deterioro en las operaciones de Claro Colombia. Para esto se ejecutan procesos de disposición final de material de manera controlada, se centraliza la operación a nivel nacional y posteriormente se desagrega y clasifica los materiales según sus características para realizar el proceso especializado que se requiera. Se garantiza un proceso óptimo y ambientalmente adecuado, que logre el mejor aprovechamiento de sus componentes para minimizar las cantidades de residuos que se lleven a disposición final. Simultáneamente, se evita la comercialización de equipos en mercados secundarios.

Este proceso se desarrolla con el apoyo de un proveedor que cuenta con las respectivas licencias ambientales aprobadas y otorgadas, y está avalado en el manejo, procesamiento y comercialización de materiales y residuos por los entes gubernamentales y el Plan de Manejo Ambiental.



Dentro del proceso de disposición final de materiales se incluyen RAEE y elementos de residuos peligrosos como baterías, dando cumplimiento a los procesos de manejo, transporte (Decreto 1609 del 2002), procesamiento, aprovechamiento y disposición final de dicho tipo de elementos.

La segunda operación consiste en recoger los equipos que se encuentran instalados en los clientes finales o suscriptores y en la infraestructura de Claro Colombia a nivel nacional, y reunirlos en un solo lugar. A estos equipos se les realiza un proceso técnico especializado en cuanto a pruebas de tipo funcional y posteriormente de apariencia, para poder ser instalados de nuevo a los clientes o infraestructura. Esto permite la disminución de la cantidad de equipos nuevos adquiridos a proveedores fabricantes.



EVOLUCIÓN DEL PROYECTO DE ECONOMÍA CIRCULAR

La reutilización y remanufactura de equipos genera tres beneficios que son la base fundamental de la economía circular:



Beneficios económicos a la organización (reducción de Capex).



Beneficios ambientales (disminución de inversión de recursos no renovables en la fabricación de equipos nuevos).



Beneficios reputacionales (cuidado de marca, correcta recolección de equipos en clientes y lugares naturales).

Todo lo anterior se consigue a través de RE-uso, RE-manufactura, reciclaje y correcta disposición.

Nuestro objetivo es garantizar la medición de la economía circular, con base en los beneficios económicos, ambientales y reputacionales de cuidado de marca, ponderando los porcentajes de cumplimiento de estas tres mediciones como resultado global del ejercicio de economía circular.



BASES DE DATOS Y EXTRACTORES

Cantidad de equipos recuperados y valor de beneficio económico.

Cantidad de equipos recogidos en canales y clientes, como beneficio de responsabilidad social.

Cantidad de CO2 y agua ahorrada por proceso de remanufactura como beneficio ambiental.

Reporte de CO2 generado en transporte y comercio exterior, que se resta de lo ahorrado para identificar la neutralidad.

Cantidad de toneladas dadas de baja mensualmente como beneficio ambiental.

BENEFICIOS AMBIENTALES DE AHORRO DE RECURSOS NO RENOVABLES

Emisiones de CO2 evitadas (toneladas)



1.818

No. de piscinas olímpicas equivalentes



416

Consumo de agua evitado (m³)



1.038.615

RAEE evitados (toneladas)

1.039

Plástico reutilizado (toneladas)

519

Además, con los procesos de consolidación de carga en los centros de distribución optimizamos la utilización de vehículos, logrando reducir las emisiones de CO2 en el proceso.

Tener el proceso de logística inversa alineado con las legislaciones y regulaciones vigentes logra minimizar el riesgo de multas a la Compañía por la manipulación, manejo y disposición final inadecuada de los elementos desinstalados en todas las actividades de la Compañía.

En nuestro sistema de gestión de calidad se encuentran los siguientes procesos asociados a la logística inversa, los cuales contienen todas las políticas actuales de la compañía:

- Dar de baja activos y materiales por obsolescencia o daño.
- Recoger equipos por parte del proveedor de diagnóstico en clientes soluciones fijas.
- Recoger equipos por parte del proveedor de diagnóstico en aliados y CAV.
- Recibir, manipular y almacenar equipos devueltos por el suscriptor en los CAV.
- Despachar equipos desde proveedor de diagnóstico en soluciones fijas.
- Proceso de control de inventarios SOX.
- Reciclar equipos celulares, baterías y accesorios en los puntos de venta.
- Inventarios SO2N. SOX.
- Activos Fijos SO2N. SOX.

ACCIONES DESTACADAS DE ECONOMÍA CIRCULAR EN 2021:

Dentro de la Gerencia de Logística y Abastecimiento terminamos de consolidar la unificación de los procesos de logística asociados a la infraestructura, lo que hizo posible unir las maneras de operar en los dos segmentos. Este año:



Reforzamos el proceso de transporte para la recolección de elementos desmontados para baja en estaciones base de la operación móvil (de 3.251 recolecciones en el 2021).



Implementamos urnas de reciclables en todos los Centros de Atención y Ventas (CAV) para la recolección de equipos celulares (140 puntos totales) de nuestros clientes.



Aumentamos la capacidad productiva de los proveedores de remanufactura de equipos, pasando de 100 mil a 200 mil unidades mensuales, con una producción de 2.171.319 equipos en el año 2021, con lo que se logró evitar la generación de 1.146.905 kg de RAEEs.



Cumplimos con el 92% de la recolección del potencial de los equipos desinstalados en clientes residenciales (CAV, aliados, DX Cartera y DX Voluntarias), implementando campañas con los proveedores para la mejora en la contractibilidad de los clientes; se realizó revisión al proceso en los CAV para optimizar la gestión y lograr aumentar la efectividad en las recolecciones.

HITOS DEL PROYECTO DE ECONOMÍA CIRCULAR Y LOGÍSTICA INVERSA

Entregamos 1.592.973 kg de residuos de materiales al gestor ambiental para su proceso de disposición final.

Desde economía circular y el proceso de Logística Inversa se canalizan todos los materiales desmontados y desinstalados de la Compañía aplicando procesos adecuados para su manejo de disposición final. De esta manera se reducen los impactos ambientales en área rurales y de parques naturales, fuentes hídricas, reservas naturales y cualquier sitio que pueda verse afectado, ya que al garantizar la recolección del 100% de residuos en todo el país, todos estos elementos ingresan a procesos de remanufactura para su reutilización en la operación de la Compañía o pasan a una disposición final controlada con proveedores especializados en esta gestión.

Incremento de la capacidad de recolección de materiales para baja, cubriendo al 100% la necesidad de la operación y eliminando el backlog que se tenía de años anteriores.

Conversión de amplificadores y nodos de tecnología Split-K a Split-N, logrando un upgrade en su performance a más de 1 GB operacional.

Creación del laboratorio de diagnóstico para equipos de infraestructura de estaciones base de la operación móvil.

Ofrecimiento de apoyo a la operación en la actualización de firmware a referencias, ya que el fabricante no nos brindó soporte para hacer la respectiva actualización.

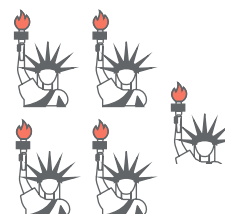
Inclusión de las nuevas tecnologías de equipos de última milla de la operación fija: mesh, Dual Band, Router DTH y Cardless en las líneas de diagnóstico.

Implementación herramienta automatizada para la creación, gestión y aprobación de las actas y notas técnicas de baja, logrando eficiencias en los tiempos de operación en todos estos procesos.

PRINCIPALES RESULTADOS DE ECONOMÍA CIRCULAR Y LOGÍSTICA INVERSA

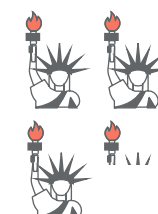
Aprovechamiento de 1.037 toneladas de RAEE, equivalentes al peso de

4,6
estatuas de
la Libertad.



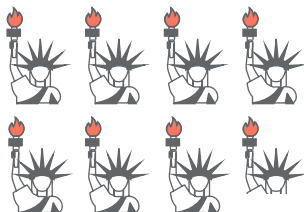
Se incluyó la gestión de 751,2 toneladas de computadores y periféricos, equivalente a

3,3
estatuas de
la Libertad.



Se evitó la emisión de 1.686 toneladas de CO2 por la no compra de equipos nuevos, evitando el tránsito internacional de los mismos para incluirlos en la operación, lo que equivale a

7,5
estatuas de
la Libertad.



Se redujo el consumo de agua para la producción de nuevos equipos, en 1.035.414 m3, equivalente a lo usado en

415
piscinas
olímpicas.



De los equipos recuperados, 1.100.788 pertenecen a computadores y periféricos.



1. PRODUCCIÓN REMANUFACTURA EQUIPOS 2021

- Total 2.171.319 de unidades.
- CPES: 2.151.914.
- Red externa: 7.176.
- Plataformas fijas: 814.
- Corporativos: 8.574.

2. PRODUCCIÓN PERIFÉRICOS 2021

- **2.161.477** como total de equipos periféricos
- Smart Card, controles, fuentes de poder, cables servicio, etc.
- Ahorro en OPEX de **\$210.278 millones.**
- Ahorro de **1.038.615 m3** en la utilización de agua en procesos de manufactura de equipos nuevos.
- Reducción de emisiones de CO2 (-1.818 toneladas en tránsito internacional).
- Reducción de 1.039 Ton de RAEE y 519 Ton de plásticos al evitar la fabricación de equipos nuevos.



NO PELIGROSO

TONELADAS METRICAS

NO PELIGROSO 2.404,71

- Aluminio 5,69
- Cable coaxial 412,66
- Cable encauchetado 3,91
- Cable potencia aluminio 14,51
- Cartón 48,00
- Equipos electrónicos 1.673,11
- Hierro 213,86
- Papel 19,04
- Plástico 8,59
- Plástico contaminado 5,31
- Tóner 0,04

PELIGROSO

TONELADAS METRICAS

PELIGROSO 124,47

- Baterías 123,84
- Pilas 0,30
- Transformador 0,18
- Tubos fluorescentes 0,15

TOTAL 2.529,18



TRATAMIENTO POR TIPO DE RESIDUO

TONELADAS METRICAS

RECICLAJE Y RECUPERACIÓN 124,0176

- Baterías 123,8416
- Transformador 0,176

SEPARACIÓN, TRITURACIÓN Y SEGREGACIÓN, SECADO Y TRANSFORMACIÓN 0,299

- Pilas 0,299

TRITURACIÓN Y DESMERCURIZACIÓN 0,1525

- Tubos fluorescentes 0,1525

TOTAL 124,4691

TONELADAS METRICAS

FUNDICIÓN 213,86

- Hierro 213,86

RECICLAJE Y RECUPERACIÓN 503,24

- Aluminio 5,69
- Cable coaxial 412,66
- Cable encauchetado 3,91
- Cartón 48,00
- Papel 19,04
- Plástico 8,59
- Plástico contaminado 5,31
- Tóner 0,04

REFINACIÓN 526,20

- Equipos electrónicos 526,20

REMANUFACTURA	1.146,91
• Equipos electrónicos	1.146,91
SEPARACIÓN, TRITURACIÓN Y SEGREGACIÓN, SECADO Y TRANSFORMACIÓN	14,51
• Cable potencia aluminot	14,51
TOTAL	2.404,71

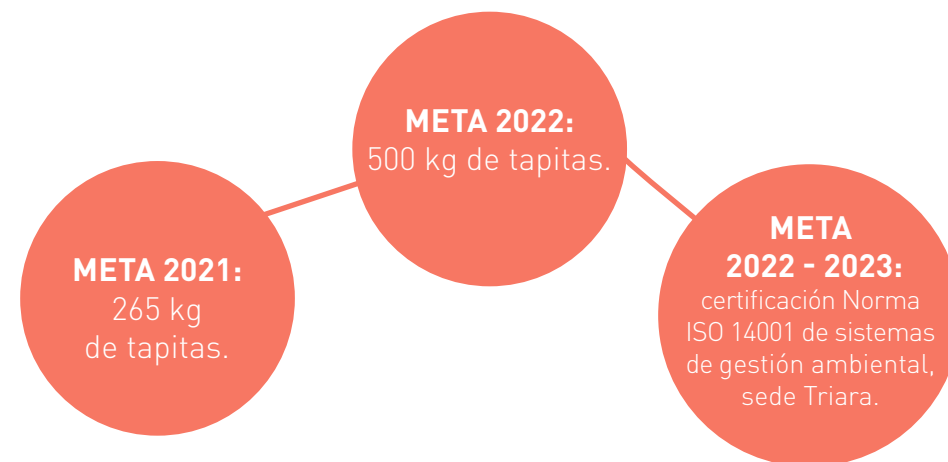
Todos los procesos de aprovechamiento se generan en instalaciones de terceros, bien sea para procesos de disposición final como para procesos de remanufactura, quienes cumplen a cabalidad la reglamentación ambiental dispuesta para dichos fines.

OTRAS ACCIONES Y GESTIÓN DE LA DIRECCIÓN CORPORATIVA DE GESTIÓN HUMANA

La creación de los puntos ecológicos, el reacondicionamiento de aparatos periféricos, y el aprovechamiento de envases y empaques derivados de nuestra operación, marcan un importante resultado en la reducción de las toneladas de CO2 emitidas, en el camino a ser huella de carbono neutral para el 2050.

Desde Gestión Humana se ha contribuido en el frente de residuos, con la recolección y entrega de tapitas plásticas para reciclar, en la campaña de Tapitas X Patitas de la Fundación La Casa del Perro Verde que busca con dichos materiales apoyar en la manutención de los animales en condición de vulnerabilidad y calle. Así mismo, se brinda apoyo y soporte a diferentes áreas o proyectos, en iniciativas como remanufactura de equipos (reacondicionamiento) y requerimientos de sostenibilidad ambiental a aliados y proveedores.

Para el 2022, continuaremos trabajando en nuestra campaña de Tapitas X Patitas, aunque le daremos un foco central a la certificación de la Norma ISO 14001 en nuestra sede Triara.



Resultados 2021:

- Cumplimiento legal y de los requisitos de sistemas de gestión.
- Tapitas X Patitas: total recolectado 270,65 kg.
- Cumplimiento de requisitos de la norma ISO 14001 para el 2021 en la sede Triara.



OTRAS ACCIONES Y GESTIÓN DE LA DIRECCIÓN CORPORATIVA JURÍDICA Y ASUNTOS SOCIETARIOS

Conseguimos un aumento del 4% en envíos de documentos a través del correo electrónico certificado, en relación con el 2020. Pasamos del 88% al 92% del total de documentos enviados, con lo que evitamos la utilización de



**3,2 millones
de hojas**



en impresión equivalentes a **6.501 resmas** (29 Ton/CO2 que no se generaron). Esto incluye el proceso de envíos de PQRS, peticiones judiciales y correo administrativo.

Redujimos además la utilización de 4,6 millones de hojas de papel carta, con respecto al año 2020 en el que empleamos 9.249 resmas. De esta manera, evitamos la generación de 40.4 Ton/CO2.

Otras acciones y gestión de la Dirección Corporativa de Tecnología

Realizamos inversiones para el mejoramiento de los sistemas refrigerantes de las instalaciones donde operan nuestras antenas. Esto significó cambiar los equipos de aire acondicionado de 65 estaciones base por tecnología amigable con el ambiente.

**En este 2022 y con el trabajo
de todos lograremos ser una
empresa más sostenible e
incluyente. Claro
por Colombia
¡Tecnología que
transforma vidas!**



09

9. ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PRINCIPIOS DEL PACTO GLOBAL	ODS	ISO 26000	PÁGINA	VERIFICACIÓN
GRI 101: FUNDAMENTOS 2016					7	NO
GRI 102: CONTENIDOS GENERALES 2016						
PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN						
102-1	Nombre de la organización				24	NO
102-2	Actividades, marcas, productos y servicios				134-148	NO
102-3	Ubicación de la sede				8	NO
102-4	Ubicación de las operaciones				24	NO
102-5	Propiedad y forma jurídica				24	NO
102-6	Mercados servidos				132-133	NO
102-7	Tamaño de la organización				14, 123	NO
102-8	Información sobre empleados y otros trabajadores	3	8,10		96	NO
102-9	Cadena de suministro				124	NO
102-10	Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro				122	NO
102-11	Principio o enfoque de precaución	7,8,9		6.3, 6.53	203	NO
102-12	Iniciativas externas				8	NO
102-13	Afiliación a asociaciones				61, 62	NO

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PRINCIPIOS DEL PACTO GLOBAL	ODS	ISO 26000	PÁGINA	VERIFICACIÓN
ESTRATEGIA						
102-14	Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones			6.2	9-13	NO
102-15	Principales Impactos, riesgos y oportunidades				46-48, 78	NO
ÉTICA E INTEGRIDAD						
102-16	Valores, principios, estándares y normas de conducta	10	16	6.6.3	25, 35	NO
102-17	Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas	2,10	16	6.3.6, 6.7.6	35	NO
GOBERNANZA						
102-18	Estructura de gobernanza				26-29, 34	NO
102-19	Delegación de autoridad				34	NO
102-20	Responsabilidad a nivel ejecutivo de temas económicos, ambientales y sociales			6.6.4	30	NO
102-21	Consulta a grupos de interés sobre temas económicos, ambientales y sociales		16	6.4.5	59, 60	NO
102-22	Composición del máximo órgano de gobierno y sus comités		5,16	6.3.3	26-29	NO

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PRINCIPIOS DEL PACTO GLOBAL	ODS	ISO 26000	PÁGINA	VERIFICACIÓN
102-23	● Presidente del máximo órgano de gobierno		16		26	NO
102-24	● Nominación y selección del máximo órgano de gobierno		5,16		30	NO
102-25	● Conflictos de intereses	10	16	6.6, 6.6.3	31	NO
102-26	● Función del máximo órgano de gobierno en la selección de objetivos, valores y estrategia				26-29	NO
102-27	● Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno				31	NO
102-30	● Eficacia de los procesos de gestión del riesgo			6.3.3	40	NO
PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS						
102-40	● Lista de grupos de interés	3,4			60	NO
102-41	● Acuerdos de negociación colectiva		8	6.4.5	95	NO
102-42	● Identificación y selección de grupos de interés				59	NO
102-43	● Enfoque para la participación de los grupos de interés			6.4.5	63-64	NO
102-44	● Temas y preocupaciones clave mencionados				65-66	NO

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PRINCIPIOS DEL PACTO GLOBAL	ODS	ISO 26000	PÁGINA	VERIFICACIÓN
PRÁCTICAS PARA LA ELABORACIÓN DE INFORMES						
102-45	Entidades incluidas en los estados financieros consolidados				Comcel S.A., Infraestructura Celular Colombiana S.A. – Infracel S.A. y Operadora de pagos móviles S.A.S.	NO
102-46	Definición de los contenidos de los informes y las Coberturas del tema				63	NO
102-47	Lista de temas materiales				67	NO
102-48	Reexpresión de la información				7	NO
102-49	Cambios en la elaboración de informes				7	NO
102-50	Periodo objeto del informe				7	NO
102-51	Fecha del último informe				7	NO
102-52	Ciclo de elaboración de informes				7	NO
102-53	Punto de contacto para preguntas sobre el informe				7	NO
102-54	Declaración de elaboración del informe de conformidad con los Estándares GRI				7	NO
102-55	Índice de contenidos GRI				220-231	NO
102-56	Verificación externa	10			7	NO

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PRINCIPIOS DEL PACTO GLOBAL	ODS	ISO 26000	PÁGINA	VERIFICACIÓN
ENFOQUE DE GESTIÓN (ENF) 1: GOBIERNO CORPORATIVO, RENTABILIDAD Y COMPETITIVIDAD (GRI 103: ENFOQUE DE GESTIÓN 2016; GRI 201: DESEMPEÑO ECONÓMICO 2016; GRI 205: ANTICORRUPCIÓN 2016; GRI 416: SALUD Y SEGURIDAD DE LOS CLIENTES 2016; GRI 417: MARKETING Y ETIQUETADO 2016; GRI 419: CUMPLIMIENTO SOCIOECONÓMICO 2016)						
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura				32, 46	NO
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes				34, 46	NO
103-3	Evaluación del enfoque de gestión				32, 49	NO
201-1	Valor económico directo generado y distribuido	6	8,9		50-51	NO
205-1	Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción	10	16		36	NO
205-2	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	10	16	6.6.3	37	NO
205-3	Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas	10	16	6.6.3	37	NO
416-2	Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios	10	16	6.7.4	39	NO
417-2	Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios	10	16	6.7.4	39	NO
417-3	Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing	10	16	6.7.4	39	NO

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PRINCIPIOS DEL PACTO GLOBAL	ODS	ISO 26000	PÁGINA	VERIFICACIÓN
419-1	Incumplimiento de las leyes y normativas en los ámbitos social y económico	10	16	6.3.3	39	NO
ENFOQUE DE GESTIÓN 5: SALUD Y BIENESTAR DE LOS COLABORADORES Y COLABORADORAS (GRI 103: ENFOQUE DE GESTIÓN 2016; GRI 401: EMPLEO 2016; GRI 402: RELACIONES TRABAJADOR EMPRESA 2016; GRI 403: SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO 2018; GRI 404: FORMACIÓN Y ENSEÑANZA 2016)						
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura				88-90	NO
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes				90-94	NO
103-3	Evaluación del enfoque de gestión				94-95	NO
401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	4,5,6	5,8,10	6.4, 6.4.3, 6.4.6	97-99	NO
401-2	Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales		3,5,8	6.3.10	109	NO
401-3	Permiso Parental		5,8	6.3.10, 6.4.4	110	NO
402-1	Plazos de aviso mínimos sobre cambios operacionales	3	8	6.6, 6.4.4	90	NO
403-1	Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo		8	6.3.10	102-104	NO
403-2	Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes		8	6.6, 6.4.4	106	NO

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PRINCIPIOS DEL PACTO GLOBAL	ODS	ISO 26000	PÁGINA	VERIFICACIÓN
403-3	● Servicio de Salud en el trabajo	3	8	6.6, 6.4.4	106	NO
403-4	● Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo		8,16	6.6, 6.4.4	106	NO
403-5	● Formación sobre salud y seguridad en el trabajo		8	6.6, 6.4.7	107	NO
403-6	● Fomento de la salud de los trabajadores		3		108	NO
403-7	● Prevención y mitigación de los impactos en la salud y seguridad de los trabajadores directamente vinculados con las relaciones comerciales		8	6.4.4, 6.4.6, 6.4.7	104	NO
403-8	● Trabajadores cubiertos por un sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo		8		108	NO
403-9	● Lesiones por accidente laboral		3,8,16		108	NO
403-10	● Dolencias y enfermedades laborales		3,8,16		108	NO
404-1	● Media de horas de formación al año por empleado		4,5,8,10		100	NO
404-2	● Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición		8		100	NO

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PRINCIPIOS DEL PACTO GLOBAL	ODS	ISO 26000	PÁGINA	VERIFICACIÓN
404-3	● Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional		5,8,10	6.4, 6.4.6	101	NO
ENFOQUE DE GESTIÓN 9: EQUIDAD, INCLUSIÓN Y DIVERSIDAD (GRI 103: ENFOQUE DE GESTIÓN 2016; GRI 405: DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES 2016)						
103-1	● Explicación del tema material y su Cobertura				111-112	NO
103-2	● El enfoque de gestión y sus componentes				103-114	NO
103-3	● Evaluación del enfoque de gestión				114	NO
405-1	● Diversidad en órganos de gobierno y empleados		5,8,		115-116	NO
ENFOQUE DE GESTIÓN 8: DESARROLLO DE LA CADENA DE VALOR SOSTENIBLE (GRI 103: ENFOQUE DE GESTIÓN 2016; GRI 204: PRÁCTICAS DE ADQUISICIÓN 2016; GRI 308: EVALUACIÓN AMBIENTAL DE PROVEEDORES 2016; GRI 414: EVALUACIÓN SOCIAL DE LOS PROVEEDORES 2016)						
103-1	● Explicación del tema material y su Cobertura				118-119	NO
103-2	● El enfoque de gestión y sus componentes				120	NO
103-3	● Evaluación del enfoque de gestión				122	NO
204-1	● Proporción del gasto con proveedores locales		8	6.8, 6.8.7	123	NO
308-1	● Nuevos proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con los criterios ambientales				124	NO
308-2	● Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas				124	NO

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PRINCIPIOS DEL PACTO GLOBAL	ODS	ISO 26000	PÁGINA	VERIFICACIÓN
414-1	● Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo a los criterios sociales	2,4,5,6	5,8,16		124	NO
414-2	● Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	2,4,5,6	5,8,16	6.6.6	124	NO
ENFOQUE DE GESTIÓN 2: TECNOLOGÍA, CONECTIVIDAD Y COBERTURA Y EXPERIENCIA AL CLIENTE (GRI 103: ENFOQUE DE GESTIÓN 2016)						
103-1	● Explicación del tema material y su Cobertura				128	NO
103-2	● El enfoque de gestión y sus componentes				129	NO
103-3	● Evaluación del enfoque de gestión				129	NO
ENFOQUE DE GESTIÓN 3: INNOVACIÓN Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL (GRI 103: ENFOQUE DE GESTIÓN 2016)						
103-1	● Explicación del tema material y su Cobertura				161	NO
103-2	● El enfoque de gestión y sus componentes				162-163	NO
103-3	● Evaluación del enfoque de gestión				164	NO

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PRINCIPIOS DEL PACTO GLOBAL	ODS	ISO 26000	PÁGINA	VERIFICACIÓN
ENFOQUE DE GESTIÓN 4: SEGURIDAD Y CONFIDENCIALIDAD DE LA INFORMACIÓN (GRI 103: ENFOQUE DE GESTIÓN 2016; GRI 418: PRIVACIDAD DEL CLIENTE 2016)						
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura				170-172	NO
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes				173	NO
103-3	Evaluación del enfoque de gestión				174	NO
418-1	Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	10	16	6.7.7	174	NO
ENFOQUE DE GESTIÓN 7: REDUCCIÓN DE LA BRECHA DIGITAL (GRI 103: ENFOQUE DE GESTIÓN 2016)						
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura				181-183	NO
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes				184-195	NO
103-3	Evaluación del enfoque de gestión				200	NO

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PRINCIPIOS DEL PACTO GLOBAL	ODS	ISO 26000	PÁGINA	VERIFICACIÓN
ENFOQUE DE GESTIÓN 6: CARBONO NEUTRAL, CAMBIO CLIMÁTICO Y ECONOMÍA CIRCULAR (GRI 103: ENFOQUE DE GESTIÓN 2016; GRI 302: ENERGÍA 2016; GRI 303: AGUA Y EFLUENTES 2018; GRI 305: EMISIONES 2016; GRI 306: RESIDUOS 2020)						
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura				203-204	NO
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes				205, 207	NO
103-3	Evaluación del enfoque de gestión				205	NO
302-1	Consumo energético dentro de la organización	7,8,9	7,8,12,13	6.5, 6.6.5	206	NO
302-4	Reducción del consumo energético	7,8,10	7,8,12,14	6.5.4, 6.5.5	206	NO
303-5	Consumo de agua	7,8,9	6	4	211	NO
305-1	Emisiones directas de GEI (alcance 1)	7,8,9	3,12, 13,14,15		210	NO
305-2	Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	7,8,9	3,12, 13,14,15	6.6, 6.5.5	210	NO
305-3	Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	7,8,9	3,12, 13,14,15		210	NO
305-5	Reducción de las emisiones de GEI	7,8,9	13,14,15		211	NO
306-2	Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos	7,8,9	3,6,11,8, 12		217	NO
306-4	Residuos no destinados a eliminación	7,8,9	3,6,11, 12,15		217	NO



PUEDES TODO

TRABAJAMOS PARA CRECER
JUNTO CON NUESTROS CLIENTES



SER LÍDERES
EN RECOMENDACIÓN.



SER LÍDERES EN CRECIMIENTO
DE PARTICIPACIÓN DE MERCADO.



AUMENTAR LA RENTABILIDAD
E INGRESOS EBITDA
DE LA COMPAÑÍA.