

2020

INFORME DE
SOSTENIBILIDAD



PUEDES TODO



PROPÓSITO SUPERIOR

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

Este propósito superior es la declaración de nuestra razón de ser, el para qué existimos como organización y el resultado final de todos nuestros esfuerzos, marca la diferencia con los demás y nuestro compromiso diario.



CONTENIDO

01

Nuestro Informe de Sostenibilidad

1.1. Carta de nuestro Presidente	8
1.2. Hitos 2020: cifras relevantes	11
1.3. Lo que somos en Claro Colombia	12
1.4. Premios, reconocimientos y certificaciones	15

02

Nuestro compromiso y acciones ante la Covid-19

2.1. Soporte a nuestros grupos de interés	20
2.1.1. Claro por Colombia comprometido con el país	21
2.1.2. Soluciones diferenciadas y de apoyo para nuestros clientes	25
2.1.3. Cuidamos y apoyamos a nuestros colaboradores y colaboradoras	27
2.1.4. Mecanismos de gobernanza en medio de la Covid-19	28
2.1.5. Relacionamiento con entidades de Gobierno	28

03

Generando valor a nuestros grupos de interés desde la sostenibilidad

3.1. Claro por Colombia, nuestro programa de sostenibilidad	31	3.4. Nuestro gobierno corporativo	49
3.1.1. Nuestros grupos de interés	31	3.4.1. Gestión ética, íntegra y transparente	49
3.1.2. Nuestro modelo y canales de relacionamiento	31	3.4.2. Nuestros principios	51
3.1.3. Nuestros asuntos materiales	33	3.4.3. Canales de denuncia	51
3.2. Contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible – ODS	35	3.4.4. Anticorrupción	52
3.3. Estrategia de sustentabilidad inteligente y los objetivos de sustentabilidad de nuestro holding América Móvil – AMX	40	3.4.5. Controles e integridad	52
		3.5. Prevención y gestión del riesgo	54
		3.6. Nuestro desempeño económico y crecimiento rentable	59
		3.6.1. Entorno macroeconómico	60
		3.6.2. El sector TIC en 2020	60
		3.6.3. Gestión financiera COMCEL S.A.	61

04

Conectando a Colombia con experiencias únicas para nuestros clientes

4.1. Cobertura e infraestructura	65	4.4. Experiencias únicas, simples y confiables	88
4.1.1. Indicadores de cobertura, infraestructura y conectividad	68	4.4.1. Atención telefónica	93
4.1.2. Acciones, logros y retos en infraestructura fija	68	4.4.2. Centros de Atención y Ventas – CAV	97
4.1.3. Logros y retos en infraestructura móvil	70	4.4.3. Autoatención	100
4.2. Nuestra oferta para conectar a Colombia	71	4.4.4. Redes sociales y nuevas plataformas	102
4.2.1. Productos y servicios	72	4.4.5. Encuestas de satisfacción	103
4.2.2. Alineamos nuestras Unidades de Negocio para ofrecer los mejores productos y servicios	79	4.4.6. Atención oportuna de Peticiones, Quejas y Recursos - PQR	103
4.3. Innovación y transformación digital	83	4.5. Seguridad digital	104
4.3.1. Premio a la Innovación 2020	85	4.5.1. Protección de datos y privacidad de nuestros clientes	104
4.3.2. Internet de las cosas – IoT	87	4.5.2. Protección a menores y accesibilidad	108
		4.5.3. Informe de transparencia	109
		4.5.4. Uso responsable de la tecnología - Educación al cliente	112

05

Fortaleciendo el Talento Claro Colombia

5.1. Nuestros colaboradores y colaboradoras	121
5.1.1. Modelo de gestión humana para el desarrollo y atracción del mejor talento	121
5.1.2. Equidad, diversidad e inclusión	122
5.1.3. Desarrollo y formación	125
5.1.4. Evaluación de desempeño	127
5.1.5. Clima organizacional	127
5.2. Seguridad y Salud en el Trabajo y Ambiente – SSTA	129
5.2.1. Comité Paritario de Salud y Seguridad en el Trabajo (Copasst)	133
5.2.2. Servicios de salud	133
5.2.3. Accidentes y enfermedades laborales	134
5.3. Bienestar	137
5.3.1. Beneficios	137
5.3.2. Licencias de maternidad y paternidad	138
5.3.3. Acuerdos de negociación colectiva	139

06

Aportando al medio ambiente

6.1. Nuestra gestión ambiental	143
6.2. Ecoeficiencia	144
6.2.1. Eficiencia energética	145
6.2.2. Uso eficiente del agua	145
6.2.3. Gestión y reducción de emisiones	145
6.3. Gestión integral de residuos	147
6.3.1. Manejo de residuos	147
6.3.2. Economía circular y logística inversa	149

07

Transformando vidas con la tecnología

7.1. Con Claro por Colombia promovemos <i>¡Tecnología que transforma vidas!</i>	153
7.2. Conectamos a los territorios más apartados del país y a las poblaciones más vulnerables	154
7.2.1. Travesía por Colombia	155
7.2.2. Colombia conectada	155
7.3. Ponemos a disposición de todos los colombianos las plataformas desarrolladas por la Fundación Carlos Slim:	156
7.3.1. Aprende.org	156
7.3.2. PruébaT	157
7.3.3. Capacítate para el Empleo	158
7.4. Conectamos y llevamos Internet gratuito a estudiantes y educadores a nivel nacional	159
7.4.1. Escuelas conectadas	159
7.4.2. Salas de tecnología “Claro por Colombia”	160

08

Desarrollando nuestra cadena de valor

8.1. Nuestros proveedores y terceros	176
8.1.1. Selección y evaluación de proveedores	179
8.1.2. Indicadores de gestión	179
8.1.3. Modelo de gestión y desarrollo sostenible de terceros	181
8.2. Nuestros distribuidores y agentes	183
8.2.1. Selección de distribuidores	184
8.2.2. Indicadores canales de distribución	185

7.5. Promovemos ¡Los niños y las niñas primero con la tecnología!	161
7.5.1. Copa Claro por Colombia Virtual 2020	161
7.5.2. Tecnología, arte y cultura – Becas musicales	164
7.6. Generamos inclusión social y laboral de personas en condición de vulnerabilidad	165
7.6.1. Inclusión laboral de personas en condición de discapacidad intelectual – Amigos del Alma	165
7.6.2. Inclusión laboral de población vulnerable	166
7.6.3. Inclusión laboral de auxiliares técnicos de instalación	167
7.6.4. Formación para el empleo e inclusión laboral	167
7.7. Desarrollamos actividades de voluntariado para generar un impacto social y promover el acceso a la tecnología	168
7.8. Otras acciones de nuestro compromiso social	171

09

Índice de contenidos GRI

01 NUESTRO INFORME DE SOSTENIBILIDAD



Acerca de este informe

(GRI 102-50)

Para Claro Colombia el Informe de Sostenibilidad es un insumo clave para reportar el resultado del relacionamiento y generación de valor para nuestros grupos de interés a quienes, año tras año, les presentamos nuestra gestión sostenible y el análisis de los impactos y contribuciones en materia económica, social y ambiental.

(GRI 102-12, 102-51, 102-52)

Esta versión consolida, por octavo año consecutivo y bajo la **metodología de estándares Global Reporting Initiative – GRI**, la gestión de las actividades desarrolladas por Claro Colombia durante el año 2020, en el período comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre.

Este reporte incluye la gestión desarrollada por la compañía para contribuir al cumplimiento de los **Objetivos de Desarrollo Sostenible – ODS** y sus metas, que hacen parte de la Agenda 2030 de las Naciones Unidas, y de los **Diez Principios del Pacto Global**. Lo hacemos posible con nuestro programa de sostenibilidad, Claro por Colombia y en alineación con los lineamientos de nuestro holding **América Móvil – AMX**, integrante desde el 2019 **del Dow Jones Sustainability MILA Pacific Alliance Index – DJSI MILA**.



(GRI 102-54)

Este informe se ha elaborado de conformidad con los estándares GRI: opción esencial, con la siguiente guía de lectura:

- **Contenidos generales GRI [101-1].**
- **Objetivos de Desarrollo Sostenible [ODS 1].**
- **Principios de Pacto Global [PG 1].**

(GRI 102-53)

Cualquier inquietud relacionada con este informe puede ser dirigida a Santiago Pardo Fajardo, Director Corporativo de Asuntos Regulatorios y Relaciones Institucionales, a través del correo electrónico santiago.pardo@claro.com.co Para Claro Colombia es importante conocer sus comentarios.

1.1. CARTA DE NUESTRO PRESIDENTE

(GRI 102-14)

Sin duda en 2020 la tecnología y conectividad tuvieron un rol protagónico para el sostenimiento del país. En Claro demostramos nuestro compromiso con Colombia respondiendo de forma oportuna a todas las necesidades y adversidades que la pandemia trajo consigo. Logramos mantener a todo un país conectado para que fuese posible trabajar, estudiar y mantener a las instituciones y empresas funcionando de manera remota. Además, garantizamos la sostenibilidad de nuestras operaciones, fortalecimos la confianza y experiencia de servicio, guiamos la transformación digital de las empresas y adelantamos procesos de innovación interna y externa.

Por eso, en este Informe de Sostenibilidad, elaborado bajo estándares GRI¹, se reflejan los resultados de una gestión que trasciende lo corporativo e impacta positivamente al país. Da cuenta de todas aquellas acciones encaminadas a mantener el balance en la triple cuenta (económico, social y ambiental), que generan un verdadero valor para nuestros grupos de interés. Una visión que se desprende de los lineamientos de nuestro holding América Móvil, integrante del Dow Jones Sustainability MILA Pacific Alliance Index (DJSI MILA).

En 2020 aumentamos nuestros esfuerzos para llevar la conectividad a los lugares más apartados. Así, alcanzamos más de **33 millones de**

conexiones móviles (25,2 en prepago y 7,7 en postpago), más de **3 millones de suscriptores en servicios hogar** y registramos un **importante crecimiento de nuestras plataformas OTT² como Claro video, Claro música y Claro drive.**

Así mismo, en cumplimiento de los compromisos adquiridos en la subasta del espectro de 2019, desde inicios de 2020 pusimos en servicio tres nuevos bloques en la banda de 2.5 GHz garantizando una experiencia superior a nuestros clientes. Aumentamos las velocidades de descarga hasta en **35%**, conectamos las primeras **98 localidades** de las 1.348 que conectaremos en 5 años en el espectro de 700 MHz, y realizamos pruebas piloto de 5G en Bogotá, Medellín y Barrancabermeja. Por último, **conectamos 110 ciudades con fibra óptica** y alcanzamos una **cobertura en el 99,6% de las cabeceras municipales con nuestras tecnologías.**

Pero aquí no acaba este esfuerzo. Entre el 2021 y 2022 seremos los encargados de **llevar internet gratuito a 7.468 centros digitales** ubicados en **17 departamentos**, como parte del programa de Centro Digitales del MinTIC, uno de los proyectos de conectividad rural más ambiciosos para que las escuelas cuenten con este servicio sin costo.

Acompañando a nuestros clientes

En línea con nuestro proceso de *transformación digital* y el objetivo de ofrecer la mejor experiencia a nuestros clientes, fortalecimos los canales

de autoatención digitales: **App Mi Claro, la cual cuenta con más de 100 funcionalidades y durante 2020 registró récords en consultas y transacciones**, y el uso de nuevos canales de atención como **WhatsApp, Chatbot y Sucursal Virtual Mi Claro.**

La tarea también comprendió esfuerzos específicos para el sector empresarial, uno de los más desafiados por las condiciones de confinamiento. Desde la Unidad de Mercado Corporativo de Claro y Global Hitss creamos estrategias de atención personalizada y oportuna en canales de autoatención ágiles, eficientes y con soluciones para nuestros clientes empresariales. Por ejemplo, con **Claro cloud** habilitamos la posibilidad de trabajo remoto o en casa bajo parámetros de productividad y calidad de vida. En Claro trabajamos con las empresas para diseñar soluciones a la medida de sus necesidades, tanto en sus modelos de operación como en sus canales de negocio en línea.

Logramos conectar a todo un país para que fuese posible trabajar, estudiar y mantener a las instituciones y a las empresas funcionando de manera remota.

¹ GRI – Global Reporting Initiative.

² Plataformas de contenidos Over-The-Top (OTT).

Les entregamos herramientas de colaboración con meses de uso gratis: Teams, Cisco Webex y Google. Nuestros servicios contaron con el respaldo del ecosistema más robusto de Datacenter en el país y una oferta de infraestructura de comunicaciones de **93.453 kilómetros de fibra óptica**, **29.625 terabytes de capacidad de almacenamiento del Datacenter** y **17.500 kilómetros de cable submarino**.

Tecnología que transforma vidas

Además de conectar a todo un país, sus personas y empresas, nuestra convicción de servir se materializa en proyectos liderados por **Claro por Colombia**, nuestro programa de sostenibilidad, desde donde impulsamos iniciativas para ampliar el impacto de las tecnologías de la información y las telecomunicaciones en beneficio de la sociedad, facilitar la transformación del país hacia lo digital y mejorar las opciones de acceso y conectividad de los colombianos, especialmente de los más vulnerables. Nuestros resultados son reflejo del compromiso que tenemos con los **Diez Principios del Pacto Global** y los **Objetivos de Desarrollo Sostenible – ODS** de la Organización de Naciones Unidas – ONU.

Sin lugar a dudas, 2020 fue el año de transformar vidas con la tecnología. Con **Colombia Conectada** conectamos a **1.441 familias colombianas** de estratos 1 y 2 a internet gratuito; y con **Escuelas Conectadas** habilitamos conectividad gratuita a Instituciones educativas públicas en todo el territorio nacional para apoyar sus procesos de alternancia y **beneficiar a más de 22.000 estudiantes**.



CARLOS ZENTENO

Nuestra convicción de servir al país es posible por medio de Claro por Colombia, nuestro programa de sostenibilidad.

Realizamos la *Copa Claro por Colombia virtual* con la participación de más **1.600 niños, niñas y adolescentes** de más de 40 comunidades vulnerables de los departamentos de Antioquia, Atlántico, Cauca y Valle del Cauca.

También fortalecimos los procesos de educación y formación virtuales y gratuitos con las plataformas de la Fundación Carlos Slim. Con *Aprende.org* impactamos más de **139.867 usuarios**, de los cuales **50,5%** fueron mujeres y el **49,4%** hombres. En *PruebaT* (<https://pruebat.org/>), un ecosistema de aprendizaje dinámico en áreas como matemáticas, ciencias (física, química y biología) y lenguaje, se registraron más de **976.997 colombianos** entre estudiantes, docentes y padres de familia. Y con *Capacítate para el Empleo* (<https://capacitateparaempleo.org/>) más de **602.355 colombianos** realizaron cursos y diplomados para el empleo y el emprendimiento, logrando **87% de incremento de usuarios** frente a 2019. Estos buenos resultados nos hicieron merecedores del **reconocimiento de Pacto Global a las buenas prácticas de desarrollo sostenible – ODS 4 - Educación de calidad**.

Durante la pandemia realizamos la campaña *#SOSArchipiélago*, en la que la compañía, los clientes postpago y colaboradores recaudamos **600 millones de pesos** para la reconstrucción de una institución educativa que fue destruida por el paso del huracán Iota en Providencia.

Además, trabajamos fuertemente en la generación de espacios de inclusión, igualdad y empleo formal para población vulnerable con la implementación de proyectos al interior de la compañía y con algunos de nuestros aliados.

Este compromiso nos permitió ser reconocidos en 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. Además, recibimos el **reconocimiento de la Embajada de Canadá y la organización CUSO internacional** por la aplicación de la “Ruta inclusiva” y nuestra **Ruta de inclusión Laboral de la Población Vulnerable**, con la que más de 500 personas de población vulnerable accedieron a empleos formales.

Con perspectiva sostenible

Frente a nuestro compromiso ambiental, hemos dispuesto numerosos recursos y esfuerzos para mitigar el impacto de nuestra operación. En todas las operaciones de América Móvil nos unimos a los esfuerzos de las Naciones Unidas y GSMA para **contribuir a limitar el calentamiento global a 1,5 °C hacia el 2030 y convertirnos en carbono neutral para 2050**.

Durante el año 2020 logramos un ahorro de **729.890 m³** de agua, equivalente a 292 piscinas olímpicas que representa un aumento en la **eficiencia del 48%** con respecto al 2019. Una **reducción del 22% en emisiones de CO₂** de alcance 2, dejando de emitir más de 20.623 toneladas de CO₂, al realizar la remanufactura de equipos (165.000 unidades mensuales para 2020), la recolección de más de **1,6 millones de unidades** y más de **1.300.000 kg de residuos** efectivamente entregados para disposición final.

El impacto de nuestra cadena de valor no solo se refleja en la calidad de los productos o servicios que nos ofrecen nuestros **1.213 proveedores**, sino también en la capacidad de crecer juntos. Por esta razón, en 2020 ejecutamos el **Modelo de Gestión y Desarrollo Sostenible de Terceros**, un programa estratégico para la minimización del riesgo y la eficiencia administrativa y operativa requerida en la ejecución de **USD\$1.241 millones en compras locales**.

El año pasado tuvimos la oportunidad para consolidar alianzas de largo plazo para aportar valor a nuestros clientes, colaboradores, proveedores y demás aliados, llegando a más puntos del territorio nacional con una oferta de soluciones únicas, simples y confiables que impactan de manera positiva el ámbito económico, social y ambiental del país.

Este año 2021 reafirmaremos nuestro compromiso con el país y seguiremos avanzando en nuestro propósito superior de generar mejor calidad de vida para todos colombianos a través de nuestros servicios de comunicaciones, entretenimiento e información. Ante los grandes retos y problemas, pondremos el esfuerzo de todos nuestros colaboradores y colaboradoras y aliados para implementar grandes soluciones y proyectos en beneficio de la sostenibilidad del país. Queremos, con conectividad y tecnología, llevar equidad social y económica a las zonas más apartadas así como contribuir a su desarrollo por medio de nuestro programa *Claro por Colombia*.

Un fuerte abrazo, contamos con tu ayuda.

Carlos Hernán Zenteno de los Santos
Presidente Claro Colombia

1.2. HITOS 2020: CIFRAS RELEVANTES CLARO COLOMBIA

(GRI 102-7) PG 6 ODS8

Nuestro compromiso por ofrecer la mejor experiencia a nuestros clientes a través de una amplia oferta de productos y servicios nos ha llevado a la búsqueda de formas de trabajo y soluciones

innovadoras para responder oportunamente a los cambios del mercado y brindar siempre experiencias únicas, simples y confiables.

Así, durante 2020 alcanzamos los siguientes logros (1 de enero al 31 de diciembre):

CONEXIONES MÓVILES



33

MILLONES
abonados a
telefonía móvil

25,2

MILLONES
usuarios
prepago

7,7

MILLONES
usuarios
postpago

HOGARES



3,1

MILLONES
de suscriptores

INFRAESTRUCTURA MÓVIL



99,6%

TERRITORIO
nacional cubierto
por tecnologías
móviles.

95,6%

MUNICIPIOS
del país cubiertos
por tecnología
4G LTE

7.807

ESTACIONES
base con tecno-
logía 4G LTE

INFRAESTRUCTURA FIJA



93.453

kilómetros
de fibra óptica

7,5

TERAS
capacidad para
servicios de
internet

29.625

TERABYTES
capacidad al-
macenamiento
Data Center



INGRESOS

\$13.305.965.988

cifra expresada en miles de pesos



COMPRAS A PROVEEDORES

1.241

millones de
dólares en com-
pras a proveedo-
res locales.



NPS 2020

39,7%

TOTAL
compañía.

COLABORADORAS Y COLABORADORES



8.271

directos de
Claro Colombia

2.119

de Global Hitss



1.3. LO QUE SOMOS EN CLARO COLOMBIA

(GRI 102-1, 102-3, 102-4, 102-5, 102-6)

En 2020 construimos por primera vez nuestro propósito superior que define el rumbo de nuestras acciones:

« **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.**

Nuestra visión de futuro:

Claro será reconocida por ser la empresa líder del sector de telecomunicaciones y servicios digitales, obsesionada por sus clientes, comprometida con el desarrollo sostenible y 100% digital. Soportada en nuevas formas de trabajo para responder oportunamente a los cambios del mercado y **brindar siempre experiencias únicas, simples y confiables.**

Nuestro máximo órgano de gobierno

(GRI 102-22)



(GRI 102-23)

El Presidente de Claro Colombia hace parte del máximo órgano de gobierno. Su función principal es ejercer la representación de nuestra Compañía ante los accionistas, terceros y autoridades del orden administrativo y gubernamental, y garantizar la ejecución de nuestro plan estratégico en cumplimiento de las metas corporativas: crecimiento, rentabilidad y recomendación.

(GRI 102-24)

El proceso de selección de nuestros miembros del Comité Directivo, se basa en la identificación y valoración de las personas con un perfil con sólida experiencia y con las más altas habilidades para asumir los siguientes retos:

Crear valor a través de nuevos modelos de negocio.

Dirigir fuerzas laborales multigeneracionales y diversas.

Liderar el desempeño de los equipos a través de la innovación y la agilidad organizacional.

Impulsar los cambios que el negocio requiere.

Son los líderes principales de nuestro proceso de **Transformación Cultural CEC – Confianza, Empoderamiento y Colaboración**, con una visión sostenible y estratégica, en temas: económicos, sociales y ambientales, y que está directamente relacionada con su capacidad para gestionar en un mundo global y cambiante.

Conflictos de interés del máximo órgano de gobierno

(GRI 102-25)

Para el manejo y resolución de conflictos de interés, en esta instancia y en toda la compañía hemos implementado la campaña “Cuidemos lo nuestro”, por medio de la cual:

- Propiciamos espacios de formación virtuales a todos los colaboradores y colaboradoras sobre Código de ética y anticorrupción.
- Implementamos un formulario virtual en la plataforma Success Factors para la recepción de reportes de situaciones de posibles conflictos de intereses realizados por nuestro personal.
- Habilitamos canales de comunicación entre los que se encuentra una línea telefónica de Gestión Humana para la atención de inquietudes sobre el proceso del reporte de casos relacionados con conflicto de interés.
- Desarrollamos un video instructivo para nuestros colaboradores y colaboradoras sobre la forma de diligenciar los reportes de posibles conflictos de intereses.

Los conflictos de intereses los socializamos a los diferentes grupos de interés, de acuerdo con:



(GRI 102-27)

En cuanto a lo relacionado con la promoción de conocimiento colectivo, formación y preparación de nuestro máximo órgano de gobierno, contamos con una estrategia de aprendizaje y actualización. Nos preocupamos por mantenernos a la vanguardia de las últimas tendencias y avances en temas tecnológicos, sociales, ambientales, metodologías ágiles y de innovación; así como en nuevas formas de trabajo para alcanzar nuestro propósito superior y lograr un crecimiento sostenible que mejore la calidad de vida de los colombianos.



1.4. PREMIOS, RECONOCIMIENTOS Y CERTIFICACIONES

Los premios y certificaciones que presentamos a continuación, son la oportunidad de reconocer a nuestros más de 8.000 colaboradores y colaboradoras de Claro Colombia y 2.000 de Global Hitss, quienes día a día con gran vocación de servicio están comprometidos con los más altos estándares, y se adaptan y aprenden continuamente sobre las tendencias que caracterizan a las empresas líderes a nivel mundial:



Premios El Ojo de Iberoamérica

Otorgó:

Un oro en Relaciones Públicas – PR

Tres platas en las categorías:

- Eventos y acciones
- Plataformas digitales
- Estrategias interactivas

Tres bronces en las categorías de:

- Estrategias interactivas Covid
- Eficacia y Experiencia de marca
- Activación



Sello de Plata Equipares

La Presidencia de la República, el Ministerio de Trabajo, la Consejería Presidencial para la Equidad de la Mujer y el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo – PNUD, entregaron la distinción de Sello Plata de EQUIPARES a Claro por su implementación de acciones por la igualdad de género y prácticas laborales incluyentes y equitativas. De igual forma, se hizo entrega por parte de las mismas entidades del reconocimiento “Compromiso por la Igualdad”.



Festival El Dorado de Colombia y los Premios El Dorado

Entregó:

Seis oros en las categorías:

- Anunciante del año
- Direct
- Media
- Cultural Change
- Grand Prix
- Titanio

Dos platas en las categorías:

- Film
- Digital

Un bronce en la categoría

- Film

Felipe Villa, director corporativo de Marketing y Transformación Digital, reconocido como Marketer del año.



Premios Effies Colombia

Otorgó a Claro Colombia dos oros en las categorías:

- Marketing estacional
- Reputación corporativa



Ruta Inclusiva

La Embajada de Canadá y la organización CUSO Internacional otorgaron a Claro Colombia y al programa Claro por Colombia, el **reconocimiento** “Ruta Inclusiva” por el compromiso con la diversidad y la inclusión social y equitativa de mujeres y hombres, así como por los resultados del proyecto *Ruta de inclusión laboral de población vulnerable*, con el cual más de 265 personas en condición de vulnerabilidad han conseguido un empleo formal en terceros y aliados que integran nuestra cadena de valor.



Compensar “Noche de las Estrellas”

Participación como jurado en el evento “Noches de las Estrellas de Compensar”.



Premio Best Sales Performance Partner Andean

Reconocimiento otorgado por Genesys por el volumen de ventas alcanzado sobre productos CX¹, y como una de las compañías líderes en la prestación de PCaaS² y CXaaS³.

¹ Experiencia al cliente por sus siglas en inglés Customer Experience – CX.
² Solución o hardware de computadora personal y, opcionalmente, un modelo de arrendamiento, licencia y entrega de software.
³ Plataforma de Contact Center como Servicios y Experiencia al Cliente como servicio.



Cuarta edición del Ranking de Innovación Empresarial ANDI & Revista Dinero

Claro ocupó la posición 62, sobre un total de 242 empresas en Colombia en el ranking de Innovación, en que se evaluaron aspectos como: condiciones, capacidades y resultados. Se obtuvo un puntaje final de 48,92 puntos, 10 puntos por encima del promedio de los demás participantes fue 38.



Fundación ANDI, USAID, ACIDI VOCA y la Fundación Corona

Reconocimiento del programa Claro por Colombia y la ruta de inclusión laboral como un caso de éxito de empleo inclusivo en su edición: "Casos exitosos en materia de inclusión laboral de población migrante de Venezuela en Colombia".



Semana de la Innovación Banco de la República

Participación como invitado en la semana de la Innovación del Banco Central de Colombia: Banco de la República.



Tercera edición del Reconocimiento a las Buenas Prácticas de Desarrollo Sostenible de Pacto Global

Reconocimiento en la categoría empresarial del Objetivo de Desarrollo Sostenible – ODS 4: Educación de Calidad con la práctica ¡Tecnología que Transforma Vidas! Plataformas Virtuales y Gratuitas: Capacítate para el Empleo y PruébaT.



Premios Portafolio

Nominación de Claro Colombia como una de las 5 compañías finalistas en la categoría de innovación (entre 85 empresas participantes), distinguidas por mejorar la experiencia al cliente e incrementar su eficiencia a través de procesos y productos innovadores.



Premio al GoodWill otorgado por la firma 2WAYCOM

Fuimos reconocidos en el puesto 26 dentro de las 30 empresas con mayor reputación en Colombia.



Lista de Empresas INspiradoras

Reconocimiento como empresa INspiradora y con propósito por la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia – ANDI y su Fundación.



Índice de Empresas con Mayor Inversión Social en Colombia

Reconocimiento como una de las 25 empresas con mayor inversión social en el país, otorgado por la firma Jaime Arteaga y Asociados, con el apoyo de Semana Sostenible y USAID.



Fest. de Innovación de la Cámara de Comercio de Bogotá

Presencia como jurado en el Fest. de Innovación de la Cámara de Comercio de Bogotá.



MinTIC

Participación de un auditor en cursos de Seguridad de la Información.



CERTIFICACIONES

- **Norma ISO 27001**

Sistema Gestión Seguridad de la Información.

- **Norma ISO 27001**

Certificación de dos auditores de Claro Colombia como implementadores: Auditor interno y Auditor Líder.

- **Silver Partner**

Certificación Silver Partner entregada por Genesys en el año 2020 gracias al trabajo de capacitación y certificación de personal del Centro de Excelencia – COE.

- **Norma ISO 20000**

Sistema Gestión Servicios TI.

- **SAP Certified**

Hosting Services SAP HANA* Operations Infraestructure Operations.

- **Norma ICREA Nivel V**

Aseguramiento Datacenters.

- **Certificación PCI - DSS**

Servicio Collocation – Payment Card Industry Data Security Standard.

- **Norma ISO 9001**

Certificación Norma ISO 9001 Sistema Gestión de Calidad.

- **Re-certificación SAP**

Re-certificación de los servicios de SAP: i) SAP-Certified Provider of Cloud and Infrastructure Operations - Certification (Level qualified).

- **Re-certificación SAP**

Re-certificación de los servicios de SAP: ii) SAP-Certified Provider of Hosting.

- **CEEDA**

Certificación de Eficiencia Energética para Centros de Datos.



02 NUESTRO COMPROMISO Y ACCIONES ANTE LA COVID-19



Para hacer frente a los efectos generados por la pandemia, en Claro nos esforzamos por mantener y fortalecer nuestra propuesta de valor agregado para todos nuestros grupos de interés y asegurar la competitividad de Colombia y continuidad de nuestras operaciones. Por ello, desde las diferentes áreas de la Compañía lideramos acciones para cuidar y preservar la salud de todas las personas, asegurando a la vez la prestación y calidad de las soluciones y servicios de telecomunicaciones que mantienen conectado al país.

2.1. SOPORTE A NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS

« En Claro hemos estado comprometidos con la competitividad y conectividad del país en el marco de la contingencia por la Covid-19.



2.1.1. Claro por Colombia comprometido con el país

Desde Claro por Colombia tuvimos el gran reto de transformar las vidas de los colombianos por medio de la tecnología, fortaleciendo y adaptando nuestras líneas de acción y proyectos en el marco de la coyuntura por la Covid-19:

LÍNEA DE ACCIÓN

TECNOLOGÍA Y EDUCACIÓN QUE TRANSFORMAN VIDAS



PROYECTO

PLATAFORMAS VIRTUALES Y GRATUITAS DE LA FUNDACIÓN CARLOS SLIM

ALCANCE

Pusimos a disposición de todos los colombianos, los portales y plataformas virtuales y gratuitos de la Fundación Carlos Slim de educación y formación: Aprende.org (<https://aprende.org/>), Capacítate para el Empleo (<https://capacitateparaempleo.org/>) y Pruébat (<https://pruebat.org/>), para que los interesados pudieran aprender nuevos conocimientos y fortalecer sus habilidades y competencias a través de una oferta que abarca programas desde educación inicial hasta formación para el empleo y el emprendimiento.

Nos aliamos a movimientos nacionales como **Colombia Cuida a Colombia** y a la estrategia la **#EducaciónqueNosUne** liderada por la Fundación Empresarios por la Educación, buscando garantizar el acceso a la educación y la promoción del uso de herramientas digitales por parte de todos los miembros de la comunidad educativa: estudiantes, docentes, directivos, padres y madres de familia y cuidadores.



PROYECTO

ALIANZA CON EL GOBIERNO NACIONAL

ALCANCE

Bajo los lineamientos de MinTIC y el Ministerio de Educación, con el Decreto 555 del 15 de abril de 2020, garantizamos que la aplicación **'Colombia Aprende'** (<https://movil.colombiaaprende.edu.co/>) y el portal **'Aprender Digital'** fueran de consulta gratuita con servicios de telefonía móvil en prepago y postpago, en planes de hasta \$71.214. De esta manera, aseguramos el derecho a la educación en tiempos de la Covid-19, por medio del acceso para todos nuestros clientes a los contenidos y guías para la educación, principalmente para los hogares de menores ingresos.

En el marco de la estrategia **"Con más equipos hacemos equipo"** del MinTIC, cuyo objetivo era recolectar dispositivos tecnológicos para entregar a familias y estudiantes de comunidades vulnerables, Claro donó 100 computadores de escritorio y vinculó a sus aliados con la donación de 142 dispositivos adicionales (tabletas y computadores) que fueron entregados en diferentes regiones y poblaciones del país.

Durante el año 2020 se enviaron de manera gratuita, 49.881.288 millones de SMS con la información definida por el Gobierno nacional relacionada con la emergencia generada por la Covid-19.

También nos unimos a la campaña de ayudas a familias vulnerables liderado por Presidencia de la República", una comunicación Intergremial suscrita por Asomóvil, Andesco y CCIT.

Por último, se realizó un convenio con el Gobierno nacional para identificar y dispersar los apoyos monetarios a los beneficiarios del programa Ingreso Solidario.



TECNOLOGÍA Y EDUCACIÓN QUE TRANSFORMAN VIDAS



PROYECTO

COLOMBIA CONECTADA

ALCANCE

Conectamos hogares de estratos 1 y 2 de las principales ciudades del país, gracias a las donaciones de los colombianos, de Claro Colombia y de empresas aliadas.

Con más de \$289 millones en aportes, 1.441 familias colombianas de estratos 1 y 2 a nivel nacional fueron apadrinadas y accedieron a internet gratuito por un año, asegurando el acceso a oportunidades de educación, formación, empleo y emprendimiento. Por cada hogar conectado Claro Colombia conectó otro hogar.



PROYECTO

ESCUELAS CONECTADAS

ALCANCE

Conectamos instituciones educativas públicas a nivel nacional, garantizando que, con la tecnología, la conectividad y el Internet gratuito, más niñas, niños y adolescentes tuvieran acceso a educación y formación gratuita y virtual. En 2020 conectamos 11 instituciones educativas beneficiando a más de 22.000 estudiantes, educadores y personal directivo, para los procesos de alternancia y retorno a clases.

LOS NIÑOS Y LAS NIÑAS PRIMERO CON LA TECNOLOGÍA



PROYECTO

COPA CLARO POR COLOMBIA VIRTUAL 2020

ALCANCE

En 2019 se realizó la primera versión presencial de este torneo. En 2020 adaptándonos a las condiciones de aislamiento producto de la contingencia por la Covid-19, desarrollamos la Copa Claro por Colombia Virtual 2020.

Un proyecto de Claro por Colombia en alianza con Fútbol Con Corazón, el patrocinio de Huawei y el apoyo de Cisco-Webex, que creó una cancha virtual para fortalecer la integración familiar y los valores y habilidades para la vida de cerca de 1.600 niños, niñas y adolescentes de 47 comunidades vulnerables de los departamentos de Antioquia, Atlántico, Cauca y Valle del Cauca.



En alianza con: **FCC**

Con el patrocinio de: **HUAWEI**

20 ANOS CONECTADOS COLOMBIA

Con el apoyo de: **CISCO Webex**

Claro
POR COLOMBIA
TECNOLOGÍA QUE TRANSFORMA VIDAS

GRACIAS POR TU APOYO



LÍNEA DE ACCIÓN

INCLUSIÓN SOCIAL Y LABORAL

PROYECTO

INCLUSIÓN LABORAL DE POBLACIÓN VULNERABLE

ALCANCE

Desde el año 2019 Claro por Colombia promueve una ruta de inclusión social y laboral efectiva de personas de origen colombiano (jóvenes, mujeres cabeza de hogar y víctimas del conflicto) y migrantes, retornados y binacionales en situación de vulnerabilidad con el apoyo de nuestras empresas aliadas y terceros. En 2020 nuestro compromiso no se detuvo y por eso, en medio de la contingencia por la Covid-19, ajustamos nuestros procesos de selección a modalidad virtual y abrimos nuevas oportunidades laborales. Así, entre 2019 y 2020 formamos más de 293 personas de población vulnerable, 265 de ellas con colocación efectiva y 132 continúan vinculados laboralmente; es decir alcanzamos un indicador de permanencia laboral del 50%. Logrando así apalancar más de \$435.434.908 en recursos para la ejecución del proyecto.

En su ejecución, Claro por Colombia cuenta con aliados como la Agencia de Empleo y Emprendimiento de Compensar y la Agencia de Empleo del Minuto de Dios, con quien realiza el proceso de identificación, convocatoria, preselección y formación de los candidatos; la Embajada de Canadá y CUSO Internacional con el proyecto "Sustainable Colombian Opportunities for Peacebuilding and Employment" (SCOPE); Universidad Claro; y nuestros proveedores y terceros de los canales de comercialización y ventas.

LÍNEA DE ACCIÓN

VOLUNTARIADO

PROYECTO

VOLUNTARIOS POR LA VIDA

ALCANCE

En alianza con la Fundación Alquería Cavellier, la Gobernación de Cundinamarca y la Fundación Conectando Ideas, desde Claro por Colombia vinculamos a nuestro equipo de voluntariado en el proceso de caracterización e identificación de casos críticos de población vulnerable (adultos mayores, niños de 0 a 5 años y mujeres embarazadas) de Cundinamarca, frente a la emergencia sanitaria por la Covid-19.

140 personas de Claro y Global Hitss se unieron al equipo de voluntariado y realizaron un acompañamiento telefónico y aplicación de encuestas de caracterización. Con el apoyo de más de 500 voluntarios se realizaron 14.235 encuestas a ciudadanos (el 57,6% corresponde a mujeres y el 42,35% a hombres) de 113 municipios del departamento, identificando su nivel de riesgo (bajo, medio y alto).

PROYECTO

INCLUSIÓN LABORAL DE AUXILIARES TÉCNICOS DE INSTALACIÓN

ALCANCE

En medio de la contingencia y con el fin de asegurar la mejor experiencia al cliente, se ampliaron las capacidades de los aliados y la contratación de personas para el rol de auxiliares técnicos de instalación. Con el apoyo de la Agencia de Empleo y Emprendimiento de Compensar se vincularon laboralmente 316 personas, 118 de ellas jóvenes, 18 personas estrato 1 y 2, y dos víctimas del conflicto en Bogotá y municipios aledaños.

OTRAS ACCIONES DE NUESTRO COMPROMISO SOCIAL



PROYECTO

APOYO A LA ALCALDÍA DE BOGOTÁ –
CONECTIVIDAD CORFERIAS

ALCANCE

Entregamos a la Alcaldía Mayor de Bogotá y a la Secretaría Distrital de Salud, los elementos de conectividad para el área de Atención de Acompañantes y Acudientes del Centro Hospitalario Transitorio de Corferias. Esto incluyó una red de Internet fijo y Wi-Fi para la comunicación de familiares y acudientes con los pacientes hospitalizados vía kioskos. Adicionalmente, Claro proporcionó un sistema de comunicación Push to Talk por celulares inteligentes para el personal médico y asistencial, llamado Claro Directo, entregando 150 licencias durante seis meses en alianza con proveedores estratégicos.



PROYECTO

CAMPAÑA DE RECAUDO INTERNA

ALCANCE

Adelantamos una campaña interna con colaboradores y colaboradoras de Claro y Claro por Colombia, con el fin de recaudar fondos y entregar apoyos alimentarios a 7.330 hogares de aliados Claro, en medio de la coyuntura de la Covid-19. Por medio de esta campaña, alcanzamos el recaudo de más de \$87 millones y la compañía quintuplicó esa cantidad con una donación de \$498 millones. En total se donaron \$586,5 millones para apoyos alimentarios.



PROYECTO

CAMPAÑAS DE RECAUDO EXTERNAS

ALCANCE

#TeEntregoMiCorazón Desde Claro por Colombia y Claro Música nos unimos para apoyar la campaña de donación de la Fundación Cardio Infantil, en la cual los cantantes Cepeda y Fonseca lanzaron una canción para recaudar fondos que permitieran fortalecer la dotación de las Unidades de Cuidados Intensivos, UCI, del hospital en el marco de la coyuntura por la Covid-19.



PROYECTO

#SOSArchipiélago - PROVIDENCIA
Y SAN ANDRÉS NOS NECESITAN

ALCANCE

A raíz del impacto causado por el paso del huracán Iota en el archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina en el mes de noviembre, Claro por Colombia lideró una campaña de recaudo para la reconstrucción de la infraestructura educativa de la isla. Esta campaña inició con un aporte directo de Claro por valor de \$120 millones para la apertura del canal de recaudo. Así, y con el apoyo de los clientes postpago por medio del envío de mensajes texto SMS con la palabra SI al código 87889, y de los colaboradores y colaboradoras de la compañía se lograron recolectar \$600 millones para la reconstrucción de la Institución Educativa Junín, en Providencia, que fue destruida por el huracán Iota.



PROYECTO

#ColombiaCuidaAColombia

ALCANCE

En el marco de la alianza con Colombia Cuida Colombia, desde Claro abrimos un canal de recaudo para que los clientes postpago realizaran donaciones voluntarias enviando un mensaje de texto SMS con la palabra SI al Código 87889. La transmisión especial conto con la participación de más de 70 de los principales artistas, deportistas, humoristas y personalidades de los medios de comunicación del país que se sumaron para invitar a los colombianos a solidarizarse en favor de las personas afectadas por la pandemia. Más de 30.000 clientes de los servicios de Claro aportaron más de \$152 millones que fueron entregados a la Asociación Banco de Alimentos (ABACO) para la entrega de 1.530 mercados.



2.1.2. Soluciones diferenciadas y de apoyo para nuestros clientes

Mantuvimos una oferta de soluciones diferenciada para nuestros clientes que aseguró la conectividad y el entretenimiento en los momentos más críticos del aislamiento, con el soporte de canales de atención efectivos y oportunos:

PRODUCTO PREPAGO

- Retiro del IVA y entrega 2X1 en paquetes prepago durante la cuarentena.
- 10 MB adicionales de obsequio por compra de paquetes.
- 200 mensajes de texto para usuarios sin saldo.
- Recargas en línea para usuarios prepago bancarizados y no bancarizados y para recargas mayores a \$1.000 en promedio, se incluyeron gratis algunas aplicaciones como WhatsApp, Facebook y 100 MB por un periodo de 3 días promedio.

CLIENTES EMPRESARIALES

- Productos y servicios para apoyar a las empresas y negocios:
 - Incremento de capacidad de navegación, comunicación y conectividad a internet y Data-Centers.
 - Enlaces directos para mantener contacto con sus clientes.
 - Herramientas de colaboración con meses gratis: Teams, Cisco Webex y Google. De forma específica, a los clientes empresariales se les permitió acceso gratuito a herramientas de trabajo remoto, directamente o en conjunto con nuestros aliados Microsoft y Cisco. Inicialmente esta medida se implementó hasta el 30 de mayo, renovable mensualmente hasta por 6 meses.

- Soluciones para asambleas virtuales.
- PBX Móvil.
- Atención oportuna mediante aplicación y canal telefónico, con nuevas funcionalidades como pagos parciales e información de trámites.
- Productos y servicios para apoyar a las comunidades:
 - Planes móviles para estudios financiados por universidades.
 - Kit estudiante: plan móvil y dispositivo de conexión.
 - Clínica Digital_Mi Doctor: Solución para atención remota al paciente mediante App y dispositivos de monitoreo.

PRODUCTO POSTPAGO

- Ajustes en el cobro del IVA para ampliar el acceso a servicios de telecomunicaciones.
- Más datos y más velocidad para 5 millones de usuarios.
- 1 GB de navegación a 2 millones de usuarios por instalar CoronApp, libre navegación para control y seguimiento de la Covid-19.
- Señal abierta de televisión con todos los canales básicos y servicios premium de manera temporal.
- Alianza Claro Club con laboratorios y APP para analizar pruebas de Covid-19 y recibir asesoramiento diagnóstico.
- Entregas con mayores velocidades sin costo adicional para nuestros clientes. Para aquellos que tenían un plan con 10 MB, fueron beneficiados con 30 MB, los de 20 MB con 50 MB, y los de 40 MB con 100 MB. A los clientes convergentes se les otorgó un beneficio adicional.

SEGMENTO
CLIENTES

ACCIONES
DESTACADAS

SEGMENTO CLIENTES

ACCIONES DESTACADAS

TIENDA CLARO

- Lanzamiento de plataforma de compra online con descuentos y promociones.
- Disposición de diferentes opciones de pago.

MI CLARO APP / WEB

- Generación y control de turnos en los Centros de Atención y Ventas – CAV para optimizar controles de bioseguridad.
- Simplificación del proceso de pago para clientes que reciben su factura por medios digitales.
- Nuevas opciones para el trámite de solicitudes y la adquisición de servicios desde la aplicación.
- Compra y recarga de paquetes con cargo a la factura.
- Servicios adicionales a través de la App Empresas y Negocios.
- Facilidad de pagos parciales para personas, empresas y negocios.

CAMPAÑAS PARA CLIENTES EN GENERAL

- Campaña de educación para el uso responsable de la red.
- Estrategia para incentivar el uso de canales digitales para trámites y procesos.
- Entrega de más de 75.000 kits de desinfección y protección con SIM cards y elementos de bioseguridad para tenderos en todo el país.
- Entrega de SIM cards a colegios y alcaldías para garantizar conectividad a estudiantes y personas que no contaban con acceso.
- Programas de comunicación por segmentación para incentivar el uso de aplicaciones de home office.
- Desde el inicio del aislamiento preventivo obligatorio se abrió la grilla de canales del servicio de televisión, entregando el mejor paquete de la oferta a todos nuestros clientes y la apertura, por algunos días, de las señales de Fox Premium (20 al 31 de marzo de 2020) y HBO Premium (17 al 21 de abril de 2020) sin costo adicional.
- Además de lo anterior, en la oferta comercial de más de 25 ciudades, por el mismo valor, los usuarios tuvieron mayor velocidad de su servicio de Internet por la misma tarifa; concretamente en los planes de 30 MB entregamos 50 MB, en la de 50 MB entregamos 80 MB, y en la de 100 MB entregamos 120 MB con cualquier empaquetamiento.



CANALES DE VENTA

- Focalización de la estrategia comercial y de venta en los canales no presenciales (telefónicos y digitales) con capacidad de operación y fuerza de ventas ampliada.
- Optimización de procesos y fortalecimiento de herramientas para atender de manera oportuna y segura las necesidades de nuestros clientes.
- Fortalecimiento de medidas de seguridad electrónica para ventas por canales digitales y servicios de internet.
- Protocolos para el manejo de enfermedades y mitigación de riesgos de contagio en los canales de venta y capacitaciones virtuales al personal encargado.
- Campañas con contactos no presenciales por medio de mensajes de texto, cuñas radiales y medios digitales.
- Paquete de ayudas a los agentes comerciales.
- Promociones y beneficios en paquetes para incentivar el consumo durante el periodo más crítico del aislamiento.
- Reapertura de puntos de venta con protocolos de bioseguridad para garantizar la salud y bienestar de nuestros colaboradores, colaboradoras y clientes.
- Reactivación comercial coordinada con la apertura de las ciudades para acelerar la recuperación económica.
- Señalización interna y externa, rutinas de desinfección por aspersion, y entrega de elementos de protección personal en los CAV.

2.1.3. Cuidamos y apoyamos a nuestros colaboradores y colaboradoras

Nuestro talento humano es la fuerza que impulsa y moviliza el impacto de nuestros servicios. Por ello, nos esforzamos por garantizar su salud y la de sus familias en todo momento:

Protocolos de bioseguridad

- Definición e implementación de protocolos de bioseguridad según la normatividad emitida por las entidades de Gobierno para el funcionamiento de operaciones presenciales y rutas de transporte.
- Implementación de modelo de alternancia para asegurar la oferta de valor a nuestros clientes y el cuidado de nuestra gente.
- Distribución y entrega de elementos de protección personal y de bioseguridad necesarios por tipo de operación.
- Control y seguimiento permanente al cumplimiento de los protocolos en las sedes de trabajo.
- Adecuación de todas las sedes administrativas y técnicas con medidas de distanciamiento, procedimientos para uso de ascensores, instalación de geles, alcohol, señalización informativa, desinfecciones, entrega de kits de bioseguridad a todo el talento humano claro y protocolo de aseo.



ACCIONES

Mecanismos de prevención

- Contenidos educativos y capacitaciones virtuales sobre prevención y manejo frente a la Covid-19: Tú te cuidas, nosotros te cuidamos, pandemia Coronavirus.
- Acompañamiento a líderes a través de webinars, artículos y otros materiales informativos.
- Conferencias de autocuidado en casa con el epidemiólogo Fernando Forero.
- Implementación del modelo de trabajo remoto para el 90% de los practicantes y aprendices.
- Procesos de atracción, formación, desempeño, sucesión y liderazgo del talento humano realizados de manera virtual.
- Plan de actividades de bienestar para fomentar las redes de apoyo, asesoría psicológica para el manejo de emociones, actividad física, entre otros, con el propósito de contribuir a mantener equilibrio entre la vida familiar y laboral.

Seguimiento de casos Covid-19

- Implementación de la App Monitor de la Fundación Carlos Slim, como mecanismo de reporte, monitoreo y seguimiento de personal con casos sospechosos y confirmados de Covid-19.
- La aplicación está siendo utilizada por más de 9.000 colaboradores y colaboradoras de todo el país.



2.1.4. Mecanismos de gobernanza en medio de la Covid -19

Conscientes de la importancia de los servicios de telecomunicaciones durante la contingencia, establecimos medidas para responder de manera oportuna y ágil a las necesidades de nuestros públicos de interés, entre las que se encuentran:

- 1 **Activación** de una Sala de Crisis para la gestión de los planes de contingencia, junto con un modelo de atención a las entidades de vigilancia y control del Gobierno.
- 2 **Análisis** y aseguramiento de la observancia de las más de 200 normas expedidas por las entidades de Gobierno nacional, regional y municipal en los lugares donde tenemos cobertura.
- 3 **Implementación** y socialización de las diferentes normas y protocolos de bioseguridad en todas las áreas y operaciones de la Compañía.
- 4 **Participación** en los diferentes espacios generados por los gremios y entidades del Gobierno para presentar comentarios y **asegurar la continuidad de los servicios de telecomunicaciones y conectividad** en el país.

2.1.5. Relacionamiento con entidades de Gobierno

En línea con el compromiso corporativo con la seguridad y la salud y la prestación de los servicios de TIC, implementamos las diferentes normas expedidas por el Gobierno nacional, el Ministerio de Salud y Protección Social, la Comisión de Regulación de Comunicaciones – CRC y la Superintendencia de Industria y Comercio:

- **Circular Conjunta del Ministerio de Salud y Protección Social y el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones** donde se fijaron las medidas preventivas y de mitigación para contener el avance de la Covid-19 en el sector.
- **Resolución 666 del Ministerio de Salud y Protección Social**, por la cual se adoptó el protocolo general de bioseguridad para mitigar, controlar y realizar el adecuado manejo de la pandemia.
- **Decreto 464 de 2020**, modificado por el **Decreto 555 de 2020**, a través del cual se definieron las condiciones para asegurar la continuidad de servicios de telecomunicaciones (voz y datos) en usuarios postpago y prepago. De acuerdo con el Decreto 555 de 2020, a los usuarios en planes postpago con cargo fijo mensual no ma-

yor de \$71.214, que se atrasaron en el pago de sus planes, se les otorgó, por una única vez, un plazo adicional de 30 días durante en el cual no se suspendió el servicio y se concedieron 500 MB de navegación. En caso de no realizar el pago luego de esos 30 días, se suspendió el servicio pero se conservó un mínimo vital de envío sin costo de 200 SMS, acceso sin costo a 20 URL dadas por el Gobierno nacional y posibilidad de realizar recargas en prepago. Para los usuarios prepago que no realizaran recargas, se les concedió por una sola vez 200 SMS sin costo.

- **Decreto 540 de 2020**, a través del cual el Gobierno nacional ordenó que durante cuatro meses los servicios de voz e internet móviles estuvieran exentos del impuesto sobre las ventas (IVA).
- **Resoluciones 5951, 5969, 5991, 6058 y 6113 de 2020**, en las que la CRC determinó que durante la emergencia los operadores de telecomunicaciones no debían cobrar intereses de mora, con ocasión de las sumas que no hubieran sido pagadas oportunamente por parte de los usuarios móviles y que estaban asociadas a la facturación de dichos servicios.
- **Decreto 682 de 2020**, conforme con el cual se ordenó la realización de tres días en los cuales no se cobraría el impuesto a las ventas (IVA) a determinados productos.



Reporta tu condición de salud

No bajemos la guardia

-  Lava tus manos con agua y jabón durante 20 segundos
-  Utiliza tapabocas
-  Mantén el distanciamiento físico

claro
Para ti primero

Si te cuidas tú, nos cuidas a todos.

28

03

**GENERANDO VALOR
A NUESTROS GRUPOS
DE INTERÉS DESDE
LA SOSTENIBILIDAD**

Nuestro compromiso con la sostenibilidad es posible a través de las acciones y proyectos de nuestro programa **“Claro por Colombia”**. Así aportamos con tecnología para mejorar la calidad de vida de los colombianos y generar mayores oportunidades de accesibilidad y conectividad.

Nuestra meta es:
**¡Tecnología que
transforma vidas!**

Claro[!]
POR COLOMBIA

TECNOLOGÍA QUE
TRANSFORMA VIDAS



3.1. CLARO POR COLOMBIA, NUESTRO PROGRAMA DE SOSTENIBILIDAD

La gestión sostenible la desarrollamos en alineación con los lineamientos de nuestro holding **América Móvil**, integrante del Dow Jones Sustainability MILA Pacific Alliance Index (DJSI MILA) desde el 2019. Así, aseguramos la continuidad de las operaciones en el largo plazo, entendiendo la sostenibilidad como todas aquellas acciones encaminadas a mantener el balance en la **triple cuenta (ambiental, social y económico) y que generan un verdadero valor para nuestros grupos de interés.**

3.1.1. Nuestros grupos de interés

(GRI 102-40, 102-42)

Como parte de nuestra estrategia de sostenibilidad, en Claro entendemos que es importante mantener un relacionamiento directo y oportuno con todos nuestros grupos de interés. Por ello, gestionamos de manera integrada los ámbitos económico, social y ambiental.

Desde Claro por Colombia identificamos a los interlocutores clave, priorizándolos según los siguientes 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.

Y gestionando nuestro relacionamiento con las siguientes partes interesadas:



(GRI 102-21)

Los procesos de consulta con los grupos de interés son delegados por nuestro máximo órgano de gobierno en algunos de los directivos de áreas de: Dirección Corporativa de Gestión Humana (colaboradores y colaboradoras), Dirección Corporativa de Planeación Estratégica y Compras (proveedores) y las Direcciones Corporativas de Jurídica y Asuntos Societarios y Asuntos Regulatorios y Relaciones Institucionales (entes de control, entidades de Gobierno y comunidad en general), entre otros.

3.1.2. Nuestro modelo y canales de relacionamiento

(GRI 102-43)

Para garantizar un óptimo relacionamiento y propender por la **generación de valor para nuestros grupos de interés**, en Claro hemos dispuesto los siguientes canales que nos permiten conocer sus necesidades y anticiparnos con **soluciones innovadoras, ágiles y sostenibles** a sus necesidades:

Grupos de interés



Socios/inversionistas

Nos apoyan para lograr el crecimiento y la estabilidad económica que necesitamos para cumplir nuestros compromisos estratégicos.

- Frecuencia: permanente

Canales de comunicación



Oficina de atención al inversionista



Estudio de reputación



Asamblea



Colaboradoras y colaboradores

Las mujeres y los hombres que conforman nuestro equipo de trabajo son el motor que mueve nuestra Compañía, sin ellas y ellos no podríamos cumplir con nuestra misión de lograr que los colombianos tengan acceso a productos y servicios de la más avanzada tecnología en telecomunicaciones. Nos preocupamos por su bienestar y estamos comprometidos con ser el mejor empleador.

- Frecuencia: permanente

Canales de comunicación



Canales de diálogo interno



Encuesta de clima laboral



Encuesta de RADAR Cultura Organizacional



Clientes

Son nuestra razón de ser y nuestro aliado más importante. Trabajamos para que nuestros clientes estén conectados y puedan comunicarse con el mejor servicio y la mejor atención que podamos brindarles.

- Frecuencia: permanente

Canales de comunicación



Canales de atención y autoatención



Estudios de satisfacción



Estudio de reputación



Comunidades

Aportamos a la construcción de un mejor país, generando más oportunidades de acceso y conectividad a los colombianos, especialmente a aquellos que están en las zonas más apartadas y pertenecen a comunidades vulnerables.

- Frecuencia: permanente

Canales de comunicación



Estudio de reputación



Estudio de marca



Proveedores, aliados y terceros

Trabajamos en conjunto con nuestros proveedores y aliados para cumplir con nuestros objetivos. Nos esforzamos porque su gestión esté en línea con nuestros principios y valores, logrando garantizar la calidad en toda nuestra cadena de valor.

- Frecuencia: permanente

Canales de comunicación



Encuesta de proveedores, terceros y aliados



NPS



Distribuidores y agentes

Son nuestro soporte para atender las necesidades y expectativas de nuestros clientes, nos permiten entregar productos y servicios siempre con la mejor experiencia.

- Frecuencia: permanente

Canales de comunicación



Encuesta a distribuidores y agentes



Gobierno

Los entes reguladores y demás estamentos gubernamentales son aliados importantes para nuestra operación. Estamos comprometidos con el cumplimiento de las normativas y regulaciones vigentes. Tenemos una relación transparente y colaborativa con las instituciones, y contribuimos a la transformación digital y social de Colombia.

- Frecuencia: permanente

Canales de comunicación



Diálogos con entidades de Gobierno

3.1.3. Nuestros asuntos materiales

(GRI 102-44, 102-47)

En Claro **lideramos el proceso de actualización y validación de nuestro análisis de materialidad al cierre del año 2020**, el cual finalizó en el primer trimestre del 2021. En el marco de esta labor realizamos una revisión exhaustiva de la planeación estratégica, los riesgos de la operación y las iniciativas que los estándares en sostenibilidad proponen para la gestión en materia social, económica y ambiental. Tuvimos en cuenta los asuntos que veníamos trabajando en años anteriores y analizamos el contexto y dinámica del sector de tecnologías de la información y las comunicaciones – TIC a nivel nacional e internacional, y las expectativas actuales y futuras de nuestros grupos de interés.



Adicionalmente, **los asuntos materiales** se validaron por medio de encuestas aplicadas a nuestros principales grupos de interés: colaboradores y colaboradoras, proveedores y distribuidores, clientes de la Unidad de Mercado Corporativo (UMC) y el Comité Directivo:



Más de 2.000 colaboradores de todos los niveles de la Compañía



277 proveedores de la cadena de valor

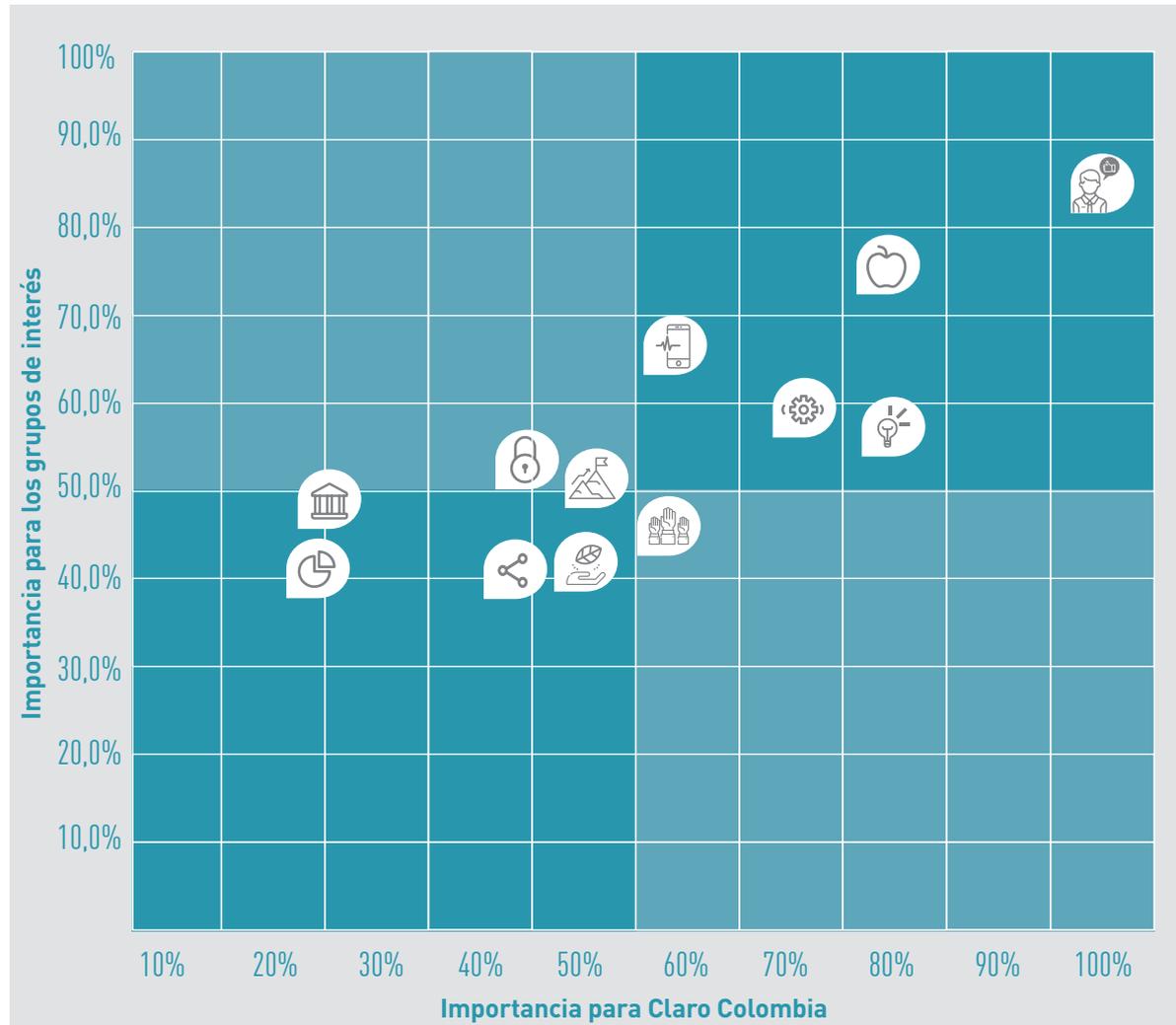


196 clientes del segmento empresas y negocios



11 miembros del Comité Ejecutivo de la Compañía

Este ejercicio permitió la identificación de nuestros actuales **asuntos materiales en materia de sostenibilidad**, en los cuales debemos enfocar nuestros esfuerzos en los próximos años:



Teniendo en cuenta el nivel de importancia tanto para nuestros grupos de interés como para la compañía, los asuntos materiales con mayor relevancia, son: **Experiencia al cliente** y **Salud y bienestar de los colaboradores y colaboradoras**. Seguidos por **Innovación y transformación digital** y **Tecnología, conectividad y cobertura**, asuntos claves y coherentes con nuestras prioridades de servicio y las tendencias globales y nacionales para avanzar en el cierre de las brechas digital y social y proyectos de última milla. Sin duda estos serán nuestros elementos orientadores para **gestionar nuestra sostenibilidad y asegurar la competitividad de la operación y el valor para nuestros interesados**.

-  Experiencia al cliente
-  Salud y bienestar de las colaboradoras y colaboradores
-  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

De esta manera, este Informe de Sostenibilidad 2020 da cuenta de la gestión de los asuntos materiales identificados bajo la metodología de estándares GRI.

3.2. CONTRIBUCIÓN A LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE – ODS

Desde el 2019, **Claro por Colombia** realizó la alineación de su estrategia de sostenibilidad para aportar a la agenda 2030 de Naciones Unidas y **los Objetivos de Desarrollo Sostenible – ODS** y sus metas. Además, durante el 2020, desde Claro nos vinculamos como socios implementadores del **SDG Corporate Tracker**, una iniciativa liderada por el Departamento Nacional de Planeación – DNP, el Programa de las Naciones Unidas – PNUD, el Global Reporting Initiative – GRI y Business Call To Action, para medir el aporte consolidado del sector privado al cumplimiento de los ODS. Estamos seguros que a partir de este trabajo articulado y vinculando a los miembros de nuestra cadena de valor, **aportamos a los procesos transformación digital, social y ambiental de Colombia y el mundo.**

Estamos seguros de que a partir de este trabajo articulado y vinculando a los miembros de nuestra cadena de valor, aportamos a los procesos transformación digital, social y ambiental de Colombia y el mundo.



OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE – ODS



META	LOGRO
<p>META 4.1.</p> <p>Asegurar que todas las niñas y los niños terminen la enseñanza primaria y secundaria, que ha de ser gratuita, equitativa y de calidad y producir resultados de aprendizaje pertinentes y efectivos.</p>	<p>976.997 colombianos registrados en PruebaT. Entre ellos, 883.000 estudiantes, más de 63 mil docentes y educadores, 8.000 directivos y 21.000 padres de familia, quienes realizaron más de 173.000 lecciones educativas en la plataforma virtual y gratuita: PruebaT (https://pruebat.org/) desarrollada por la Fundación Carlos Slim.</p> <p>Además, 139.867 usuarios registrados en Aprende.org en todo el país, el 50,5% son mujeres y el 49,4% son hombres. Una plataforma viva y aplicación móvil desarrollada por la Fundación Carlos Slim 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.</p>
<p>META 4.4.</p> <p>Aumentar sustancialmente el número de jóvenes y adultos que tienen las competencias necesarias, en particular técnicas y profesionales, para acceder al empleo, el trabajo decente y el emprendimiento.</p>	<p>Más de 602.355 colombianos registrados en Capacítate para el Empleo. Logramos 87% de incremento en el número de usuarios con respecto a cierre 2019, así como un promedio de cursos por usuario de 3,42. Lo anterior, a través de la plataforma virtual y gratuita de formación complementaria para el empleo y el emprendimiento: Capacítate para el Empleo (https://capacitateparaempleo.org/) desarrollada por la Fundación Carlos Slim.</p>



META	LOGRO
------	-------

META 5.5.

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

Obtuvimos el Sello Plata de Equipares por parte de la Presidencia de la República, el Ministerio de Trabajo de Colombia, el PNUD y la Consejería Presidencial para la Equidad de la Mujer, como resultado de la implementación de acciones para asegurar la igualdad, la equidad de género y la paridad en nuestros colaboradores y colaboradoras.

META 5.b.

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

El 48.38% de los usuarios de Capacítate para el Empleo fueron mujeres, quienes accedieron gratuitamente desde cualquier parte del país a contenidos de calidad para capacitarse, certificarse y mejorar su perfil ocupacional para lograr un empleo o iniciar y consolidar un emprendimiento. Lo anterior, a través de la plataforma virtual y gratuita Capacítate para el Empleo (<https://capacitateparaempleo.org>) desarrollada por la Fundación Carlos Slim.

Y el 50,5% de los usuarios de Aprende.org fueron mujeres, quienes aprendieron desde educación inicial hasta superior.



META 7.2.

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

El 77,44% de la energía consumida por nuestra operación fue limpia y renovable. 3,45% más de uso en energías limpias que en 2019. Este valor incluye la energía comercial y autogenerada de Claro en Colombia.



META 8.2.

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

Creamos el primer Concurso de Innovación Claro con tres categorías de participación: reducción de costos y gastos, incremento en ingresos y mejora en procesos. En total se registraron 320 iniciativas y se seleccionaron 54 proyectos para ejecución durante el 2021:

- 10 en la categoría de ahorro de costos y gastos.
- 9 en la categoría de incremento en ingresos.
- 35 en la categoría de mejora de procesos.

META

LOGRO



META 8.5.

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

Más de 8.271 colaboradoras y colaboradores directos hacen parte de la familia Claro y 2.119 de Global Hitss.

Mediante nuestra cadena de valor generamos más de 50.000 empleos formales.

Con nuestra ruta de inclusión laboral y social logramos la vinculación de personas en condición de vulnerabilidad en los canales de tropas, call center y auxiliares técnicos de instalación, con alianzas estratégicas con la Embajada de Canadá, Cuso, Universidad Claro y las Agencias de Empleo y Emprendimiento de Compensar y Minuto de Dios. Más de 581 fueron personas contratadas y apalancamos \$597.372.862 de recursos.

A través de la alianza entre la Agencia de Empleo y Emprendimiento de la Caja de Compensación Compensar y la Fundación Carlos Slim, en 2020 se remitieron 1.032 personas en condición de vulnerabilidad a vacantes con un total de 417 oferentes con colocaciones efectivas, que se formaron con plataforma virtual y gratuita Capacítate para el Empleo (<https://capacitateparaeempleo.org/>).



META 8.6.

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

Ampliamos las capacidades de nuestros terceros y aliados, y así logramos la contratación de personas para el rol de auxiliares técnicos de instalación, se vincularon laboralmente 316 personas, 118 de ellas jóvenes, 18 personas estrato 1 y 2, y 2 víctimas del conflicto en Bogotá y municipios aledaños.



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 2020.

En el año instalamos 225 nuevas estaciones base en lugares como: Siapana, comunidad de Uribía en la alta Guajira; Itsmina en Chocó; La Victoria, la puerta del Amazonas colombiano, el corregimiento guardián de la selva amazónica; comunidades de Albania, Naranjito y San Roque, en Putumayo; vereda de Monguí en el Huila, entre otros.

Durante más de 20 años hemos logrado una cobertura en el 99% de las cabeceras municipales y fibra óptica en 110 ciudades del país.

Con más de \$289 millones en aportes para el proyecto Colombia Conectada, 1.441 familias colombianas de estratos 1 y 2 a nivel nacional fueron apadrinadas y accedieron a Internet gratuito por un año, asegurando el acceso a oportunidades de educación, formación, empleo y emprendimiento. Por cada hogar conectado Claro conectó otro hogar.



OBJETIVO 8:
Trabajo decente
y desarrollo
económico



OBJETIVO 9:
Industria, innovación
e infraestructura

META

LOGRO



META 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.

Con la ruta de inclusión social y laboral entre 2019 y 2020 formamos más de 293 personas de población vulnerable de origen colombiano y migrantes, 265 de ellas con colocación efectiva.

Lo anterior, gracias a las alianzas que nuestro programa Claro por Colombia ha mantenido con la Embajada de Canadá y CUSO Internacional con el proyecto Sustainable Colombian Opportunities for Peacebuilding and Employment (SCOPE); Universidad Claro; y nuestros terceros y proveedores de los canales de comercialización y ventas.



META 12.2.

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

El consumo de agua dentro de la organización se redujo en 27% frente al registrado en 2019.

META 12.5.

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

Con el Proyecto de Logística Inversa se garantizó el adecuado aprovechamiento de 774,5 toneladas de residuos provenientes de antenas, equipos electrónicos, guía de onda (cobre, aluminio, cable coaxial, papel, cartón, plástico y policarbonato). Esta es una iniciativa de economía circular.



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 2020 consolidamos alianzas estratégicas y sostenibles con entidades públicas y privadas, así como con organizaciones sociales y agentes de cooperación internacional, generadas desde nuestro programa Claro por Colombia. Estas alianzas nos permitieron generar mayores impactos positivos con acciones sociales que benefician y mejoran la calidad de vida de los colombianos, especialmente de los más vulnerables. Algunas de estas alianzas son con: UNICEF, la Fundación Carlos Slim, el Ministerio de Educación Nacional, la Agencia de Empleo y Emprendimiento de Compensar y la Agencia de Empleo del Minuto de Dios, la Embajada de Canadá, Cuso Internacional, Fútbol con Corazón, Fundación Cardioinfantil, Banco de Alimentos de Bogotá y la Fundación Alquería Cavellier, entre otros.

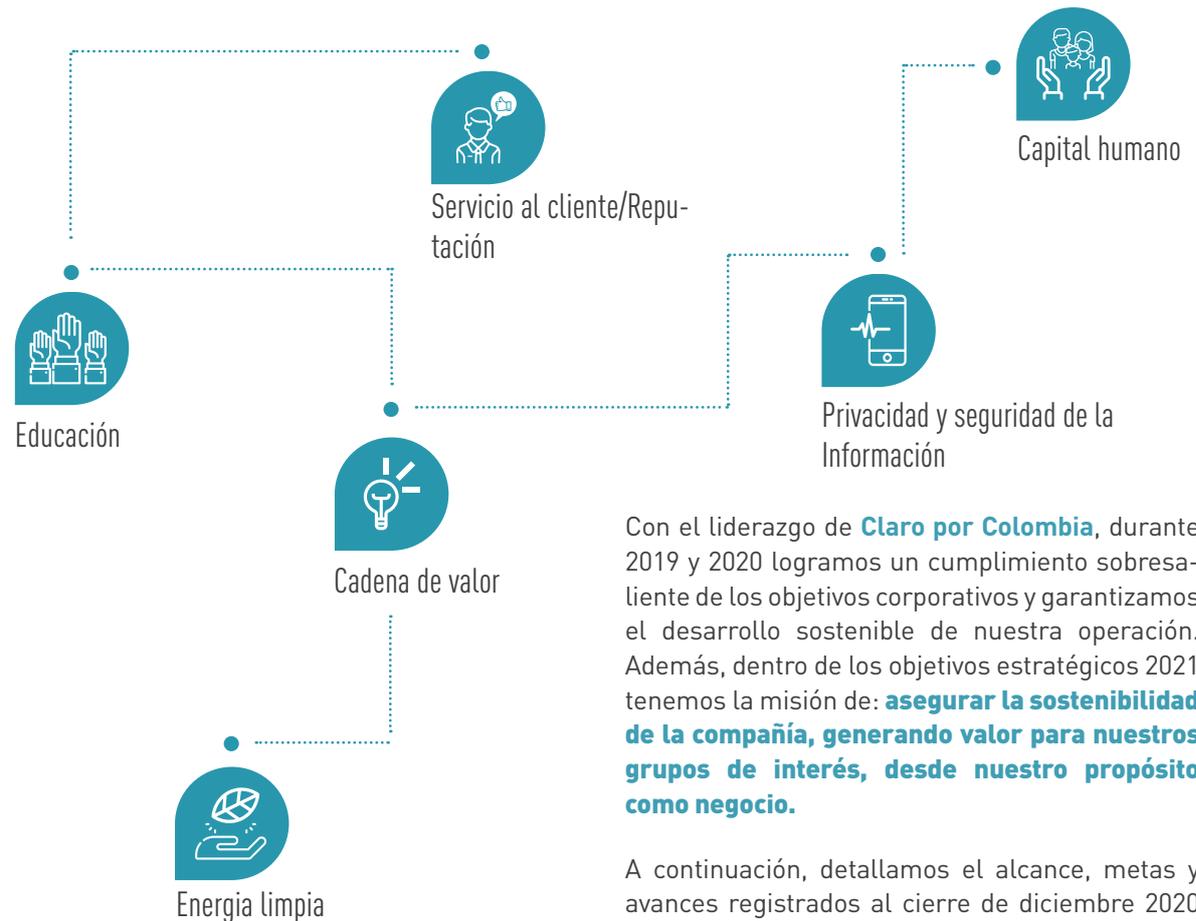


3.3. ESTRATEGIA DE SUSTENTABILIDAD INTELIGENTE Y LOS OBJETIVOS DE SUSTENTABILIDAD DE NUESTRO HOLDING AMÉRICA MÓVIL – AMX

Desde el 2019, nuestro holding América Móvil (AMX) diseñó la estrategia **Sustentabilidad inteligente** para asegurar que nuestra visión de negocio esté alineada con las mejores prácticas internacionales de sustentabilidad y sostenibilidad en el largo plazo. Bajo este marco y de acuerdo con los Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, se definieron los **Objetivos de Sustentabilidad 2020** con el propósito que las distintas operaciones implementáramos iniciativas innovadoras para gestionar acciones en torno a: reducir el impacto ambiental, contribuir a la mitigación del cambio climático, trabajar y desarrollar nuestra cadena de valor, asegurar la privacidad de nuestros clientes, entre otros.

Con este gran compromiso, **en 2020 AMX y todas las operaciones nos unimos a los esfuerzos de las Naciones Unidas y GSMA para contribuir a limitar el calentamiento global a 1,5 °C hacia el 2030, y convertirnos en carbono neutral para 2050.**

Los **Objetivos de Sustentabilidad 2020** se encuentran divididos en las siguientes categorías:



Con el liderazgo de **Claro por Colombia**, durante 2019 y 2020 logramos un cumplimiento sobresaliente de los objetivos corporativos y garantizamos el desarrollo sostenible de nuestra operación. Además, dentro de los objetivos estratégicos 2021 tenemos la misión de: **asegurar la sustentabilidad de la compañía, generando valor para nuestros grupos de interés, desde nuestro propósito como negocio.**

A continuación, detallamos el alcance, metas y avances registrados al cierre de diciembre 2020 de los **Objetivos de Sustentabilidad 2020**:



ENERGÍA RENOVABLE



Objetivo

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



Línea Base Dic 2018

74.01%⁴.



Avance Dic 2020

74.64%.

Entre enero 2019 y diciembre 2020, se registró un porcentaje promedio de 76,91% de energía limpia en la operación. En diciembre 2020 alcanzamos la cifra más alta con un 81,17%.



Proyectos implementados

- Implementación de 30 soluciones de energías limpias con red comercial y autogenerada (Paneles solares- ACPM-Baterías) en estaciones bases en operación 7X24, En 2020 con la energía autogenerada por paneles solares, en total se consumieron 241.000 KWh y solo se emitieron 32,6 toneladas de CO₂.
- Cambio de luminarias a LED (edificios administrativos y CAV).
- Renovación tecnológica en plantas eléctricas fase 1.
- Optimización de consumos de energía en el edificio administrativo de Plaza Claro: apagado de luces y equipos.
- Migración a comercializadoras de energía mercado regulado de 354 cuentas, y de cuentas de energía a mercado no regulado.
- Como resultado de estas acciones, durante el 2020 en total se generaron 1,2 millones de toneladas de CO₂ y se registró un promedio de 79,49% en el consumo de energías limpias.

⁴ 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.





CAPITAL HUMANO



Objetivo

Objetivo 2: 0 fatalidades para 2020.



Línea Base Dic 2018

2 fatalidades.



Avance Dic 2020

0 fatalidades entre diciembre 2018 y 2020.
Acumulado 2020: 92 frecuencia total de accidentalidad y 648 días perdidos.



Proyectos implementados

- Estrategia de prevención de accidentes de tránsito - Seguridad Vial: capacitación (meta cobertura anual 75%) Inspecciones (meta de cobertura 80%). acciones emprendidas:
 - Capacitación a colaboradores motociclistas en normas de seguridad, políticas de seguridad vial, accidentes de tránsito. Cumplimiento del 100%.
 - Programación de inspecciones de verificación de condiciones mecánicas de motocicletas de colaboradores del área Ingeniería. Cumplimiento del 100%.
 - Revisión documental para conductores de vehículos asignados a Proyecto ODA (Operación de Directos de Acceso), cumplimiento de pilar de plan estratégico de seguridad vial. Cumplimiento del 100%.
- Estrategia de prevención de riesgo eléctrico: capacitación (meta de cobertura anual 100%):
 - Formación virtual en Prevención y protección para Riesgo Eléctrico. Cumplimiento del 86%.
- Estrategia de prevención de accidentes en trabajo en alturas: capacitación (meta de cobertura anual 100%)
 - Formación en los diferentes niveles de trabajo seguro en alturas. Nivel reentrenamiento:
 - Colaboradores programados 251. Certificados 202. Cumplimiento del 88%.
 - Nivel coordinador: colaboradores programados 78. Certificados 60 con un cumplimiento del 76%.
- Estrategia de intervención control tareas de alto riesgo:
 - Realización de visitas e inspecciones de seguridad a estaciones base ubicadas en diferentes lugares de Regional. Cumplimiento del 100%.
 - Socialización de nueva herramienta de control de tareas de alto riesgo en WFM (Work Force Management): trabajo en alturas, trabajo con tensión eléctrica, manejo de semovientes, uso de camión canasta, uso de transporte fluvial e inspecciones pre operacionales de vehículos. Cumplimiento del 100%.
 - Programa de gestión de la accidentalidad.





CAPITAL HUMANO



Objetivo

Objetivo 3: evaluar a más del 80% de nuestros colaboradores para el 2020.



Línea Base Dic. 2018

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



Avance Dic. 2020

El 96,64% del equipo de talento humano fue evaluado.



Seguimiento

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



Objetivo

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.



Línea Base Dic 2018

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



Avance Dic 2020

88.46% fue el resultado global de clima laboral para 2020. Con una participación del 96,5% de los colaboradores y colaboradoras. Es decir, un aumento del 5,38% con respecto a 2019 y del 13,77 frente a 2018.



Proyectos implementados

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

educación en todos los rincones del país



EDUCACIÓN



Objetivo

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.



Línea Base Dic. 2018

199.186 usuarios registrados en Capacítate para el Empleo a diciembre 2018.

619.764 usuarios registrados en PruebaT a diciembre 2018.



Avance Dic. 2020

202% de incremento en el número de usuarios en Capacítate para el Empleo entre diciembre 2018 y 2020. Para un total de: 602.355 registrados a cierre diciembre 2020 con un promedio de 3,42 de cursos por usuario.

51% de incremento en el número de usuarios en PruebaT entre diciembre 2018 y 2020. Para un total de: 937.740 registrados a cierre diciembre 2020.



Proyectos implementados

- Difusión 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.
- Desarrollo de alianzas estratégicas con el Ministerio de Educación Nacional y la Agencia de Empleo y Emprendimiento de Compensar. Así como acercamientos con nuevas organizaciones como: Cámara de Comercio de Bogotá, Federación Nacional de Cafeteros, Fundación Bavaria, Fenalco, Fútbol con Corazón, etc.
- Con estas acciones en diciembre 2020 se alcanzaron los siguientes resultados en comparación al mismo periodo del año inmediatamente anterior:
 - **87%** de incremento en el número de usuarios registrados en Capacítate para el Empleo con un promedio de 3,42 de cursos por usuario (<https://pruebat.org>).
 - **4.2%** de incremento en el número de usuarios registrados en PruebaT (<https://pruebat.org>).
 - **139.867 usuarios** accedieron a los contenidos de Aprende.org (<https://aprende.org/>).



Capacítate
para el empleo

FUNDACIÓN
Carlos Slim



FUNDACIÓN
Carlos Slim



SERVICIO AL CLIENTE - REPUTACIÓN



Objetivo

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



Línea Base Dic. 2018

22,8% de NPS de marca.



Avance Dic. 2020

El NPS para la compañía en 2020 fue de 39,7%⁵.



Proyectos implementados

Cálculo del indicador de NPS Total 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 trimestre móvil.

⁵ El indicador anual de 2018 es calculado utilizando la metodología de medición anterior al Customer Journey, por lo cual este no es 100% comparable con los demás indicadores (el cambio en la medición incidió sobre los resultados obtenidos en 2019, en los que el NPS cerró en 41%).



SOLUCIONES

para llevar su empresa al siguiente nivel tecnológico y digital



CADENA DE VALOR



Objetivo

Objetivo 7: 100% de proveedores y distribuidores alineados a un nuevo Código de Proveedores corporativo para el 2020 con respecto a nuestra base de proveedores de 2018.



Línea Base Dic. 2018

0%.



Avance Dic. 2020

1.329 proveedores y distribuidores adheridos a la política de un total de 1.343. Es decir, un avance del 99%.



Proyectos implementados

Desarrollo de un plan de acción para verificar el cumplimiento de los proveedores del nuevo **Código de Ética y Política de Integralidad Comercial de AMX**. Para el 2021 se van a mantener los mismos rangos mes a mes del 90 al 100% de los proveedores adheridos al nuevo código.



Objetivo

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



Línea Base Dic 2018

0% de proveedores evaluados en sustentabilidad.



Avance Dic 2020

67 proveedores TIER 1 evaluados con un cumplimiento del 100%.



Proyectos implementados

Desde 2019 se realizó la evaluación en criterios de sustentabilidad del **100% de los proveedores** categorizados como TIER 1.

Adicionalmente, Claro se vinculó como **socio implementador de la iniciativa SDG Tracker**, liderada por el Departamento Nacional de Planeación – DNP, el Programa de las Naciones Unidas – PNUD, el Global Reporting Initiative – GRI y Business Call To Action, con la intención de vincular a nuestra cadena de valor en este reporte sobre las contribuciones del sector privado al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible – ODS. Los proveedores que se ubican bajo la categoría de aliados, terceros y agentes reportaron su información en materia de sustentabilidad para las vigencias 2018 y 2019.





CADENA DE VALOR



Objetivo

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



Línea Base Dic. 2018

0% de los proveedores y distribuidores capacitados.



Avance Dic. 2020

100% del 30% de los proveedores locales capacitados a 15 de julio 2020.



Proyectos implementados

En 2020 se definió una nueva meta de la operación de Colombia para superar el 30% de los proveedores y distribuidores locales capacitados, buscando capacitar 730 de los 1.221 aliados locales.

A cierre de diciembre, se capacitaron 834 proveedores y distribuidores, cifra que corresponde a un avance del 100% en la meta y un 68% en el total de proveedores capacitados.





INNOVACIÓN



Objetivo

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



Línea Base Dic. 2018

No existía un premio de innovación.



Avance Dic. 2020

1 Premio Claro Colombia a la Innovación.



Proyectos implementados

Desarrollo del primer Concurso de Innovación Claro con tres categorías de participación: Reducción de costos y gastos, Incremento en ingresos y Mejora en procesos. En total se registraron 320 iniciativas y se seleccionaron 54 proyectos:

- 10 en la categoría de ahorro de costos y gastos.
- 9 en la categoría de incremento en ingresos.
- 35 en la categoría de mejora procesos.



PRIVACIDAD Y SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN



Objetivo

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



Línea Base Dic. 2018

100% de los procesos son transparentes.



Avance Dic. 2020

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



Proyectos implementados

Durante el 2020 se obtuvieron los siguientes resultados:

- Aseguramiento del 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, alcanzando 60% de aliados capacitados.
- 0,18% de las PQR generales registradas corresponden a datos personales de los clientes.



3.4. NUESTRO GOBIERNO CORPORATIVO

En Claro hemos establecido lineamientos claros para actuar de manera **transparente, íntegra y ética**. Hoy tenemos una imagen corporativa óptima, minimizamos la ocurrencia de los riesgos financieros, y ejecutamos acciones para alcanzar nuestras metas estratégicas y propósito superior de forma ética y honesta:

01

RECONOCIMIENTO

Ser la empresa de telecomunicaciones más recomendada por los colombianos.

02

CRECIMIENTO

Ser líder en crecimiento de la participación de mercado en ingresos de cada sector.

03

RENTABILIDAD

Aumentar la rentabilidad, ingresos y EBITDA de la Compañía.

Tenemos presente la transformación del mercado, por lo que 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 la pandemia y contingencia de aislamiento por la Covid-19.

3.4.1. Gestión ética, íntegra y transparente

(GRI 102-17, 102-18) / PG 6 ODS 8

Para asegurar una adecuada gestión sobre los impactos económicos, ambientales y sociales, contamos con diferentes comités conformados por las personas más capacitadas, quienes representan nuestra cultura corporativa de liderazgo, y asumen los diferentes retos a través de la innovación y la agilidad organizacional.

Estos comités son:



(GRI 102-19, 102-20)

A través de estos mecanismos, promovemos una cultura comunicativa, confiable, coherente y colaborativa que brinda soluciones oportunas a las necesidades y expectativas de nuestros grupos de interés. Entre estas se destacan:

Política de integridad de nuestra casa matriz América Móvil.

Matriz de riesgos de la Compañía en cumplimiento de la regulación colombiana y la ISO 45000.

Alineación de 1.329 proveedores con política de integridad de América Móvil



Código de Ética de Claro Colombia.



Certificación a 710 proveedores en los cursos de ética ofrecidos a través de la Universidad Claro.



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

Reto 2021 de la Dirección Corporativa de Planeación Estratégica y Compras:



RETO

Lograr la adhesión de terceros, proveedores, distribuidores y agentes a la Política Anticorrupción.



DESCRIPCIÓN

Seguimiento e implementación de controles.



OBJETIVO

Capacitar al 35% de nuestros proveedores en políticas anticorrupción.

Logros 2020 de la Dirección Corporativa de Planeación Estratégica y Compras



Cerramos el año sin reportes por falta de obligaciones legales y corporativas en ética y buen gobierno.

- Publicación y socialización del Código de Ética corporativo y de las políticas de integridad para asegurar su cumplimiento.



Adhesión del 100% de los proveedores y distribuidores a la Política de integridad de América Móvil.

- Firma del 99% de los proveedores y distribuidores de la Política de Integridad de América Móvil.



Curso de ética para terceros.

- Capacitación del 69% de proveedores y distribuidores a través de la Universidad Claro. La meta inicial era capacitar al 30%.

3.4.2. Nuestros principios (GRI 102-16)

Para orientar todas nuestras actividades y las acciones de nuestros colaboradores y colaboradoras, nos acogemos a los valores y normas de comportamiento establecidas en los códigos de ética definidos por nuestro Comité Directivo y nuestro holding América Móvil.

Nuestros valores

1 Honestidad

2 Desarrollo humano

3 Productividad

4 Respeto y optimismo

5 Legalidad

6 Austeridad

7 Responsabilidad social

8 Creatividad empresarial

(GRI 102-26)

De manera permanente, nuestro máximo órgano de gobierno revisa, analiza, propone y delega acciones, proyectos e iniciativas para lograr el plan estratégico de la organización, que incluye el propósito, la visión y el mapa estratégico.

3.4.3. Canales de denuncia

Con el fin de garantizar el cumplimiento de los valores corporativos, contamos con un **Oficial de cumplimiento** encargado de prevenir, detectar y/o responder a las faltas legales, en materia de políticas corporativas y ética.

Además, a través del **Portal de denuncias** recibimos los casos de denuncia por acciones que vayan en contra de los principios establecidos en el **Código de ética**, garantizando la seguridad y tranquilidad de los reportantes.

En 2020, atendiendo la directriz de América Móvil, se incluyeron 4 nuevas categorías de denuncia, lo que generó un aumento del 40% en las denuncias recibidas, ratificando la necesidad de contar con este portal y la confianza de colaboradores, colaboradoras y terceros en la efectividad de esta herramienta para poner en conocimiento situaciones que pueden contrariar nuestro código de ética. Las categorías, son:

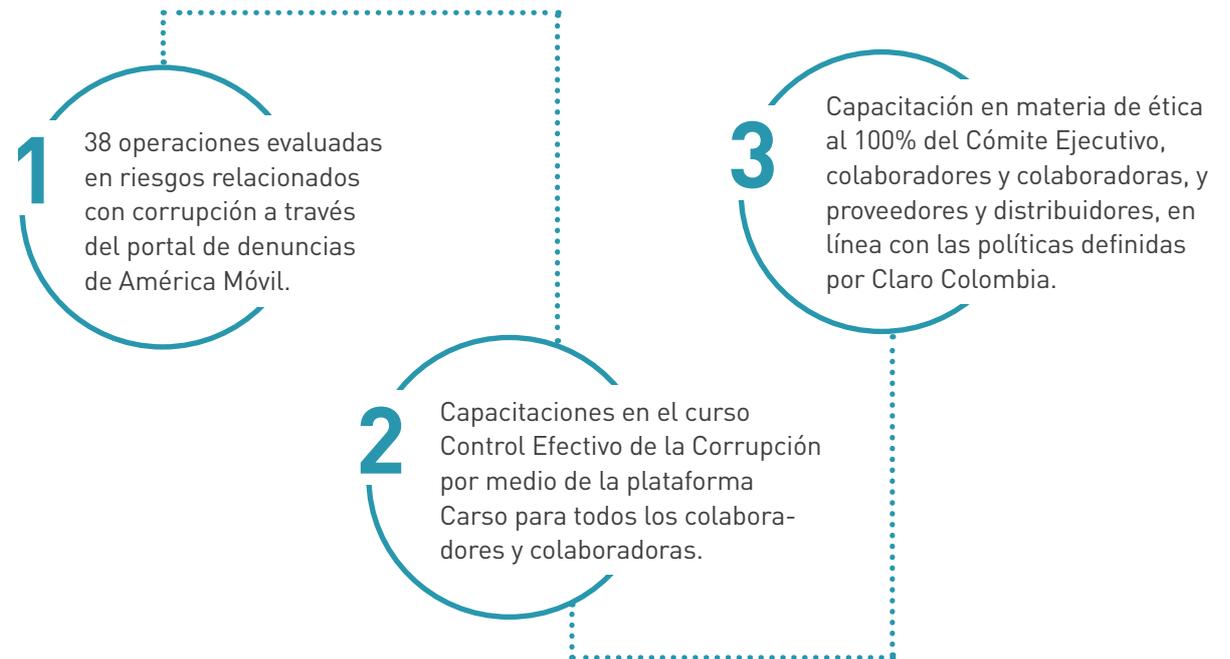




3.4.4. Anticorrupción

(GRI 205-1, 205-2, 205-3) PG 10 ODS 8

Dentro de las estrategias definidas para promover el buen comportamiento de nuestros colaboradores y colaboradoras se destacan las capacitaciones en el **Código de ética**, junto con la evaluación de las actividades y el seguimiento constante a todos los registros y documentos oficiales por parte del **Oficial de cumplimiento**.



3.4.5. Controles e integridad

(GRI 416-1, 417-1, 417-2, 417-3)

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 el propósito superior de la compañía 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.

01

DIRECCIÓN CORPORATIVA DE AUDITORÍA

- Planes de auditoría anuales.
- Controles SOX del Sistema de Control Interno.
- Mejoras en los procesos de legalización y radiación de ventas para el proyecto licitatorio No. 09 y 18 del MinTIC.
- Fortalecimiento de seguridad de las bases de datos de clientes.
- Auditorías regionales.
- Recomendaciones para mejorar los procesos de venta de terminales en CANVAS.

02

DIRECCIÓN CORPORATIVA DE PLANEACIÓN ESTRATÉGICA Y COMPRAS

- Gestiona, Project y PI del Portafolio Estratégico 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.
- 13 personas capacitadas a nivel ejecutivo, 255 personas capacitadas en el nivel táctico y 1.045 personas capacitadas en nivel operativo.
- 5.752 indicadores definidos para un adecuado seguimiento y cumplimiento de los objetivos estratégicos.

03

DIRECCIÓN DE ASEGURAMIENTO DE INGRESOS

- Controles mensuales al ciclo de ingresos tanto de los productos existentes como de los nuevos.
- Validación de Identidad para evitar situaciones de fraude.
- Inclusión de controles en los procesos SOX.

04

DIRECCIÓN CORPORATIVA JURÍDICA Y ASUNTOS SOCIETARIOS

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

05

DIRECCIÓN CORPORATIVA ASUNTOS REGULATORIOS Y RELACIONES INSTITUCIONALES

- Evaluación y seguimiento a los proyectos y marcos legales y regulatorios de nuestra operación.



Como resultado de la aplicación de estos controles, logramos cerrar el año con cero (0) incumplimientos o sanciones relacionados con comunicaciones de marketing, publicidad, promociones o patrocinios.

3.5. PREVENCIÓN Y GESTIÓN DE RIESGO

(GRI 102-15)

Orientamos la gestión de riesgos hacia el cumplimiento de la operación y en línea con los **lineamientos y Objetivos de Sustentabilidad de América Móvil**. En este sentido, contamos con el trabajo articulado de diferentes áreas que se encargan de realizar mediciones del desempeño, así como evaluaciones continuas de los resultados obtenidos con el fin de aportar herramientas de análisis para establecer los lineamientos estratégicos, identificar los riesgos, y llevar a cabo acciones y contrales para minimizar su ocurrencia e impacto.

Dirección Corporativa de Auditoría



- Evaluación de nuestros procesos, a través del Plan Anual de Auditoría, para identificar los riesgos y realizar mejora continua en los procesos.

- Ejecución mapa de riesgos y procedimiento interno de control y gestión.

Dirección Corporativa Jurídica y Asuntos Societarios



- Validación de confiabilidad de personas naturales y jurídicas.
- Actividades de vigilancia, prevención y control en el ciclo de prestación de servicios.



- Análisis de los riesgos del entorno con el fin de definir las acciones y controles a realizar y aplicar.

Dirección de Aseguramiento de Ingresos



- Detección oportuna de causas raíz a través de indicadores asociados a los ingresos.



- Participación y relacionamiento activo con los gremios y autoridades regulatorias.
- Seguimiento a los lineamientos expedidos por el Gobierno Nacional y el Congreso de la República.

Por ello, hacemos una adecuada identificación y **gestión de los riesgos y oportunidades en los ámbitos económicos, sociales y ambientales**. En nuestra Política Gestionar Estrategia, incluimos, además de nuestro propósito superior y modelo de negocio, la actualización del mapa de riesgos y el mapa estratégico con las prioridades que determinarán a mediano y largo plazo las metas, objetivos e indicadores de la compañía, así como las iniciativas y proyectos requeridos.

(GRI 102-30)

De otra parte y a través de los diferentes comités de la Compañía, el máximo órgano de gobierno identifica, analiza y da lineamientos sobre las estrategias de mitigación de los riesgos identificados y el proceso de mejora continua documentado en el ciclo de gestión.

En Claro entendemos que una adecuada gestión de los riesgos a los que estamos expuestos en el desarrollo de nuestras actividades, nos permite anticiparnos a escenarios que pudieran afectar la competitividad del negocio, el sector y el país.



Logros por direcciones

Logros 2020 Dirección Corporativa de Planeación Estratégica y Compras



Alineación de las metas e indicadores estratégicos.

- Realizamos seguimiento mensual al cumplimiento de indicadores con el Comité Ejecutivo.



Alineación de Portafolio de Proyectos Estratégicos con los objetivos e indicadores estratégicos.

- Definimos proyectos estratégicos para cumplir con los objetivos planteados por la Compañía.



Adhesión Modelo de Gestión y Seguimiento a la Estrategia.

- Implementamos el sistema Gestiona para todos los líderes.

Logros 2020 Dirección de Aseguramiento de ingresos



Administración centralizada y automática del control de acceso.

- Integramos 21 aplicaciones de alto impacto que permiten optimizar tanto los tiempos de control como el proceso de acceso.



Proceso de autenticación sobre aplicaciones de negocio unificado.

- Generamos un impacto positivo en el negocio al realizar el cambio del alcance del proceso de autenticación sobre aplicaciones de negocio unificado.



Proceso unificado en la automatización de controles antifraude para Servicios de datos, Voz Fija y Voz Móvil.

- Gestionamos las solicitudes por medio del portal web.
- Definimos controles paso a producción en la herramienta de seguimiento de servicios de voz fija, automatización de las reconexiones de servicios.



Prevención del fraude de biometría facial.

- Implementamos, parametrizamos y ajustamos la herramienta de detección de fraude mediante biometría facial.
- Definimos el proceso y política del uso de herramienta.



Prevención del fraude, bloqueo administrativo de equipos financiados sin pago.

- Desarrollamos la herramienta de detección de fraude por medio de distintas estrategias como envíos de mensaje y correos electrónicos.



Automatización de controles GPT.

- Robotizamos 3 de los 4 procesos planeados.



Diseño e implementación del programa trabajo seguro en casa.

- Realizamos el análisis de riesgos de trabajo en casa. El incremento de usuarios en servicios de línea nos llevó a ajustar las reglas de controles, por medio de las siguientes acciones:
 - Simplificamos el proceso de visitas de seguridad a través de gestión remota.
 - Validamos los riesgos a los que se encuentran expuestos nuestros colaboradores y co-
- laboradoras. Realizamos comunicados, capacitaciones y recomendaciones de los mismos.
- Identificamos y validamos los riesgos del servicio de VPN Corporativo Cliente y Citrix Corporativo.
- Generamos solicitud de aseguramiento de servicios de trabajo en casa, así como del despliegue de Antimalware a proveedores, aliados y BYOD que consultan la información de Claro.



Prevención del fraude, robot de detección temprana de fraude.

- Realizamos el procedimiento necesario para prevenir el fraude a través de un robot que toma decisiones automáticas en caso de posible riesgo de fraude y suplantación de datos.



Prevención del fraude OTP Interno.

- Hicimos, parametrizamos y ajustamos la herramienta de OTP (One Time Password) interno.



Implementamos estrategias de protección para nuestras sedes.

- Instalamos 120 sistemas de alarma.
- Unificamos la implementación de aseguramiento de infraestructura crítica de energía.
- Instalamos plataformas Avaya para administración, operación y grabación de llamadas telefónicas.



Implementamos un correo electrónico certificado para asuntos administrativos y peticiones judiciales.

- Usamos el correo electrónico certificado para atender el 99% de las respuestas de peticiones judiciales.



FÁCIL



SEGURA



CERCANA

Logros 2020 Dirección Corporativa de Auditoría



Rediseño de controles SOX en procesos clave de la Compañía.

- Ajustamos el diseño de controles de 16 procesos para fortalecer el control interno.



Revisión del sistema de control interno para toda la operación de "Dinero Móvil".

- Revisamos el sistema de control interno en el proyecto de giros postales en alianza con Efecty.



Implementación del nuevo modelo de Auditoría.

- Implementamos en el modelo de auditoría herramientas como Power Bi para el tablero de acciones corporativas, reuniones periódicas por dirección para asignar Business Partner y presentar las auditorías y acciones correctivas, reuniones al inicio y cierre junto con la encuesta de satisfacción.



Proceso integral de licitaciones y cumplimiento contractual a clientes E&N.

- Aportamos en la definición de planes de mejora.
- Gestionamos oportuna y adecuadamente los posibles incumplimientos en los contratos.



Acompañamiento al diseño del esquema de roles y perfiles de acceso INSPIRA.

- Desarrollamos el proyecto INSPIRA en alianza con la PMO para realizar el diagnóstico de riesgos y garantizar el cumplimiento de las políticas y procesos en materia de seguridad de la información.

Retos por direcciones

Retos 2021 Dirección Corporativa de Planeación Estratégica y Compras

01

Sistema de monitoreo de entorno.

Construcción del sistema de monitoreo de entorno.

- Identificar oportunidades y amenazas.

02

Identificación mercados.

Búsqueda de oportunidades de negocio.

- Dirigir los esfuerzos hacia la sostenibilidad del negocio en el largo plazo.



Retos 2021 Dirección de Aseguramiento de ingresos

01 Sistema inteligente de detección de causa raíz.

Implementar, por medio de tres modelos inteligentes, un sistema de análisis de causa raíz.

- Generar planes de solución para la detección de posibles fallas no identificadas en los controles de aseguramiento de manera que optimicemos el tiempo de detección de causas raíz.

02 Cobertura de riesgos frente a los ingresos y controles establecidos.

Diseñar controles para las cadenas de ingreso según la cobertura de ingresos y los controles requeridos y manejados.

- Mantener la cobertura de riesgos frente a los ingresos por encima del 93% en servicios móviles y del 87% en servicios fijos.

03 Reducción del fraude asociado a los equipos.

Definir controles para evitar el fraude asociado a equipos.

- Cerrar con una disminución del 12% en el fraude de equipos.

04 Reducción del tiempo de detección de fraude.

Establecer controles para detectar oportunamente el tiempo de detección de fraude.

- Cerrar con una disminución del 20% en el tiempo de detección de fraude.

05 Nuevo motor de validación de identidad y riesgo.

Implementar un motor de validación de identidad para todos los sistemas de venta que se adapte a cada producto, servicio, canal y forma de pago.

- Realizar un seguimiento adecuado al motor de validación de identidad para todos los sistemas de venta que se adapte a cada producto, servicio, canal y forma de pago.

06 Evaluación de riesgo e identidad de los clientes.

Implementar controles de biometría facial y de voz, así como en el sistema One Time Password – OTP.

- Incrementar la cobertura de herramientas de validación en cinco puntos porcentuales.

07 Optimización de los controles de fraude comercial.

Generar optimización de control de fraude en los diferentes procesos y solicitudes de los clientes como: reclamaciones de negaciones, desbloques, reconexiones - reinstalaciones, validación de identidad, controles cambio de Sim, controles carrusel, controles reposiciones, controles cambio de datos, validaciones preventiva, entre otros.

- Reducir los tiempos de atención en escalamientos al área, consiguiendo que sean acordes a las necesidades de servicio de nuestros clientes.

Retos 2021 Dirección Corporativa de Auditoría

01 Contrato de licitación de 10K con MinTIC.

Acompañamiento y auditoría en el contrato de licitación de 10K con el MinTIC.

- Realizar el acompañamiento en el contrato de licitación de 10K.

02 Controles SOX IT

Rediseñar los controles SOX para los procesos clave de la Compañía.

- Evaluar el diseño de controles SOX para los procesos clave de la compañía verificando la gestión de accesos, cambios y operación de los sistemas de información.

03 Giros postales en COMCEL como operador.

Realizar el acompañamiento en la aplicación del proyecto de giros postales como operador.

- Mantener una actitud abierta para la participación y acompañamiento en la aplicación del proyecto de giros postales como operador.

Retos 2021 Dirección Corporativa de Jurídica y Asuntos Societarios

01

Reducción en consecuencias de la operación por hurtos de infraestructura, aumentar el aseguramiento de equipos instalados y robustecer las medidas en caso de presentarse conductas delictivas.

Implementación de sistemas de aseguramiento.

- Realizar las acciones necesarias para prevenir, detectar y reaccionar oportunamente ante situaciones de riesgo.

02

Sostenimiento de las actividades de revisión, vigilancia y control de la publicidad y la revisión de nuevos productos.

Realizar la revisión de la publicidad corporativa y cumplir con los controles y sistemas de vigilancia para garantizar el cumplimiento normativo.

- Controlar adecuadamente los riesgos legales como consecuencia del desarrollo de actividades.

Retos 2021 Dirección Corporativa de Asuntos Regulatorios y Relaciones Institucionales

01

Simplificación del proceso en caso de hurtos de celulares más sencillo para evitar afectación de los usuarios.

Retirar tipologías en el bloqueo o subsidio control a 48 horas.

- Cambios en la regulación vigente.

02

Digitalización de trámites.

Digitalización de trámites con los usuarios para hacer más simple la interacción y poder atender 7x24 sin importar donde se encuentre el cliente.

- Agilizar la atención al cliente.



3.6. NUESTRO DESEMPEÑO ECONÓMICO Y CRECIMIENTO RENTABLE

(GRI 103-1, 103-2, 103-3) ODS 8

Maximizamos los beneficios económicos, a través de una relación transparente con nuestros grupos de interés, y realizamos un monitoreo de la rentabilidad y la liquidez de la operación por medio de herramientas de gestión, tales como:

- Seguimiento con tableros de rentabilidad para segmentos comerciales, según las regionales de ventas y productos.
- Preparación y control permanente de ejercicio presupuestal.
- Análisis de alternativas de inversión, nuevos proyectos o cambios en esquemas de negocio.
- Control de flujo de caja.
- Cumplimiento de políticas para manejo de efectivo en Tesorería.
- Optimización de disponibilidad de recursos financieros y manejo de relaciones bancarias.

Estas acciones nos permiten una correcta evaluación de los perfiles crediticios, así como del desempeño en materia económica de la Compañía, cumpliendo con nuestro Sistema de Prevención de Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo – SAGRIFT, así como las políticas corporativas, el control presupuestal del gasto y por supuesto la legislación emitida por las autoridades como el MinTIC, la Comisión de Regulación de Comunicaciones – CRC y la Superintendencia de Industria y Comercio.

Composición accionaria

Toda nuestra operación es apalancada por los accionistas, quienes además de aportar recursos económicos, están comprometidos con el correcto funcionamiento del negocio.



AMOV COLOMBIA S.A.
(COLOMBIA)



SERCOTEL S.A. DE C.V.
(MÉXICO)



AMX COLOMBIA S.A.
DE C.V. (MÉXICO)

3.6.1. Entorno macroeconómico

El crecimiento de la economía que venía con tendencia al alza en el 2019 impulsado por el consumo privado y la inversión, se vio frenado en el 2020 a causa de la pandemia de la Covid-19 que golpeó de manera significativa la economía del país.

Según el DANE, al cierre de septiembre de 2020 la economía nacional presentó una contracción año corrido del 8,1%. Por su parte la inflación, otro de los indicadores macroeconómicos importantes, se vio afectada por la baja demanda y se ubicó en 1,61%, 2,19 puntos porcentuales menos que la cifra reportada en el mismo periodo del año anterior, que fue de 3,80%, e inferior a la proyectada por el Banco de la República.

3.6.2. Las tecnologías de la información y las comunicaciones en 2020

Con el objetivo de poner al país a la vanguardia tecnológica y apoyar a todos los sectores productivos ofreciendo mayores velocidades, el MinTIC autorizó a partir de julio del 2020 el despliegue de equipos y el inicio de pruebas en tecnología 5G, por parte de la Empresa de Telecomunicaciones de Bogotá S.A. E.S.P., Colombia Telecomunicaciones S.A. E.S.P., Comunicación Celular S.A. Comcel S.A., Xiro Investment Group S.A.S., y ITICS S.A.S. en Bogotá, Medellín, Cali, Barrancabermeja y Tolú.

De acuerdo con las cifras presentadas por el MinTIC en su boletín de Cifras del tercer Trimestre de 2020, el sector registró 7,67 millones de accesos fijos a internet, es decir, cerca de 660.000 nuevos accesos frente a los registrados en el mismo periodo del año inmediatamente anterior.



Los accesos móviles a internet por demanda ascendieron a los 17.2 millones, dato superior en 700.000 accesos frente a los registrados en el mismo periodo del año inmediatamente anterior, cuando alcanzaron una cifra de 16.5 millones. Debido a la migración de accesos de tecnologías 2G y 3G, además de los nuevos accesos a internet móvil por demanda, la principal tecnología utilizada en esta modalidad fue 4G, con 11,7 millones de accesos; seguida por la tecnología 3G, con 5,1 millones de accesos, y la tecnología 2G con 500.000 accesos.

El total de **accesos por suscripción a internet móvil** alcanzó los 13,1 millones, cerca de 730 mil suscriptores más que los registrados en el mismo trimestre del 2019, cuando alcanzaron una cifra de 12,4 millones. Al término del tercer trimestre de 2020 la principal tecnología de acceso a internet móvil en la modalidad de suscripción fue 4G, con 10,5 millones de accesos, mientras que, con una tendencia a la baja, la tecnología 3G cuenta con 2,0 millones y 2G registra 600.000 accesos.

A septiembre 2020, el total de líneas de telefonía fija alcanzó los 7,4 millones. Entre julio y septiembre de 2020, los tres principales países de destino de las llamadas internacionales fueron Estados Unidos, con cerca de 47,7 millones de minutos; seguido por Venezuela, con 6,8 millones de minutos, y Canadá, con 3,5 millones de minutos.

A septiembre de 2020, el total de líneas de telefonía móvil en Colombia llegó a los 65.5 millones, 400.000 líneas más que las registradas en el mismo trimestre del año 2019, cuando alcanzaron una cifra de 65,1 millones. Para este mismo periodo el número de líneas de telefonía móvil en la modalidad de prepago alcanzó los 51,2 millones, mientras que las líneas en postpago alcanzaron los 14,3 millones.

3.6.3. Gestión financiera Comcel S.A.

La gestión financiera de la compañía aporta a nuestro propósito de crecimiento y rentabilidad, a través de varios frentes, entre los que se encuentran: el desarrollo de los medios de activación con énfasis en digitalización, el aseguramiento de entrega de facturación al cliente y el manejo de la cartera soportado por la amplia capilaridad de nuestros canales de recaudo.

La generación de información financiera, clara, precisa y oportuna bajo la normatividad contable es fundamental para la toma de decisiones y para la disponibilidad de una estructura de controles adecuados que aseguren el alto grado de confianza de los flujos de información.

Resultados financieros Comcel S.A.

Al cierre de diciembre de 2020, **los activos de la Compañía aumentaron 4,5% (\$815,4 miles de millones)**, llegando a \$18.8 billones. Este aumento fue ocasionado por el incremento en licencias y derechos de uso. **Los pasivos representaron el 63,3% del total de los activos.** En relación con el año anterior, se presentó un incremento de \$1,4 billones, principalmente por aumento en las cuentas de partes relacionadas y cuentas por pagar y pasivos acumulados. **El patrimonio total ascendió a \$6,9 billones.**



Los resultados de los indicadores financieros en 2020 fueron:

- **Indicadores de liquidez.** Corresponden a los recursos requeridos por la Compañía para operar en el corto plazo. Al cierre de 2020, los activos corrientes disminuyeron en 8,3% respecto al año anterior, principalmente por la baja en la cuenta de partes relacionadas. La disminución de la porción corriente de los pasivos fue del 8,1% debido a la disminución en la cuenta de partes relacionadas y cuentas por pagar y pasivos acumulados.
- **Indicadores de endeudamiento.** Representa la proporción de la inversión de la empresa que ha sido financiada con deuda. El nivel de endeudamiento pasó del 58,2% en 2019 al 63,3% en 2020; la concentración del endeudamiento está en el largo plazo y representa el 63,8%. El total de los pasivos creció \$1,4 billones lo cual equivale al 13,8%.
- **Indicador de rentabilidad.** El margen operacional de 2020 fue del 19,5% como resultado del incremento en ingresos del 5,0%. El margen neto en 2020 fue del 9,6% y un incremento en los costos del 6,2%.

INDICADORES DE LIQUIDEZ		
	2019	2020
Capital de trabajo (Activo corriente - Pasivo corriente) *	524.543.976	468.156.186
Razón corriente (Activo corriente / Pasivo corriente)	1,1	1,1

INDICADORES DE ENDEUDAMIENTO		
	2019	2020
Nivel de endeudamiento (Total pasivo / Total activo)	58,2%	63,3%
Apalancamiento financiero (Total pasivo / Patrimonio)	139,2%	172,8%

INDICADOR DE ACTIVIDAD		
	2019	2020
Rotación del activo total (Ingresos / Activo total)	0,71	0,71

INDICADORES DE UTILIDAD		
	2019	2020
Utilidad por acción (\$ pesos)	0,00079	0,00084

INDICADORES DE RENTABILIDAD		
	2019	2020
Margen operacional (Utilidad operacional / Ingresos)	20,4%	19,5%
Margen neto (Utilidad neta / Ingresos)	9,5%	9,6%
Rendimiento sobre activos ROA (Utilidad operacional / Activos totales)	14,4%	13,8%
Rendimiento sobre activos (Utilidad neta / Activos totales)	6,7%	6,8%
Rendimiento sobre patrimonio ROE (Utilidad operacional / Patrimonio)	34,5%	37,8%
Rendimiento sobre patrimonio (Utilidad neta / Patrimonio)	16,0%	18,5%



*Cifras expresadas en miles de pesos

Logros 2020 Dirección Financiera



Aumento en los pagos digitales:
Todos los pagos efectuados en medios digitales (bancarizados).

El año 2020 inició con una participación del 21% y cerró en niveles del 40%.

- Optimizamos el desempeño de la App, mejorando la capacidad de transaccionalidad, la cual se duplicó durante la etapa de aislamiento por pandemia, período en el que se enriqueció la experiencia y se promovió su uso.



Facturación digital:
Envío de factura por medios digitales al cliente final (e-mail y SMS link).

- Reforzamos constantemente el proceso de venta para capturar correctamente datos de contacto de cliente, email y celular principalmente.



Disminución de PQR y ajustes:
Reducción de radicación de quejas escalables respecto al año anterior en un 12% en los dos segmentos.

Reducción Segmento Móvil: 10%
Reducción Segmento Fijo 22%.

- Implementamos herramientas de consulta en los Front que incrementaron la solución en primer contacto.
- Realizamos desde el back de ajustes, atención y gestión en línea sobre las tipologías de ajustes que permiten brindar una solución en primer contacto (CAV-Call).
- Identificamos las causas raíz de las tipologías con incremento en PQR y/o ajustes, a fin de implementar procesos preventivos o reactivos que permitan mitigar el impacto en la radicación.



Venta digital:
Elaboración de contrato digital al cliente final masivo.

El año 2020 inició con una participación del 74% y cerró en aproximadamente el 87%.

- Iniciamos en el mes de mayo, la venta digital desde dispositivos móviles para hogares.

Retos 2021 Dirección Financiera

01

Migración de nuevos sistemas de liquidación.

Implementar un sistema de liquidación que funcione en la nube.

- Lograr migrar al nuevo sistema manteniendo el nivel de automatización.

02

Venta digital.

Elaborar el contrato digital al cliente final masivo.

- Alcanzar 94% en ventas digitales cerrando el año 2021.

03

Simplificación de procesos y automatización.

Automatizar los procesos de controles en las ejecuciones diarias, liquidación de comisiones, asignaciones de cartera y reportes de actividades.

- Cumplir con la simplificación de los procesos propuestos para automatizar a través de diferentes herramientas ofimáticas, en 85% al cierre de 2021.

04

Gestión empresarial base cero.

Revisar los macroprocesos estratégicos base cero.

- Optimizar el gasto y la experiencia de los clientes.



EL INTERNET
AHORA ES PARA TODOS



Claró

04

CONECTANDO A COLOMBIA
CON EXPERIENCIAS ÚNICAS
PARA NUESTROS CLIENTES

ODS 9 Y 10

2020 fue un año desafiante que dinamizó nuestra operación impulsándonos a diseñar soluciones innovadoras y ágiles para personas, hogares, empresas y negocios, quienes vieron en Claro Colombia un aliado para afrontar las nuevas circunstancias y demandas de un entorno cambiante, caracterizado por nuevas exigencias y necesidades de productos y servicios con mayor cobertura y calidad.

(GRI 103-1)

En Claro Colombia observamos atentamente este nuevo contexto, escuchamos a nuestros clientes y adaptamos nuestra capacidad de respuesta para acompañar a los colombianos en todos los espacios en los que la tecnología tuvo un rol esencial y se hizo indispensable, en donde los hogares se convirtieron en lugares de trabajo, estudio y otras formas de interacción.

(GRI 103-2) PG 1,2 y 6 ODS 8 y 10

Nuestro compromiso con la cobertura y conectividad de nuestros servicios de telecomunicaciones está liderado por la Dirección Corporativa de Tecnología, la cual garantiza, entre otras acciones fundamentales: la implementación, el mantenimiento, los desarrollos de ingeniería, la evolución e innovación, soporte y operación que derivan en una excelente calidad y experiencia.

4.1. COBERTURA E INFRAESTRUCTURA



(GRI 103-3)

La Dirección Corporativa de Tecnología está al frente de:



Algunas de las principales soluciones implementadas durante el 2020 para garantizar la mejor experiencia de los clientes fueron:



Omnicanalidad: modelo de comunicación utilizado para mejorar la experiencia de nuestros clientes, permitiéndoles estar en contacto constante con la empresa a través de múltiples canales al mismo tiempo.



Chatbot: producto orientado al autoservicio a través de aplicaciones móviles que permitan al cliente resolver sus requerimientos.



Archiving & Application Retirement: plataforma que ofrece a nuestros clientes (en modalidad PaaS⁶) el retiro consistente de aplicaciones obsoletas sobre infraestructura ociosa y con altos costos operativos.



Gestión vehicular: telemetría de vehículos y conectividad para los conductores para mejorar la seguridad vehicular.



Geo-Localización Personas: dirigido a nuestros clientes empresariales.



Logística inteligente: busca mejorar la eficiencia en la logística de empresas en el sector retail a través de la plataforma Alibaba.

⁶ Plataforma como servicio – PaaS.

⁷ Interfaz de programación de aplicaciones o API por sus siglas en inglés.



Datos patrocinados: permite a las empresas con aplicaciones, habilitar el acceso de los usuarios a las mismas sin consumir datos de sus planes (aplica para páginas web y apps).



Etiquetas inteligentes: actualización en tiempo real de los precios de productos en exhibición mediante un dispositivo inalámbrico.



API transacciones riesgosas: nueva solución que permite a nuestros aliados corporativos (entidades financieras) consultar información específica de sus usuarios por medio de una API⁷ para mitigar el riesgo de fraude financiero.



Manejo inventarios: manejo de inventarios a través de dispositivos Radio Frequency Identification - RFID e Infrarrojo.



Claro share: orientado a la asesoría, el alquiler y la instalación de antena en una de nuestras torres.



Comunicaciones inteligentes Ms Teams: solución de negocio, basada en el modelo de nube (cloud) y que combina llamadas de voz (IP y pública), correo electrónico, mensajería instantánea, audio, video y conferencia web, asociadas a un número de teléfono.



Hospitality: solución enfocada al sector turismo que permite al huésped tener interactividad a través de sus dispositivos móviles para efectuar acciones como: reservas, check in, check out, facturación, información del hotel, de la zona donde está ubicado, room service, entre otros, integradas con el CRM⁸ del Hotel.



Brandtrack: servicio de musicalización para espacios comerciales, a través de un software instalado en la computadora de cada tienda.



WifiMesh FO (fibra óptica): mejora la experiencia del usuario del servicio WIFI de Internet Fibra Óptica de Claro.



Nube Genesys (PureCloud): alianzas estratégicas con Avaya, Cisco, Five9 y Lavenier.



Catastro multipropósito: gestiona la información de los componentes físicos, legales y económicos de los bienes inmuebles pertenecientes al Estado y a las personas para múltiples usos. Promueve la seguridad jurídica de los bienes inmuebles.



Customer experience: liderado por el área de mercadeo: proceso de consultoría, diseño de arquitectura, arquitectura empresarial, implementación y procesos de transición para clientes de Empresas y Negocios.



Servicio de nube federada: implementación de infraestructura hardware base para renovación tecnológica de servicios de nube pública Claro cloud y el cierre de diseño de arquitectura regional.



Internet seguro: actualización del producto con el proveedor Fortinet, servicio de internet con una capa de seguridad local en cada sede del cliente sin necesidad de tener una infraestructura centralizada y dedicada.

⁸ Customer Relationship Management – CRM.

⁹ Licitación pública 09 y Licitación Pública 18 del MinTIC.



4.1.1. Indicadores de cobertura, infraestructura y conectividad

Para asegurar y mantener la excelencia de nuestras operaciones, nos apoyamos en las normas ISO/IEC 20000, ISO 27001, ISO 9001 e ISAE 3402, así como en políticas que orientan los procesos relacionados con la calidad del servicio y la capacidad, cobertura y optimización de la infraestructura. En 2020, y en medio de los desafíos de la Covid-19, aceptamos el reto de innovar y crecer continuamente, y como resultado realizamos un mayor despliegue y ampliación de nuestra cobertura a nuevas zonas del país.

Entre nuestros hitos en materia de infraestructura y el beneficio social, destacamos:

- El paso del huracán Iota representó importantes esfuerzos para restablecer el servicio, cambio de hardware, antenas, plantas, entre otros, en las poblaciones afectadas de San Andrés, Providencia y Santa Catalina.
- La cobertura en algunos de los municipios más vulnerables del país bajo la licitación LP099 y LP18 del MinTIC, con un alcance en estratos 1 y 2 en zonas de la Costa, Centro y Sur del país.

Indicadores de cobertura fija

7,5

Terabytes de capacidad para servicios de internet.

93.453 km
Kilómetros de fibra óptica.

8.440.817

Casas cubiertas por red HFC¹⁰.

29.625

Terabytes de capacidad de almacenamiento del Data Center.

11,2 Tbps

Capacidad agregada de transmisión óptica nacional.

Indicadores de cobertura móvil

99,6%

Territorio nacional cubierto por tecnologías móviles.

14.902

Estaciones base con tecnología 2G y 3G.

95,6%

Porcentaje de municipios cubiertos por tecnología 4G LTE.

1.073

Municipios cubiertos por tecnología 4G LTE.

7.807

Estaciones base con tecnología 4G LTE.

Municipios cubiertos por tecnologías 2G y 3G. **1.118**

4.1.2. Acciones, logros y retos en infraestructura fija

Nuestro compromiso con el país durante 2020 se ve reflejado en el crecimiento de la capacidad de nuestros servicios y productos, que aportan mayor agilidad y alcance en nuestra oferta fija:

¹⁰ HFC: tecnología que combina fibra óptica y coaxial.



Logros 2020 Cobertura Fija



100% HUB internacional.

Implementar el modelo operativo para la prestación del servicio de IPTV¹¹ para 5 países de la región a través de la red internacional.

- Administra todo lo que está relacionado IPTV o televisión por IP (televisión que se ve en vivo en el celular, la tableta o el computador).



130% Despliegue de la red IP+fotónico¹².

Aumentar capacidad de la red de transmisión.

- Ampliación de todos los peering¹³.
- Asignación de recursos y capacidades a las ciudades que lo requirieron por el crecimiento de la demanda durante la pandemia.
- Amplificación de las troncales nacionales que van a los cables submarinos.



90% Despliegue de red definida por software en Triara, Megacenter, Aranda y Venecia.

Puesta en marcha y adopción de la plataforma ACI¹⁶.

- Implementación de la plataforma convergente desplegado en Triara, Megacenter, Aranda y Venecia, la cual es clave para la construcción de una arquitectura más cloudificada en la ciudad.



100% Disponibilidad red de transporte.

Garantizar el correcto funcionamiento de la red de transporte con el fin de mejorar la disponibilidad de los servicios.

- Aumento la capacidad a nivel nacional debido al alto tráfico para hogares durante la pandemia.



100% Solución FTTX MinTIC estratos 1 y 2.

Desarrollar la solución en FTTX¹⁷ para 18 municipios LP 09 y Lp18¹⁸.

- Acercamientos con los cables operadores locales.
- Habilitación de la solución sobre infraestructura de Estaciones Base.



99% Aumento capacidad de acceso.

Ampliar la transmisión y acceso para soportar el incremento de tráfico de internet.

- Desarrollo de los Proyectos Par 3¹⁴ y Proyecto RNU¹⁵ con 134 enlaces.

¹¹ IPTV en inglés, Internet Protocolo Televisión. En español, Televisión por Protocolo de Internet. Es decir, televisión por IP o televisión en vivo en el celular, la tableta o el PC.

¹² Es la red núcleo de transporte IP sobre la cual vamos a circular la mayor cantidad de servicios de la red (se llama IP + fotónico porque combina la red IP + la red de conmutación óptica).

¹³ Intercambio de tráfico entre dos o más redes independientes para un beneficio mutuo.

¹⁴ Anillo de Centro y Norte 6000KM de fibra (Tunja, Villavicencio, Cúcuta, Bucaramanga, La Guajira, Valledupar,

Santa, Marta, Medellín, entre otras) o tercer par de hilos de fibra óptica de Internexa.

¹⁵ Traduce Red Nacional Unificada, un anillo de fibra óptica que sirve al suroccidente del país.

¹⁶ Application Centric Infrastructure.

¹⁷ Acceso de banda ancha sobre la fibra óptica.

¹⁸ Licitación pública 09 y Licitación Pública 18 del MinTIC.

Retos 2021 Cobertura Fija

01

Proyecto MinTIC 10k.

Ejecutar el Proyecto Nacional de Acceso Universal en Zonas Rurales 10K para implementar una solución de acceso público a Internet con Centros Digitales, distribuidas en los 32 departamentos del país, de los cuales Claro Colombia participará en el despliegue de 7.468 Centros Digitales.

02

Plan MAFE¹⁹ de red HFC.

Incrementar disponibilidad de servicio a través de la mejora del respaldo eléctrico de las fuentes de poder.

- Implementar en sitios críticos de alta prioridad definidos por las regionales.

03

Gestión de Nuevas tecnologías y conjunto de soluciones de fibra FTTX²⁰.

Garantizar la expansión de 410.000 HHPP²¹ en FTTX²².

- Ofrecer los servicios con mayores velocidades.

04

Telco Cloud.

Acordar y definir los diseños para las funcionalidades de la red del core de la operación Fija.

- Definir el gobierno operativo de la red virtualizada.
- Definir la estrategia de transformación digital para la adopción de la red virtualizada.

4.1.3. Logros y retos en infraestructura móvil

En 2020 **llegamos a más lugares del país con la mejor tecnología**, siendo un puente para conectar a todos los colombianos y garantizar su acceso a las comunicaciones, la información e internet:

621

estaciones base con mejor capacidad 4G.

Ampliaciones a la red de acceso móvil.

Mejorar en la capacidad de las estaciones base 4G en la banda de 1900 MHz.

- Redistribuimos el espectro 3G / 4G en zonas de baja carga 3G.
- A diciembre de 2020 se cuenta con 6.971 estaciones base con 4G LTE 900.



Implementación de la capacidad en la banda de LTE 700Mhz.

Despliegue de las localidades (poblaciones) comprometidas por obligación con el MinTIC.



Ampliación de capacidades de transmisión y acceso.

Fortalecimiento de la red para que esté en capacidad de soportar el crecimiento del tráfico de internet durante la contingencia por la pandemia.

¹⁹ MAFE: Mantenimiento de fuentes eléctricas.

²⁰ Conjunto de soluciones de fibra óptica que ofrece servicios de ancho de banda altos.

²¹ Home pass.

²² Acceso de banda ancha sobre la fibra óptica.



Retos 2021 Cobertura móvil

01

Trial 5G - Gestión de 5G.

Poner en producción de la nueva tecnología 5G²³.

- Activar las plataformas, configuraciones, pruebas.
- Mantener actualizado al equipo humano de la compañía, para asegurar su capacidad de dar soporte a estas nuevas tecnologías.



02

Crecimiento de capacidades.

Desplegar la tecnología LTE 700MHZ en 25 capitales y 187 municipios.



03

Proyecto de agregación.

Seleccionar segundo proveedor que permitirá desplegar sistemas de agregación y acceso de nueva generación.

²³ En telecomunicaciones, 5G es la sigla utilizada para referirse a la quinta generación de tecnologías de telefonía móvil.



4.2. NUESTRA OFERTA PARA CONECTAR A COLOMBIA

(GRI 103-2)

A partir de observar y analizar las tendencias mundiales y nacionales, en materia de **innovación** y el uso de las tecnologías de la información y las comunicaciones, el entretenimiento y el rendimiento, construimos un portafolio de productos y servicios, que nos han permitido gestionar una experiencia que vaya más allá de la satisfacción y genera un **valor real para nuestros clientes**.

4.2.1. Productos y servicios Claro

(GRI 102-2)

	Postpago: planes con minutos, datos, redes sociales, Claro música, Claro video, Claro drive, que nuestros clientes pueden seleccionar y activar en su celular pagando mensualmente su factura.		Prepago: planes sin ataduras ni facturas cuyo objetivo es facilitar su acceso a nuestros servicios. A través de la estrategia <i>"Toma el control y multiplica tus emociones"</i> , le damos al cliente valor agregado al comprar paquetes con minutos ilimitados y redes que no descuentan de la capacidad del paquete, Claro música, entre otros beneficios.		Hogares: ultraentretenimiento para el hogar con internet fijo de ultra-velocidad, Ultra Wi-Fi para navegar desde cualquier rincón de la casa, Claro TV con canales HD, telefonía fija local ilimitada y Claro video para disfrutar miles de contenidos y canales en vivo desde cualquier lugar.
	Plaza Claro: centro comercial con una amplia gama de tiendas y restaurantes, cines y opciones de entretenimiento y diversión para toda la familia.		Claro música: plataforma de streaming de música que le permite al cliente escuchar millones de canciones sin consumir datos, crear y compartir playlists, identificar las canciones que escucha a su alrededor y sintonizar emisoras en vivo de Colombia y el mundo. Cuenta con dos versiones, la gratuita y la ilimitada que está incluida en los planes postpago de la oferta vigente.		Equipos y tecnología: segmento que brinda la posibilidad a todos los colombianos de estar actualizados con lo último en smartphones y tecnología, brindándoles variedad, facilidades de financiación, innovación y disponibilidad de producto.
	Claro video: app de video de Claro, que permite ver desde cualquier lugar y dispositivo, miles de películas, series, más de 100 canales en vivo y muchos más contenidos. Está incluido en todos los servicios hogar y planes postpago de la oferta comercial vigente.		Claro gaming: ecosistema de soluciones para gamers en el que se incluyen velocidad, juegos, aplicaciones, entre otros, y en que se destacan Zona Claro Gaming, una nueva sección de App Mi Claro. Esta solución también brinda contenidos de noticias, gameplays y estadísticas aplicables a todas las plataformas, en torneos en más de tres países.		Claro giros: nuevo servicio para que todos los colombianos puedan enviar giros de dinero a otras personas en los 113 Centros de Atención y Ventas – CAV y tiendas de experiencia en todo el país.
	Claro negocios: soluciones con las cuales apoyamos y acompañamos el crecimiento y la productividad de los emprendedores y empresarios colombianos, y somos la marca habilitadora de la transformación y evolución digital de las grandes empresas que impulsan el progreso del país.		Revista 15 Minutos: producto de entretenimiento, con las noticias de los famosos, tendencias de moda y más. Llega mensualmente.		Red+: canal de televisión por suscripción exclusivo de televisión para Claro TV.
	Claro up: servicio que permite asegurar sus equipos comprados en claro y protegerlos en caso de daño, falla o hurto.		Convergencia: oferta que le permite al cliente obtener más beneficios si tiene servicios en casa y un plan postpago con Claro.		

Otros productos

Rodín el arte de vivir bien: marca mixta del proyecto inmobiliario residencial de Plaza Claro.



Productos y servicios lanzados en 2020

a. ROAMING Y LARGA DISTANCIA INTERNACIONAL – LDI

Pasaporte América: paquete de Roaming Internacional que les permite a nuestros clientes utilizar una cantidad de minutos por ciclo de facturación mensual y los datos móviles (MB o GB) disponibles en sus planes postpago (solo se pueden activar a los planes indicados) desde 18 países.

Paquetes por periodo de tiempo: aplican para los 41 países de América y Europa.

- Paquetes de voz y datos por periodo de tiempo: permite utilizar una cantidad de GB y minutos.
- Paquetes de datos por periodo de tiempo: permite utilizar una cantidad de GB.

Paquetes diarios (incluyen minutos y MB pagando solo un cargo diario).

Paquetes diarios de datos sin cobros adicionales de Waze y chat de WhatsApp.

Paquetes WhatsApp y Waze en Roaming internacional

Paquete de datos diario ilimitado mundial: aplica para todos los países donde se tiene acuerdo de servicio de datos²⁴. Permite utilizar el servicio de datos sin restricción de velocidad o aplicaciones.

Paquetes de voz en Roaming Internacional

- **CAN (Comunidad Andina de Naciones):** Los usuarios que viajen a estos destinos utilizan el servicio por demanda.
- **Sin Fronteras:** Los usuarios que viajen a estos destinos utilizan el servicio por demanda.

LDI: paquetes por zonas de larga distancia internacional móvil para que la distancia se convierta en una gran conversación.

Tarifas por demanda LDI: marcando 00444 desde móvil Claro postpago, podrás comunicarse con cualquier país del mundo, las 24 horas del día, todos los días del año.

b. OTROS SERVICIOS Y PRODUCTOS LANZADOS

Claró-up

- **Protección en caso de:**
 - Daño: (pantalla rota o daño por líquido).
 - Falla eléctrica y/o mecánica (una vez expirada la garantía del fabricante).
 - Hurto y hurto calificado (no cubre pérdida).
- **Tranquilidad de estar cubierto en caso de que algún incidente le suceda a su teléfono.**

Equipos

- **Equipos con precios por antigüedad:** beneficio que premia la antigüedad del cliente en meses, al comprar sus equipos en reposición postpago.
- **Equipos con precios especiales para nuestro cliente convergente (con servicios fijos y móviles activos):** se entrega un descuento en la compra de referencias específicas.

²⁴ Exceptuando los operadores RI marítimo (operador AT&T), Marruecos (operador IAM) y Cuba (operador Cubacel).



Oferta de productos y servicios lanzados para segmento hogar

Nuevos productos

En medio de la contingencia por la Covid-19 y conscientes de la relevancia de consolidar una oferta que apoyara la necesidad de permanecer en casa y el cambio en rutinas laborales, escolares y de entretenimiento, lanzamos los siguientes productos:



Evolución hacia una red más avanzada con servicios de red FTTH²⁵.



Oferta de mayor velocidad para 29 ciudades, con planes que tienen como base 50 megas.



Triple Play con TV Digital Plus para nuestros clientes.



Campaña “Claro para Ti Primero”, tuvo como objetivo entregar beneficios de convergencia a clientes nuevos y actuales, realizamos el **lanzamiento del Canal Premium Win+** (fútbol profesional colombiano).

TRIPLE PLAY DIGITAL PLUS

101

CANALES SD

62

CANALES HD

6

EMISORAS



INTERNET DE ULTRAVELOCIDAD



TELEFONÍA LOCAL ILIMITADA

Nuevos productos / Segmento hogar



²⁵ FTTH: en inglés, Fiber To The Home. En español, Redes de Fibra Óptica Hasta La Casa.

Oferta de productos y servicios para empresas y negocios

SERVICIOS DE CLOUD

Ponemos a disposición de nuestros clientes una infraestructura 100% Cloud computing, la cual cuenta con varias ventajas, entre ellas: el no depender de la instalación de hardware, el acceso desde cualquier punto geográfico, pago según demanda (eficiencia en gasto), uso eficiente de energía, actualizaciones automáticas y máxima velocidad.



- **Azure Stack**

Procesamiento de la nube de Azure al borde, para que las aplicaciones críticas puedan usar las últimas tecnologías de nube con toda la seguridad, conectividad y capacidades del Data Center de Triara.

- **Nuevo portal Claro cloud**

Habilitación de la versión 2.0 del portal Claro cloud.

- **Nueva oferta Mi Negocio Digital**

Cambio del proceso de venta producto Mi Negocio Digital.

- **Cloud Oferta 365**

Licenciamiento cloud enfocado en seguridad para complementar la oferta actual de Office 365

- **Cloud ecosistemas digitales para distribuidores e intermedias**

Software 100% en la nube que permite ingresar y consolidar la información transaccional, financiera y comercial de los diferentes canales venta como puntos de venta físicos e e-Commerce B2B²⁹ y B2C³⁰, teniendo la posibilidad de administrar aplicaciones propias o de terceros como ERP³¹, CRM, empresas de mensajería, pasarelas de e-mail, market places, redes sociales y pasarelas de pago.

- **Cloud servicios profesionales nube pública**

Primer lanzamiento de servicios profesionales de Nube Publica para AWS basados en administración de Instancias EC²⁸ para Windows y Linux.

- **Cloud oferta educativa Office 365**

Licenciamiento Cloud enfocado en el sector educativo exclusivamente.

- **Cloud casos de uso nube pública**

Habilitación de la oferta de Windows Virtual desktop con Azure.

- **Cloud AWS²⁶**

Despliegue del portafolio de servicios de nube de AWS.

- **Cloud oferta anual gestor de compras ADM²⁷**

Oferta anualizada de los planes básico y premium de facturación electrónica ADM.

- **Cloud servicios profesionales Office 365**

Oferta que compone 4 servicios configurados en el portal de Claro cloud, que se enmarca en el acompañamiento y adopción tecnológica para clientes nuevos en el servicio de Office 365.

²⁶ Amazon Web Services es una colección de servicios de computación en la nube pública que en conjunto forman una plataforma de computación en la nube.

²⁷ Sistema de Administración Móvil o por sus siglas en inglés ADM.

²⁸ Elastic Compute Cloud – EC2, es un servicio que proporciona capacidad informática en la nube segura y de tamaño modificable.

²⁹ Business to Business o negocio a negocio.

³⁰ Business to consumer o negocio a consumidor o cliente.



³¹ Sistemas de planificación de recursos empresariales o por sus siglas en inglés ERP

MOBILE MARKETING

Gestionamos proyectos de marketing móvil, brindando seguridad, acceso a comunidad de expertos y participación en grupos:



- **Lanzamiento Data Rewards**
Recompensa por “Call 2 action” a clientes prepago. Permite a la marca darles un beneficio a sus usuarios, que pueden ser paquetes de datos (Facebook, WhatsApp o X gigabytes).
- **Producto ventas corporativas Red+**
Habilitación al equipo de nuevos medios para vender campañas.
- **Flujo SAT Smartdownload app**
Unión de las capacidades de la mensajería SAT con el flujo de descarga de aplicaciones a través del portal cautivo.
- **Cobro revertido marca compartida**
Habilitación al cliente corporativo para que adquiera los servicios de Marca Compartida, patrocinar la navegación de su sitio web y/o app sin que el usuario consuma los datos de su plan prepago o postpago.
- **Habilitación DSP³² Verizon para proveedores de contenido (2da fase flujo híbrido)**
Oferta comercial para los proveedores de contenido, con el fin de obtener la inversión en pauta digital.

SEGURIDAD

Ofrecemos servicios de protección, gerencia, seguimiento de proyectos y seguridad, basados en metodologías certificables sobre estos ámbitos. Entre ellos destacamos los relacionados con: comunidad de expertos y participación activa en grupos y membresías locales e internacionales con soporte 7x24.



- **Analítica de mensajes SMS**
Nueva solución que permite a través de la analítica de los SMS en la red celular, la posibilidad de identificar y declinar la entrega de los posibles Mensajes de Texto Maliciosos, y disponibilizar la solución a las entidades financieras con el fin de mitigar el riesgo y fraude.
- **Servicio de seguridad y ciberseguridad**
Desarrollo y despliegue del portafolio de servicios de Seguridad y ciberseguridad con las siguientes soluciones: borrado seguro, prevención fuga de información, seguridad en aplicaciones y desarrollos, protección contra amenazas avanzadas en móviles, ciberinteligencia para sector financiero y análisis de vulnerabilidades en nube.

SOLUCIONES DIGITALES

Desarrollamos este servicio para apoyar el proceso de transformación digital de las organizaciones con miras a fortalecer sus acciones para construir ventajas competitivas, cultura de innovación, mejoras en la productividad, mayor presencia de marca, uso de data, reducción de costos y satisfacción de los clientes.



- **Servicio geolocalización empresarial**
Consulta de geolocalización aproximada para temas relacionados con seguridad y riesgo de transacciones bancarias.
- **Servicios profesionales de RPA³³**
Prestación del servicio de RPA para el segmento empresas, el cual es un asistente virtual, que emula acciones de las personas para ejecutar procesos digitales que se realicen en una organización, de forma automática.
- **Servicios profesionales de analítica**
Servicios especializados de administración e implementación ágil en proyectos de big data para el aprovechamiento y monetización de datos.
- **New retail**
Habilitación de una cadena de suministro inteligente y responsiva, capaz de autoajustarse constantemente al comportamiento de la demanda y las características del consumidor, favoreciendo la reducción de costos y garantizando un nivel de servicio óptimo y consistente.

³² Procesador de señales digitales o por sus siglas en inglés DSP.

³³ Automatización de Procesos o por sus siglas en inglés RPA.

SOLUCIONES DIGITALES



● Smart location

Oferta para clientes del sector público y privado de servicios de consultoría y análisis de la dinámica de movilidad ciudadana. Datos que, una vez analizados, proveen información clave para la toma de decisiones a nivel de planes de desarrollo, transporte, movilidad, seguridad, salud, educación, vivienda, infraestructura, turismo, entre otros.

● Clínica digital

Solución que permite a los prestadores de servicios de salud atender a sus pacientes de forma virtual, así como optimizar diferentes procesos dentro de la misma plataforma.

● Asambleas virtuales

Solución que permite ofrecer un entorno de Asamblea virtual incluyendo gestión de contenido y plataforma de acceso y control, permitiendo a los participantes de juntas directivas o accionistas poder no solo interactuar a través de la llamada, sino ejecutar y registrar sus votos en las decisiones clave de la sesión.

● Monitoreo remoto de pacientes – Telemedicina

Plataforma que permite a las clínicas o EPS el acceso a las mediciones que hacen sus pacientes crónicos desde sus casas. También permite llevar control de la salud de los empleados de una empresa o de los residentes de conjuntos de apartamentos.

● Sistema SIAF

Es una solución de experiencia de cliente, que optimiza y gestiona la calidad de atención al público, su objetivo es: organizar, medir, seguir y mejorar la atención del cliente, integrando atención presencial y virtual.

● Eficiencia energética

Solución de internet de las cosas – IoT que permite Identificar el consumo de sus servicios públicos y visualizar en tiempo real su comportamiento. Esto con el fin de hacer planes de reducción de huella de carbono y mejor uso de los servicios públicos.

● Servicios profesionales de chatbot

Uso de la Inteligencia artificial y el procesamiento de lenguaje natural para automatizar interacciones típicas en escenarios de cobranza.

● Servicios profesionales de API Management

Servicios profesionales de consultoría, implementación y operación sobre soluciones desarrolladas.

● Identidad digital

Servicios para validación biométrica y/o documental de usuarios de servicios digitales financieros.

● Modelo gestión de cadena de abastecimiento

Solución que permite garantizar la optimización de la cadena de abastecimiento de las empresas.

● Alianza Wellaware

Solución Industrial IoT que permite a las empresas contar con automatizaciones y control de variables en campo. La plataforma incluye herramientas de Big Data y Machine Learning.

● Gestión de dispositivos fijos

Solución que permite la administración, monitoreo y control de los dispositivos fijo de una empresa, estando conectados en la red del cliente o desde redes externas.

● Smart Metering (agua - energía)

Solución de Medición Inteligente (Smart Metering) permite la lectura remota de medidores de agua, gas, calefacción y electricidad, así como la detección temprana de anomalías como fugas, violaciones y alertas de seguridad.

● API Management Hitss modelo Paas

Software necesario para la ejecución de productos basados en microservicios o API para monetización.

SERVICIOS TELCOS

Brindamos servicios de telecomunicaciones para mejorar y garantizar la conectividad de nuestros clientes con seguridad y fácil conexión.



● Datos compartidos

Permite habilitar a otra línea Claro para que sea beneficiaria de los datos de la línea principal.

● Pasaporte América con cargo a factura

Habilitación del servicio Pasaporte América para que los clientes del segmento negocios puedan pagar con varios medios de pago (factura, botón de pagos).

● Cobro revertido

Servicio que le permite al cliente corporativo patrocinar la navegación de su sitio web y/o app sin que el usuario consuma los datos de su plan prepago o postpago.

● Carro conectado GM

Solución B2B2C³⁴ ofrecida inicialmente al cliente General Motors – GM, en el que a través de un dispositivo IoT embebido en el vehículo y una eSIM, Claro presta diferentes servicios de conectividad, telemetría y entretenimiento (voz, datos, SMS), permitiendo así que GM pueda ofrecer el servicio de Onstar en Colombia (servicios de seguridad y respaldo en caso de emergencia) y una serie de servicios conectados Chevrolet.

● Dispatcher Claro directo

Licencia que permite ubicar, llamar e interactuar con los equipos de Claro directo de la empresa.

● PBX móvil

Sistema PBX que funciona sobre líneas móviles 100%, permitiendo la configuración de un menú de opciones de atención con audios personalizados.

● Migración T-Soluciona

Contacto a un profesional para dar soporte, diagnóstico, mantenimiento y configuración a las necesidades tecnológicas de su red LAN y equipos de cómputo.

● SD-WAN³⁵ Fortinet

Servicio de conectividad que permite de forma segura usar diferentes tipos de acceso, priorización de aplicaciones, servicio con filtrado WEB, control de aplicaciones.

● Nuevos medios de pago como Daviplata

Habilitación de Daviplata como medio de pago para que los clientes del portal cautivo puedan pagar sus productos y servicios.

● LAN³⁷ administrada negocios

Puntos de acceso inalámbrico: Wi-Fi y LAN para tener una conexión a la red de su negocio (dispositivos).

● API bloqueo SMS

Nueva solución que permite a través de la analítica de los SMS en la red celular, la posibilidad de identificar y declinar la entrega de los posibles Mensajes de Texto Maliciosos y ponerla a disposición la solución en las entidades financieras para su consulta por medio de un API, con el fin de mitigar el riesgo y fraude.

● Producto OTP³⁶

Integración a los sistemas de autenticación de seguridad.

● Nuevo internet seguro

Solución de seguridad que protege el canal de internet y la navegación empresarial de phishing, malware, troyanos, análisis de vulnerabilidades y perfila la navegación segura.

● Plataforma Backup

Implementación y postventa del servicio de backup datacenter, con el objetivo de controlar el consumo de la capacidad contratada y generar crecimiento de las mismas.

● Claro Sync para Galaxy Watch

Servicio que permite la activación del smartwatch Galaxy Watch a la red móvil como una extensión de su celular, más allá del alcance del Bluetooth.

³⁴ Business-To-Business-To-Consumer, es una modalidad de comercio electrónico que agrupa el B2B (negocio a negocio) y el B2C (negocio a consumidor o cliente).

³⁵ SD-WAN es un acrónimo de redes definidas por software en una red de área amplia. SD-WAN simplifica la

administración y el funcionamiento de una WAN al desacoplar el hardware de red de su mecanismo de control.

³⁶ Autenticación con contraseña de un solo uso o por sus siglas en inglés One-Time Password – OTP.

³⁷ Una red de área local o LAN es una red de computadoras o por sus siglas en inglés Local Area Network – LAN.



TELEVISIÓN

Mejoramos la experiencia de entretenimiento de nuestros clientes con Claro TV.

Minicabecera

Solución para hoteles, hospitales y colegios que permite eliminar los decodificadores de la arquitectura que se instala y disponer un manejo de un canal institucional.



4.2.2. Alineamos nuestras unidades de negocio para ofrecer los mejores productos y servicios

A partir del 2020 y con el propósito principal de responder a las necesidades actuales y cambiantes de nuestros clientes, en Claro Colombia ajustamos nuestras unidades de negocio tradi-

cionales y las transformamos y unificamos, en:

- Unidad de Mercado Corporativo (UMC).
- Unidad de Mercado Masivo (UMM).

Unidad de Mercado Corporativo (UMC)

Dirigida a atender el segmento de Empresas y Negocios, asegura la implementación de soluciones de transformación digital a la medida de nuestros clientes. Creamos estrategias de atención personalizada y oportuna que derivan en **canales de autoatención ágiles, eficientes y con la mejor tecnología.**

En medio de diferentes desafíos y retos producto de la contingencia por la Covid-19, reaccionamos poniendo en marcha planes y soluciones para nuestros clientes empresariales, siendo aliados en la minimización de impactos, costos y acompañando su adaptación a esta nueva realidad. Por ejemplo, con **Claro cloud** habilitamos la posibilidad de trabajo remoto o en casa bajo parámetros de productividad y calidad de vida.



Emprendedores: campaña de Marketing con una oferta diferencial (sin historial crediticio) y bajo la sombrilla de Mundo Joven del segmento masivo.

Claro talks: plataforma Web que nace a raíz de las cuarentenas estrictas, habilita la publicación digital de contenidos o realización de eventos en vivo con temáticas, que abordan las principales problemáticas del sector empresarial cuya solución puede ser de base tecnológica.



Claro tech summit: evento con los principales clientes corporativos para presentar una serie de contenidos alrededor de la transformación digital.



Unificación de marca: A raíz de la campaña de Marca *“Creamos porque creamos”* se definió en conjunto con el equipo de América Móvil optimizar los recursos de Marketing pasando de Claro Empresas y Negocios a Claro Empresas independientemente del subsegmento.



Plan reacción pandemia: redefinición de estrategia de Marketing por efecto de la pandemia con foco en soluciones Telco + soluciones de comunicaciones unificadas para el trabajo en casa.



Principales indicadores

100.397 Líneas netas nuevas.

27.504 Valor en ventas fijas.
Millones

16.460 Valor en ventas móviles.
Millones

13.928 que disfrutaron las ventajas de tener ambos portafolios.
Clientes convergentes

Logros 2020 Unidad de Mercado Corporativo (UMC)



Productos de co-creación con el cliente que permiten generar soluciones a la medida.

Ampliar las co-creaciones efectivas.

- Se llevaron a cabo co-creaciones efectivas en al menos 30 empresas de nuestra base.



Interacciones en App Mi Claro.

Aumentar las transacciones en la App en 15%.

- Inclusión de información relacionada con los usos y beneficios de la App en la comunicación vía mailing, SMS38, audios de IVR39 y en cada contacto con cliente vía telefónica.

³⁸ SMS, en inglés Short Message Service, en español Servicio de Mensajes Cortos. Se refiere a los mensajes de texto disponibles para enviar entre celulares y que pueden ser utilizados en la mayoría de los teléfonos móviles incluyendo los teléfonos más sencillos.

Retos 2021 Unidad de Mercado Corporativo (UMC)

01

Potencialización de las co-creaciones efectivas

Continuar generando soluciones particulares en las que nuestros clientes puedan aprovechar todos nuestros recursos internos.

- Continuar creando soluciones que contribuyan a mejorar la productividad de las empresas y avanzar en su camino hacia la transformación digital.

02

Agilidad en modelos de servicio que mejoren la experiencia del cliente.

Implementar una estrategia basada en innovación y agilidad, que reduzca de manera significativa los tiempos de respuesta en la operación de los servicios.

- Redefinir y ampliar el esquema de implementación, operación y soporte para clientes de alta complejidad con células y procesos acordes a las necesidades específicas de cada cliente.

03

Desarrollo de un ecosistema de venta digital.

Implementar y maximizar la tienda virtual.

- Ampliar la atención vía redes sociales que permita generar más cercanía con el cliente, y realizar mejoras del portal y App.

Unidad de Mercado Masivo (UMM)

Ofrecemos soluciones móviles y fijas con ofertas competitivas y de valor agregado para personas y hogares, que potencializan las fortalezas de nuestra red e infraestructura. De esta forma, cubrimos el segmento masivo a través de diversos canales de venta y distribución, entre ellos: los Centros de Atención y Ventas – CAV, agentes, Tienda a Tienda – TaT, tropas, retail y telemercadeo.

Nuestros principales focos de acción se concentraron en la implementación de la venta digital, que incluye procesos de reducción del fraude y de generación de ventas de mejor calidad, y en la fidelización de nuestros clientes a través de la reposición de equipos terminales y en el servicio postventa.

Además, con la campaña **Todo Claro** y nuestra meta de convergencia, garantizamos una mayor permanencia de los clientes que disfrutaron de todos nuestros servicios. La óptima gestión y mejor experiencia para nuestros clientes, incluyó:

- ✓ Planes de retención y fidelización.
- ✓ Planes de bienvenida dirigidos a dar a conocer los beneficios del servicio contratado.
- ✓ Gestión de la información para mejorar nuestra atención al cliente.
- ✓ Aseguramiento de una experiencia superior para nuestros clientes en términos de usabilidad en todos los servicios (postpago, prepago, planes hogar e internet).

³⁹ IVR: en inglés: interactive Voice Response. En español: respuesta de Voz Interactiva. Es una tecnología de telefonía que le permite a los clientes interactuar con el sistema de atención corporativo a través de menús de voz configurables, en tiempo real, utilizando los tonos del teléfono.



Principales indicadores de la Unidad de Mercado Masivo (UMM)

- | | | |
|---|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> Estabilización de los canales telefónicos y virtuales de servicio y retención en el contexto de la pandemia y sus efectos a nivel operativo y de experiencia de nuestros clientes. | <ul style="list-style-type: none"> Fortalecimiento de nuevos canales de venta que fueron estratégicos durante el primer año de pandemia: e-Commerce y telemarketing. | <ul style="list-style-type: none"> En el contexto de la pandemia, en Claro Colombia invertimos en conectar 288.000 casas con Triple Play. |
| <ul style="list-style-type: none"> Unificación de la Dirección de Servicio al Cliente y Retención en Mercado Masivo para servicios de Fijo y Móvil. | <ul style="list-style-type: none"> Articulación en la iniciativa del Día sin IVA, impulsada por el Gobierno nacional con el fin de reactivar la economía. | <ul style="list-style-type: none"> Despliegue técnico y comercial de la red de fibra óptica. |
| <ul style="list-style-type: none"> Apertura de nuevos canales de atención a clientes, entre ellos: WhatsApp. | <ul style="list-style-type: none"> Diversificación de nuestro portafolio gracias a la inclusión de nuevas marcas terminales y tecnología. | <ul style="list-style-type: none"> En alianza con MinTIC, adquirimos el compromiso de llevar 238.000 accesos de internet a los segmentos de población más vulnerables del país. |
| <ul style="list-style-type: none"> Reestructuración de los canales que implican la tecnología por Respuesta de Voz Interactiva – IVR con el fin de brindar una mejor experiencia para el cliente, en términos de tiempos y facilidad en la navegación. | <ul style="list-style-type: none"> Lanzamiento de consolas, juegos y otros productos para el hogar. | <ul style="list-style-type: none"> Rediseño de los procesos de venta y acercamiento para brindar soporte ante el incremento en la demanda de conectividad en los hogares de todo el país, propiciando oportunidades para el acceso a otros productos de nuestro portafolio. |
| <ul style="list-style-type: none"> Consolidación de canales para nuestros clientes bajo modalidad de autoatención. | <ul style="list-style-type: none"> Lanzamiento de planes de fidelización, promociones en todos los paquetes incluyendo bonos divulgados por Redes Sociales, ampliación de beneficios en algunos paquetes. | <ul style="list-style-type: none"> Fortalecimiento del canal digital y del telemercado para venta de equipos pasando de 518 a 17.364 ventas. |
| <ul style="list-style-type: none"> Implementación de la atención al cliente en modalidad de home office. | <ul style="list-style-type: none"> Lanzamiento de la iniciativa Prevenir Conectados a través de la cual se brindó conectividad y se estimuló la descarga de la aplicación CoronApp que permite el seguimiento a los casos de Covid-19 en todo el territorio nacional. | <ul style="list-style-type: none"> Fortalecimiento del canal digital y del telemercado para venta de equipos pasando de 518 a 17.364 ventas. |
| <ul style="list-style-type: none"> Consolidación de alianzas con Banco de Bogotá, de Occidente, Credivalores, Colpatria e Itaú con el fin de generar beneficios en el pago de terminales y tecnología con tarjetas de crédito. | <ul style="list-style-type: none"> Aumento anual de la base de servicios de 11%, que significó contar con 3.171.425 millones de suscriptores y una proporción de 2,55 servicios por cliente. | <ul style="list-style-type: none"> Comercialización de dispositivos UltraWiFi Mesh para mejorar la experiencia de conectividad en los hogares y, adicionalmente, fortalecimos la gestión comercial de dispositivos de internet of Things – IoT. |

Logros 2020 Unidad de Mercado Masivo (UMM)



Licitación MinTIC
N° 09.

En trabajo conjunto con MinTIC se entregaron 210.000 accesos de internet para estratos 1 y 2 en las zonas Costa, Centro y Sur del país.

- Reorganizamos la atención, ventas y operaciones para continuar con la actividad.



Licitación MinTIC
N° 18.

En trabajo conjunto con MinTIC se entregaron 28.200 accesos de internet para estratos 1 y 2 en las zonas Costa, Centro y Sur del país.

- A la fecha se han garantizado las metas de accesos parciales fijadas por el Ministerio. Esta licitación culmina en febrero del año 2021.



Convergencia.

Incrementar las ventas y clientes convergentes.

- Implementamos la campaña **Todo Claro** para incentivar a los clientes a unificar su portafolio para soluciones hogar y móvil obteniendo mayores beneficios en sus productos.

Retos 2021 Unidad de Mercado Masivo (UMM)

01

Licitación MinTIC L18.

Culminar Satisfactoriamente los dos contratos vigentes con el MinTIC.

02

Nuevo modelo de atención unificado para clientes fijo y móvil.

Ofrecer una única experiencia de servicio para los clientes en el canal telefónico.

03

Campañas de adopción digital.

Implementar nuevas campañas de adaptación de canales digitales a través de los frentes de atención de atención.

04

Venta de postpago - Canal TAT

Implementar la venta de postpago a través de contrato grabado en el canal Tienda a Tienda - TAT.

05

MovilBOX⁴⁰ canal Tropas.

Habilitar la herramienta de MovilBox en el canal de tropas y a 1500 troperos a nivel nacional.

⁴⁰ Plataforma que actualmente se utiliza para el seguimiento de prepago, puntos de venta, rotación de inventario, entre otros.

Ser **1º 2º**
o beneficiario de la Ley 1699

Sin internet
en los últimos
6 meses

4.3. INNOVACIÓN Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

(GRI 103-1,103-2) ODS 9

Hoy más que nunca la innovación y los procesos de transformación digital hacen parte de nuestra cotidianidad y de la competitividad del país, las industrias, las empresas y los hogares. Es por eso, que **nuestra gestión en materia de innovación tiene dos ejes principales:**



Promover el intraemprendimiento corporativo orientado, por una parte, a generar destrezas mediante el entrenamiento de líderes de innovación dentro de la empresa con capacidad de prestar apoyo a las actividades en las diferentes áreas. Por otro lado, buscamos crear y establecer mecanismos para desarrollar y gestionar la cultura y la práctica de la innovación con el propósito de generar e implementar ideas enfocadas en: identificar oportunidades y desafíos, solucionar problemas y desarrollar nuevos productos y servicios. **El objetivo es el de generar crecimiento, rentabilidad y liderazgo con resultados innovadores y tangibles.**



Procesos de vigilancia tecnológica y estratégica, alineados con la planeación de la compañía y 100% centrados en el cliente, generando mejoras en procesos, incremento en ingresos y ahorro en costos y gastos.

Los principales beneficios de la innovación para Claro Colombia, son:

- ✓ Marcar la diferencia a partir del desarrollo de habilidades para comprender y gestionar la innovación.
- ✓ Mejorar las destrezas laborales y la apropiación de conocimientos, habilidades y confianza que faciliten la innovación.

- ✓ Acceder a ecosistemas internacionales de innovación y profesionales calificados, para encontrar nuevas maneras de resolver retos en la organización.

Establecimos campos de juego o nuevas áreas de crecimiento sobre los cuales realizamos vigilancia tecnológica y estratégica de manera permanente en los diferentes ecosistemas de innovación, tanto a nivel local como internacional. Dentro de los campos de juego definidos, destacamos:

▪ B2B (Business to Business):

digital validation, payments and collections y everything for your company.

▪ B2C (Business to Consumer):

easypay, What i want at a click y My Live Easier and more Sustainable.

En Claro Colombia estamos invirtiendo constantemente en modernizar nuestra infraestructura, capacidad, productos y servicios para que estén a la altura del desafío que plantea la **transformación digital y el cierre de la brecha y última milla**. Estas inversiones nos permiten estar mejor preparados para abordar los futuros requisitos de las tecnologías de comunicación, como la **red 5G, el internet de las Cosas – IoT, los nuevos servicios basados en la nube, la inteligencia artificial**, entre otros.

(GRI 103-3)

Desarrollamos un sistema de gestión de innovación para mejorar nuestros procesos, incrementar nuestros ingresos y ahorrar costos y gastos. Todo lo anterior, usando los recursos disponibles para identificar nuevos modelos de negocio que cierren la brecha de innovación en los siguientes 5 años, y cualificando nuestro talento humano para enfrentar los próximos desafíos.

Nuestros principales indicadores de innovación

- Addi: presentación de más de \$700 millones para compra de tecnología y equipos a personas sin tarjeta de crédito.
- Alianzas con otros miembros del ecosistema de vigilancia tecnológica, en las que hicimos dealflows⁴¹ e investigaciones.
- 150 sesiones en la metodología SIT de pensamiento inventivo sistemático en las diferentes unidades de negocio.
- Procesos de co-creación con clientes para el desarrollo de nuevos modelos de negocio.
- Contratación de 5 Startups para procesos de vigilancia tecnológica y estratégica sobre los Campos de Juego definidos en los ecosistemas nacionales e internacionales: PlugandPlay Tech Center Silicon Valley, Endeavor, Hubbog, iNNpulsa, embajadas, entre otros.
- Proyectos y soluciones concretas para mejora en procesos, incremento en ingresos y ahorro de costos y gastos.



⁴¹ Conjunto de propuestas para abordar un tema o flujos de Trabajo.

4.3.1. Premio a la innovación 2020

Como respuesta a nuestro compromiso por potenciar la innovación al interior de Claro, en 2020 llevamos a cabo la primera versión del **Premio a la Innovación Claro Colombia**. Un escenario en el que el talento de la compañía participó con **320 propuestas y soluciones**, de las cuales fueron seleccionadas **54 distribuidas** en las siguientes categorías:



Cada una de estas propuestas recibió acompañamiento por parte de un experto internacional, para acotar el alcance, beneficios e implementación; y presentarlas ante el jurado conformado por miembros internos y externos a la organización:

En la categoría **Reducción en costos y gastos:**

- **Luz Esmeralda Velandia**, directora de Innovación de la Cámara de Comercio de Bogotá.
- **Amnon Levav**, co-fundador y CIO (Chief Innovation Officer) de SIT.
- **Antonio Díaz**, decano ejecutivo PRIME Business School Sergio Arboleda.
- **Fernando González**, director corporativo Financiero Claro Colombia.
- **Santiago Pardo**, director corporativo Asuntos Regulatorios y Relaciones Institucionales Claro Colombia.
- **José Luis Gómez** - director B2B y Nuevos Negocios Claro Colombia.

En la categoría **Incremento en ingresos:**

- **Margarita Manjarrez**, embajadora de Colombia en Israel.
- **Jackie Hernández**, vicepresidenta de Cuentas Globales PlugandPlayTech-Center en San Francisco, USA.
- **Paula García**, directora de Sostenibilidad de América Móvil.
- **Luis Felipe Barrientos**, vicepresidente de Escalamientos & Innovación iNNpulsa Colombia.
- **Óscar Rodríguez**, vicepresidente Innovación de Davivienda del Grupo Bolívar.
- **Felipe Villa**, director Corporativo de Transformación Digital Claro Colombia.

En la categoría de **Mejora en procesos:**

- **Andrés Vásquez del Mercado**, Chief Digital Intelligence Officer at América Móvil.
- **Roxana Flores**, gerente de Sustentabilidad América Móvil.
- **René Rojas**, presidente Hub Bogotá.
- **Mario Ramírez**, director SIT para Colombia.
- **Iader Maldonado**, director corporativo Tecnología Claro Colombia.

Es así como la naturaleza de nuestra organización nos impulsa a mantener una **cultura de la innovación**, que en 2020 obtuvo los siguientes logros y retos para 2021:

Logros 2020 Innovación



Desarrollo de nuevas formas de trabajo.

Fortalecimiento del talento humano en temas relacionados con la absorción del conocimiento, el aprendizaje, la innovación y la resiliencia en nuevos entornos.

- Ejecutamos el plan de comunicación y cultura de innovación.
- Desarrollamos el Plan de Formación en metodologías de ideación SIT⁴² con 120 coaches y gestores de innovación certificados.
- Lanzamos los retos (Hackaton) en la Compañía.
- Llevamos a cabo el Primer Premio de Innovación de Claro con más de 300 ideas presentadas, con 15 proyectos finalistas y en ejecución.



Vigilancia tecnológica y estratégica ecosistema Internacional de StartUps.

Encontrar nuevas oportunidades, modelos y tipos de negocio que nos permitan mantenernos como una de las empresas líderes de tecnología.

Hicimos alianzas con:

- Universidades para la búsqueda de StartUps con lanzamientos de retos.
- Innpulsa, Cámaras de Comercio, HugBOG, Conecta, MinTIC, entre otros.
- Aceleradoras de Innovación para la identificación de nuevos campos de juego como los son IXL Center y Plug And Play de Silicon Valley.



Portafolio de Mobile Marketing.

Mobile Marketing.

- Ofrecimos orientación para servicios de contenido.
- Ejecutamos el plan de expansión de Free Apps y SIM para proveedores de contenido.



Retos 2021 Innovación

01

Fortalecimiento del Sistema de Gestión de Innovación.

Continuar consolidando el Sistema de Innovación de la compañía, a partir de tres pilares: resultados, destrezas y estructuras.

👁️ Desarrollar en nuestro talento Claro nuevas formas de trabajo y metodologías de pensamiento creativo e innovador que se traduzcan en el desarrollo de soluciones y proyectos de intraemprendimiento corporativo. Logrando que la innovación un proceso orgánico y permanente de la operación.

02

Vigilancia Tecnológica y Estratégica.

Anticipar nuevas oportunidades, vectores, campos de juego, tendencias y modelos de negocio mediante el uso de nuevas tecnologías.

👁️ Identificar necesidades del mercado mediante el uso de nuevas herramientas tecnológicas de la Cuarta Revolución Industrial centradas en el cliente. Con el propósito que sean un insumo para mejorar la eficiencia de nuestros procesos y su productividad.

⁴² Systematic Inventive Thinking, una metodología israelí de innovación.

4.3.2. Internet de las cosas-IoT

Además de innovación, en Claro apostamos por las **tecnologías emergentes** y la inmensa posibilidad de ofrecerles a nuestros clientes el tener todo lo importante, conectado desde un solo lugar. Con esas soluciones pueden con la tecnología y el internet, realizar desde su dispositivo inteligente:



Monitoreo y seguridad de su hogar



Identificación del recorrido de seres queridos



Eficiencia energética y monitoreo de empresas y negocios

Nuestros principales productos de IoT para personas, son:



Move Time: permite saber dónde están los niños y niñas, delimitando, además, las zonas seguras y la recepción de notificaciones; este servicio permite la comunicación en tiempo real con ellos y la definición de hasta 10 contactos con los cuales podrán tener llamadas.



Move Track: facilita la ubicación de mascotas desde el smartphone.



Hogar conectado: utilidad que ofrece el monitoreo de vivienda gracias a sensores y cámaras que permiten la visión en tiempo real y la recepción de alarmas.



Además de los siguientes productos de IoT para Mercado Corporativo



Monitoreo de negocios, controles de acceso y ahorros de energía.



Recepción de alertas en caso de algún tipo de peligro.



Soluciones en la nube.



Localización de vehículos.



Claro 360: plataforma integral para ciudades inteligentes.



Etiquetas conectadas: solución que mantiene los datos actualizados de los productos en tiempo real con la capacidad de proporcionar información relevante de la marca.



SIAF: solución de experiencia de cliente, que optimiza y gestiona la calidad de atención al público, su objetivo es: organizar, medir, seguir y mejorar la atención del cliente. Integrando atención presencial y virtual.



Geolocalización personas: solución que permite la georeferenciación de personas.



Entretenimiento a bordo: solución para mejorar la experiencia de los pasajeros por medio de contenido multimedia.



Clínica Digital (Telemedicina): solución que permite a los prestadores de salud atender a sus pacientes de forma virtual, así como integrar diferentes procesos dentro de la misma plataforma.



Medición de audiencia: solución que identifica las emociones y los comportamientos de sus clientes en tiempo real, dentro de las interacciones con la marca.

Buscamos potencializar nuestra cobertura de red y servicios profesionales con equipos de la más alta capacidad para automatizar y monitorear procesos industriales robustos y en condiciones hostiles. Así mismo, estamos abriendo un nuevo modelo de negocio para nuestros clientes empresariales al ofrecerles las mediciones de sensores como servicio.

En Claro contamos con soluciones basadas en la red **NB-IoT**⁴³, la cuales están enfocadas en las soluciones de iluminación inteligente, acueductos, ciudades inteligentes y agricultura conectada, entre otros, que la compañía viene desarrollando en diferentes ciudades y empresas del país. Por ello, a nivel nacional, hemos venido trabajando con importantes casos de uso en diferentes sectores industriales en el país, por ejemplo: el monitoreo de presión, caudal y comportamiento de acueductos públicos a nivel de ciudades. También en el control de inventario de combustible y mezcla de químicos industriales, o en el de la calidad de aire en zonas indoor con el fin de controlar el paso de virus y bacterias como la Covid-19. Incluso, en el de conectar sistemas de automatización tradicionales como son los SCADA⁴⁴ a plataformas en la nube sin tener que perder esa inversión inicial.

En 2021 la nueva apuesta será la alianza con Wellware⁴⁵ para ofrecer soluciones industriales de IoT, que permitirá que empresas puedan monitorear procesos industriales según los requerimientos del sector.

⁴³ Narrowband Internet of Things por sus siglas en inglés, o Banda Estrecha de Internet de las Cosas, en español

⁴⁴ Sistemas de Supervisión, Control y Adquisición de Datos o por sus siglas en inglés Supervisory Control And Data Acquisition.

⁴⁵ Compañía que forma parte del grupo América Móvil y que está especializada en soluciones Industriales de IOT



4.4. EXPERIENCIAS ÚNICAS, SIMPLES Y CONFIABLES

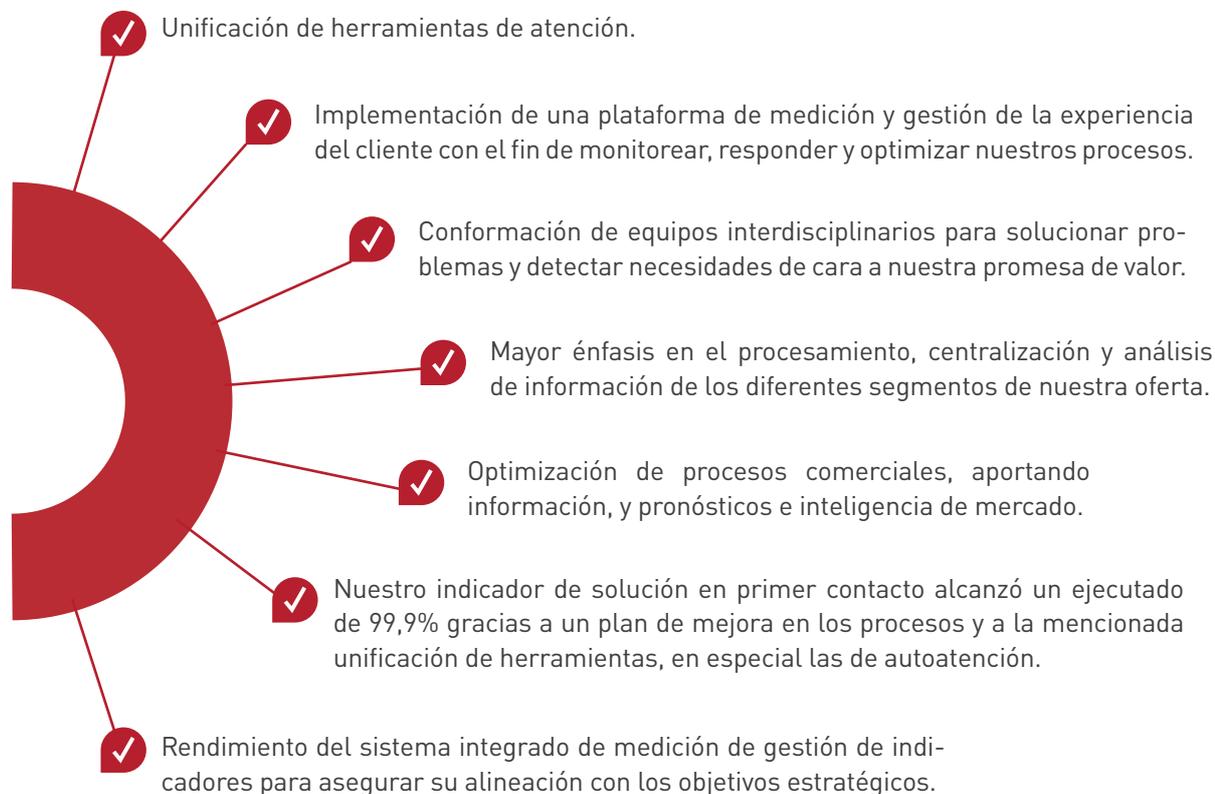
(GRI 103-2,103-3)

Dentro de la Dirección Corporativa de Marketing Transformación Digital, la Dirección de Experiencia busca, por medio de las siguientes acciones, asegurar que nuestros clientes tengan la mejor atención a sus necesidades, generando experiencias memorables para nuestros clientes de todos los segmentos: hogar, personas, convergentes, empresas y negocios.

- Prevención y mitigación de fallas en el uso de los servicios y creando valor en cada punto de contacto.
- Tecnología enfocada en mejorar la experiencia.
- Experiencias WOW para sorprender al cliente en las diferentes interacciones.
- Equipo de trabajo especializado, enfocado en entender al cliente, diseñar experiencias, implementar acciones de mejora y medir el éxito.
- Uso de la herramienta Speech Analytics⁴⁶, la cual nos permite escuchar con efectividad la voz de los clientes.
- Creación de contenidos y campañas de educación e información para el cliente con el fin de facilitar el proceso de autoatención.
- Implementación de herramientas digitales (como WhatsApp y chatbot) que faciliten la adquisición de productos, servicios y ante todo, la mejora en la atención y el seguimiento.
- Elaboración de estudios de tendencias para comprender el mercado en profundidad y actuar de manera ágil y eficiente en la incorporación de nuevos productos o servicios.

⁴⁶ Sistemas que permiten extraer información a partir del análisis de las conversaciones almacenadas en los sistemas de grabación.

Como resultado de nuestra operación, en 2020 impulsamos proyectos para mejorar y hacer memorable nuestra experiencia al cliente:



En el 2020 nuestros principales indicadores de experiencia, fueron:

104%

Contact rate (Ratio de contacto del cliente) técnico hogares

103%

Autoatención hogares

99%

FCR (solución en primer contacto)

71%

Contact rate (Ratio de contacto del cliente) técnico hogares

131%

Incident rate (Ratio de incidentes) hogares

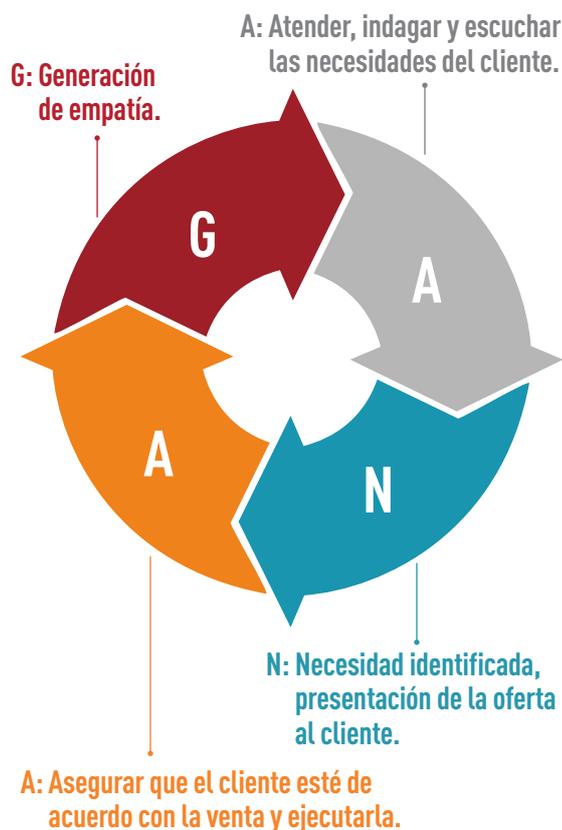
97,34%

Revisión de perfil de todo el personal (nuevo y crecimientos)

📈 Crecimiento en el uso del canal de WhatsApp, pasando de **2.000** atenciones al mes, a más de **340.000** consultas realizadas por el cliente.

📈 Nivel de recomendación de la experiencia con la atención: iniciamos el año primer trimestre de 2020 con un indicador de **62%** y cerramos con **66%**.

Todo lo anterior está soportado en el **Modelo GANA**, con el cual le apuntamos a fortalecer una cultura del servicio en 4 frentes:



Logros 2020 Dirección de experiencia



Unificación de herramientas de soporte técnico para los front de atención segmento masivo.

Determinar una sola herramienta de soporte técnico para facilitar el proceso de atención de clientes.

- Unificamos las herramientas para clientes personas.
- Disminuimos en un 20% la reincidencia del segmento personas para temas asociados con soporte técnico.



Creatividad y consecución de tienda ideal.

Acompañar y desarrollar un concepto nuevo de tienda bajo el formulado de tendencias en la categoría masiva.

- Conseguimos seis (6) tiendas comerciales y un piloto con resultados favorables en el canal directo, dos (2) tiendas de agentes comerciales piloteadas y aprobadas para amplificar a 80 puntos de venta adicionales.



Mejora procesos soporte auto atención en la App Mi Claro.

Optimizar el soporte en la App Mi Claro.

- Mejoramos en infografías y paso a paso de soporte.



Implementación canal de soporte técnico para las regionales a través de la App Claro Te Ayuda.

Definir un canal de atención para las regionales que brinde el soporte relacionado con incidentes técnicos en sus territorios.

- Configuramos la opción de atención en la aplicación Claro Te Ayuda.
- Implementamos el flujo de atención y soporte.
- Designamos y pusimos en marcha del equipo operativo.
- Campaña de comunicación y difusión del medio de atención.
- Alineación de los procesos de gestión de incidentes para el tratamiento de estas solicitudes.



Contención Claro Bot⁴⁸.

Mantener conversaciones contenidas y transferidas por mes. Ejecución de las KB⁴⁹ en las soluciones tecnológicas con inteligencia artificial cognitiva.

- Disminuimos las transacciones digitales asistidas.
- Creamos y optimizamos los flujos o árboles de gestión de los bots.
- Adecuamos la conversación con el usuario, usando un lenguaje natural.
- Validamos los casos de uso, para garantizar la estructura conversacional de los procesos.
- Diseñamos el contenido audiovisual incluido en los bots.



99% Plan de mejoras en herramientas de soporte para canales de atención.

Realizar mediante metodología Scrum⁴⁷ un plan de mejora en la herramienta Diagnosticador con el objetivo de optimizar el soporte por parte de los asesores de canales de atención.

- Definimos el alcance y establecimiento de equipo de trabajo.



100% Notificación vía sat push de fallas masivas para clientes afectados por problemas en potencia y fibra óptica.

Enviar a clientes de notificaciones en 5 momentos del incidente (inicio, identificación, avance, demora, cierre) que incluyen detalles de la falla masiva.

- Definimos las políticas de envío y tipo de incidentes que debían notificarse.
- Conseguimos la autorización y recomendaciones por parte de las áreas de legal y jurídica.



95% Plataforma convergente de atención a clientes.

Implementar la herramienta de convergencia para que el asesor pueda tener de manera fácil la información 360° del cliente que está atendiendo.

- Aseguramos su implementación.



100% Reducción de la recurrencia en el segmento fijo, en 2,84%, representado en 233.573 marcaciones.

Atender de manera diferencial a los clientes en búsqueda de soluciones inmediatas para mejorar la experiencia.

- Analizamos y atendimos a los clientes con más de 8 contactos desde la Dirección de Experiencia buscando la mejora en los procesos y procedimientos.
- Atención desde el segmento a los clientes con entre 2 y 7 marcaciones.
- Cumplimiento de las visitas a los clientes a los cuales se les han incumplido la visita técnica.
- Plan de cambio de equipos a clientes que han presentado recurrencia.



100% Construcción y desarrollo zonas interactivas.

Idear zonas interactivas y de experiencia en puntos de venta.

- Construimos el piloto e implementamos las zonas de exhibición de canales comerciales.



100% Creatividad y consecución de zonas de experiencia para tiendas y puntos de atención presencial.

Desarrollar, pilotear, medir el impacto de nuevas zonas para garantizar categoría de destino.

- Establecimos las zonas de exhibición de producto conforme a las categorías para puntos de venta.



100% Eduselling⁵⁰.

Crear una lista de reproducción en el canal de YouTube de Claro Colombia con videos educativos para nuestros clientes.

- Definimos el proceso para el levantamiento de las necesidades.
- Pre, pro y postproducción de los contenidos.
- Publicamos los contenidos.
- Aseguramos la adopción en los canales digitales de atención (ChatBot⁵¹, Claro Te Ayuda).
- Entregamos el contenido a las áreas internas involucradas para apalancar estrategias relacionadas con el contenido emitido.



100% Automatización de envío mensajería para confirmación de visitas técnicas, procesos en APP y clientes nuevos.

Implementar la mensajería de texto para el agendamiento de su visita técnica.

- Definimos la política de envío.
- Interconexión con perfilamiento de bases.
- Hicimos pruebas.

⁴⁷ Scrum es un marco de trabajo para desarrollo ágil de software que se ha expandido a otras industrias.

⁴⁸ Un Bot de charla o un Bot conversacional es un programa que simula mantener una conversación con una persona al proveer respuestas automáticas a preguntas realizadas por el usuario.

⁴⁹ KB: bases de conocimiento.

⁵⁰ Eduselling es una forma evolutiva de venta, ya que combina la evaluación de necesidades, la construcción de relaciones, la educación del cliente y el postmarketing.

⁵¹ Un chatbot es un programa informático con el que es posible mantener una conversación, tanto si queremos pedirle algún tipo de información o que lleve a cabo una acción.

Retos 2021 Dirección de Experiencia

01

Mejora y Cumplimiento de la meta de NPS.

Mediante estrategias de medición, planes y proyectos a nivel transversal se buscará la mejora en el indicador del NPS de acuerdo con la meta trazada mes por mes.

02

Despliegue al 100% del modelo de atención diferencial Close the loop para los clientes detractores a través de los diferentes canales y procesos o interacciones del ciclo de vida.

Estructurar el plan de trabajo y realizar acompañamiento a las unidades de negocio encargadas de la gestión inmediata de todos los clientes detractores, identificando el motivo de la insatisfacción y otorgando una solución de raíz en primer contacto, evitando recontactos posteriores y mejorando su experiencia y permanencia.

03

Posicionamiento de contenido Eduselling.

Educar a nuestros clientes en el manejo de nuestros canales de autoatención, posicionando la lista de reproducción educativa en el canal de YouTube de Claro Colombia, donde el cliente sepa que puede encontrar contenido explicativo sobre procesos de los servicios de la compañía.

04

Ser líderes en experiencia al cliente.

Diseñar e implementar procesos ideales para el cliente, facilitando su interacción con la organización y reduciendo su nivel de esfuerzo en cada uno de sus procesos.

05

Cultura de servicio orientada a la experiencia.

Construir la cultura que el negocio requiere centrándonos en el cliente y su experiencia con el propósito de contribuir a:

- Extender la permanencia de los clientes.
- Mejorar la experiencia de atención para el cliente.
- Fortalecer el sentido de pertenencia de los terceros.
- Alinear los procesos de servicio y experiencia en todos los canales (directos e indirectos).

06

Claro sea un referente en atención al cliente a nivel nacional.

Posicionar a la compañía como una de las líderes en experiencia al cliente y excelente servicio.

07

Ser líderes en experiencia al cliente.

Diseñar e implementar procesos ideales para el cliente, facilitando su interacción con la organización y reduciendo su nivel de esfuerzo en cada uno de sus procesos.

08

Transformación digital por medio de los bot Claro.

Lograr que los clientes conozcan o identifiquen que los bot de Claro son un canal de autoatención fácil, rápido y eficaz. Incentivar la autoatención en nuestros clientes.





4.4.1. Atención telefónica

Por este canal atendemos los diferentes requerimientos y brindamos asesoría a nuestros clientes, relacionados con soporte de servicios y productos actuales, adquirir nuevos productos y presentar requerimientos, entre otros. En 2020, el comportamiento de los indicadores de atención evidencia que, año a año el uso del canal es más recurrente y se incrementa en cada segmento:

Unidad de Mercado Corporativo

Indicadores Atención Telefónica

Indicador	2017	2018	2019	2020	Análisis
Número de llamadas recibidas.	1.344.578	1.692.800	1.393.941	1.787.881	Hubo un aumento de tráfico y tiempos de espera debido a la pandemia y contingencia por la Covid-19. Los planes de mitigación y rápida respuesta nos permitieron brindar soluciones eficaces en el primer contacto.
Número de llamadas atendidas.	1.320.316	1.651.772	1.380.140	1.662.473	
Promedio de espera en segundos.	16	9	9	12	
Indicador de solución en el primer contacto.	91%	90%	90%	89,8%	

Unidad de Negocio Masivo

Indicadores Atención Telefónica Hogares

Indicador	2017	2018	2019	2020	Análisis
Número de llamadas recibidas.	17.232.865	14.953.951	15.461.847	24.133.310	Entre abril y junio, hubo un aumento producto del confinamiento y sus consecuencias en: la prestación de nuestros servicios, el número de llamadas recibidas se incrementó, así como los tiempos de espera.
Número de llamadas atendidas.	16.679.988	14.436.506	14.950.967	21.551.099	
Promedio de espera en segundos.	16	22	21	87*	
Indicador de solución en el primer contacto.	81%	92%	92,64%	81%	

Indicadores Atención Telefónica Personas

Indicador	2017	2018	2019	2020	Análisis
Número de llamadas recibidas.	32.033.561	28.341.008	25.226.198	22.321.809	El número de llamadas recibidas y atendidas fue menor como resultado de la implementación de las estrategias de autoatención.
Número de llamadas atendidas.	31.124.280	27.706.531	24.592.319	20.862.990	
Promedio de espera en segundos.	12	10	14	18	
Indicador de solución en el primer contacto.	77%	85%	89%	82%	

Logros 2020 y Retos 2021 en Atención Telefónica de la Unidad de Mercado Corporativo

Logros 2020 Atención Telefónica



94% Incrementar las transacciones a través de App Mi Claro.

Aumento en el número de interacciones en App Mi Claro.

- Multiplicamos las comunicaciones enviadas vía mailing, SMS, audios de IVR y en cada contacto con los clientes por vía telefónica.
- Realizamos formación interna para mejorar la recomendación al cliente.



100% Aumentar los índices de autoatención, con el fin de impulsar su uso.

Uso de canales de autoatención.

- Recomendamos a los clientes la utilización de los canales de auto atención en las interacciones sostenidas vía chat y en cada contacto telefónico.
- El canal USSD registró un aumento en utilización del 19%, comparado con el 2019.



Retos 2021 Atención Telefónica

01

Fortalecimiento de la relación con el cliente.

Anticipar las necesidades de los clientes a través de las diferentes herramientas con las que contamos.

02

Comunicación y relacionamiento.

Establecer planes de comunicación en la post-venta y operación de los clientes.

03

Aumento de los trámites presentados a través de auto atención por parte de nuestros clientes.

Levantar los procesos necesarios para aumentar 30% los trámites por autogestión.

Logros 2020 y Retos 2021 en Atención Telefónica Unidad de Negocio Masivo

Logros 2020 Atención Telefónica - HOGAR



100% Convergencia.

Mejorar la experiencia de clientes del segmento hogares y personas, a través de procesos comerciales convergentes.

- Definimos e implementamos el proceso para generación de ventas de servicio convergentes.
- Mejoramos e implementamos herramientas para el proceso de venta convergente desde atención a clientes.
- Realizamos formación en los grupos de atención al cliente de la Dirección de Cuidado al Cliente Hogar.
- Creamos las células comerciales.



20% Promoción del uso de Todo Claro a través del canal de atención telefónica.

Contribuir en el incremento de clientes con el beneficio de Todo Claro.

- Realizamos el seguimiento de calidad de la aplicación del beneficio de Todo Claro a los clientes.
- Reforzamos el conocimiento de nuestros asesores de cuidado al cliente de los beneficios de ser cliente Todo Claro.



50% Desde las líneas de servicio al cliente apalancar el crecimiento de los canales de autoatención.

Incentivar el uso y recomendación de las funcionalidades de la App Mi Claro.

- Implementamos y lanzamos el ABC de autoatención, donde los asesores de cuidado al cliente y las diferentes áreas de la compañía pueden consultar de forma ágil todas las funcionalidades de autoatención e impulsar su uso en las transacciones que generan con el cliente.
- Creación de videos educativos para la promoción y uso de las funcionalidades de la App Mi Claro en la modalidad de autoatención, bajo el formato eduselling, para envío a los clientes y publicación en las redes sociales.



100% Atención a Clientes en Redes Sociales como WhatsApp.

Abrir nuevos canales de atención a clientes.

- Diseñamos y pusimos en producción del proceso de atención a clientes por el canal WhatsApp.
- Implementamos la plataforma Avaya para la administración del tráfico por este canal.



100% Chatbot en canales como portal y App Mi Claro.

Implementar Chatbot con casos de uso transaccionales en canales como portal y App Mi Claro.

- Diseñamos el caso de usos transaccionales.
- Construimos los servicios necesarios para implementar chatbot.
- Ejecutamos los procesos y flujos conversacionales.



100% Mejoras en la atención por medio del canal digital.

Mejorar oferta a clientes que se contactan por el canal digital, a través de la ampliación de su capacidad.

- Dispusimos todas las ofertas comerciales para el cliente en el canal digital.
- Crecimos la capacidad del canal para mejorar nuestro tiempo de atención.
- Las ventas se realizan en línea y no se espera a un back office.
- Hicimos reingeniería del proceso de atención.

Logros 2020 Atención Telefónica - PERSONAS



Clusterización.

Apalancar de manera objetiva la optimización los resultados de ventas de las operaciones telefónicas y virtuales.

- Desarrollamos 14 iniciativas y se implementaron 12 incubadoras.



Servicio de Atención especializada a clientes nuevos.

Implementar el servicio especializado de cuidados especiales a todos los clientes nuevos postpago.

- Tuvimos estabilización operativa de la atención especializada a clientes.



Atención especializada clientes fieles.

Desarrollar el servicio especializado de cuidados especiales a todos los clientes Postpago que tienen alta permanencia.

- Lanzamiento previsto para 2021.

Retos 2021 Atención Telefónica - PERSONAS

01

Implementación de la atención telefónica y virtual convergente para temas de servicio.

Lograr el 100% de la prestación de servicio telefónico y virtual para el mercado masivo mediante la atención telefónica en la modalidad convergente.

02

Prestación de servicio telefónico y virtual con los aliados elegidos con los RFP 2021.

Garantizar la estabilización operativa, tecnológica y de información de la operación telefónica y virtual con los nuevos aliados que sean elegidos para la prestación del servicio telefónico a partir del Q2 del 2021.



4.4.2. CENTROS DE ATENCIÓN Y VENTAS – CAV

Con nuestros Centros de Atención y Ventas – CAV buscamos que los clientes puedan interactuar de forma presencial y personalizada. De igual forma, que tengan experiencias satisfactorias con los tiempos de espera y la solución de sus inquietudes y necesidades.

Indicador	2017	2018	2019	2020
Número de visitas recibidas ⁵² .	14.175.327	17.429.246	12.216.086	8.905.571
Promedio de tiempo de espera en minutos ⁵³ .	9:03:00	10:11:00	8:35:00	7:55:00
Número de clientes con tiempo de espera menor a 15 minutos ⁵⁴ .	82,28% (promedio)	81,56% (promedio)	83,21 (promedio)	82,33 (promedio)
Indicador NPS.	40%	42%	58%	70%

De forma particular y debido a la emergencia sanitaria derivada de la pandemia, desplegamos un **plan de contingencia** para mantener en operación los CAV bajo un estricto protocolo de bioseguridad, situación que exigió ajustar el modelo de atención:

- ✓ Asignación del personal con comorbilidades o en riesgo a labores de apoyo desde casa, como atención a clientes telefónica y vía WhatsApp.
- ✓ Limitación de acceso a clientes hasta el aforo permitido, promoviendo el agendamiento de citas vía web.

- ✓ Redistribución física en los CAV para mantener el distanciamiento mínimo, así como implementación de puestos de atención temporal en zonas libres en las oficinas e instalación de acrílicos en las cajas de recaudo para generar una barrera física de protección entre clientes y entre cajeros.
- ✓ Al cierre de 2020 la cifra de elementos de bioseguridad entregados al personal de los CAV, ascendía a 500.000 unidades entre caretas, termómetros, guantes, tapabocas de tela y desechables, gel antibacterial, alcohol, vinipel para cubrir los elementos de biometría, entre otros, con una inversión superior a los \$1.000.000.000.

- ✓ Diseño e implementación de un protocolo de atención mencionando las medidas de bioseguridad.
- ✓ Con estas medidas, desde el inicio de la pandemia, generamos confianza y seguridad para nuestros colaboradores, colaboradoras y clientes.

Del mismo modo, con el soporte de nuestros consultores promovimos la autoatención y la descarga de **App Mi Claro** en los CAV y tiendas, y así contribuir a la disminución de tráfico de servicio en los puntos de venta físicas.

Logros 2020 CAV



Contribuir a la transformación digital de la compañía, incentivando el uso de plataformas digitales como las apps y el portal web para la autoatención de nuestros usuarios.

Implementamos 400 asesores especializados de venta con herramientas de Movilidad (CYRUS, datáfono, captor biométrico).

Realizamos 35.000 descargas y registro de la App a clientes mensuales y realizamos 120.000 transacciones promedio mensual a través de App Consultor.

Soporte del rol Consultor App para incentivar la descarga y registro de los clientes en App Mi Claro.



Mantener la rentabilidad del canal CAV en 30% mínimo.

Alcanzamos una rentabilidad del 48% y 49%, respectivamente, en los meses de enero y febrero respectivamente. Durante la pandemia se presentó un fuerte impacto en el margen. A partir de julio inicia el proceso de recuperación, logrando cerrar el año con un margen superior al 35%.



Incrementar la productividad del canal enfocado en postpago y terminales y tecnología.

Alcanzamos una productividad promedio mensual para todas las variables de seguimiento de los consultores superior al 80%.

Crecimos en la productividad por asesor en servicios postpago en 65%.

⁵² Corresponde a los turnos de servicios y ventas atendidos en los CAV y Tiendas.

⁵³ A partir del mes de abril la SIC suspendió el requerimiento de medición y reporte de transacciones y nivel de servicio debido a la emergencia sanitaria.

⁵⁴ Ibid



Adopción venta digital.

Incrementar el porcentaje de venta digital en el canal tanto para los servicios móviles como los servicios de hogar.

- Adoptamos los procesos de venta digital en la operación, alcanzando el 99% en venta móvil y el 84% en venta hogar.



Remodelaciones y adecuaciones.

Adecuar las sedes y centros de venta en Bogotá, Cali y Medellín.

- Realizamos el diseño y adecuación para las sedes y centros de venta en Bogotá, Cali y Medellín.



Convergencia.

Aumentar el porcentaje de ventas convergentes que se realizan en el canal CAV.

- Logramos pasar de 8.609 servicios convergentes móviles a 27.000 y de 1.137 servicios convergentes de hogar a 4.032.



Ventas y crecimiento.

Cumplir la meta de postpago, hogar, terminales y tecnología del canal CAV.

- Logramos cerrar el año con un promedio mensual, de 37.000 servicios postpago y más de \$90.000 millones en terminales y tecnología, lo anterior como resultado del modelo de atención en contingencia y el plan de reactivación.

03

Expansión y capilaridad eficiente.

Incrementar la presencia de la marca a través de puntos de atención y ventas propios, mediante el análisis de capilaridad eficiente; mejorando la imagen y experiencia en los puntos actuales.

- Conseguir la apertura de tres (3) nuevos CAV y tiendas, remodelación de cuatro (4) CAV, traslado de dos (2) CAV e implementación del modelo de atención en agentes con el lanzamiento de un piloto en cinco (5) puntos, uno por región.

04

Digitalización.

Acelerar la adopción de los procesos de atención y ventas a través de Inspira Móvil.

- Impulsar la adopción de los procesos implementados en Inspira en la operación.

05

NPS.

Lograr mayor conexión con el cliente, en el marco de la iniciativa de humanización de la atención, a través de excelencia operativa y atención empática.

- Mantener los niveles de recomendación actuales y trabajar en la adopción de comportamientos que generen conexión con el cliente, partiendo de la excelencia operativa y la atención empática del **modelo GANA**.

Retos 2021 CAV

01

Proyecto movilidad.

Profundizar la implementación y adopción del modelo de movilidad en los CAV y Tiendas, con el fin de gestionar a los clientes de forma ágil y cercana a través de dispositivos móviles.

- Lograr 50% de atención y ventas mediante movilidad para el cierre de 2021.

02

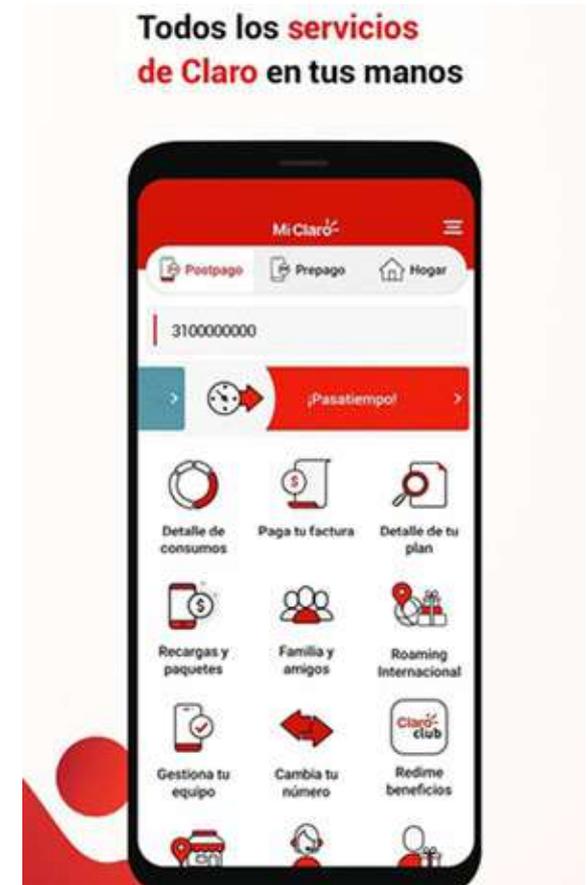
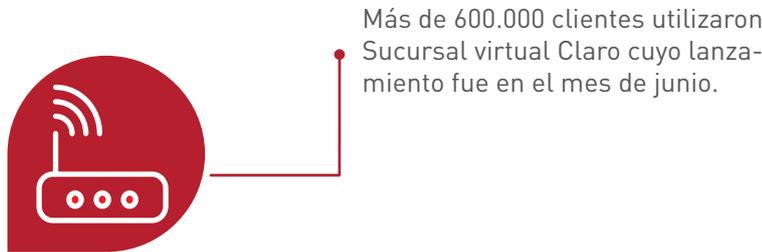
Ventas y crecimiento.

Garantizar la meta de crecimiento postpago, hogar, terminales y tecnología del canal de CAV.

- Realizar seguimiento de productividad, incentivos, acciones de mercadeo focalizadas, refuerzo de capacitación.

4.4.3. Autoatención

2020 fue, sin duda, un año donde el proceso de transformación digital se aceleró y las herramientas tecnológicas y virtuales cobraron un rol protagónico para garantizar la experiencia y el empoderamiento de nuestros clientes. Así desplegamos campañas enfocadas al posicionamiento y educación de todos los canales de autoatención que tenemos disponibles con soluciones ágiles y efectivas: App Mi Claro, WhatsApp, Sucursal Virtual, Chat en línea, USSD⁵⁵ y Tienda Claro; y alcanzamos los siguientes resultados:



Para 2021 el reto seguirá siendo conseguir que más clientes adopten y empleen nuestros canales de autogestión y que estas iniciativas redunden en aumentos positivos de nuestra experiencia de servicio digital.

⁵⁵USSD 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.

Indicadores de autoatención

Indicador	2017	2018	2019	2020
Transacciones de autoatención, incluyendo App Mi Claro, web, IVR, autopagos y Screen View.	109.374.196	177.281.27	464.791.972	795.274.443
Transacciones y consultas de todos los segmentos por App Mi Claro y web.	27.248.290	125.676.840	424.015.976	436.887.552
Consultas y transacciones zona pública por App Mi Claro.	3.153.728	3.600.871	1.881.914	5.608.577
Descargas Mi Claro en tiendas Play Store y App Store.	389.041	5.144.601	7.177.127	20.337.828
Ventas e-Commerce.	5.211	10.044	21.385	98.516
Transacciones de autoatención USSD.				597.044.408
Ventas - Pagos digitales USSD.				333.510
Sucursal virtual.				3.442.135



4.4.4. Redes sociales y nuevas plataformas

En la realidad actual, las redes sociales, nuevas plataformas y estrategias de contenido digital son un canal clave e inmediato para nuestro relacionamiento con nuestros principales grupos de interés. En Claro hemos apostado en posicionar nuestra marca de forma cercana y con una atención oportuna. Es por ello, que dentro de los logros de 2020 en materia de redes sociales, destacamos:

- **100%** de cumplimiento en el diseño de estrategias de comunicación dirigidas a incrementar el porcentaje de engagement en redes sociales en 20%. Una de ellas fue la construcción de nuestro Content Machine que permite el fortalecimiento de las conversaciones y tendencias donde la marca puede tener un rol protagónico con contenido relevante.
- **100%** de cumplimiento en la meta de incremento el engagement en las redes sociales de Claro música (11%) y Claro video (10%) a partir del diseño de estrategias de comunicación que incidieran en el aumento de su uso y posicionamiento digital de las **apps** relacionadas.
- Lanzamientos de producciones propias en **Claro video**.
- En el marco de la contingencia por la Covid-19 y siguiendo todos los protocolos de bioseguridad, desarrollamos nuestro evento propio **Claro Música Fest**, el cual contó con interacción de los fans con sus artistas favoritos y que están dentro de las Playlists tendencia.
- La creación del Content Machine transversal para Claro Colombia, música y video, el cual viene ejecutando Hero Content centralizados en el cliente, nos permitió interactuar con audiencias jóvenes en escenarios como el **Claro Digital Power**, una premiación a los mejores influenciadores de Colombia que integró nuestros productos con la audiencia en un solo ecosistema, logrando más de 1 millón de votos dentro de la campaña.

INDICADOR ⁵⁶ .		
	2019	2020
Engagement en redes sociales de Claro Colombia.	26%	29%
Engagement en redes sociales de Claro música.	33%	15%
Engagement en redes sociales de Claro video.	31%	17%



⁵⁶ La medición es mes a mes de engagement rate no año a año para tener mediciones sobre mismas temporalidades.

4.4.5. Encuestas de satisfacción

Para mejorar continuamente nuestro modelo de experiencia y los servicios y productos, realizamos tres tipos de encuestas a nuestros clientes:



Telefónica: con el Modelo de Customer Journey Map, desarrollado para entender todas las etapas de interacción del cliente, se mide de forma transversal su experiencia en cada punto de contacto, partiendo de tres categorías de cliente: nuevo, actual y retenido o inactivo.



Encuestas automáticas y contactos telefónicos posteriores: es una encuesta de Respuesta de Voz Interactiva – IVR que se realiza por medio de sistemas automáticos al finalizar la atención en los diferentes canales de servicio. Nuestro cliente tiene la oportunidad de calificar el nivel de satisfacción, la posible recomendación de la experiencia y la solución que tuvo a su requerimiento en ese contacto.

Particularmente y producto de la situación vivida durante el 2020, la pandemia por la Covid-19 cambió las rutinas en todos los hogares, y con ello, significó un incremento en demanda de los servicios de internet. En cada hogar, cada persona podía tener en promedio 2 a 3 dispositivos conectados en simultánea bajo una misma expectativa: un internet que les ofreciera estabilidad, velocidad y cobertura.

Nuestro gran reto, en todo momento, ha sido el garantizar la prestación del servicio de forma integral. Además, hoy en día los clientes están buscando un operador que no solo les brinde una



NPS: mide la lealtad del cliente se realiza teniendo en cuenta a los clientes que hacen uso de la App Mi Claro a nivel nacional para las siguientes transacciones:

- Detalle de consumos.
- Pagar factura postpago / hogar.
- Domiciliación de factura (postpago / hogar).
- Consulta de saldo.
- Gestión de equipos.
- Personalizar red Wi-Fi.
- Elegidos (prepago).
- Paquetes y recargas (postpago / hogar).
- Configuración y soporte (hogar).
- Detalle de plan (postpago / prepago).
- Claro club.

buena relación costo-beneficio, soportado en precios bajos con altas capacidades de navegación, sino un correcto funcionamiento de la señal y garantía de servicio.

Nos destacamos a nivel nacional por la cobertura de nuestro servicio y en algunos departamentos del país contamos con calificaciones más altas en comparación con nuestros competidores. Por eso, en 2021, si bien la cobertura de nuestra señal móvil continúa siendo uno de los pilares de fidelización de los clientes con soluciones móviles, nuestra meta es llegar a altos niveles de satisfacción en las soluciones fijas.

4.4.6. Atención oportuna de Peticiones, Quejas y Recursos - PQR

(GRI 418-1)

Durante el 2020, recibimos una (1) queja por parte de los organismos reguladores en relación con la violación de la privacidad de nuestros clientes.

Analizando nuestro histórico, el número total de quejas fundamentadas recibidas en relación con violaciones de la privacidad del cliente en el 2020 fue de 0,18 % del total de las interacciones recibidas, teniendo como referencia una base de más de 36 millones de clientes activos entre los segmentos de personas y hogares. Por otro lado, el número total de reclamaciones que fueron recibidas de terceros, fundamentadas por la organización, fue de un total de 102.511, cifra consolidada para las operaciones fija y móvil.

Particularmente y producto de la situación vivida durante el 2020, la pandemia por la Covid-19 cambió las rutinas en todos los hogares, y con ello, significó un incremento en demanda de los servicios de internet.

4.5. SEGURIDAD DIGITAL



4.5.1. Protección de datos y privacidad de nuestros clientes

(GRI 103-1, 103-2) ODS 5 Y 9

La **seguridad digital** es una prioridad para Claro Colombia. La adopción, aplicación y cumplimiento de los diferentes mecanismos y herramientas de seguridad de la información son de obligatorio cumplimiento tanto para nuestros colaboradores y colaboradoras como para nuestros terceros y aliados estratégicos, quienes ejecutan los diferentes proyectos e iniciativas que apoyan el cumplimiento de nuestras metas estratégicas.

Las políticas y lineamientos que direccionan las actividades relacionadas con la gestión de la seguridad de la información en Claro Colombia se encuentran publicadas y disponibles en el **portal de procesos de la organización**:

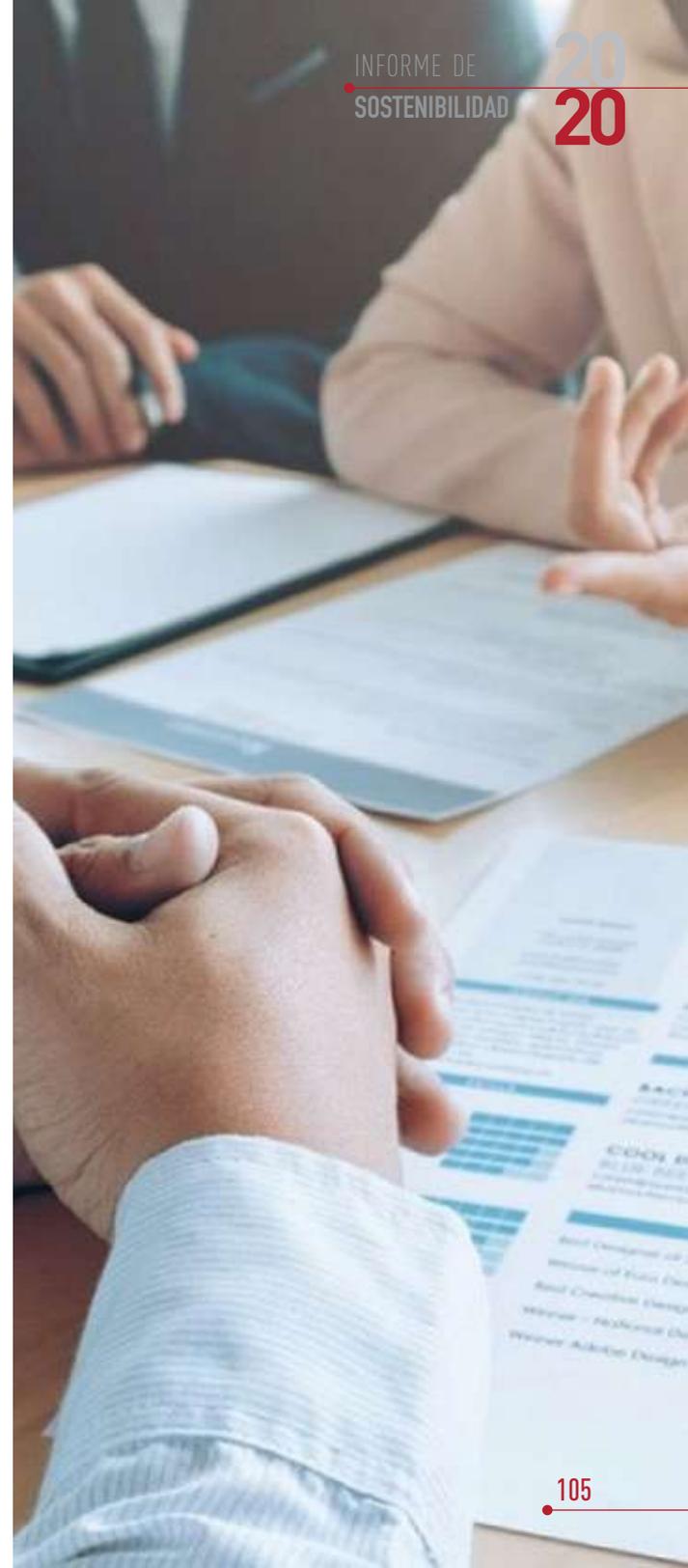
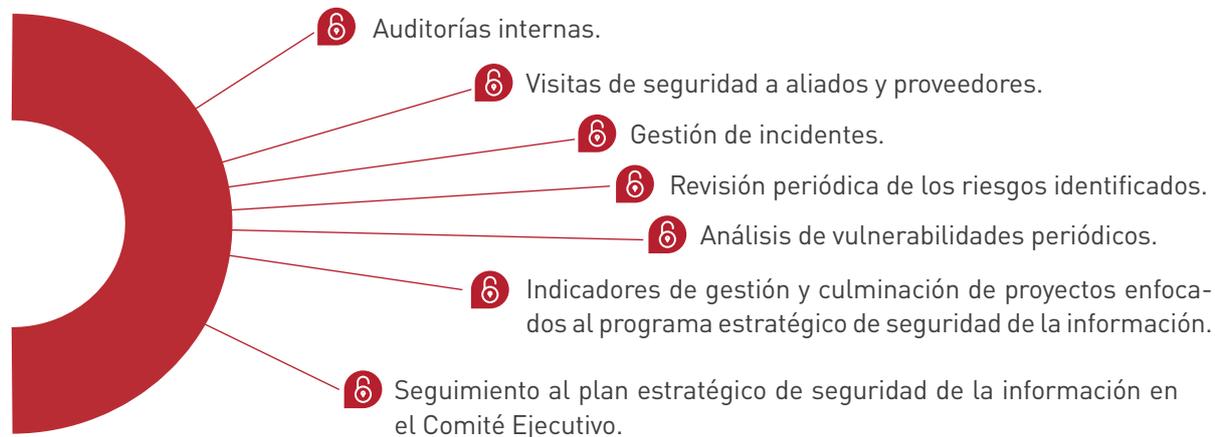
- Política General de la Dirección de Aseguramiento de Ingresos con un capítulo dedicado a la gestión general de la seguridad de la información.
- Política de Seguridad de la Información.
- Política de Tratamiento de la Información, la metodología de riesgos, el estándar de seguridad de la información y el manual para bloquear páginas de pornografía infantil, entre otras herramientas orientadas a garantizar la confidencialidad, integridad y disponibilidad de los datos.

En el marco de la transformación digital y enfocados en el cumplimiento de las metas de la gestión de seguridad digital a través de los proyectos estratégicos de la organización, **adelantamos las siguientes acciones durante 2020**:

- ✓ Identificamos y analizamos los riesgos de seguridad de la información en el 100% de proyectos estratégicos de la organización vigilando el cumplimiento y la implementación efectiva de las políticas y procedimientos de seguridad de la información, así como el establecimiento de controles para el tratamiento de los riesgos.
- ✓ Creamos las reglas de detección y bloqueo para fugas de información enmarcado en la Ley 1581 de 2012 mediante la implementación de sistema de prevención de fuga de información DLP. En el caso de presentarse un incidente de fuga se activa el procedimiento diseñado para tal fin, denominado "Gestión de Incidentes", entre sus actividades se valida la causa-raíz y se procede a tomar las acciones pertinentes.
- ✓ Acogemos, en materia de seguridad digital en el sector de las telecomunicaciones, la visión de responsabilidad compartida y gestión del riesgo de seguridad digital incorporando en el proceso de gestión de incidentes de seguridad de la información, de acuerdo con los parámetros de la Resolución 5569 de 2018.
- ✓ Gestionamos la renovación de la Certificación PCI del estándar de seguridad de datos para la Industria de Tarjetas de Pago, Payment Card Industry Data Security Standard o PCI DSS.
- ✓ Articulamos acciones de capacitación en seguridad de la información y protección de datos personales con alcance a los colaboradores y colaboradoras de la organización, aumentando la conciencia y sensibilidad en temas relacionados con seguridad de la información.

(GRI 103-3) ODS 16

En Claro Colombia contamos con herramientas de monitoreo y detección del manejo de la información, respaldadas por una metodología y matriz de riesgos de seguridad, a partir de las cuales implementamos controles que monitorean el uso adecuado de los datos personales de los clientes, desde la captura de la información, durante su uso en los diferentes procesos de la Compañía, hasta su almacenamiento.



Durante 2020 no se registraron incidentes de seguridad relacionados con la información personal de los clientes que hayan sido investigados por la autoridad competente y tampoco fuimos objeto de multas ni sanciones relacionadas.



Consolidación del inventario de las bases de datos que contienen información de datos personales de nuestros usuarios.



Asignación de privilegios de acceso para cumplir con el principio de la finalidad, tal y como lo establece la ley.



Ejecución de controles compensatorios de accesos a sistemas de información que almacenan o procesan datos personales.



Gestión de los riesgos que puedan afectar las bases de datos como un activo de información.

Adicional a lo anterior y en cumplimiento de las obligaciones regulatorias con la Comisión de Regulación de Comunicaciones – CRC, se reportaron mensualmente los incidentes de seguridad con afectación de clientes finales de servicios de comunicación fija y móvil, sin que fuesen objeto de investigación o multa.

En lo referente al protocolo de notificación de fuga de datos, trabajamos de la mano con las autoridades e instancias regulatorias e implementamos las herramientas y controles necesarios para ofrecer una experiencia de uso seguro de nuestras redes, servicios y productos.

El protocolo establecido desde las diferentes áreas de la compañía se enfoca en la identifica-



Implementación de caso de uso sobre el sistema de prevención de fuga de información o DLP.



Madurez en el proceso de gestión de incidentes de seguridad enfocados a la protección de datos personales.



Herramientas de seguridad perimetral.



Herramientas de gestión y control de accesos como el IDM58 y el PAM⁵⁹.



Herramientas antimalware.

ción de incidentes en los que se afecten los datos personales. Este reporte inicia con el procedimiento de gestión de incidentes de seguridad, en el cual se realizan las actividades de evaluación, contención y erradicación. Como resultado, determinamos el impacto del incidente y lo reportamos a la Gerencia de Cumplimiento, la cual recibe la información del incidente previamente documentado y elaborado por la Gerencia de Seguridad de la Información y es reportado, a través de los canales establecidos para tal fin, a las autoridades pertinentes y entes de control.

En Claro Colombia continuamos trabajando para garantizar la no ocurrencia de incidentes relacionados con la fuga de datos personales, de acuerdo con la puesta en marcha de las siguientes medidas:



Herramienta de gestión de logs y monitoreo de comportamientos anómalos a través de plataforma SIEM.



Políticas de seguridad vinculadas a los contratos laborales y de proveedores.



Políticas y procedimientos de seguridad, tratamiento de información y gestión de incidentes.



Capacitación al talento humano Claro directo e indirecto en la política de protección de datos personales.

Nuestra página web (www.claro.com.co) cuenta con un **certificado digital** emitido por una entidad certificadora de reconocimiento internacional que garantiza que la comunicación, información y datos están seguros durante cualquier interacción entre los clientes y el portal. En Claro Colombia somos conscientes que la seguridad de la información, tiene efectos sobre:



Nuestra reputación frente a los usuarios, quienes se sienten seguros cuando gestionamos su información personal de manera adecuada y en su beneficio.



Nuestros clientes corporativos quienes buscan un aliado que les ayude con la gestión de sus datos, y que para nosotros son reconocidos como clientes de alto valor.



Nuestro conocimiento de los clientes para prestarles y ofrecerles mejores servicios, es uno de los activos más valiosos de la compañía.

Finalmente, dentro de las acciones que llevamos a cabo para proteger la información de nuestros usuarios, se destacan:

En cumplimiento de la Ley 1581 de 2012, el Decreto 1377 de 2013 y la Circular Única de la Superintendencia de Industria y Comercio, actualizamos de las bases de datos de la Compañía inscritas en el Registro Nacional de Bases de Datos.



Presentamos ante dicha entidad los reportes semestrales de los reclamos presentados por los usuarios ante la Compañía.

Como apoyo a los procesos y proyectos, se consideró desde el punto de vista de protección de datos personales, la viabilidad de productos para clientes corporativos, en áreas como: telemedicina, SAAS y gestión de información.

Con el proyecto de cumplimiento de la Ley 1581 de 2012 por parte de los aliados, verificamos en 495 de ellos la presentación de su política de tratamiento de datos personales y el documento del principio de confidencialidad por parte de sus empleados. Además, implementamos un anexo de seguridad como parte integral de los contratos con cada uno de los aliados, terceros y contratistas, en el cual se incluyen lineamientos para proteger los datos personales.

Llevamos a cabo una capacitación a 157 aliados, los cuales tenían manejo directo con el cliente e intervenían en el proceso de recolección de datos.

⁵⁸ IDM en inglés, Identity Management System. En español, Sistema de Gestión de Identidad.

⁵⁹ PAM en inglés, Privileged Access Management. En español, Gestión del Acceso Privilegiado.

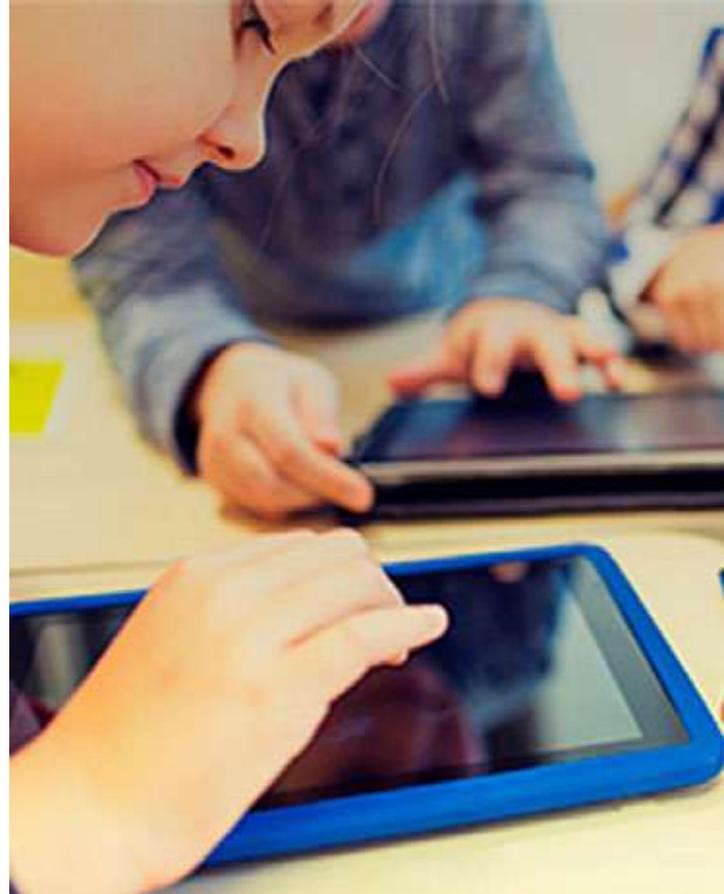
4.5.2. Protección a menores y accesibilidad

PG 1 y 2

En Claro Colombia estamos comprometidos con el respeto de los derechos de los niños, niñas y adolescentes. Razón por la cual, cumplimos con la normativa expedida y facilitamos el control parental en la prestación de los servicios. En consecuencia, estas medidas nos permiten ser responsables frente a los contenidos que se ofrecen a menores de edad y evitamos multas y sanciones. Una auditoría constante nos permite afirmar que no existe ningún hallazgo o investigación por este concepto.

En coherencia con nuestro compromiso por desarrollar una operación responsable, desde 2016 lideramos acciones alineadas con la política de Derechos Humanos de nuestra casa matriz América Móvil, que establece parámetros específicos sobre la promoción, el respeto y la protección de los derechos de la infancia en el ámbito de las telecomunicaciones, los cuales contemplan los principios de la iniciativa internacional del Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (Unicef) y la Asociación GSM o GSMA, que busca proteger online los derechos de la infancia.

Con el objetivo de responder a este marco de actuación y generar experiencias únicas, simples y confiables para todos nuestros clientes, incluidos los menores de edad, ejecutamos herramientas y recursos que sirven de apoyo a padres, educadores y a la comunidad en general, así como a los mismos niños, niñas y adolescentes a la hora de seleccionar y filtrar los contenidos con los que entran en contacto:



Control parental – Tú controlas lo que tus hijos pueden ver: los usuarios de televisión tienen a su disposición la herramienta de control parental, que permite bloquear el acceso a determinados canales a través de una clave.

Lo Tengo Claro: la plataforma de educación al usuario incluye videos explicativos que muestran el paso a paso para activar esta opción en los diferentes decodificadores. Los usuarios pueden acceder a través del link: <http://www.claro.com.co/personas/servicios/serviciosshogar/television/paquetes/control-parental/>

Bloqueo de URL: las acciones asociadas al bloqueo de direcciones URL relacionadas con explotación de menores de edad son descritas en el informe de transparencia.

Control Remoto Claro Kids: el Control Remoto Pensado para Niños, tiene un teclado con logos de los canales infantiles, lo que permite un fácil manejo para ellos. En lugar de oprimir los números correspondientes al canal, permite un acceso directo a los canales infantiles, al accionar uno de los logos de los 12 canales.

Material de Abuso Sexual Infantil: tanto los usuarios como los operadores de servicios de telecomunicaciones, tenemos el deber de prevenir el acceso de menores de edad a cualquier modalidad de información pornográfica, y a impedir el aprovechamiento de redes globales de información con fines de explotación sexual infantil u ofrecimiento de servicios comerciales que impliquen abuso sexual con menores de edad, de acuerdo con lo estipulado en la Ley 679 de 2001.

4.5.3 Informe de transparencia

(GRI 103-3 / PG 1 y 2 / ODS 5 y 9)

Reconocemos la transparencia como un pilar fundamental para la garantía de la seguridad de la información. Por tal motivo, en caso de presentarse un incidente la situación es reportada a través de diferentes medios de contacto, ya sean presenciales o virtuales. Los pasos siguientes consisten en, la revisión del informe y la gestión por parte del área correspondiente de acuerdo con la naturaleza de dicho incidente.

En 2020 aplicamos las siguientes acciones preventivas para evitar la ocurrencia de incidentes:

- **Capacitación** al talento humano directo e indirecto en la Política de Protección de Datos Personales.
- **Asignación** de privilegios de acceso para cumplir con el principio de finalidad, tal y como lo establece la ley.
- **Revisión** de los nuevos productos desde el punto de vista de protección de datos personales, con el fin de aplicar el principio de privacidad por diseño.

- **Políticas** de seguridad vinculadas a los contratos laborales y de proveedores.
- **En proceso de implementación** de Sistema de prevención de fuga de información DLP, para correo electrónico y transferencia de archivos por otros medios.
- **Análisis** de cada uno de los requerimientos enviados por los entes gubernamentales en los cuales se incluyen solicitudes de entrega de datos personales de los usuarios. Si se identifica que alguno de estos requerimientos no cumple con todos los requisitos legales, no se hace entrega de la información solicitada.

Respecto a la recopilación de datos de los usuarios, actuamos en el marco del artículo 28 de la Ley 962 de 2015, en el cual se describen los procesos de racionalización de la conservación de libros y papeles de comercio: *Los libros y papeles del comerciante deberán ser conservados por un período de diez (10) años contados a partir de la fecha del último asiento, documento o comprobante, pudiendo utilizar para el efecto, a elección del comerciante, su conservación en papel o en cualquier medio técnico, magnético o electrónico que garantice su reproducción exacta.*

Es importante aclarar que 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, damos respuesta. En términos del procedimiento para la entrega de información, Claro cuenta 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 las áreas de regulación y cumplimiento, dando aplicación a la Ley 1581 de 2012 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.

Herramientas de seguridad de la información



Oficial de Protección de Datos

Vigila el cumplimiento y la implementación efectiva de las políticas y procedimientos adoptados y establece los controles necesarios.



Documentos Políticas y Procedimientos

Guías de consulta y orientación para el talento humano Claro en los procesos de negocio, estratégicos, operacionales y de soporte.



Programa Integral de Gestión de Datos

Iniciativa que articula acciones de capacitación e implementación de las directrices en seguridad y protección.

Solicitudes de información

Tipo de requerimiento

Solicitudes de bloqueo o restricción de contenido

Interceptación legal

Entrega de datos personales de usuarios

Descripción

Solo podrán limitarse y/o prohibirse el acceso a contenidos y aplicaciones cuando exista una prohibición legal o cuando medie orden judicial. En consecuencia, Claro se somete a las solicitudes de bloqueo de sitios internet - URL solicitadas por el MinTIC o la entidad correspondiente, siempre y cuando cumplan con la totalidad de requisitos legales. La compañía no revisa el contenido de los sitios a bloquear y no puede bloquear un contenido particular, sino la URL incluida dentro del listado del MinTIC.

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. 1º, Decreto 1704 de 2012).

La ley colombiana describe de forma específica situaciones en las cuales se requiera adelantar búsqueda selectiva en las bases de datos, que implique el acceso a información confidencial, referida a personas objeto de investigaciones penales o, inclusive a la obtención de datos derivados del análisis cruzado de las mismas, que requieren el cumplimiento de autorizaciones y requisitos definidos.

Normas que sustentan la solicitud

Arts. 7º y 8º de la Ley 679 de 2001; Arts. 5º y 6º del Decreto 1524 de 2002; Art. 38 de la Ley 643 de 2001. Numeral 3.1 del Art. 3º de la Resolución CRC 3502 de 2012.

Art. 235 del Código de Procedimiento Penal, modificado por la Ley 1453 de 2011; Artículo 44 de la Ley 1621 de 2013; Decreto 1704 de 2012; Art. 3º del Decreto 2044 de 2013.

Art. 15 de la Constitución, Ley Estatutaria 1266 de 2008, Ley 1581 de 2012, Art. 244 de la Ley 906 de 2004 (búsqueda selectiva en bases de datos), modificado por la Ley 1908 de 2018; numeral 9 del Art. 277 de la Constitución Política (solicitud del Procurador General de la Nación); Arts. 631 y 684 del Estatuto Tributario (DIAN) y Cobro Coactivo de entidades públicas (Ley 1066 de 2006). Art. 44 de la Ley Estatutaria 1621 de 2013 (inteligencia y contrainteligencia); Art. 4 del Decreto 1704 de 2012 (interceptación legal).

Tipo de requerimiento	Solicitudes de bloqueo o restricción de contenido	Intercepción legal	Entrega de datos personales de usuarios
<p>Autoridad competente</p>	<p>La Policía Nacional entrega al Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones una lista de URL, relacionados con Material de Abuso Sexual Infantil y sitios de juegos no autorizados por Coljuegos. El operador ingresa con una clave para ver la lista de URL y proceder a bloquearlas de su red.</p>	<p>Para el servicio de telefonía fija: Los organismos con funciones permanentes de Policía Judicial, previa autorización del Fiscal General de la Nación o su delegado.</p> <p>Para el servicio de telefonía móvil: Las autoridades competentes serán las encargadas de la operación técnica de la respectiva interceptación, así como del procesamiento de la misma. Tienen la obligación de realizarla inmediatamente después de la notificación de la orden y todos los costos serán a cargo de la autoridad que ejecute la interceptación (Art. 235 del Código de Procedimiento Penal).</p>	<p>La Fiscalía General de la Nación y sus delegados, al realizar solicitudes relacionadas con la búsqueda selectiva en las bases de datos, requieren la autorización previa del juez de control de garantías, la DIAN, la Procuraduría General de la Nación y cobro coactivo de entidades públicas.</p>

Solicitudes de bloqueo o restricción de contenido

	2017	2018	2019	2020
<p>Material de Abuso Sexual Infantil N.º URL denunciadas. Denunciado o restringido por la Policía Nacional.</p>	11.946	14.678	19.343	19.617
<p>Juego de suerte y azar N.º URL denunciadas. Denunciado o restringido por Coljuegos.</p>	406	2.642	3.365	4.986
<p>Oren de la autoridad competente N.º denunciadas solicitadas. Denunciado o restringido por orden de la autoridad competente.</p>	4	4	1	0
<p>Casos de emergencia, conmoción o calamidad (Art. 8º de la Ley 1341 de 2009)⁶².</p>			0	0

En 2020 no se solicitaron bloqueos respecto a casos de emergencia, conmoción o calamidad. Así mismo, Claro no realiza bloqueos contractuales de contenidos.

⁶² ARTÍCULO 8. Las telecomunicaciones en casos de emergencia, conmoción o calamidad y prevención para dichos eventos. En casos de atención de emergencia, conmoción interna y externa, desastres, o calamidad pública, los proveedores de redes y servicios de telecomunicaciones deberán poner a disposición de las autoridades de manera gratuita y oportuna, las redes y servicios y darán prelación a dichas autoridades en la transmisión de las comunicaciones que aquellas requieran. En cualquier caso se dará prelación absoluta a las transmisiones relacionadas con la protección de la vida humana. Igualmente darán prelación a las autoridades en la transmisión de comunicaciones gratuitas y oportunas para efectos de prevención de desastres, cuando aquellas se consideren indispensables.(...)

Eventos de terminación del servicio

Como operadores de telecomunicaciones estamos obligados a suspender los servicios que ofrecemos a nuestros clientes en los siguientes casos estipulados por la ley:

Uso indebido de la línea de emergencias 123 - Literal b del Art. 88 de la Resolución CRC 3066 de 2011 (artículo que no fue derogado por la Resolución CRC 5111 de 2017).

b) Con base en la información descrita en el literal anterior, el proveedor deberá informar al usuario, sobre el uso indebido de la línea de atención de emergencias y sobre la decisión de terminación del contrato de prestación de servicios como consecuencia del presunto incumplimiento de lo dispuesto en el literal d) del artículo 10.2 de la presente resolución, de tal manera que el usuario pueda ejercer su derecho de defensa, para lo cual se seguirá el procedimiento establecido en el Título I, Capítulo III de la presente resolución. De establecerse que la mencionada obligación fue incumplida por el usuario, el proveedor de servicios de comunicaciones deberá proceder a la terminación del contrato.

SARLAFT el usuario acepta la terminación automática de la relación contractual en caso de encontrarse relacionado negativamente en listas o noticias por temas asociados al lavado de activos o financiación del terrorismo.

Perdida del número celular (art. 2.1.16.2 RESOLUCIÓN CRC 5050 DE 2016): si durante un periodo de 2 meses, el usuario no realiza ni recibe llamadas, o no cursa tráfico de datos, o no envía ni recibe SMS, así como tampoco hace recargas, ni tiene saldos vigentes; el operador podrá disponer del número de su línea celular, para lo cual este debe darle aviso al usuario con 15 días hábiles de antelación.

4.5.4 Promovemos el uso responsable de la tecnología - Educación al cliente

PG 1 y 2 / ODS 5 y 9

Buscamos que nuestros clientes vivan la transición al mundo digital a través del aprovechamiento al máximo del potencial de nuestros productos. Para lograrlo, los apoyamos con nuestra plataforma **Lo Tengo Claro**, en la cual publicamos información sobre el uso y las funcionalidades de los servicios en piezas de comunicación construidas con un lenguaje de fácil comprensión y orientaciones paso a paso que incluyen instrucciones sencillas, explicación de procesos y términos técnicos y opción de preguntas frecuentes. Estas herramientas les permitan usar de manera autónoma los servicios, sin necesidad de acudir a los puntos de contacto para recibir asesoría.

Igualmente, desde la Dirección de Marketing y Transformación Digital, en 2020 desarrollamos una plataforma de comunicación llamada “Asesores en la Red” donde nuestros colaboradores y colaboradoras tienen el liderazgo de educación al cliente. La divulgación de estas piezas didácticas las realizamos en todos los touchpoints⁶³ llegando a casi todos los canales de comunicación.

Día Nacional de la Familia

En el marco de nuestro compromiso con el fomento del uso responsable de la tecnología y el acompañamiento a nuestros clientes en su apropiación del mundo digital. En 2020 participamos del Día Nacional de la Familia, fecha que se conmemora el 15 de mayo. Esta iniciativa impulsada por la Ley 1857 de 2017, busca sensibilizar a los usuarios acerca de los riesgos que implica la interacción a través de las redes y de la importancia de compartir tiempo de calidad con las personas que hacen parte de su núcleo familiar.

⁶³ Touchpoint se refiere a todos los puntos de contacto entre el cliente y una marca “que implican una interacción con una necesidad humana, en un momento y lugar específicos”.

DISFRUTA INTERNET HOGAR DE 5 MB CON TARIFA SOCIAL

ESTRATO 1
\$8.613
mensuales

ESTRATO 2
\$19.074
mensuales

El futuro digital es de todos

Claro



05
FORTALECIENDO
EL TALENTO CLARO
COLOMBIA

(GRI 103-1 - GRI 103-2) / PG 1 y 2 ODS 5

Reconocemos en nuestros colaboradores y colaboradoras, el pilar que nos motiva día a día, y por eso, buscamos ofrecerles excelentes condiciones de trabajo y desarrollo, que motiven su orgullo por pertenecer a nuestra Compañía y reconocer a Claro como una **marca empleadora incluyente y equitativa**.

El cuidado de nuestro equipo se acompaña por sólidas estrategias de gestión humana, seguridad, salud y bienestar laboral. Durante el 2020 nos enfocamos en encontrar y asegurar la permanencia de hombres y mujeres que aceptaron nuestra propuesta de valor como empleadores y detrás de este objetivo, nos apoyamos en herramientas propias de nuestro campo de acción para la actualización del conocimiento y la consolidación de una cultura, que apoye los resultados del negocio e impacte de forma positiva a todos nuestros grupos de interés.



CONTAMOS CON POLÍTICAS QUE DAN DIRECCIÓN A NUESTRAS ACTIVIDADES EN VARIAS CATEGORÍAS:

» En Claro Colombia, el talento humano es el centro de la transformación y el logro de nuestras metas.



Gestión del desempeño



Compensación y beneficios



Seguridad y salud en el trabajo



Relaciones laborales



Administración del recurso humano



Atracción de talento y desarrollo



Cultura organizacional



Comunicación organizacional

Ante un año particularmente desafiante, desarrollamos y reforzamos nuestros procesos y programas para acompañar a nuestro equipo en todo momento:

PROCESO DE TRANSFORMACIÓN CULTURAL

Refuerzo de la Cultura CEC “**Confianza, Empoderamiento y Colaboración**”.

PROPUESTA DE VALOR AL COLABORADOR Y MARCA EMPLEADORA

Buscando atraer y fidelizar el mejor talento definimos los valores que nos identifican: **Pasión, Evolución, Cuidado y Orgullo** de pertenecer a Claro Colombia.

MODELO DE LIDERAZGO

Dentro de la estrategia de Gestión de Talento, desarrollamos el modelo de liderazgo que da una vista 360° para el desarrollo de habilidades de nuestros líderes, colaboradores y colaboradoras, cuyo soporte es la “**Escuela de Liderazgo Integral de Claro**” – ELIC.

MAPA FUNCIONAL

Identificación y agrupación del personal por familias con habilidades específicas, que permiten la movilidad del talento para hacer frente a la estrategia digital y de agilidad.

SALA DE CRISIS

Espacio en el que se analizan y proponen estrategias de mitigación y los posibles riesgos asociados a desastres de diversa índole, que puedan afectar la infraestructura tecnológica o física.

ATENCIÓN PANDEMIA

Creación de un grupo interdisciplinario para definir las políticas, procesos y mecanismos de atención a la pandemia por la Covid-19, que garantizaron el bienestar de nuestro talento humano, impactando lo menos posible la productividad de la organización.



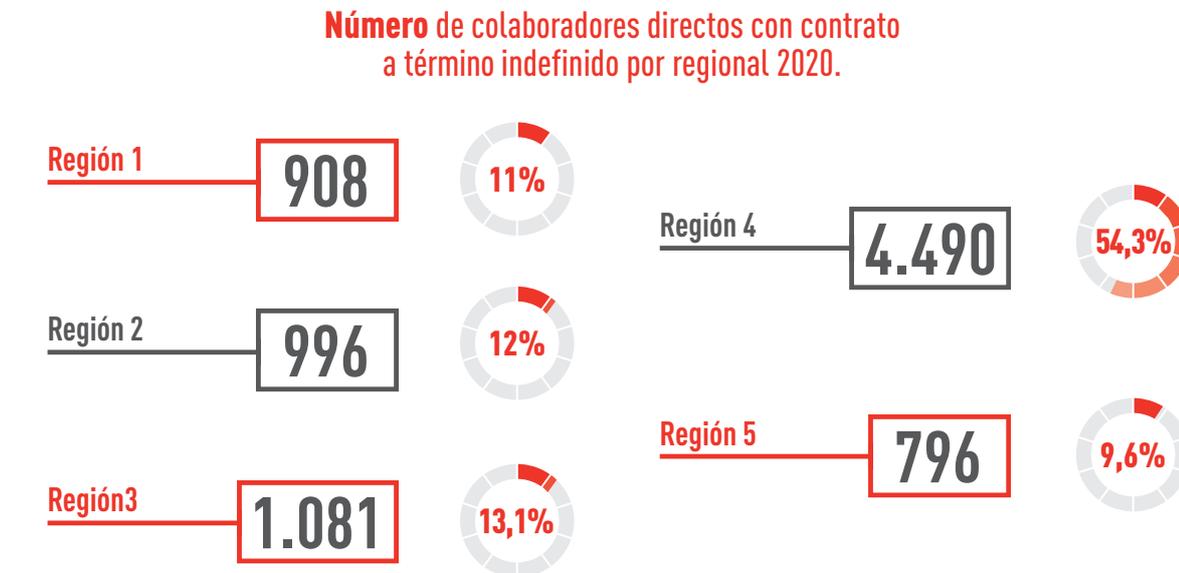
Ajustamos nuestros procesos de compensación e identificación de talento crítico para el negocio; reorganizamos nuestros recursos y equipos de manera que pudiéramos atender ágil y oportunamente proyectos digitales; creamos la Gerencia de Comunicaciones Internas para generar relaciones más cercanas con nuestros colaboradores y colaboradoras; iniciamos la implementación **customer journey del colaborador interno**, y conformamos la **propuesta valor al empleado**.

(GRI 102-8) ODS 8 / PG6

Nuestro equipo está conformado por 8.271 colaboradores directos, de los cuales 4.796 son hombres (58%) y 3.475 son mujeres (42%), quienes cuentan, en su totalidad, con contrato indefinido como una práctica que evidencia nuestro compromiso con la estabilidad de estas posiciones.

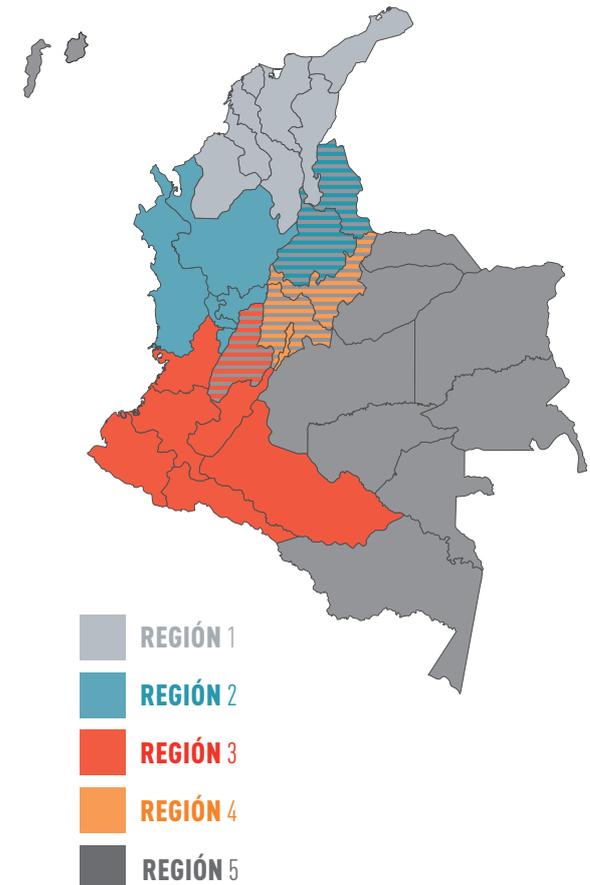


La región que cuenta con un mayor número de colaboradores es la que reúne a Bogotá D. C., Boyacá, Cundinamarca, con 4.490 (54,3%); seguida por la región que comprende Caquetá, Cauca, Huila, Nariño, Putumayo, Tolima y Valle del Cauca (13,1%).



En las regiones conformadas por: Atlántico, Bolívar, Cesar, Córdoba, La Guajira, Magdalena y Sucre, así como Antioquia, Caldas, Chocó, Norte de Santander, Quindío, Risaralda y Santander, contamos con igual número de colaboradores representando en cada una de ellas **12%** y **11%**, respectivamente.

Finalmente, contamos con **796** colaboradores (9,6%) en la región que representa a Amazonas, Arauca, Boyacá, Casanaré, Cundinamarca, Guanía, Guaviaré, Meta, Norte de Santander, San Andrés, Santander, Tolima, Vaupés y Vichada.

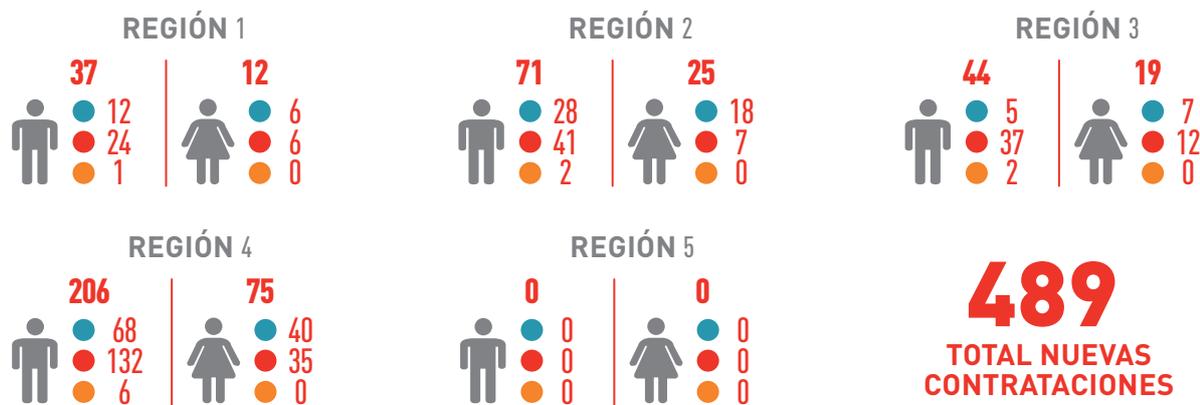


Contrataciones y retiros

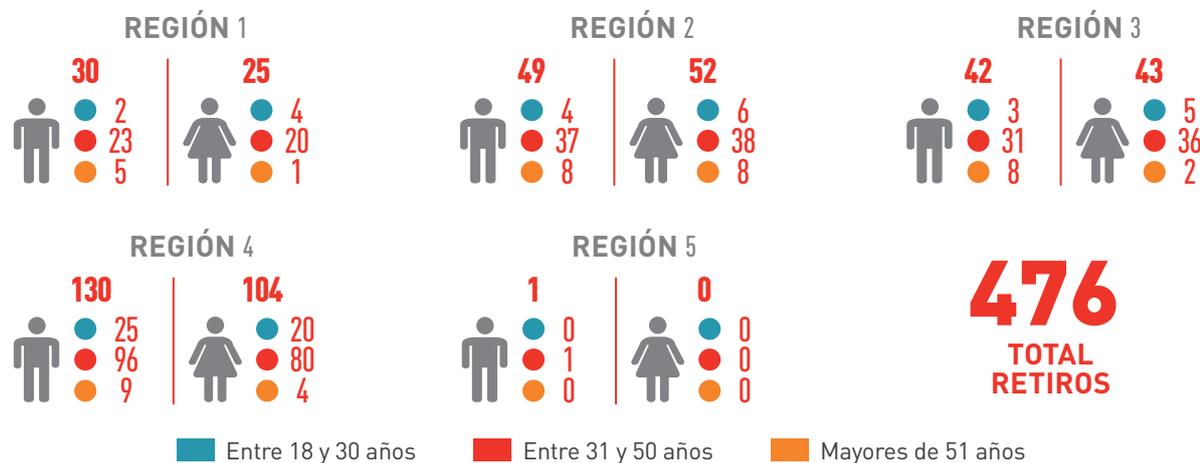
(GRI 401-1)

Durante 2020 tuvimos 489 nuevas contrataciones y 476 retiros, distribuidos de la siguiente forma:

Número total de nuevas contrataciones



Número total de retiros



Región 1: (ATLÁNTICO - BOLÍVAR - CESAR - CÓRDOBA - LA GUAJIRA - MAGDALENA - SUCRE).

Región 2: (ANTIOQUIA - CALDAS - CHOCÓ - NORTE DE SANTANDER - QUINDÍO - RISARALDA - SANTANDER).

Región 3: (CAQUETÁ - CAUCA - HUILA - NARIÑO - PUTUMAYO - TOLIMA - VALLE DEL CAUCA).

Región 4: (BOGOTÁ, D. C. - BOYACÁ - CUNDINAMARCA).

Región 5: (AMAZONAS - ARAUCA - BOYACÁ - CASANARÉ - CUNDINAMARCA - GUANÍA - GUAVIARE - META - NORTE DE SANTANDER - SAN ANDRÉS - SANTANDER - TOLIMA - VAUPÉS - VICHADA).



(GRI 103-3)

Estamos orgullosos y continuamos con un compromiso firme para fortalecer los resultados, en materia de: **clima organizacional, cultura, NPS (medición de satisfacción y lealtad), NSU (nivel de satisfacción y percepción) y marca empleadora (employer branding).**

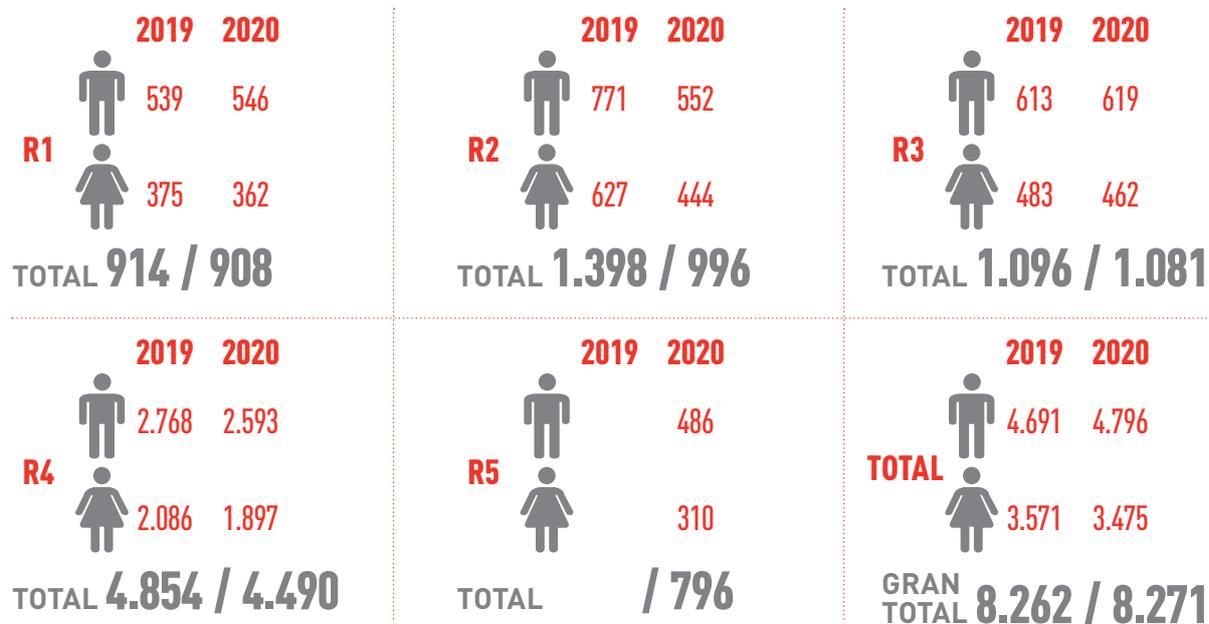
Nuestras colaboradoras y colaboradores

Distribución por tipo de contrato
(GRI 401-1)

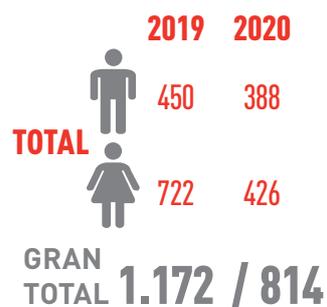
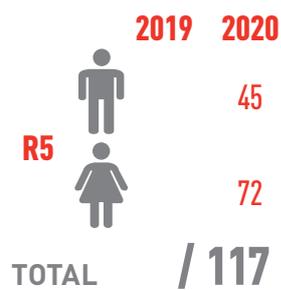
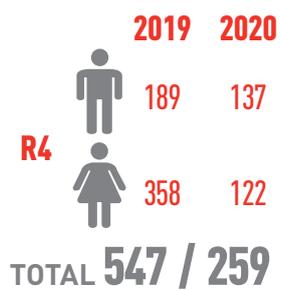
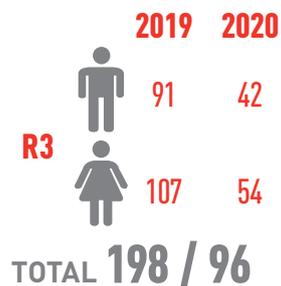
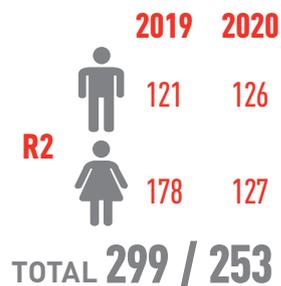
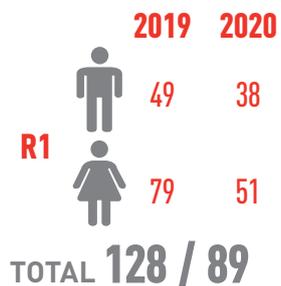
8.262	Número total de personas al inicio del periodo
8.271	Número total de personas al final del periodo
5,91%	Tasa de nuevas contrataciones
5,69%	Tasa de rotación

Para 2020, nuestra tasa de rotación y de nuevas contrataciones fue respectivamente de: 5,69% y 5,91%. Es decir, no hubo incremento en estas tasas frente a 2019. Para brindar un servicio más eficiente a nuestros clientes, durante el año se dio una reorganización de las regiones en las que operamos, y a partir de la fecha, se constituyó la nueva región 5 que cubre los territorios, de: Amazonas, Arauca, Boyacá, Casanaré, Cundinamarca, Guanía, Guaviaré, Meta, Norte de Santander, San Andrés, Santander, Tolima, Vaupés y Vichada. A continuación se presentan los datos de **distribución del personal directo, temporal y aprendices por género y edad en cada región.**

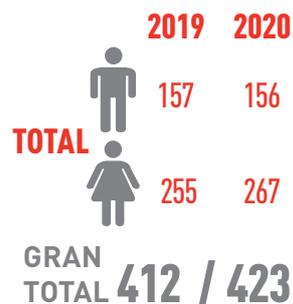
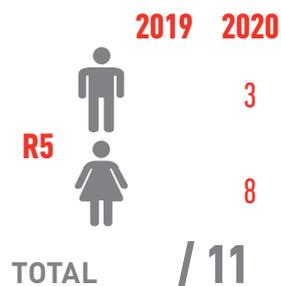
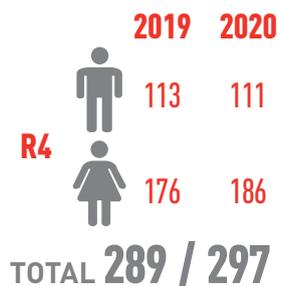
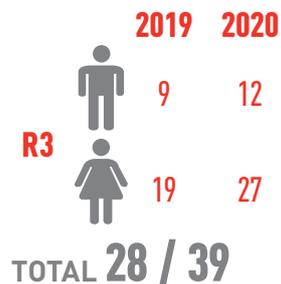
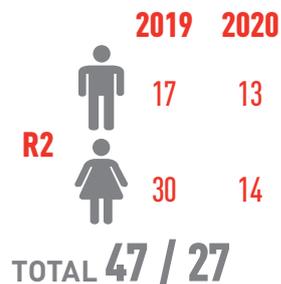
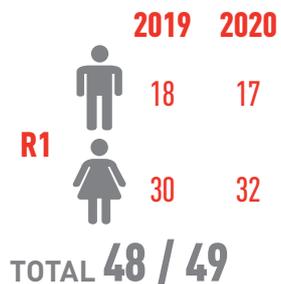
Distribución de personal directo por género y región



Distribución de personal temporal por género y región 2020



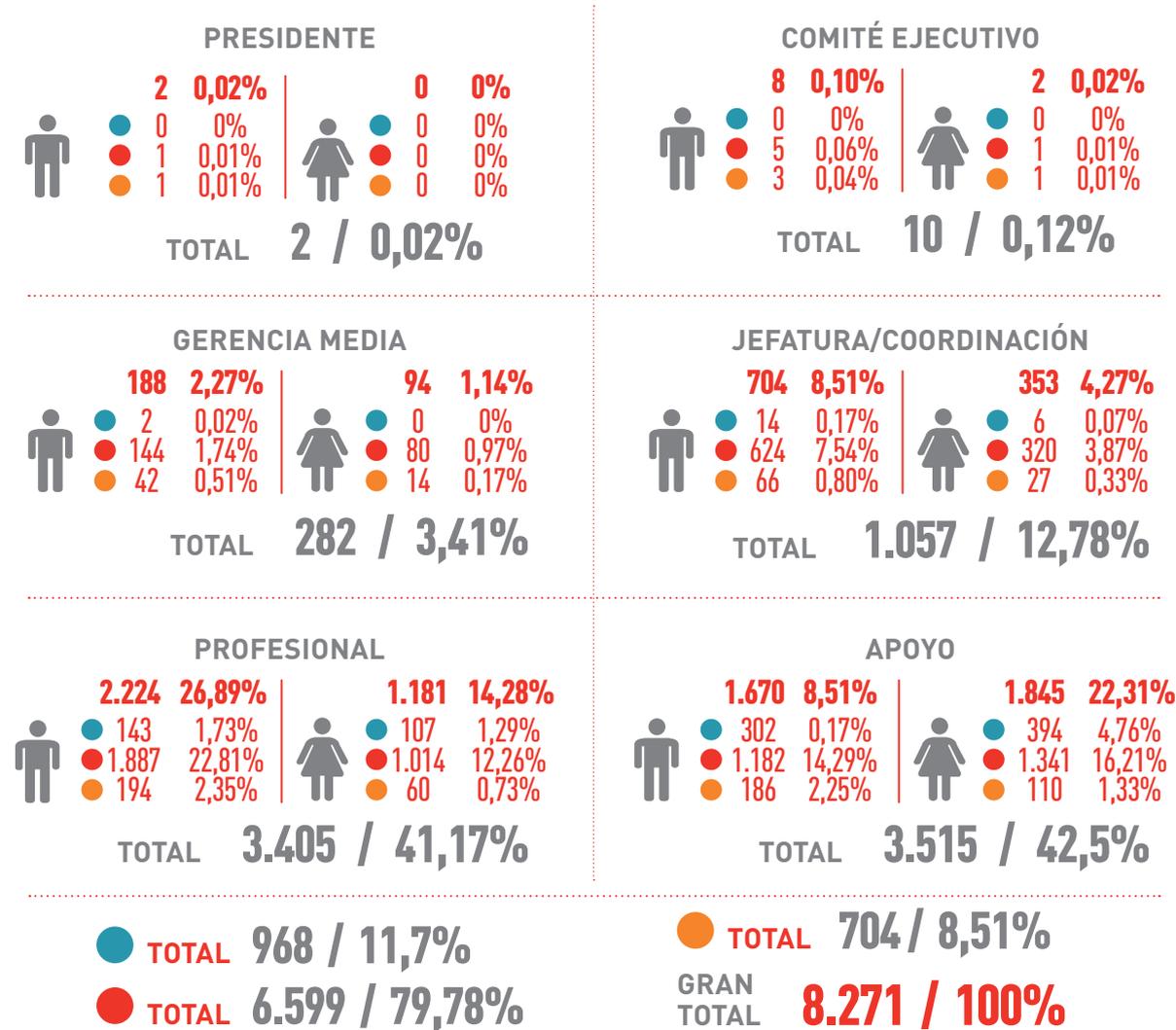
Distribución aprendices por género y región 2020



Colaboradores y colaboradoras distribuidos por nivel, edad y género

En nuestras acciones en pro de la igualdad laboral, hemos identificado oportunidades para incentivar la participación de diferentes perfiles independientemente de su género y edad. En 2020 contamos con una mayor concentración de colaboradores y colaboradoras en el rango de 30 a 50 años (79,78%) y a su vez, por la naturaleza de nuestra labor, el área que tiene un mayor número de colaboradores y colaboradoras está en áreas de apoyo (42,50%) y profesionales (41,17%).

(GRI 405-1) PG 6 ODS 8



● Entre 18 y 30 años.
 ● Entre 31 y 50 años.
 ● Mayores de 51 años.

5.1. Nuestros colaboradores y colaboradoras

Estamos orgullosos de contar con personas que transmiten en hechos concretos, su vocación y compromiso.



Yo soy voluntario
Claro!

Los retos de 2020 se convirtieron en oportunidades de liderazgo y empoderamiento para nuestro equipo de humano, quienes fueron los protagonistas en la consolidación de los elementos clave de nuestra cultura: **CONFIANZA, EMPODERAMIENTO Y COLABORACIÓN.**

La tecnología acompañó y facilitó una mayor cobertura en los procesos de formación, consolidación de equipos y fortalecimiento de la comunicación entre el talento humano. La ágil y efectiva respuesta de nuestro equipo permitió llegar a todo el país con productos y servicios que conectaron a los colombianos.

5.1.1 Modelo de gestión humana para el desarrollo y atracción del mejor talento

Nuestro compromiso con nuestros clientes y con la constante evolución, empieza en la formación y el desarrollo de nuestro equipo humano quienes se caracterizan por una sólida vocación de servicio y aporte al país. Nuestro personal ejerce su labor desde el **liderazgo** y el **empoderamiento**, en un ambiente donde las nuevas ideas siempre tienen cabida, y se convierten en proyectos de intranovación y valor que impulsan un servicio óptimo y recomendable.

Por eso, en Claro contamos con los **siguientes programas y estrategias para garantizar nuestro crecimiento en materia de desarrollo humano y profesional:**

Programa de desarrollo.

Promoción del autoaprendizaje a través de nuestras plataformas de conocimiento bajo responsabilidad de Universidad Claro, nuestra universidad corporativa.

Programa de liderazgo.

Promoción la compañía a través de nuestros Embajadores de Marca.

Programa Generación XXI que busca dar la oportunidad a los jóvenes y estudiantes universitarios que con su conocimiento contribuyan a los objetivos estratégicos de la Compañía.

Atracción del talento a través de hackathons o retos.

Programas de atracción y fidelización de talento a través de herramientas digitales.

Participamos en ferias de empleo y medios de comunicación para promover nuestra marca y las vacantes.

5.1.2. Equidad, diversidad e inclusión

Nuestra **Política de Diversidad e Inclusión de Género**, publicada para toda la organización, tiene como objetivo describir los lineamientos requeridos para la inclusión y la diversidad en el ámbito laboral con el fin de garantizar la **igualdad de oportunidades** en todos los procesos de selección, permanencia y desarrollo de nuestro talento humano.

En el marco de lo anterior, resaltamos las siguientes **prácticas inclusivas y equitativas** que hemos afianzado durante los últimos años:

-  Promover la igualdad de oportunidad de empleo a todas las personas calificadas sin ningún tipo de discriminación, privilegiando los resultados y méritos en el trabajo.
-  Conservar ambientes de trabajo saludables y con equilibrio en la vida laboral optimizando la productividad y la sostenibilidad del negocio; estamos comprometidos con:
 - Privilegiar los resultados y méritos en el trabajo por encima de cualquier otra condición al momento de considerar oportunidades de promoción 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 sus prestaciones acorde con este análisis, sin discriminación alguna.
 - Apoyar y promover procesos de aprendizaje y desarrollo de acuerdo a las necesidades de la compañía y el rol, facilitando la accesibilidad de todos los niveles de cargo.

Lo anterior se ha consolidado como lineamiento en materia de **diversidad sexual y de género**, que se complementa con la promoción del equilibrio familiar y laboral de nuestros colaboradores y colaboradoras, aspectos en los cuales promovemos:

-  Una oferta beneficios con opciones que responden a las expectativas de nuestro talento humano Claro y sus familias. Esta oferta está diseñada a partir del análisis que hacemos de sus necesidades e intereses. Además, es creada y renovada continuamente para que nuestro equipo no deje de sorprenderse y disfrute de beneficios que mejoren su experiencia.
-  Un compromiso constante para resolver las brechas de remuneración entre hombres y mujeres, con acciones que propenden por:
 - Ayudar a cambiar estereotipos sobre las aspiraciones, preferencias, capacidades y la idoneidad de las mujeres para determinados puestos.
 - Valorar las cualidades y capacidades profesionales y laborales, sin concepciones sexuadas del ámbito laboral.

- Mejorar las políticas de formación y capacitación profesional, anulando la división sexual del trabajo.
- Facilitar el desarrollo y aplicación de políticas de empleo que fomenten la transversalidad y la igualdad de género.
- Aumentar la capacidad de la compañía para atraer y retener a las mejores trabajadoras y trabajadores.
- Mejorar y aumentar nuestra productividad, favoreciendo un mejor clima de trabajo.

Con base en estos lineamientos, en Claro Colombia hemos dado pasos concretos hacia la equidad, la diversidad y la inclusión. Al respecto, resaltamos:

- Guía de Atracción Digital y publicación de vacantes con lenguaje inclusivo.
- Utilización de la matriz de evaluación en las vacantes cubiertas para garantizar el cumplimiento de medidas que inciden en la igualdad de oportunidades.
- Socialización e implementación de la Política de Equidad de Género e Inclusión, como resultado del Curso Equipares.
- Entrevistas sin sesgos de género y manejo de lenguaje inclusivo.
- Publicación de perfiles donde se evidencian competencias y habilidades de forma objetiva.
- Continuidad del grupo de jóvenes que han sido parte del programa de Primer Empleo con la Fundación Best Buddies.

- Atracción de Talento en jóvenes practicantes universitarios que hacen parte del programa Generación XXI que aportan a la innovación y transformación cultural de Claro Colombia.
- Mantenimiento de temáticas de no discriminación en nuestra Política de Equidad, desde los procesos de inducción de la compañía.
- Continuidad del curso de equidad de género.
- Implementación del procedimiento documentado para la realización de la evaluación de desempeño del personal con criterios y mecanismos libres de discriminación (resultado + desarrollo).
- Oportunidades de capacitación y formación públicas para mujeres y hombres, con programas tales como: Universidad Claro, Conocimiento a la carta, Programación de la U en Casa Semanal, Red de Expertos, entre otros.
- Ejecución de otras acciones concretas para la promoción de la diversidad e inclusión, entre ellas: la Ruta Inclusiva, una iniciativa de la Embajada de Canadá y Cuso Internacional.

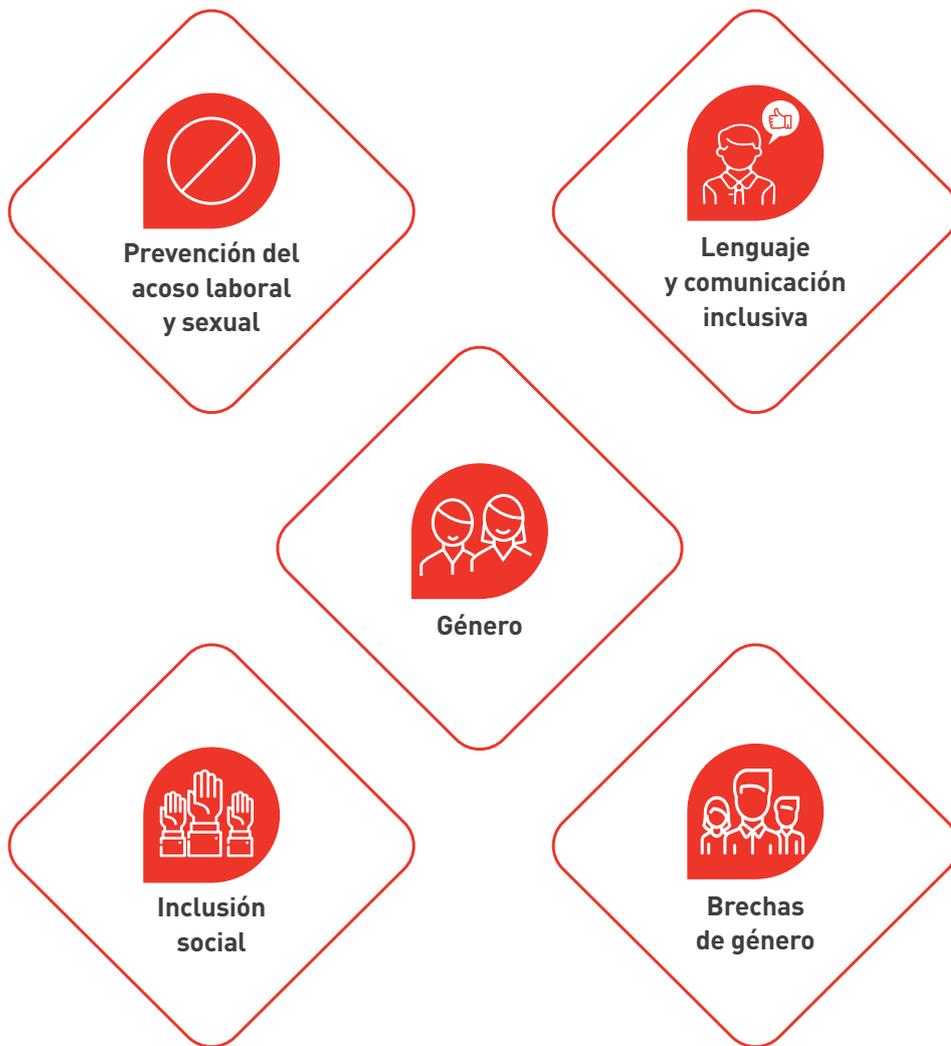


Recibimos el galardón Sello Plata Equipares

¡Continuamos comprometidos
con la igualdad de oportunidades!

La **Ruta Inclusiva** nos ha dado un marco para la institucionalización de políticas y programas en materia de equidad. A partir de ella, en Claro nos hemos comprometido en crear una **Política de Diversidad e Inclusión Social**, que integre la igualdad de género de manera transversal, no solo promoviéndola y poniéndola en práctica, sino manteniendo los más altos estándares y asegurando su continuidad en el tiempo.

En los últimos años, hemos evaluado y analizado nuestras propias prácticas en materia de sensibilización y formación, en:



Logrando incidir en las prácticas relacionadas con los procesos de selección, reclutamiento y retención, monitoreo, evaluación, gestión del conocimiento y rendición de cuentas.



5.1.3. Desarrollo y formación

(GRI 404-1) ODS 4

Durante 2020 nuestro talento humano completó **912.935 horas de formación**. El 90% de ellas bajo metodología virtual, contenidos liderados y desarrollados por **Universidad Claro**.

	Número de personal formado		Horas totales de formación		Promedio de horas de formación	
COMITÉ DIRECTIVO	 9	 2	 219	 62	 24	 31
GERENCIA MEDIA	 187	 92	 15.750	 6.696	 84	 73
JEFATURA -COORDINACIÓN	 702	 353	 78.838	 39.766	 112	 113
PROFESIONAL	 2.219	 1.180	 249.553	 123.348	 112	 105
APOYO	 1.654	 1.825	 181.375	 217.328	 110	 119

Para alcanzar estos resultados, se llevaron a cabo las siguientes estrategias:

- 1** Programación semanal a través de La U en Casa, por medio de la cual entregamos semanalmente videos, conferencias, podcasts, cursos.
- 2** Disponibilidad de oferta educativa compuesta por 7 categorías y 213 cursos, bajo el programa Conocimiento a la Carta.
- 3** Escuela de Liderazgo dirigida a los 3.073 líderes de la Compañía.
- 4** Oferta de cursos asociados al desempeño.
- 5** Desarrollo de programas y conferencias encaminadas a la prevención de la Covid-19.
- 6** Alineación de las plataformas Capacítate Carso y Success Factors para impulsar los cursos virtuales.
- 7** Promoción de nuevos hábitos de trabajo (autoaprendizaje, liderazgo remoto, gestión de equipo de trabajo, prevención y autocuidado) a través de nuestras plataformas (Jam, Sharepoint, Yammer, Outlook).

La adaptación a formato virtual del 48% de nuestros contenidos formativos, incidió en el incremento de la cobertura y facilitó el acceso. Así cada uno de nuestros colaboradores y colaboradoras tuvo la oportunidad de participar en más de un programa. **En promedio, cada miembro de la familia de Claro Colombia asistió a 43 formaciones durante 2020.**

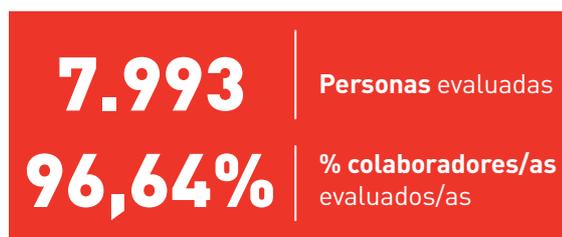
(GRI 404-2)

 PROGRAMAS DE FORMACIÓN			
	Nombre del Programa	Tipo	Alcance
	Conocimiento Técnico u Operativo	Presencial / Virtual	Son aquellos programas que hacen parte de los conocimientos necesarios para el desempeño del rol. Bajo este esquema los programas presenciales realizados representaron el 57% y virtuales el 43%, concluyendo que los colaboradores y colaboradoras que hacen parte de las áreas Front al cliente (servicio personalizado, comerciales) tuvieron mayor cobertura en materia formación presencial.
	Habilidades	Presencial / Virtual	Incluye programas como manejo comercial, negociación, comunicación, trabajo en equipo. Los cuales representaron el 30% para formato presencial y 70% para formato virtual.
	Liderazgo	Presencial / Virtual	Abarca programas diseñados a la medida para los líderes de la organización (3.073 personas) de los cuales 3% se llevó a cabo de manera presencial y 97% virtual.
	Metodologías Ágiles	Presencial / Virtual	Relaciona programas como: Scrum, Safe, Kanban y nuevas formas de trabajo. Se desarrolló 30% presencial y 70% virtual.
	Ofimática	Presencial / Virtual	Formación en uso de Excel, Acces, Power Bi y analítica de datos entre otros, ejecutados en modalidad presencial 6% y presencial 94%.

5.1.4. Evaluación de desempeño

(GRI 404-3) ODS 4

Para garantizar la eficiencia de nuestras operaciones y promover la cualificación permanente de nuestro talento humano. Durante el 2020, evaluamos a nuestros **colaboradores** y **colaboradoras** en términos de **desarrollo y desempeño**. Esta evaluación se realiza de forma trimestral a través de la plataforma de **Success Factors**.



Los resultados de la medición del desempeño en 2020 por nivel de cargo y género, se presentan a continuación:

Cargo		
APOYO	87,4%	75,9%
PROFESIONAL	93%	89,8%
JEFATURA / COORDINACIÓN	98,2%	99%
GERENCIA MEDIA	97,3%	96,8%
COMITÉ EJECUTIVO	80%	100%

5.1.5. Clima organizacional

En entornos donde priman la satisfacción, la confianza y la tranquilidad, la innovación, el liderazgo, el trabajo en equipo y el desarrollo profesional y humano son posibles y tienen mayor oportunidad de permanecer en el tiempo y desarrollar equipos colaborativos. En 2020, la evaluación de nuestro **clima laboral** tuvo un resultado global de 88,46% (frente a 83,06% de 2019), con una **participación del 96,5% de nuestro personal**.

Empresa	Total Claro Colombia 2018	Total Claro Colombia 2019	Total Claro Colombia 2020
Administración de recursos	76,38%	69,94%	84,45%
Comunicación Organizacional	69,31%	79,61%	83,39%
Conocimiento de objetivos	76,30%	88,45%	92,01%
Cultura organizacional	78,43%	85,21%	88,90%
Desarrollo profesional	79,39%	85,01%	89,04%
Impacto a la capacitación	64,32%	85,82%	91,75%
Logro de resultados	75,40%	83,07%	87,65%
Satisfacción organizacional	75,65%	83,63%	92,45%
Trabajo en equipo	72,27%	80,69%	85,97%
Orientación al servicio	77,51%	84,58%	89,60%
Total	74,73%	83,12%	88,46%

Las siguientes son las descripciones correspondientes a los ítems evaluados. Esto refleja que nuestro equipo de trabajo percibe acciones claras, positivas y contundentes como resultado de nuestro proceso de **transformación cultural CEC**:

01

ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS

Percepción del personal frente al aprovechamiento del talento humano, los recursos físicos y materiales.

02

COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

Hace referencia a la comunicación de las jefaturas con su equipo humano directo, y cómo ellos son involucrados en los procesos de toma de decisión en las áreas.

03

CONOCIMIENTO DE OBJETIVOS

Conocimiento del personal frente a su aporte a los objetivos corporativos y cumplimiento de sus funciones.

04

CULTURA ORGANIZACIONAL

Está relacionada con el trato y oportunidades igualitarias, sin que influyan aspectos de género, raza o religión y con el respeto por los demás. En este punto también se analiza el conocimiento que tienen las colaboradoras y los colaboradores respecto a la misión, visión, valores y el código de ética de la Compañía.

05

DESARROLLO PROFESIONAL

Mide la percepción que tienen el talento humano Claro frente a los procesos de retroalimentación que hacen los jefes y promoción del desarrollo personal de los trabajadores, entre otros.

06

IMPACTO A LA CAPACITACIÓN

Percepción de nuestro equipo de trabajo sobre la pertinencia de las capacitaciones y cómo éstas han mejorado su desempeño laboral, independientemente del cargo.

07

LOGRO DE RESULTADOS

Nivel de exigencia en procesos que realiza la Compañía, el rol de líderes en los jefes de área para cumplir con las metas y ejecución de iniciativas innovadoras.

08

SATISFACCIÓN ORGANIZACIONAL

Refiere a la percepción del talento humano frente a su estabilidad laboral, aplicación de conocimientos adquiridos, bienestar y análisis de si todos estos factores contribuyen al equilibrio de su vida personal.

09

TRABAJO EN EQUIPO

Compromiso que tiene el equipo para lograr sus resultados, así como la evaluación sobre el reconocimiento y la integración entre las áreas y si las sugerencias son tenidas en cuenta.

10

ORIENTACIÓN AL SERVICIO

Evaluación de los colaboradores y colaboradoras frente a la percepción de servicio al cliente, si se están cumpliendo los tiempos estimados y si los procesos facilitan nuestra labor.

5.2. Seguridad y Salud en el Trabajo y Ambiente – SSTA

(GRI 403-1) PG 6 ODS 8

La salud y seguridad de nuestro talento humano en sus puestos de trabajo, es una labor que construimos respondiendo a los más altos estándares y requisitos nacionales e internacionales, como la Guía RUC del Consejo Colombiano de Seguridad, con la cual involucramos aspectos de **Gestión ambiental, Seguridad y Salud en el Trabajo**.

Nuestro **Sistema de Gestión de Salud y Seguridad** está basado en el cumplimiento de la norma ISO 45001, respondiendo así a las características de un trabajo seguro y saludable, con prevención de lesiones y del deterioro de la salud. Para tareas de alto riesgo se cuentan con procedimientos de trabajo seguro, los cuales han sido divulgados a colaboradoras y colaboradores para que cuenten con la información necesaria para realizar análisis previos de las actividades y tomar acciones antes de su ejecución (identificación de riesgos potenciales); y de esta manera, decidir si el trabajo se realiza o no bajo las condiciones contempladas.

En el análisis de trabajo seguro se tienen en cuenta los controles a ejecutar, y respecto al cuidado de la salud y la seguridad en el trabajo, este se rige bajo el siguiente marco normativo:

Resolución 0312 del 2019

Diseño, administración y ejecución del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo y el cumplimiento de los estándares mínimos establecidos en la normatividad vigente.

Decreto 1072 del 2015

Directrices de obligatorio cumplimiento para implementar el Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST) que deben ser aplicadas por todos los empleadores públicos y privados.

Resolución 2646 de 2008

Identificación de todos los factores psicosociales que afectan al trabajador.

Resolución 2013 de 1986

Reglamentación de la organización y funcionamiento del Copasst (Comité Paritario de Seguridad y Salud en el Trabajo).

Resolución 2346 de 2007

Regulación de la práctica de evaluaciones médicas ocupacionales y el manejo y contenido de las historias clínicas ocupacionales.

Resolución 1409 de 2012

Establece el Reglamento de Seguridad para protección contra caídas en trabajo en alturas.

Resolución 1565 de 2014

Guía metodológica para la elaboración del Plan Estratégico de Seguridad Vial.

Resolución 652 de 2012

Constitución y el funcionamiento del Comité de Convivencia Laboral en las entidades públicas y empresas privadas.

Circular 71 del 2020

Registro de los estándares mínimos en la página de fondo de riesgos laborales del Ministerio de Trabajo.

Resolución 1401 de 2007

Obligaciones y requisitos para realizar la investigación de incidentes y accidentes de trabajo.

(GRI 403-2)

En línea con lo anterior, contamos con el Manual para identificar peligros y evaluar los riesgos en SSTA, que define:

- La metodología utilizada es la Guía Técnica Colombiana – GTC 45.
- Una vez identificados los peligros y valorados los riesgos, se deben establecer los controles alineados a la Norma ISO 45001 y a la GTC 45.

En relación con los procesos de investigación, se tiene como base la normatividad legal Resolución 1401 de 2007 y la Guía Técnica Colombiana – GTC 3701 para el análisis causal. Al registrarse un evento laboral el área de SSTA selecciona y asigna el equipo investigador (conformado por la jefe o el jefe in-

mediato, colaborador o colaboradora, testigos, responsable de SSTA y miembro de Copasst), por correo electrónico se anexa la descripción del evento y las evidencias recolectadas, y se realiza la programación para la investigación y establecer los planes de acción.

Desde el área de salud se cuenta con un procedimiento de investigación de enfermedades laborales, fundamentado en la metodología de las **5m** que se aplica para enfermedades laborales calificadas.



(GRI 403-8)

Número y porcentaje de trabajadores cubiertos por el Sistema de Gestión de Salud y Seguridad desglosado por tipo de trabajador

Tipo de personal	Número de trabajadores cubiertos	Porcentaje sobre el total de trabajadores
Colaboradoras y colaboradores directos.	8.271	100%
Personal que no es directo, pero cuyo trabajo o lugar de trabajo es controlado por la organización.	4.015	100%
Indique las razones por las cuales se excluyen a trabajadores del Sistema de Gestión de Salud y Seguridad en el Trabajo, si aplica.	No se excluyen a trabajadores del Sistema de Gestión de Salud y Seguridad en el Trabajo.	N/A
Indique si el Sistema de Gestión de Salud y Seguridad en el Trabajo es auditado interna y/o externamente.	El Sistema de Gestión de Salud y Seguridad en el Trabajo es auditado internamente. De igual manera, se audita externamente por el Consejo Colombiano de Seguridad.	N/A

(GRI 403-7)

Para prevenir y mitigar los impactos negativos significativos para la **salud** y la **seguridad**, llevamos a cabo las siguientes acciones con nuestros terceros y aliados:

- Clasificación de las empresas aliadas por niveles de riesgo (bajo, medio y alto/actividades críticas) en una herramienta virtual.
- Seguimiento documental al Sistema de **Gestión en Salud y Seguridad en el Trabajo**, de dichas empresas aliadas, así como protocolos de bioseguridad para la ejecución de labores de manera segura.
- Monitoreo de condiciones de estados de salud de los trabajadores que ejecutan tareas dentro y para Claro, dando cumplimiento a la Resolución 666 de 2020.
- Actualización de los anexos de Salud y Seguridad en el Trabajo para el proceso de contratación de las empresas aliadas, con el fin de asegurar el cumplimiento mínimo legal.

- Implementación del Manual de Salud y Seguridad en el Trabajo para actividades críticas para aliados en el centro de trabajo de Triara.
- Verificación de cumplimiento de requisitos y capacitaciones para personal aliado que ejecuta trabajos eléctricos con el cliente Ecopetrol.
- Coordinación y ejecución de las reuniones grupales con los líderes de Salud y Seguridad en el Trabajo de los aliados para la realización de actividades de socialización de lecciones aprendidas (accidentes de medio y alto impacto).
- Capacitaciones en tareas críticas o asociadas a: índices de accidentalidad en temas como Seguridad Vial, Riesgo Eléctrico, Riesgo Público, Emergencia Sanitaria (Coronavirus), entre otras.

(GRI 403-5)

Desde este enfoque del cuidado de la salud y seguridad, reconocemos la importancia de contar con capacitaciones durante el año cuya frecuencia y selección de participantes depende del tipo de entrenamiento. En Claro Colombia realizamos los siguientes tipos de capacitaciones y entrenamientos dirigidos a quienes desempeñan labores de alto riesgo y orientadas a la prevención de enfermedades laborales:

-  Entrenamiento teórico-práctico para trabajo seguro en alturas (procedimiento seguro de trabajo en torres, postes con semovientes y uso de equipo de protección personal).
-  Formación y sensibilización en prevención del riesgo eléctrico, uso seguro de equipos y herramientas.
-  Capacitación para la prevención del contagio por la Covid-19, gestión de riesgo psicosocial y ergonómico.
-  Otras temáticas que se abordan de forma específica, virtual y presencialmente, son:



Número de actividades de capacitación en Salud y Seguridad en el Trabajo

335

Personal directo

10

Personal de proveedores y contratistas

Número total de personas capacitadas en Salud y Seguridad en el Trabajo

12.673

Personal directo

72

Personal de proveedores y contratistas

Total de horas de capacitación desarrolladas

195.748 horas

Personal directo

107

Personal de proveedores y contratistas

5.2.1 Comité Paritario de Salud y Seguridad en el Trabajo (Copasst)

(GRI 403-1, 403-4)

Los aportes de nuestro talento humano, nos permiten construir conjuntamente programas adaptados a sus sugerencias, reportes, necesidades y recomendaciones que suman al Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo. El cumplimiento, la promoción y divulgación de las normas y reglamentos de dicho Sistema de Gestión, está a cargo del **Comité Paritario de Seguridad y Salud en el Trabajo (Copasst)** el cual se compone de ocho representantes de nuestra Compañía con sus respectivos suplentes, además de representantes de nuestros colaboradores y colaboradoras. Adicionalmente, se realiza el pago del 100% del salario en caso de incapacidades por enfermedad común.



5.2.2. Servicios de salud (GRI 403-3, 403-6)

La salud y seguridad de nuestro equipo es un compromiso que se caracteriza por la identificación y evaluación constante de riesgos a través de visitas de campo y bajo la norma local GTC 45, enfocada en la identificación de peligros y la valoración de riesgos en seguridad y salud. Seguir un estándar, implica también un monitoreo de las actividades internas y externas que abarcan el alcance de: el Decreto 1072 del 2015, la Resolución 0312 del 2019, la Guía RUC y la ISO 45001, cuyos resultados son analizados para la definición de acciones correctivas, preventivas y de mejora.

El seguimiento a estos indicadores tiene diferentes frecuencias (mensual, trimestral y anual) con la finalidad de tomar acciones oportunas por parte de la Coordinación de Salud y Riesgos, la cual desarrolla programas orientados a la identificación y control de los riesgos con un equipo de asesores especializados.

En Claro reconocemos que la salud y la seguridad se consolidan en **nuestra cultura** organizacional con el aporte y la **participación activa** de todo nuestro equipo humano y el de la Administradora de Riesgos Laborales, con quienes se desarrolla un programa de reincorporación laboral para facilitar la adaptación de los trabajadores a las condiciones de trabajo.

Contamos con una firma prestadora de servicios de atención de primeros auxilios a la que puede acudir nuestro talento humano, vía telefónica, incluso en casos de emergencias que comprometan su bienestar mental y emocional. La vigilancia de factores que pueden incidir en la salud de nuestro equipo de trabajo, se lleva a cabo a partir de dos sistemas:

Ergonómico

Vigila y establece los controles de los factores de riesgo biomecánicos y psicosocial, este último controla los factores de riesgo para la salud mental.

Servicios

Convenio con una empresa de servicios de salud para que un médico general esté disponible medio tiempo de lunes a viernes en la sede de Plaza Claro.

En toda nuestra gestión llevamos con responsabilidad la información confidencial y para el caso de las historias clínicas, contamos con una empresa especialista que además de realizar los exámenes médicos, se encarga de custodiarlas. Los siguientes son servicios programas voluntarios que hemos puesto a disposición de nuestro equipo humano para la promoción de la salud, y que no corresponden a la categoría de ocupacionales:

Servicios y/o programas	Descripción	Riesgos sobre la salud abordados	Cómo se facilita el acceso de los trabajadores a estos servicios y/o programas
Planes de medicina prepagada	Servicios de medicina y salud con calidad y oportunidad.	Enfermedad general, maternidad y enfermedades de alto costo.	Establecemos convenios con entidades para acceder a tarifas preferenciales y cubrimos una parte del costo de la misma para el personal que decide tomarla.
Zona protegida	Servicios de ambulancia y atención de urgencias médicas en las sedes de la Compañía.	Emergencias médicas de cualquier origen.	Contratamos una empresa facultada para prestar este servicio a nivel nacional. Los números telefónicos para atención están a disposición de nuestro equipo humano.
Consulta médica	Servicio de consulta médica programada en la sede principal de la empresa.	Enfermedad general	El servicio médico se presta de lunes a viernes y para acceder solamente se requiere solicitar la cita.

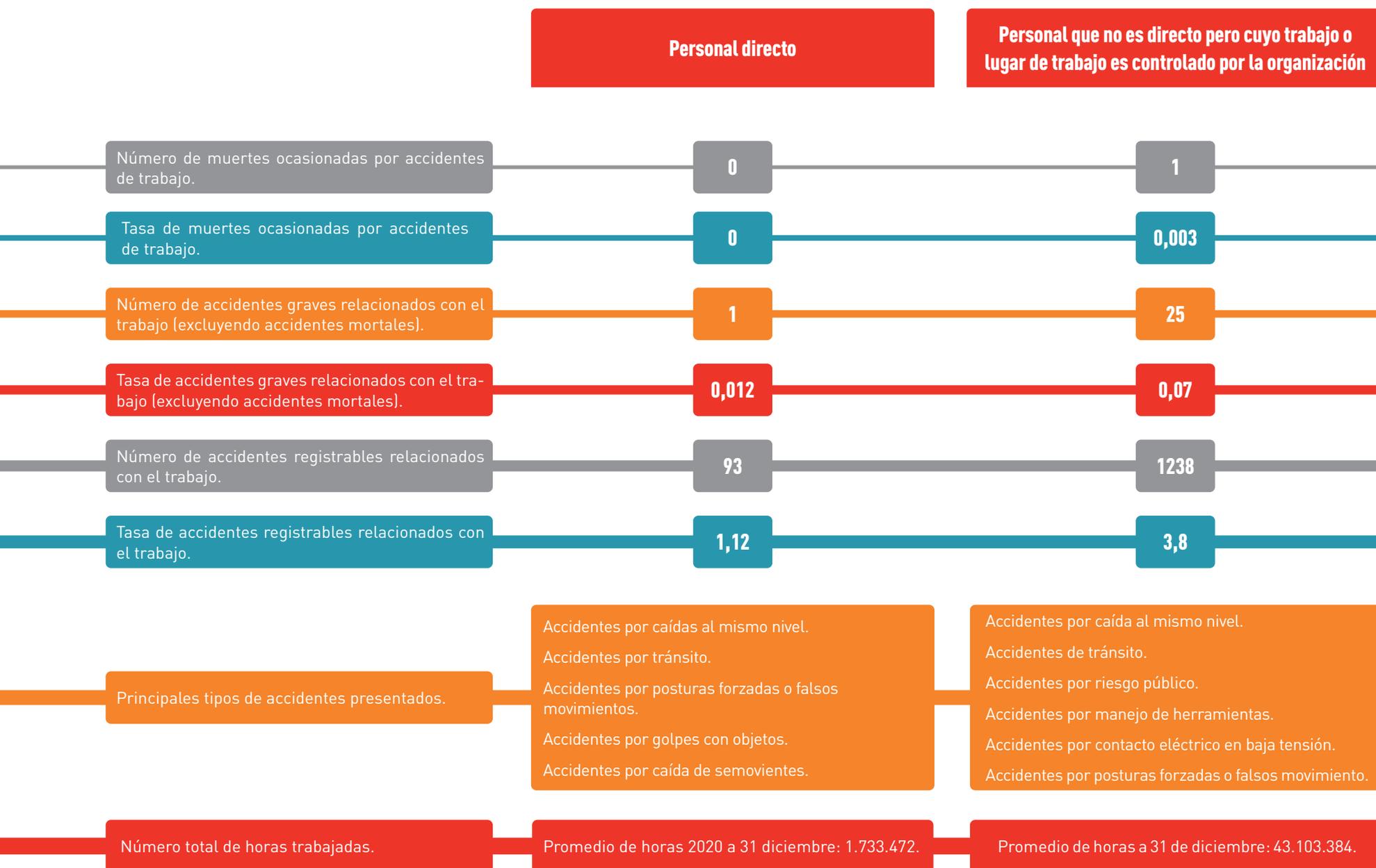
5.2.3 Accidentes y enfermedades laborales

(GRI 403-2, 403-10)

Durante el 2020 dimos continuidad a nuestros programas y estrategias para evitar los accidentes y enfermedades laborales. En este sentido, solo presentaron 93 accidentes de trabajo, frente a los 183 eventos que se presentaron en 2019, logrando una disminución del 50%. En materia de accidentes laborales, el comportamiento fue variable y presentó picos en la frecuencia en los meses de: febrero con 17 eventos de intervención del Plan Estratégico de Seguridad Vial y con acciones de prevención de caídas en nuestras sedes); y noviembre con 11 eventos a pesar de la continuidad del programa de prevención de caídas e implementación de normas para el uso de bienes semovientes. **Durante 2020 no tuvimos casos de enfermedad laboral.**

(GRI 403-9)

Número y tasa de accidentes relacionados con el trabajo ⁶⁴



64 Tasa de accidentes graves: Número de accidentes graves presentados en el año/ Número de trabajadores al año x100 Tasa de accidentes registrados: Número de accidentes presentados en el año/ Número de trabajadores al año x100 (Resolución 0312 de 2019 Art 30).

A partir de esta información, frente a la gestión de 2020 es posible destacar:

- Disminución de eventos del 52% por caídas a nivel en comparación con 2019.
- Disminución de eventos del 18% por accidentes de tránsito en comparación con 2019.
- Disminución del 29.8% en días perdidos por accidentes relacionado con riesgo biomecánico.

En 2021 continuaremos identificando riesgos asociados a nuestra operación, tomando medidas oportunamente y desarrollando planes de intervención, así como procedimientos de trabajo seguro, planes de trabajo del riesgo y cursos de formación teóricos y prácticos.

Peligros relacionados con el trabajo que representan riesgo de accidentalidad grave (accidentes con periodos de recuperación y/o incapacidades mayores a 6 meses)

Peligro o riesgo identificado de accidentalidad grave (por ejemplo, trabajo en alturas, etc.).	¿Se presentaron accidentes de trabajo asociados a este riesgo durante el periodo reportado? ¿Cuántos?	Medidas implementadas para minimizar o eliminar el riesgo.
Accidentes por caídas al mismo nivel.	30 eventos	Sensibilización mediante plataforma Teams a todo el equipo humano de las sedes administrativas, CAV, tiendas, bases comerciales y Sede Triara en aspectos de prevención relacionados con comportamientos inseguros que generan accidentes por caídas al mismo nivel.
Accidentes por tránsito.	18	Continuidad en la implementación de las actividades establecidas en el Programa de Seguridad Vial, en el cual se tienen en cuenta diferentes etapas: formación sobre prevención de accidentes de tránsito, validación de condiciones mecánicas de las motocicletas y sensibilización en el uso de elementos de protección personal (casco).
Accidentes por posturas forzadas o falsos movimientos.	11	Implementación de formaciones teórico virtuales sobre los conceptos y medidas de prevención de accidentes por este origen y contiene medidas básicas de ergonomía.

5.3. Bienestar

5.3.1. Beneficios

(GRI 401-2)

Conscientes de la importancia de entregar **valor agregado** y mejorar la **experiencia de servicio al talento humano**, brindamos beneficios que se suman a nuestra intención de promover el bienestar en nuestro equipo de trabajo y sus familias. Entre ellos resaltamos:



Beneficios Sociales		Beneficiarios			
Programa	Descripción	Nivel Jerárquico	Tipo de Contrato	Tiempo completo o tiempo parcial	Número de personas beneficiados
Seguro de Vida	Póliza que cubre a todo nuestro talento humano directo.	Todos	Indefinido	Completo	8.271
Seguro médico	Plan de salud de Medicina Prepagada, subsidio de un porcentaje de la tarifa, aplica para el grupo familiar.	Todos	Indefinido	Completo	8.861
Cobertura por incapacidad y/o invalidez	Póliza que cubre a todo nuestro talento humano directo.	Todos	Indefinido	Completo	8.271
Bono Navidad	Incentivo económico en el mes de diciembre.	Todos	Indefinido	Completo	8.271
Tarifa preferencial triple play	Servicios de nuestro portafolio para nuestro equipo humano (depende de cobertura).	Todos	Indefinido	Completo	7.729
Descanso remunerado	Cuatro (4) días otorgados en tiempo.	Todos	Indefinido	Completo	8.271
Fondo Rotatorio de vehículo	Préstamos a colaboradores y colaboradoras.	Todos	Indefinido	Completo	60

Licencias de maternidad y paternidad

Número de personas que tuvieron derecho a una licencia de maternidad o paternidad.



Número de personas que ejercieron su derecho a la licencia de maternidad o paternidad.



Número de personas que se reincorporaron al trabajo después de que finalizase la licencia de maternidad o paternidad.



Número de personas que se reincorporaron al trabajo después de que finalizase su licencia por maternidad o paternidad y conservaron su empleo pasados doce meses desde su reincorporación, desglosados por sexo.



5.3.2. Licencias de maternidad y paternidad

(GRI 401-3) / ODS 5

Reconocemos que la calidad de vida de nuestro equipo de trabajo tiene una estrecha relación con su proyecto de vida familiar. Por eso, además de asegurar su derecho a la licencia de maternidad o paternidad, protegemos sus puestos de trabajo y sus oportunidades de desarrollo profesional

Índices de reincorporación al trabajo y de retención de los colaboradores y colaboradoras que ejercieron la licencia por maternidad o paternidad, desglosados por género

Índice de reincorporación al trabajo⁶⁵.



Índice de retención⁶⁶.



⁶⁵ (Número total de empleados que reincorporaron al trabajo después de una licencia de maternidad o paternidad / Número total de empleados que debí-an reincorporarse al trabajo después de una licencia de maternidad o paternidad) * 100.

⁶⁶ (Número total de empleados que conservan su puesto 12 meses después de reincorporarse de una licencia de maternidad o paternidad / Número total de empleados que regresaron de una licencia de maternidad o paternidad en el período reportado) * 100.

5.3.3. Acuerdos de negociación colectiva

(GRI 402-1, 102-41)

En Claro Colombia están activos tres acuerdos de negociación colectiva y uno más se encuentra en revisión. Los activos son:

- **Convención colectiva:** acuerdo celebrado entre los trabajadores afiliados a una Organización Sindical y la compañía.
- **Laudo arbitral:** sentencia o fallo judicial emitido por 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.

Acuerdos de negociación colectiva

Total de empleados amparados por acuerdos de negociación colectiva

7.208

Porcentaje sobre el total de empleados de la organización

87%

Estos acuerdos no incluyen una referencia específica sobre el plazo de aviso mínimo en cambios operacionales y no tuvieron cambios en 2020.



Logros 2020 y retos 2021 de la dirección corporativa de gestión humana:

Logros 2020 de Talento Humano



Iniciativa estratégica de transformación cultural.

- Aumentar en ocho puntos en las iniciativas de Transformación cultural: creación de cambios, enfoque en el cliente y orientación de equipos.
- Durante 2020 se llevó a cabo una actualización en la estructura de medición de la encuesta y se estableció una nueva línea base para medición. Definimos el modelo de cultura conformado por los siguientes componentes:
 - Liderazgo:
 - ✓ Fortalecimos el proceso de gestión de talento con miras a la identificación y planes de desarrollo para sucesores, altos potenciales y expertos clave.
 - ✓ Actualización del modelo de desempeño.
 - ✓ Lanzamiento Escuela de Liderazgo Fase II.
 - ✓ Creación de los Comités Primarios.
 - ✓ Propuesta de Valor al Colaborador y Marca Empleada.
 - Hábitos y creencias:
 - ✓ Fortalecimos el concepto CEC “Confianza, Empoderamiento y Colaboración” a través de talleres con facilitadores expertos, involucrando a más de 4.000 colaboradores y colaboradoras.
 - Definimos el propósito superior de la Compañía.
 - Capacidades Organizacionales:
 - ✓ Implementamos nuevas formas de trabajo utilizando metodologías como el agilismo.
 - ✓ Definimos las estrategias para trabajar en la gestión de cambio en el portafolio estratégico.



Objetivo de Sustentabilidad América Móvil – clima organizacional.

- Mejorar el resultado global de clima laboral.
- El resultado para el 2020 fue de 88,58%, cumpliendo en 100% la meta propuesta.
- Concretamos grupos interdisciplinarios con el fin de establecer planes de acción para las principales brechas identificadas, incluyendo seguimiento y acompañamiento permanentes. A nivel de toda la compañía se fortalecieron los procesos de formación y aprendizaje, la relación líder-colaborador y los procesos de comunicación interna.



Sustentabilidad América Móvil - colaboradores y colaboradoras evaluados.

- Evaluar el talento humano directos para el 2020.
- Trabajamos en el fortalecimiento del modelo de desempeño para garantizar las sesiones de retroalimentación entre líder y colaborador (al menos una por trimestre), busca generar conversaciones respecto a los resultados y desarrollo de habilidades.



Implementación del Mapa funcional de agilismo.

- Construir el mapa funcional de agilismo que nos permita hacer la transición entre el modelo de trabajo tradicional hacia este modelo.
- Identificación de habilidades o skills (duras y blandas).
- Agrupación por macrofamilias y familias.
- Establecimiento del modelo de nivel de aporte.
- Ejecución del plan piloto.

Retos 2021 Talento Humano

01

Proyecto estratégico de transformación cultural.

Aumentar el resultado global de la encuesta de Cultura para las iniciativas relacionadas con:

- Creación de cambios.
- Enfoque en el cliente.
- Orientación de equipos.

02

Sello Equipares Oro

- Diseñar e implementar las acciones para alcanzar el reconocimiento del Sello Oro de Equipares para Claro Colombia.
- Continuar trabajando en el cierre de brechas de género en Claro Colombia, mediante la implementación de medidas de igualdad, acciones afirmativas y de transversalización de género para lograr la acreditación del Sello Oro de Equipares.

03

Implementación Customer Journey del Colaborador

- Ajustar los procesos y acciones de la Dirección de acuerdo con el modelo To Be definido en 2020.
- Fortalecer las acciones del programa de transformación cultural.



06

APORTANDO AL MEDIO AMBIENTE



(GRI 103-1; 102-11) PG 7, 8 y 9 / ODS 12 y 13

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**, así como al logro de los **objetivos de sustentabilidad definidos por América Móvil – AMX**.

« Con este gran compromiso, en 2020 AMX y todas las operaciones nos unimos a los esfuerzos de las Naciones Unidas y la GSMA para contribuir a limitar el calentamiento global a 1,5° C hacia el 2030, y convertirnos en carbono neutral para 2050.

6.1. NUESTRA GESTIÓN AMBIENTAL

(GRI 103-2)

Las acciones ambientales que desarrollamos responden a los lineamientos definidos en la **Política de Sostenibilidad Ambiental**, estructurada durante 2020 para fortalecer nuestro Sistema de Gestión Ambiental, sumada a la Política de Uso Racional de la Energía y a la de Salud y Seguridad en el Trabajo y Ambiente – SST&A. Bajo este marco y en alianza con Universidad Claro, en el año desarrollamos una malla de capacitación ambiental en la que se formaron 2.730 colaboradores y colaboradoras, en los siguientes temas:

- Aspectos e impactos ambientales.
- Inspecciones.
- Saneamiento básico.
- Flora y fauna.
- Higiene.
- Gestión integral de residuos.
- Riesgo químico.
- Uso eficiente de la energía.
- Uso eficiente del agua.
- Voluntariado ambiental.
- Tips ambientales.

(GRI 103-3)

La gestión ambiental interna es responsabilidad de Salud y Seguridad en el Trabajo y Ambiente, encargada de realizar el seguimiento a las acciones planificadas. Está área es auditada por el Registro Único de Contratistas – RUC del Consejo Colombiano de Seguridad, y tiene como meta avanzar en el cumplimiento de requisitos para la certificación de la norma ISO 45001 para la sede Triara.

En el marco de la emergencia sanitaria ocasionada por la Covid-19, se desarrollaron las siguientes actividades de manejo ambiental:

Sensibilización sobre la **importancia de servicios de telecomunicación** en tiempos de pandemia.

Ahorro en el consumo de papel gracias a la **atención electrónica del 95% de peticiones.**

Digitalización de firma de documentos y contratos tanto con clientes como proveedores.

6.2. ECOEFICIENCIA



En el desarrollo de nuestras operaciones nos esforzamos por identificar diferentes alternativas para ser más eficientes y optimizar el uso de los recursos naturales, e implementar herramientas digitales y tecnológicas acordes a nuestro modelo de negocio. Esto nos ayuda avanzar en el cumplimiento de las metas corporativas, a la vez que cuidamos el medioambiente y lo preservamos para las futuras generaciones.

Nuestros principales resultados en 2020 fueron:

27%

de reducción en el consumo de agua de la operación.

729.890

metros cúbicos que equivale a 292 piscinas olímpicas, y representa un aumento en la eficiencia del 48% con respecto al año 2019.

22%

menos emisiones de CO₂ de alcance 2.

20.623

toneladas de CO₂ se dejaron de emitir en alcance 2.

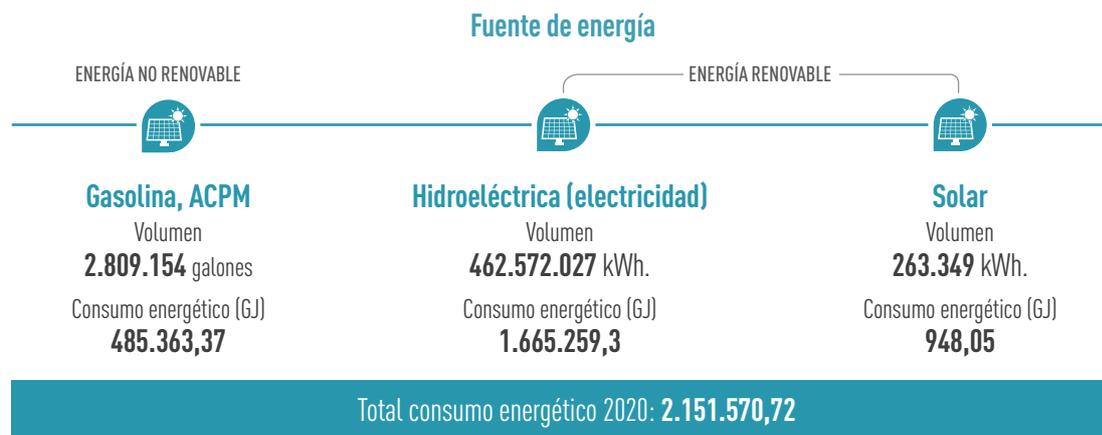
4.368

toneladas de CO₂ ahorradas en alcance 3.

6.2.1. Eficiencia energética

(GRI 302-1, 302-4)

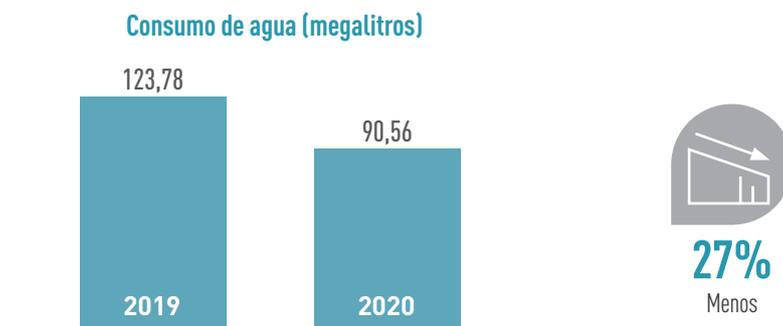
En Claro somos conscientes de nuestro rol ante el cambio climático y con el fin de contribuir en la generación de energías limpias y la reducción de emisiones de CO₂, en el año 2020 instalamos 43 estaciones base, 19 de ellas con **sistemas híbridos de energía con paneles solares**, lo que nos ha permitido contribuir a la disminución de impactos significativos sobre el medio ambiente, **evitando un consumo de 29.924 GJ** de energía que habrían sido necesarios para la operación de plantas eléctricas.



6.2.2. Uso eficiente del agua

(GRI 303-5)

Durante 2020 el consumo de agua dentro de la organización fue de **90,56 megalitros**. Es decir, una **reducción del 27%** en comparación a la cifra registrada el año inmediatamente anterior.



⁶⁷ Alcance 2: Emisiones indirectas de GEI que ocurren en el sitio de generación de energía eléctrica pero que son atribuibles a la empresa por medio de la electricidad adquirida o consumida.

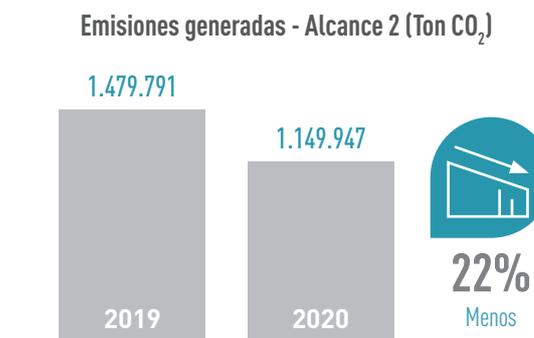
Además, con nuestro proyecto de **economía circular Proceso de Logística Inversa**, que incluye la recuperación y remanufactura de equipos, logramos un **ahorro** en la utilización de agua de **729.890 m³** que equivale a **292 piscinas olímpicas**, y que representa un **aumento en la eficiencia del 48% con respecto al año 2019**. Cantidad que, de no ser gestionada adecuadamente por este proyecto, sería empleada en la fabricación de dispositivos eléctricos y electrónicos nuevos y en el procesamiento de materias primas.

6.2.3. Gestión y reducción de emisiones

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

Durante 2020 generamos **1.149.947 toneladas de CO₂ (alcance 2⁶⁷)** producto del consumo de combustibles en fuentes fijas y móviles, a la energía comercial empleada para el desarrollo de las actividades, así como el uso de las estaciones base soportadas. Logrando así una **reducción del 22%** en comparación con el 2019.

Este resultado se explica gracias a la implementación de 19 estaciones base con sistema híbrido, que en un 80% operan con paneles solares, logrando de esta manera una **disminución de 20.623 toneladas** de CO₂ emitidas en 2020.

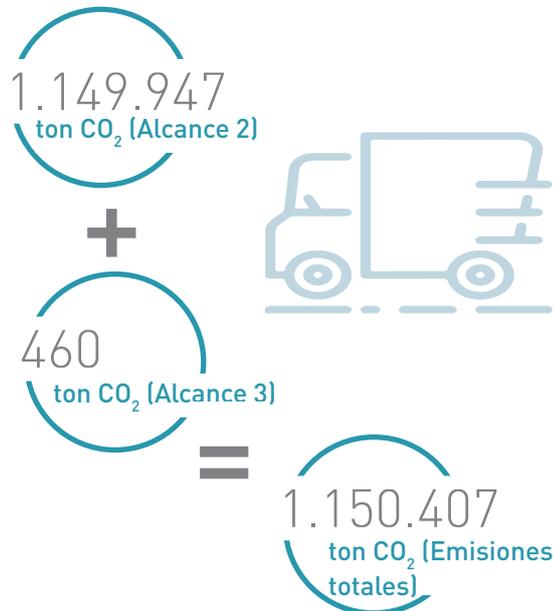


283.655 Ton CO₂
COMBUSTIBLE

865.937 Ton CO₂
ENERGÍA COMERCIAL

356 Ton CO₂
ESTACIONES BASE

Por otro lado, realizamos seguimiento a las emisiones originadas por terceros en el transporte de materiales adquiridos a proveedores, junto con el transporte de materias primas y productos realizados por externos. En total, los vehículos de transporte utilizados alcanzaron un total de **460 toneladas de CO₂ (alcance 3⁶⁸)** en 2020.



Con el fin de aportar en la disminución de emisiones generadas, desde el **Proceso de Logística Inversa** aumentamos el número de equipos remanufacturados, lo que implicó una menor generación de emisiones provenientes de la manufactura y transporte de distribución física internacional. Así logramos, un total de **4.368 toneladas de CO₂** de ahorro por este concepto.

La tecnología no solo impacta la velocidad y estabilidad de nuestro servicio, sino que también incide en la disminución de nuestras emisiones de CO₂, por eso, desde la Dirección Corporativa de Tecnología:

- Implementamos** la Red Comercial en 7 puntos que operaban 7x24 con planta eléctrica.
- Asignamos** proveedores para instalar soluciones fotovoltaicas en 43 sitios, cuya implementación se realizará en 2021.
- Seleccionamos** proveedores para instalar 50 plantas eléctricas emisionadas EURO3, cuya implementación se llevará a cabo en 2021.
- Mejoramos** en el desempeño referente al consumo de energía en Datacenter Triara en 1.6 del indicador de Power Usage Effectiveness – PUE.

Para cumplir a la meta 2050 de América Móvil, en Claro Colombia nos hemos planteado como reto para 2021 hacer uso eficiente de la energía y reducir las emisiones de CO₂ a través de las siguientes acciones:

- Instauración** del Comité de Energía y Emisiones.
- Traspaso** de 9 sitios en modalidad 7x24 a red comercial.
- Implementación** de 43 sitios sistemas híbridos en modelo OPEX Servicios, que permitirá la disminución del consumo de combustible.
- Planeación** de la demanda de compras para minimizar nuestra huella de carbono a lo largo de la cadena de valor.
- Renovación** de la red de refrigerantes a unos que tengan un menor impacto negativo al medio ambiente.

⁶⁸ Alcance 3: Otras emisiones indirectas de GEI que surgen de fuentes que no son propias, o que no están bajo el control de la empresa, pero que son consecuencia de sus actividades

6.3.1. Manejo de residuos

(GRI 306-2, 306-4)

Nuestro compromiso también se traduce en una adecuada gestión de los residuos, garantizando una adecuada disposición y tratamiento pertinente, buscamos minimizar su impacto en el medio ambiente.

6.3. GESTIÓN INTEGRAL DE RESIDUOS

En el marco de este compromiso con el cuidado del medioambiente y con la optimización de nuestros procesos, desarrollamos modelos circulares para el aprovechamiento y uso eficiente o de materiales que nos permitan reducir el impacto de nuestra huella de carbono.

Residuos no peligrosos

Tipo de residuos	Residuos	Método de tratamiento	Peso residuos recuperados (kilos)
No peligrosos	RAEES ⁶⁹	Recuperación para incorporarlos como materias primas.	1.028
	Papel y cartón.	Recuperación y reciclaje.	19.049
	Plástico.		135
	Madera.		1.823
	Metal.		2.582
	Otros.		4.073
	Total		28.690
No peligrosos y aprovechados a través del Proceso de Logística Inversa	Transformador eléctrico base aceite.	Aprovechamiento.	1.466
	Sólidos contaminantes.	Celdas de seguridad.	24
	Baterías.	Reciclaje y recuperación.	153.880
	Pilas.	Separación, trituración y segregación, secado y transformación.	3
	Tubos fluorescentes.	Trituración y desmercurización.	76
Total		155.449	

El 86% de los residuos generados por las actividades operativas son aprovechables, mientras que el 14% restante tiene correcta disposición final. En el caso de los residuos aprovechables, estos son tratados por un proveedor especializado quien, mediante procesos mecánicos necesarios, los incorpora como materia prima para nuevos productos nacionales e internacionales.

Desde el **Proceso de Logística Inversa**, cerca del 99% de los residuos no peligrosos son aprovechados y destinados para su reciclaje y recuperación, siendo reintegrados como materia prima de la cadena de valor de Claro.

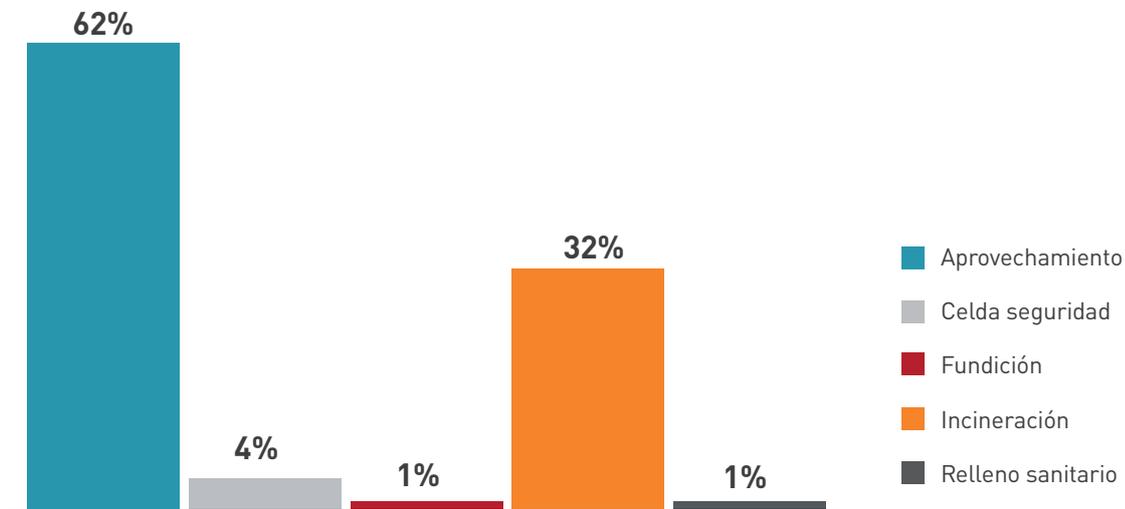
⁶⁹ Residuos de aparatos eléctricos y electrónicos.

Residuos peligrosos

En 2020 el **Proceso de Logística Inversa** generó 1.197.808 kg de residuos peligrosos, los cuales fueron gestionados de acuerdo con la naturaleza de cada uno para su tratamiento y disposición final.

Residuos generados	Método de tratamiento	Peso en kilos
Antenas.	Aprovechamiento.	96.351
Equipos electrónicos.		328.822
Guía de onda cobre - cobre - aluminio, cable coaxial.		292.793
Papel y cartón.		11.796
Plástico, policarbonato, PVC.	Celda de seguridad.	14.785
Fibra de vidrio.		6.034
Fibra óptica.	Fundición.	8.606
Chatarra (lata, soportes).		375.322
Dotación, emblemas y logos.	Incineración.	14.286
Equipos de oficina, muebles, madera, estibas y enseres.		49.013
Total	Relleno sanitario.	1.197.808

Tratamiento de residuos peligrosos



Es importante resaltar que todos los residuos son tratados de acuerdo con la normatividad vigente y son remitidos según el proceso de disposición más adecuado. En Claro controlamos, de esta manera, los efectos negativos en el entorno y aprovechamos al máximo el ciclo vida útil en nuestra oferta de productos y servicios.

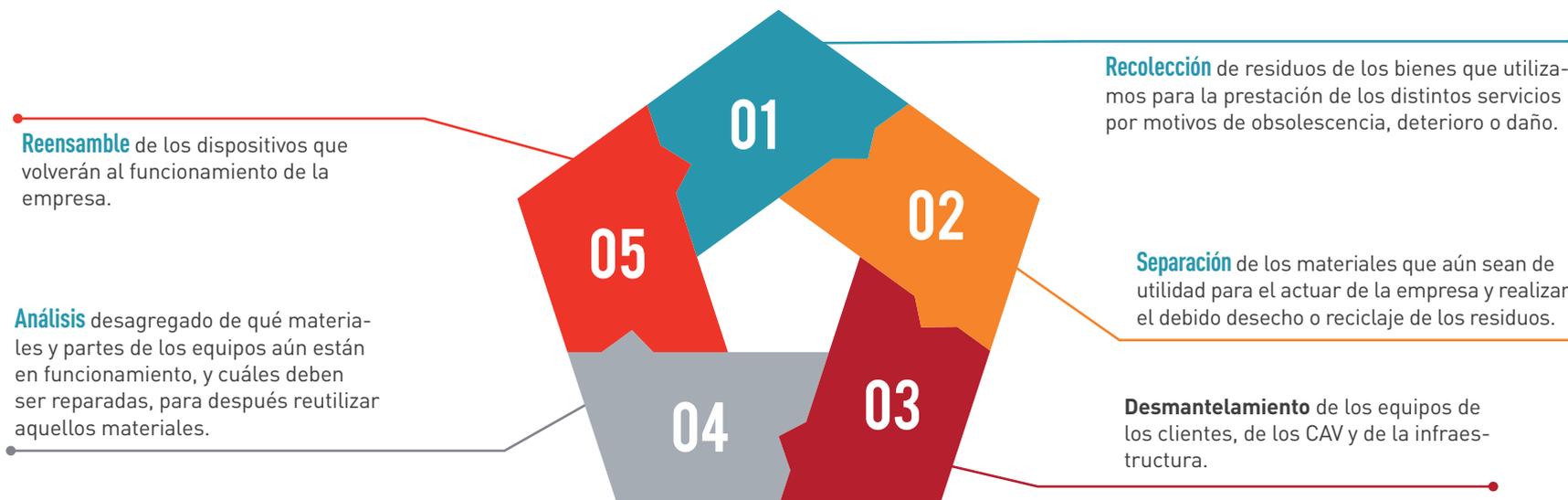


6.3.2. Economía circular y logística inversa

Desde hace más de 11 años, en Claro hemos impulsado un **modelo de economía circular** que nos ha permitido disminuir el impacto de nuestra huella de carbono y proteger el medio ambiente. Esto ha sido posible, a través de nuestro **Proceso de Logística Inversa**, el cual nos permite reingresar los materiales y equipos que se han instalado en el territorio nacional para la prestación de los servicios fijos y móviles, dándoles un correcto manejo ambiental. Así disminuimos la contaminación y la emisión de gases a la atmósfera, a la vez que generamos ahorros e ingresos adicionales por la venta de residuos electrónicos con correcta disposición final.



Etapas del proceso de economía circular:



Para la ejecución de este proceso se presentan dos escenarios:



Equipos que ya cumplieron su ciclo de vida por motivos de obsolescencia, daño o deterioro

- Procesos controlados para la disposición final de materiales, concentrando la operación a nivel nacional para desagregarlos y clasificarlos según las características de cada material.
- Manejo de materiales mediante un proceso óptimo y ambientalmente adecuado, buscando el mejor aprovechamiento de sus componentes. Además, se evita la comercialización de equipos en mercados secundarios.
- Proceso desarrollado por un proveedor especializado que cuenta con las respectivas licencias ambientales aprobadas y otorgadas por los entes gubernamentales, así como con el Plan de Manejo Ambiental debidamente avalado para el procesamiento y comercialización de materiales y residuos.
- Al momento de salir de la bodega de origen, los vehículos cuentan con una lista de chequeo de los tipos de materiales entregados, los cuales se validan al momento de llegar a su destino.
- Dentro del proceso de disposición final de materiales se incluyen los RAEEs y residuos peligrosos como baterías, dando cumplimiento a los procesos de manejo, transporte, procesamiento, aprovechamiento y disposición final de dichos elementos (Decreto 1609 del 2002).

Equipos instalados en los clientes finales o suscriptores, y en la infraestructura propia de Claro

- Proceso técnico especializado para validar su funcionalidad y apariencia, con el objetivo de reinstalarlos a clientes o infraestructura.
- Disminución de la cantidad de equipos que se compran e ingresan al país como nuevos.
- Generación de ahorros importantes en la inversión y disminuciones en la emisión de gases y huella de carbono en los procesos de fabricación y transporte internacionales.

Principales resultados del año



3.289 recolecciones de estaciones base

Fortalecimos el proceso de transporte y aumento de la capacidad de recolección de elementos desmontados en estaciones de base para la operación móvil.



72% de ahorro en el uso de agua

al aumentar la capacidad productiva de los proveedores de remanufactura de equipos, pasando de **100.000 a 165.000 unidades mensuales**.



729.890 m³

que equivalen a **292 piscinas olímpicas**, ahorrados en la utilización de agua en procesos de manufactura de equipos nuevos.



140 urnas reciclables

instaladas en todos los centros de atención a clientes para la recolección de equipos celulares.



1.602.374 unidades

recolectadas a clientes de infraestructura propia.



1.353.256 kg de residuos

entregados al gestor ambiental para su proceso de disposición final.

Logros 2020 y retos 2021 de nuestra gestión ambiental

Logros 2020 Logística Inversa



Ejecución del nuevo contrato de manejo integral de residuos aprovechables.

Seguimiento e implementación de controles.

- Actualizamos los nuevos contratos para el manejo de residuos reciclables.



Aumento en las unidades recolectadas de la operación, así como la cantidad de equipos remanufacturados.

Cumplimiento en la recolección de equipos a través de Centros de Atención y Ventas, aliados, cartera y voluntarios.

- Recolectamos el 93% del potencial de equipos desinstalados en clientes residenciales.
- Desarrollamos campañas con proveedores para mejorar el contacto con clientes.
- Revisamos el proceso en los CAV para optimizar la gestión y aumentar la efectividad de las recolecciones.



Automatización de proceso de control, gestión y aprobación de actas y notas técnicas de baja.

Consolidación del flujo del proceso documental de aprobación de actas y notas técnicas de baja.

- Automatizamos el proceso para la creación y aprobación de documentos mediante sistema en la nube.



Reducción de sitios sin recogida de materiales de desmonte (estaciones base).

Recolección en línea de los desmontes efectuados.

- Aumentamos la capacidad de recogidas en todo el territorio nacional.



Implementación de nuevos modelos de recuperación para equipos bloqueados por hackers.

Aplicación de nueva metodología de remanufactura.

- Recuperamos 60.000 equipos como resultado del Proceso de Logística Inversa.

Retos 2020 Logística Inversa

01

Dirección Corporativa de Tecnología.

Mantener la recolección de material para baja en un tiempo menor a dos meses luego de su aprobación y reporte en el sistema.

- Cumplir con los tiempos actuales de proceso para la recolección de material de baja en un tiempo menor a dos meses luego de su aprobación y reporte en el sistema.

02

Segmento residencial.

Asegurar la capacidad del proceso de remanufactura de equipos.

- Mantener entre 120.000 y 140.000 unidades por mes la capacidad del proceso de remanufactura de equipos.

03

Segmento residencial.

Garantizar en 92% la recolección de equipos.

- Asegurar al menos en 92% la recolección de equipos en Centros de Atención y Ventas, aliados, clientes por cartera y voluntarios.

04

Segmento residencial.

Aplicación de controles de recuperación de fuentes y accesorios de equipos en cliente.

- Aumentar la cantidad de recogidas en cliente.

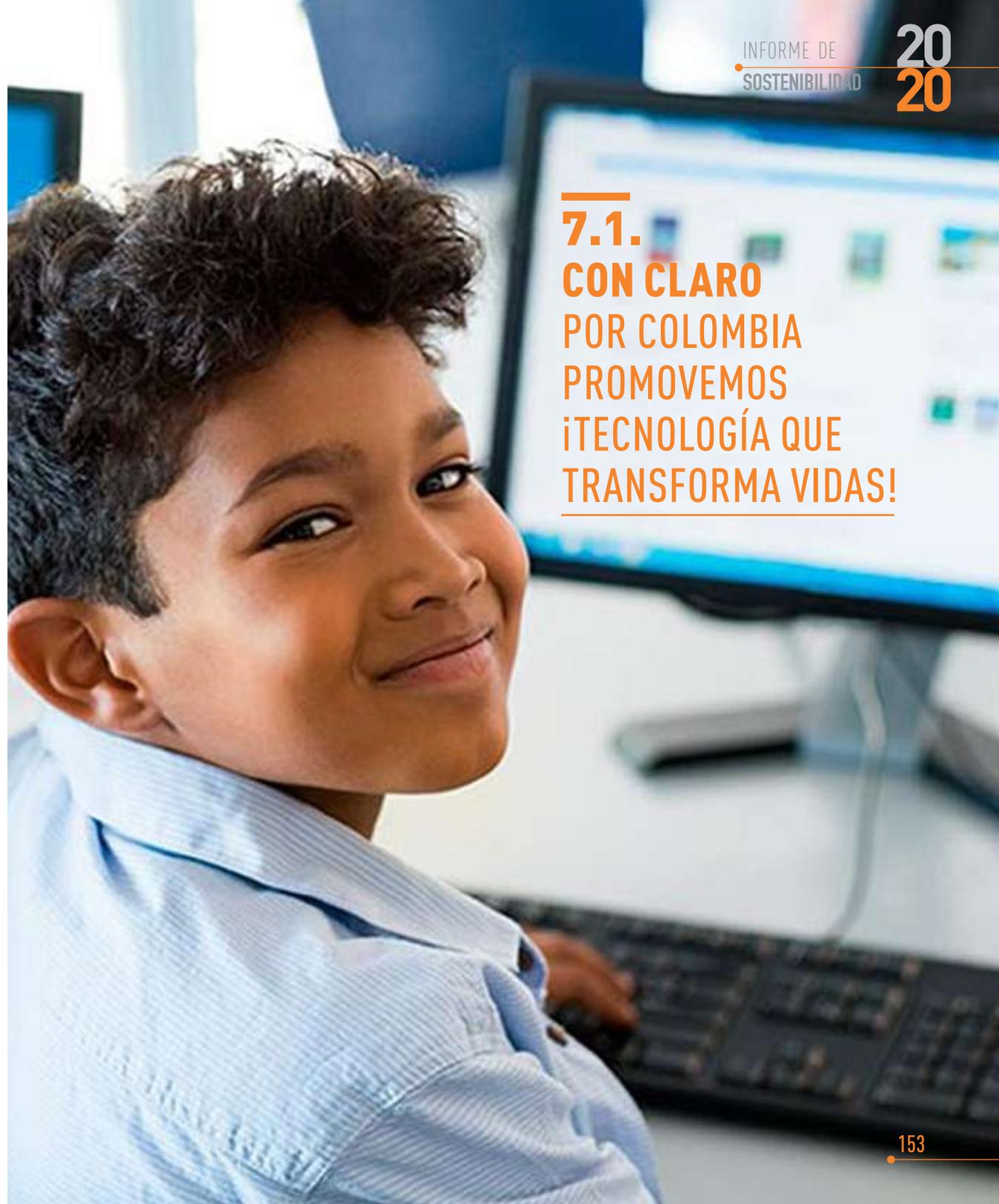
07

TRANSFORMANDO VIDAS CON LA TECNOLOGÍA

(GRI 103-1, 103-2, 103-3) PG 1 ODS 4 Y 10

En el 2020, en Claro consolidamos nuestro compromiso con la sostenibilidad al incluirla como un pilar central del propósito superior como compañía:

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



7.1.
CON CLARO
POR COLOMBIA
PROMOVEMOS
¡TECNOLOGÍA QUE
TRANSFORMA VIDAS!

Así a través de **Claro por Colombia**, nuestro programa de sostenibilidad, comprendemos que las empresas sostenibles son más competitivas e impulsamos acciones con la meta: **¡Tecnología que transforma vidas!** Una forma estratégica de conectar al país y generar valor para nuestros grupos de interés desde el core o núcleo del negocio: la tecnología.

Para Claro por Colombia, **la tecnología es una herramienta necesaria y poderosa** para avanzar en:



Por eso, en articulación con aliados claves de orden público, privado y de cooperación internacional, alcanzamos los siguientes resultados en cada una de las líneas de acción.



Hogar conectado por ti

7.2.

CONECTAMOS A LOS TERRITORIOS MÁS APARTADOS DEL PAÍS Y A LAS POBLACIONES MÁS VULNERABLES

7.2.1. Travesía por Colombia

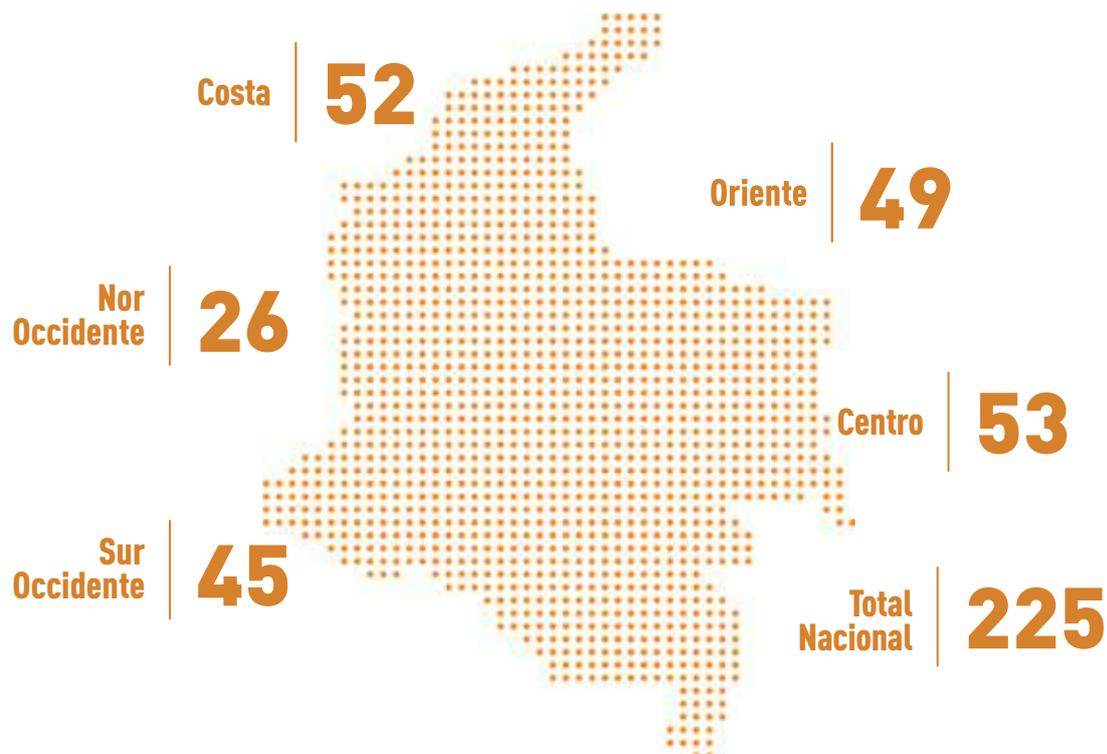
En Claro y Claro por Colombia lo hacemos posible y conectamos todos los rincones del país. Estamos comprometidos con conectar a todos los colombianos, especialmente a quienes se encuentran en los lugares más remotos a lo largo y ancho del país, y aportar a la transformación social y digital de toda Colombia.

En 2020 instalamos 225 nuevas estaciones base en lugares como: Siapana, comunidad de Uribía en la alta Guajira; Itsmina en Chocó; La

Victoria, la puerta del Amazonas colombiano, el corregimiento guardián de la selva amazónica; comunidades de Albania, Naranjito y San Roque, en Putumayo; vereda de Monguí en el Huila, entre otros.

Logramos que desde indígenas Wayúu hasta grupos étnicos en el Amazonas tuvieran acceso a soluciones de conectividad, y ahora gocen de los beneficios del internet y de las tecnologías de información y comunicaciones.

Nuevas estaciones base distribuidas en el país:



Durante más de 20 años hemos logrado una cobertura en el 99% de las cabeceras municipales y fibra óptica en 110 ciudades.

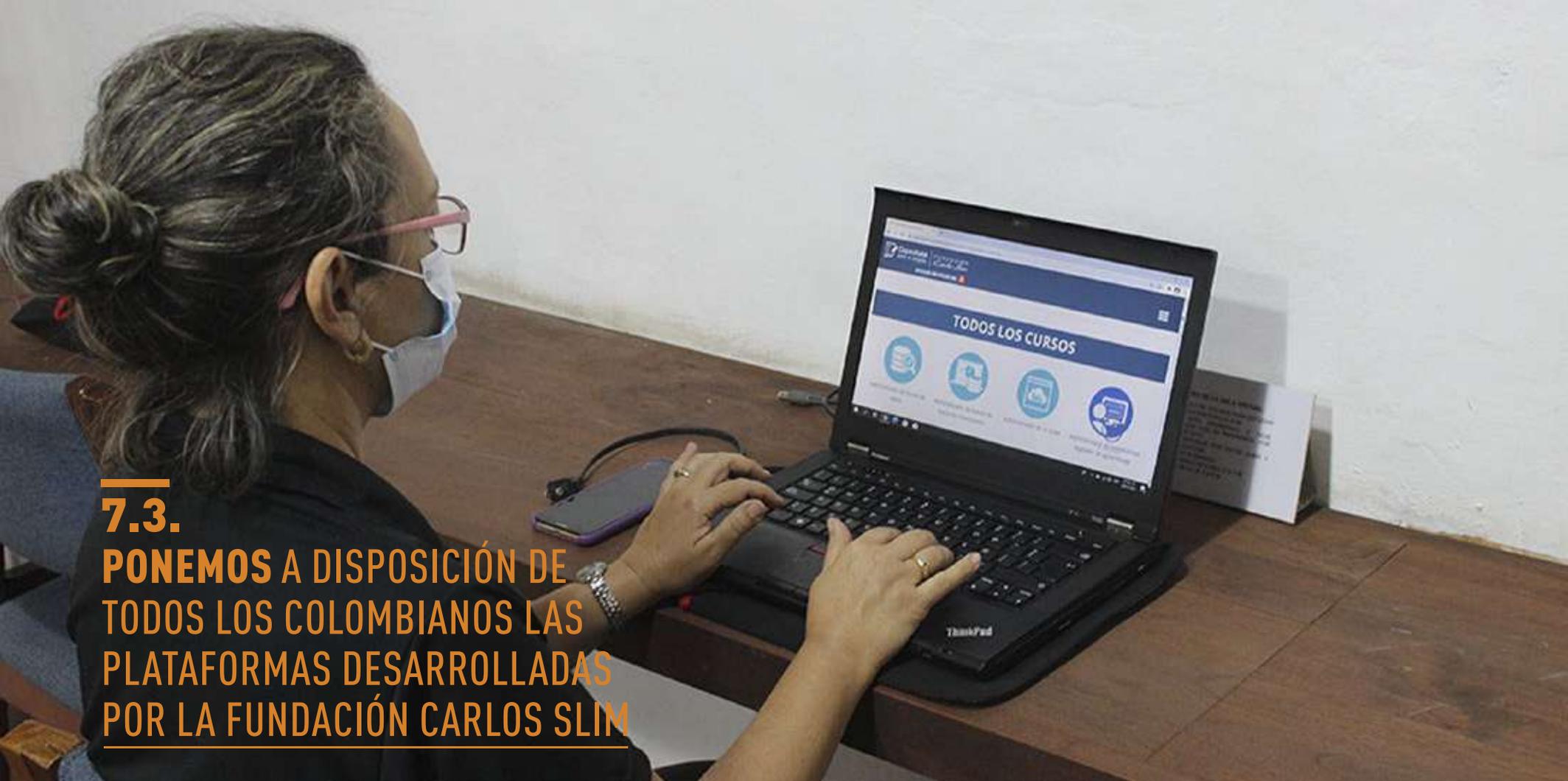
7.2.2. Colombia conectada

Una iniciativa cuyo objetivo fue conectar a hogares de estratos 1 y 2 de las principales ciudades del país, gracias a las donaciones de los colombianos, Claro, empresas aliadas como Davivienda, Alpina, y Fundación Bavaria, y sus colaboradores.

La iniciativa se lanzó a través de www.colombiaconectada.com, una página en la cual los colombianos realizaron sus aportes y los hogares se postularon para obtener este beneficio.

Con **más de \$289 millones en aportes, 1.441 familias colombianas estratos 1 y 2** a nivel nacional fueron apadrinadas y accedieron a internet gratuito por 1 año sin costo, gracias al que cuentan con acceso a oportunidades de educación, formación, empleo y emprendimiento. Por cada hogar conectado Claro conectó otro hogar.





7.3. PONEMOS A DISPOSICIÓN DE TODOS LOS COLOMBIANOS LAS PLATAFORMAS DESARROLLADAS POR LA FUNDACIÓN CARLOS SLIM

Plataformas de educación y formación complementaria para el empleo y el emprendimiento: **Aprende.org**, **PruébaT** y **Capacítate para el Empleo**, para que todos los colombianos puedan formarse y fortalecer sus competencias y habilidades de forma gratuita y virtual.



7.3.1. Aprende.org (<https://aprende.org/>)

Una plataforma viva y aplicación móvil desarrollada por la Fundación Carlos Slim que integra todas las herramientas, cursos, programas educativos y de capacitación promocionados por la Fundación, en áreas como: cultura, arte, historia, salud, educación inicial, media y superior, y mucho más.

A partir de 2020, Claro por Colombia promovió por primera vez su uso en el país y sensibilizó a los colombianos sobre las potencialidades de esta plataforma. **Así, más de 139.867 usuarios en el país accedieron a los contenidos de Aprende.org, el 50,5% son mujeres y el 49,4% son hombres.**

Además, todas las personas pueden acceder de forma gratuita y virtual a los contenidos de aliados, como: Khan Academy, LearnMatch, Coursera, entre otros.

7.3.2. PruébaT (<https://pruebat.org/>)

Una plataforma virtual y gratuita que brinda un ecosistema de aprendizaje dinámico para fortalecer, por medio del juego, los conocimientos y habilidades de estudiantes, padres de familia y docentes en áreas como: matemáticas, ciencias (física, química y biología) y lenguaje.

En 2020, **976.997 colombianos estaban registrados en PruébaT**. Entre ellos, 883.000 estudiantes, más de 63.000 docentes y educadores, **8.000 directivos y 21.000 padres de familia, quienes realizaron más de 173.000** lecciones educativas. Los departamentos con mayor número de usuarios registrados, son: Vichada con 299.000 personas, Bogotá D.C. con 247.000, Antioquia con 99.000, Valle del Cauca con 71.000 y Caldas con 48.000.

Desde 2019 y durante todo 2020, todos los usuarios Claro pueden ingresar sin costo, hasta 30 megas diarios, a **PruébaT a través de App Mi Claro**.



Reporte al 31 de diciembre de 2020

Infografía de Colombia

Estudiantes registrados por rol		976.997	
Estudiantes	883.201	→	90,40%
Docentes	63.730	→	6,52%
Figuras educativas	8.269	→	0,89%
Padres	21.374	→	2,19%
Total lecciones	173.816		

Top 5

Departamentos

Vichada	299.425	→	30,65%
Bogotá D.C.	247.634	→	25,35%
Antioquia	99.415	→	10,18%
Valle del Cauca	71.066	→	7,27%
Caldas	47.908	→	4,90%
Otros (27)	211.549	→	21,65%

Género

Mujer	39,27%
Hombre	38,47%
No especificado	22,30%

Edad

12-16 años	600.853	→	61,50%
17-21 años	219.922	→	22,51%
22-60+ años	58.815	→	6,02%
No especificado	97.407	→	9,9%



Capacítate
para el empleo

FUNDACIÓN
Carlos Slim

7.3.3. Capacítate para el Empleo

(<https://capacitateparaempleo.org/>)

Capacítate para el Empleo es una plataforma virtual y gratuita que permite realizar más de **337 cursos de formación complementaria y nueve diplomados de formación complementaria** para el fortalecimiento de conocimientos y habilidades para el empleo y emprendimiento.

Esta herramienta en línea no exige ningún requisito previo, busca fortalecer las habilidades para la vida, y contribuir al desarrollo de competencias productivas para todos los sectores de la economía. Claro por Colombia ha logrado posicionar la plataforma virtual y gratuita **Capacítate para el Empleo** como una solución de base tecnológica a los problemas de cobertura e infraestructura educativa y de formación que tenemos en el país. Permitiendo que, a través de la tecnología y el internet, todos los colombianos, y en especial personas de población vulnerable, puedan acceder gratuitamente desde cualquier parte del país a contenidos de calidad para capacitarse, certificarse y mejorar su perfil ocupacional para acceder a empleo o iniciar y consolidar un emprendimiento. Esta es una iniciativa de carácter social alineada al core del negocio de Claro, que responde a una necesidad recurrente y contribuye al cierre de brechas en materia de falta de acceso a formación complementaria, gratuita y de calidad.

En 2020 más de 602.355 colombianos se registraron en Capacítate para el Empleo logrando **87% de incremento en el número de usuarios** con respecto a cierre 2019, así como un promedio de cursos por usuario de 3,42. **El 48,38% de los usuarios son mujeres y el 51,62% hombres.**

7.4.1. Escuelas conectadas

Conectamos Instituciones Educativas Públicas a nivel nacional, garantizando que con la tecnología, la conectividad y el internet gratuito, más niñas, niños y adolescentes tengan acceso a educación y formación gratuita y virtual, y cuenten con las herramientas para los procesos de alternancia y retorno a clases.

En el mes de diciembre 2020, logramos conectar **11 instituciones educativas** y garantizar el acceso a internet gratuito en sus instalaciones, beneficiando a sí a **más de 22.000 estudiantes, educadores y personal directivo**. La apuesta de la compañía para el año 2021 es conectar cada semana una institución educativa nueva hasta el mes de diciembre, llegando así a **más de 60 escuelas conectadas**.

7.4.
**CONECTAMOS Y LLEVAMOS
INTERNET GRATUITO A
ESTUDIANTES Y EDUCADORES
A NIVEL NACIONAL**

Antioquia

CAREPA

I. E. Colombia.

2.486

ESTUDIANTES

Antioquia

CAUCASIA

I. E. Liceo Cauca.

4.079

ESTUDIANTES

Atlántico

SABANALARGA

I. E. Sabanalarga.

2.004

ESTUDIANTES

Atlántico

GALAPA

I. E. María Auxiliadora.

2.100

ESTUDIANTES

Bolívar

MAGANGUÉ

I. E. San José N.º 1.

2.206

ESTUDIANTES

César VALLEDUPAR I. E. Joaquín Ochoa Maestre.	2.510 ESTUDIANTES
César VALLEDUPAR I. E. Francisco Molina Sánchez.	2.146 ESTUDIANTES
La Guajira MAICAO Institución Educativa N.º 3.	2.114 ESTUDIANTES
Magdalena CIÉNAGA I. E. Manuel J. del Castillo.	2.003 ESTUDIANTES
Valle del Cauca CALI - ALTOS DE MENGA I. E. Santa Cecilia.	250 ESTUDIANTES
Valle del Cauca YUMBO C. D. Manuel María Sánchez.	437 ESTUDIANTES

7.4.2. Salas de tecnología “Claro por Colombia”

En alianza con organizaciones sociales y fundaciones, y en el marco de nuestro propósito de acercar la tecnología a zonas apartadas del país y contribuir al cierre de las brechas, en 2019 desde Claro por Colombia entregamos equipos de cómputo para dotar salas de tecnología en el municipio de Barichara, en el departamento de Santander y Montería en Córdoba, para que sus habitantes tuvieran los medios para acceder a las plataformas virtuales y gratuitas de formación de la Fundación Carlos Slim: [Aprende.org](#), [PruébaT](#) y [Capacítate para el Empleo](#).

En el 2020, en la Sala de Tecnología Claro por Colombia Escuela Taller de Barichara (Santander) se registraron 94 personas en Capacítate para el Empleo, y 52 de ellas se certificaron en diferentes cursos, como: cocina, panadería, corte y confección, administrador en la nube, entre otros. De igual manera, en la Sala de

Tecnología Claro por Colombia Fundación a la Rueda de pan y canela en Montería (Córdoba), los usuarios fueron niños, niñas y adolescentes, quienes cursaron diferentes temáticas en PruébaT, tales como: habilidades digitales, física, comprensión lectora, entre otros.



7.5.1. Copa Claro por Colombia Virtual 2020

En 2019, realizamos la primera versión presencial de este torneo. En 2020 y adaptándonos a las condiciones de aislamiento producto de la contingencia por la Covid-19 y en nuestro esfuerzo por conectar a Colombia, desarrollamos la Copa Claro por Colombia Virtual 2020.

Un proyecto social de Claro por Colombia en alianza con Fútbol Con Corazón, el patrocinio de Huawei y el apoyo de Cisco-Webex, que creó una cancha virtual para fortalecer la integración familiar y los valores y habilidades para la vida de cerca de **1.600 niños, niñas y adolescentes de 47 comunidades vulnerables de los departamentos de Antioquia, Atlántico, Cauca y Valle del Cauca**, quienes aprendieron a fomentar una cultura de paz, sana convivencia, equidad de género, control de emociones y empoderamiento.

En Claro buscamos transformar los entornos difíciles a los cuales se enfrentan los niños, niñas y adolescentes participantes, como: el embarazo adolescente, fronteras invisibles, reclutamiento de fuerzas al margen de la ley, consumo de sustancias psicoactivas.

Desde el 29 de agosto y hasta el 12 de diciembre, los participantes compitieron durante más de 4 meses desde sus casas conectados a través de la plataforma Cisco-Webex, en tres categorías: los 8 y 10 años Exploradores, 11 y 13 años Constructores y los 14 y 16 años Promotores. La Copa Claro por Colombia 2020 **¡Fue la cancha virtual en la que niños y niñas hicieron sus sueños realidad!**

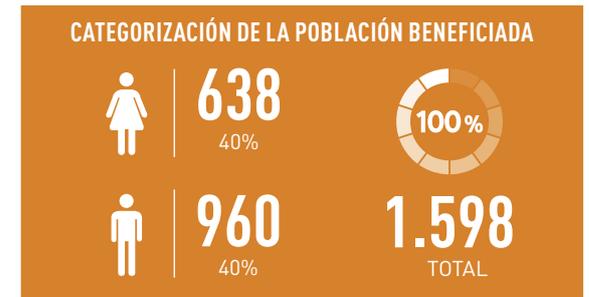
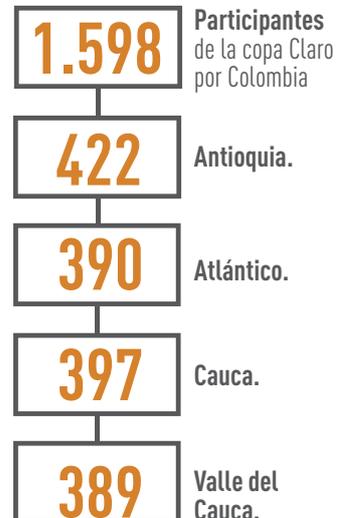


**7.5.
PROMOVEMOS
¡LOS NIÑOS Y LAS
NIÑAS PRIMERO
CON LA TECNOLOGÍA!**

EJECUCIÓN TÉCNICA



EJECUCIÓN TÉCNICA



COMUNIDADES VULNERABLES IMPACTADAS POR DEPARTAMENTO

Antioquia

- Girardota
- Medellín
- Belén de la Mota
- Boston
- Campo Valdés
- Granizal
- Las Palmas
- Manrique Oriental
- Manrique Las Nieves
- San Antonio de Prado
- San Benito
- San Javier
- San Pablo

Atlántico

- 7 de abril
- Almendros
- Campo Alegre
- Cisneros
- El Pueblito
- El Silencio
- Galapa
- Las Candelarias
- Las Nieves
- La Playa
- Los Robles
- Malvinas
- Olivos
- Siape
- Simón Bolívar
- Soledad
- Villa Carolina
- Villa olímpica

Cauca

- Buenos Aires
- Caloto
- Caldono
- Corinto
- El Bordo
- Guachene
- Inza
- Miranda
- Morales
- Padilla
- Piendamó
- Popayán

Valle del Cauca

- Puerto Tejada
- Santander de Quilichao
- Silvia
- Suárez
- Tambo
- Toribío
- Buevaventura
- Cartago
- Jamundí
- Palmira
- Santiago de Cali



TEMÁTICAS TRABAJADAS EN CADA FASE DE LA COPA CLARO POR COLOMBIA 2020



Componente Social

Componente Social

Además del deporte, en Claro por Colombia promovimos que todos los participantes, sus padres de familia y acudientes se familiarizaran con la tecnología y la educación, accediendo a las **plataformas de educación virtuales y gratuitas de la Fundación Carlos Slim: PruebaT y Capacítate para el Empleo**, para fortalecer sus conocimientos y competencias desde básica primaria hasta su perfil ocupacional para el empleo y el emprendimiento.

NIÑOS, NIÑAS Y ADOLESCENTES PARTICIPANTES FORMADOS EN LA PLATAFORMA PRUEBAT



PADRES DE FAMILIA CAPACITADOS EN LA PLATAFORMA CAPACÍTATE PARA EL EMPLEO



Por medio de la tecnología, la educación y el deporte empoderamos a niños, niñas y adolescentes en situación de vulnerabilidad para enfrentar las adversidades de sus contextos sociales y adquirir las habilidades que los motiven a tomar mejores decisiones y sobreponerse a las realidades que viven en sus entornos. Desde Claro por Colombia promovemos **tecnología que transforma vidas**, impulsando iniciativas para que las niñas, los niños y adolescentes estén primero. En 2021 esperamos realizar la tercera versión de la Copa Claro por Colombia en modalidad mixta (presencial y virtual), buscando llegar a más niñas, niños y adolescentes en todo el país.

Para conocer más detalles de la Copa Claro por Colombia Virtual 2020 ingresar al portal www.claro.com.co/copa-claro-por-colombia



7.5.2. Tecnología, arte y cultura – Becas musicales

En alianza con la Fundación Festival de la Leyenda Vallenata, Claro por Colombia apoya la formación musical de niños, niñas y adolescentes de las zonas más vulnerables de Valledupar, en el departamento del Cesar. Este proyecto busca promover la conservación del patrimonio cultural, el arraigo de las tradiciones, su formación en valores y el buen uso y aprovechamiento del tiempo libre, además de incentivar en los participantes, instructores y padres de familia y acudientes el uso de la plataforma PruébaT de la Fundación Carlos Slim.

La séptima versión 2019-2020 de este proyecto se llevó a cabo en las Instalaciones de la Institución Educativa Nacional Loperena, ubicada en la Comuna N.º 1 de Valledupar desde el mes de julio de 2019 y finalizó el 19 de marzo de 2020. Más de 197 niños, niñas y adolescentes de comunidades vulnerables recibieron formación en acordeón, caja, guacharaca, canto y piquería; 76 de los participantes fueron niñas, 11 indígenas y 11 afrodescendientes, un escenario de equidad de género, inclusión y diversidad. Además, 154 niños y niñas se registraron y certificaron en PruébaT, en temáticas de: matemáticas, biología, comprensión lectora, entre otros.



Con estos 197 beneficiarios, ya son 1.183 niños, niñas y adolescentes impactados con este proyecto.



Desde Claro por Colombia diseñamos una **Ruta de Inclusión Social y Laboral**, dirigida a beneficiar a personas con altas barreras de acceso al mercado laboral formal, y aportar así a la construcción de un país más competitivo, incluyente y equitativo.

Las empresas y el sector privado están llamados a jugar un papel activo en la competitividad y desarrollo social del país. En términos de desigualdad, una de las mayores problemáticas sociales que existen en Colombia, son las barreras de acceso a empleos formales para la población vulnerable. 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**.

7.6.1. Inclusión laboral de personas en condición de discapacidad intelectual – Amigos del Alma

En alianza con la Fundación Best Buddies, desde hace más de seis años Claro por Colombia adelanta un programa de inclusión laboral que ofrece oportunidades de empleo formal a personas en condición de discapacidad intelectual, reconocidos como Amigos del Alma; este proyecto potencia sus habilidades, conocimientos y opciones de desarrollo personal mediante un programa de formación a la medida de sus necesidades.

En enero de 2020 logramos la vinculación de ocho (8) nuevos Amigos del Alma para un total de 14 personas vinculadas directamente para

7.6. **GENERAMOS INCLUSIÓN SOCIAL Y LABORAL DE PERSONAS EN CONDICIÓN DE VULNERABILIDAD**

el rol de anfitrión en los Centros de Atención y Ventas – CAV de la ciudad de Bogotá. No obstante, a finales de marzo y por la declaración de la pandemia, todos iniciaron modalidad teletrabajo como medida de protección frente al virus y contaron con un acompañamiento directo por parte de la compañía. A partir del mes de mayo, recibieron inducción en diferentes herramientas tecnológicas para apoyar al área de Gestión Humana en diferentes actividades virtuales, y en el mes de diciembre retornaron a sus actividades en los CAV.

7.6.2. Inclusión laboral de población vulnerable

Desde el año 2019 Claro por Colombia promueve una **ruta de inclusión social y laboral efectiva de personas de origen colombiano (jóvenes, mujeres cabeza de hogar y víctimas del conflicto) y**

migrantes, retornados y binacionales en situación de vulnerabilidad con el apoyo de nuestras empresas aliadas y terceros, quienes son parte esencial de nuestra cadena de valor y aseguran la operación.

La estrategia se enfoca en cerrar las brechas para el acceso al mercado laboral formal, acompañando a las personas en situación de vulnerabilidad para que superen dicha condición. En su ejecución, Claro por Colombia cuenta con aliados como la Agencia de Empleo y Emprendimiento de Compensar y la Agencia de Empleo del Minuto de Dios, con las que realiza el proceso de identificación, convocatoria, preselección y formación de los candidatos; la Embajada de Canadá y CUSO Internacional con el proyecto “Sustainable Colombian Opportunities for Peacebuilding and Employment” (SCOPE); Universidad Claro; y nuestros terceros, proveedores, agentes

y empresas aliadas de los canales de comercialización y ventas.

En 2020 nuestro compromiso no se detuvo y por eso, en medio de la contingencia por la Covid-19, ajustamos nuestros procesos de selección a modalidad virtual y abrimos nuevas oportunidades laborales. Así, entre 2019 y 2020 **formamos más de 293 personas de población vulnerable, 275 de ellas con colocación efectiva y 124 continúan vinculados laboralmente**; es decir alcanzamos un indicador de permanencia laboral de casi el 50%. Logrando **apalancar más de \$436.567.595 en recursos** para la ejecución del proyecto.



Este proyecto incluyó la convocatoria, selección, formación y certificación de los participantes, así como la entrega de subsidios de transporte, alimentación, vacunación, compra de lentes ópticos, conectividad y elementos de bioseguridad. De igual manera, todos los beneficiarios tuvieron a su disposición un acompañamiento psicosocial permanente; y nuestros proveedores y empresas aliadas recibieron un acompañamiento jurídico para todos los temas de contratación.

Durante este proceso de inclusión laboral al migrante, tanto Claro como las empresas aliadas hemos percibido los siguientes beneficios en la contratación de esta población:





7.6.3. Inclusión laboral de auxiliares técnicos de instalación

En medio de la contingencia por la Covid-19 y con el fin de asegurar la mejor experiencia al cliente, ampliamos las capacidades de los aliados y con ellos la contratación de personas para el rol de auxiliares técnicos de instalación.

Con el apoyo y gestión de la Agencia de Empleo y Emprendimiento de Compensar, en cabeza de Claro por Colombia identificamos cinco (5) aliados en la región centro (Bogotá y municipios aledaños) con interés en identificar, formar y contratar a población vulnerable.

Como resultado se vincularon laboralmente 316 personas, 118 de ellas jóvenes, 18 personas estrato 1 y 2, y 2 víctimas del conflicto. En total la Agencia de Empleo y Emprendimiento de Compensar **invierte más de \$161.937.954 para el desarrollo** del proyecto.

7.6.4. Formación para el empleo e inclusión laboral

A partir del 2019, la Fundación Carlos Slim firmó un convenio con la Agencia de Empleo y Emprendimiento de Compensar y en alianza con Claro por Colombia, impulsamos un trabajo conjunto para que los usuarios de la agencia accedieran a la plataforma virtual y gratuita [Capacítate para el Empleo](#), con el propósito de fortalecer su formación, contar con los certificados que ofrece la plataforma y acceder de este modo a más y mejores oportunidades de colocación laboral.

Durante el 2020 y a través del portal de la agencia, **más de 39.000 colombianos se registraron en Capacítate para el Empleo**, quienes realizaron más de 138.000 inscripciones a cursos y finalizaron más de 16.000 con un promedio de cursos por usuario de 3,47. Igualmente, desde la Agencia de Empleo y Emprendimiento de Compensar se remitieron **1.032 personas a vacantes con un total de 417 oferentes con colocaciones efectivas.**





7.7. DESARROLLAMOS ACTIVIDADES DE VOLUNTARIADO PARA GENERAR UN IMPACTO SOCIAL Y PROMOVER EL ACCESO A LA TECNOLOGÍA

En el voluntariado Claro por Colombia desarrollamos actividades con la participación de los colaboradores y las colaboradoras de Claro, Global Hitss y sus familias, quienes pusieron al servicio de las comunidades más vulnerables su tiempo, experiencia y conocimiento.

En 2020 alcanzamos una cifra histórica, más de **350 colaboradores y colaboradoras hacen parte del equipo de voluntariado de Claro por Colombia**, quienes aportaron **1.368 horas de trabajo**.

Por primera vez y gracias a la conectividad y virtualidad, hoy contamos con voluntarios y voluntarias Claro por Colombia en distintas ciudades: Aguachica, Armenia, Barranquilla, Bogotá, Bucaramanga, Buga, Cajicá, Cartagena, Chía, Cúcuta, Funza, Fusagasugá, Girardot, Itagüí, La Calera, Madrid, Manizales, Mosquera, Pereira, Sabaneta, San Antonio, Santa Marta, Sibaté, Soacha, Tuluá, Ubaté, Valledupar y Villavicencio; y tuvimos nuestra primera voluntaria de Global Hitss en Panamá.



350
voluntarios



1.368
horas
de trabajo



6.685
beneficiarios



Actividades de voluntariado desarrolladas durante 2020

En febrero iniciamos nuestras actividades de voluntariado presenciales en Bogotá en la Fundación Cardioinfantil y en alianza con la Fundación Ronald McDonald. **49 voluntarios aportaron más de 294 horas de trabajo para beneficiar a los niños y niñas hospitalizados** y acompañar a sus familias en el proceso. Además, realizamos la familiarización con las plataformas de la Fundación Carlos Slim: PruebaT y Capacítate para el Empleo.

Sin embargo, la contingencia por la Covid-19 nos puso un gran reto: continuar con nuestra misión de beneficiar a quienes más lo necesitan y realizar actividades de voluntariado de forma remota y virtual que generarán un impacto positivo y real en comunidades vulnerables.

Así en medio de las dificultades por el aislamiento, la conectividad nos abrió nuevas posibilidades y nos mostró otra forma de hacer las cosas. De la mano de aliados estratégicos unimos esfuerzos y logramos brindar más de 1.100 horas hombre a actividades de voluntariado NO presenciales, como:



“VOLUNTARIOS POR LA VIDA”

En alianza con la Fundación Alquería Cavalier, la Gobernación de Cundinamarca y la Fundación Conectando Ideas, desde Claro por Colombia vinculamos a nuestro equipo de voluntariado en el proceso de caracterización e identificación de casos críticos de la población vulnerable (adultos mayores, niños de 0 a 5 años y mujeres embarazadas) de Cundinamarca frente a la emergencia sanitaria por la Covid-19.

140 personas de Claro y Global Hitss se unieron al equipo de voluntariado y realizaron un acompañamiento telefónico y aplicación de encuestas de caracterización. Con el apoyo de más de **500 voluntarios se lograron realizar 14.235 encuestas a ciudadanos (el 57,6% corresponde a mujeres y el 42,35% a hombres) de 113 municipios** del departamento identificando su nivel de riesgo (bajo, medio y alto).



“VOLUNTARIADO COPA CLARO POR COLOMBIA”

Más de **80 miembros de la familia Claro y Global Hitss** se unieron al proceso de la Copa Claro por Colombia, aportando más de **720 horas hombre de voluntariado**.

Cada sábado nuestros voluntarios se conectaron a las sesiones en las que más de 1.600 niños, niñas y adolescentes participantes realizaron sus retos, y aprendieron a través de la tecnología, la educación y el deporte a fortalecer sus valores y habilidades para la vida. Además, aprendieron de la metodología de Fútbol por la Paz y la pusieron en práctica junto con los facilitadores de Fútbol con Corazón.

Con este voluntariado no presencial logramos mantenernos conectados, y a pesar del aislamiento ayudamos a quienes más nos necesitaban.



“VOLUNTARIADO VAMOS SOACHA”

Desde Claro por Colombia nos vinculamos al voluntariado organizado por la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia – ANDI y su Fundación para beneficiar a la población del municipio de Soacha en Cundinamarca. Con el apoyo de nuestros colaboradores y colaboradoras realizamos 2 actividades pedagógicas de alfabetización digital y familiarización en el uso de las plataformas de educación y formación de la Fundación Carlos Slim. **Más de 100 personas se beneficiaron de estos espacios de sensibilización virtual**.

Testimonios de nuestros voluntarios y voluntarias

Ser un voluntario de Claro es colaboración, es amor, es dedicación y entrega incondicional a las acciones y personas.

Definitivamente los niños son el futuro del país, es muy gratificante ver la templanza, fortaleza, perseverancia y talento que tienen todos y el amor que le ponen aún con su inocencia a todo lo que hacen.

Es una muestra de agradecimiento y retibución por todo lo que recibimos y tenemos. Es brindar afecto, apoyo, conocimiento, a aquellas personas que lo necesitan. Es agradecer a Dios, a la vida, a la empresa, lo que nos ha brindado, y poder traducir este agradecimiento, en acciones positivas hacia nuestros semejantes.

Ser Voluntaria CLARO por Colombia ha sido una experiencia maravillosa, llena de alegría al ver como los participantes y sus familias se comprometen durante todo este tiempo que ha durado la Copa a entrenar, acompañar, apoyar y aprender en familia. Cada sábado es gratificante ver el ánimo de los niños con sus retos y dejar lo mejor de ellos.



No hay límites para soñar y ayudar siempre se puede.

Ser Voluntario de Claro es tener la oportunidad de llegar a muchos rincones de Colombia para brindar a los niños, niñas y adolescentes, todo ese animo que necesitan para conseguir sus objetivos en la competencia y todos esos consejos para la vida que los animan a seguir adelante unidos con sus familias. En definitiva ser VOLUNTARIO Claro es Valentía, Optimismo, Liderazgo, Unión, Nunca rendirse, Tolerancia, Respeto, Ímpetu, Orgullo, en pocas palabras ser VOLUNTARIO Claro es lo mejor.

Es un orgullo y me siento muy honrada de poder pertenecer al voluntariado de Claro por Colombia. La Compañía me ha permitido llevar amor por el deporte, tecnología, educación a comunidades vulnerables. Es más lo que recibimos por parte del contacto con los niños y sus familias de lo que damos nosotros.

Es una experiencia que transforma la vida en todos los sentidos, es entender que hay cosas más importantes que el día a día que uno lleva normalmente, que la vida cobra un sentir más valioso cuando dedicamos nuestro tiempo, energía, corazón y alma a ayudar a que este planeta sea más justo y en ese sentido descubrir el poder que tenemos cuando nos unimos.

En 2020 continuamos impulsando alianzas estratégicas para sumar esfuerzos y generar un impacto colectivo positivo en personas en situación de vulnerabilidad o en riesgo en el país. Así alcanzamos los siguientes resultados:

Regale una vida – Fundación Cardioinfantil

- En febrero nos unimos a través de una campaña de recaudo interno al programa de la Fundación Cardioinfantil “Regale una vida”, cuyo objetivo es realizar brigadas de diagnóstico cardiológico en diferentes departamentos del país para identificar a niños de escasos recursos con enfermedades del corazón o afecciones cardíacas. Los beneficiarios son trasladados, junto con un familiar, a las instalaciones de la Fundación en Bogotá para salvar su corazón.
- Con el apoyo de nuestros colaboradores y colaboradoras recaudamos más de \$14 millones que fueron destinados para la cirugía de una niña beneficiaria del municipio de Calarcá en Quindío, quien fue operada en el mes de marzo.

Colombia Cuida a Colombia:

- Nos vinculamos a “Colombia cuida a Colombia” un vehículo de impacto colectivo de la sociedad civil y el sector privado para conectar y articular a personas, organizaciones, fundaciones, empresas y Gobierno, con el propósito de mitigar el impacto negativo de la Covid-19 en seguridad alimentaria y salud, en las poblaciones más vulnerables del país, incluyendo adultos mayores, trabajadores informales, madres solteras, poblaciones indígenas y migrantes, entre otros.



7.8. OTRAS ACCIONES DE NUESTRO COMPROMISO SOCIAL

- Desde Claro habilitamos nuestro canal de recaudo para que clientes postpago realizarán donaciones voluntarias enviando un mensaje de texto SMS con la palabra SI al código 87889. Logramos recaudar más de \$152 millones que fueron entregados a la Asociación Banco de Alimentos – ABACO para la entrega de 1.530 mercados tipo para un hogar conformado por cuatro personas. Estos fueron distribuidos en las siguientes comunidades:

Magdalena
TASAJERA | **200**
MERCADOS

Nariño
TUMACO | **400**
MERCADOS

Nariño
PASTO | **300**
MERCADOS

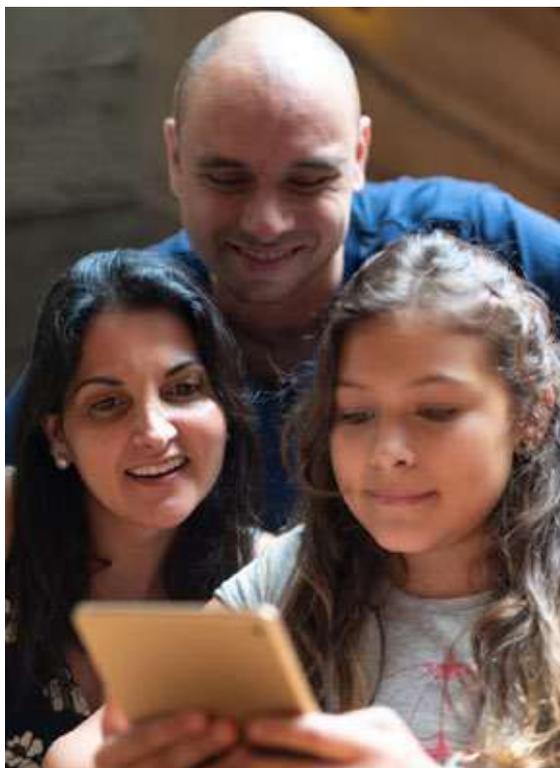
Cauca
GUAPI | **285**
MERCADOS

Amazonas
LETICIA | **200**
MERCADOS

Cundinamarca
ZIPACÓN | **100**
MERCADOS

Valle
CALI | **45**
MERCADOS

TOTAL | **1.530**

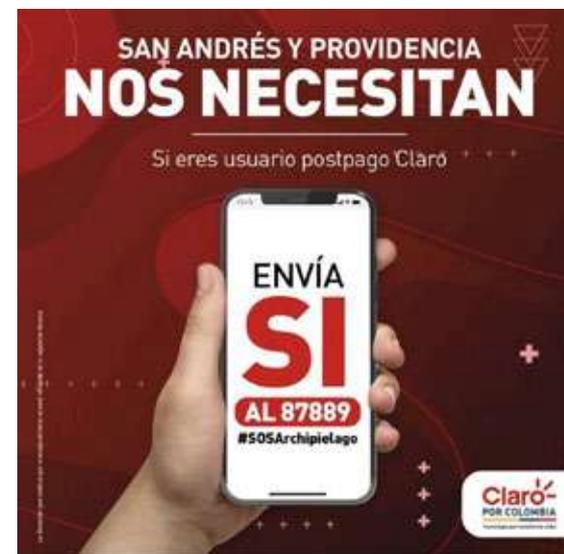


Estrategia “Con más equipos hacemos equipo” del MinTIC:

- Nos sumamos a la estrategia liderada por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC) “Con más equipos hacemos equipo”, cuyo objetivo era recolectar dispositivos tecnológicos para entregar a familias y estudiantes de comunidades vulnerables para que pudieran continuar con sus estudios en casa.
- Claro donó 100 computadores de escritorio y vinculó a sus aliados con la donación de 142 dispositivos adicionales (tabletas y computadores) que fueron entregados por la Ministra en las diferentes regiones y poblaciones del país.

#SOS Archipiélago - Providencia y San Andrés nos necesitan

- A raíz del impacto causado por el paso del huracán Iota en el archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina en el mes de noviembre de 2020, Claro por Colombia lideró una campaña de recaudo para la reconstrucción de la infraestructura educativa de la isla.
- Esta campaña inicio con un aporte directo de Claro por valor de \$120 millones para la apertura del canal de recaudo. Así y con el apoyo de los clientes postpago por medio del envío de mensajes texto SMS con la palabra SI al código 87889, y de los colaboradores y colaboradores de la compañía logramos recolectar \$600 millones para la reconstrucción de la Institución Educativa Junín, en Providencia, que fue destruida por el huracán Iota. Además, esta institución tendrá conectividad gratuita por tiempo indefinido de la mano del proyecto Escuelas Conectadas de Claro por Colombia.



Alianza Unicef – Círculos de Aprendizaje:

- En Claro por Colombia y Unicef ejecutamos una alianza para apoyar a niños y niñas vulnerables y migrantes en la ciudad de Barranquilla. Entregamos más de \$97 millones para apoyar los Círculos de Aprendizaje de Unicef Colombia para la atención de más de 336 niños, niñas y adolescentes de población vulnerable, migrantes y retornados de las comunidades de acogida en Barranquilla.
- Los Círculos de Aprendizaje son un modelo de educación flexible implementado por Unicef, Escuela Nueva, y Opción legal en asocio con el Ministerio de Educación y la Secretaría de Educación de Barranquilla que permite la inclusión efectiva de los niños, niñas y adolescentes desescolarizados al sistema educativo colombiano. Con su implementación, fortalecemos la política de acceso, atención y permanencia en el sistema educativo del país a través de una metodología diseñada para crear espacios a nivel comunitario con grupos de diferentes edades y nacionalidades, facilitando el proceso educativo de manera integral en áreas como lenguaje, matemáticas, ciencias naturales, así como en el fortalecimiento de habilidades blandas o para la vida.
- Gracias a esta alianza con Claro, Unicef Colombia logró identificar y adecuar seis espacios comunitarios para la implementación de 12 Círculos de Aprendizaje en la capital del Atlántico.

#Teentregomicorazón:

- Desde Claro por Colombia y Claro música nos unimos para apoyar la campaña de donación de la Fundación Cardioinfantil, en la cual los cantantes Cepeda y Fonseca lanzarán una canción para recaudar fondos y dotar las UCI del hospital en el marco de la coyuntura por la Covid-19.

Logros 2020 Claro por Colombia - Programa de Sostenibilidad



Fortalecer el programa de Claro por Colombia y sus líneas de acción.

Consolidación del programa de sostenibilidad de Claro, Claro por Colombia, su estrategia, línea de acción y proyectos. Todos estructurados bajo la meta ¡Tecnología que transforma vidas!

- Creamos los siguientes proyectos: Travesía Colombia, Escuelas Conectadas, Colombia Conectada, así como el fortalecimiento de las líneas de inclusión laboral, voluntariado para ampliar el impacto de la tecnología como una herramienta poderosa para transformar la vida de los colombianos.



Aumentar en más de un 20% el número de usuarios registrados en las plataformas virtuales y gratuitas de la Fundación Carlos Slim.

Logramos un incremento del 87% en el número total de usuarios registrados en la plataforma virtual y gratuita de la Fundación Carlos Slim: **Capacítate para el Empleo**. Más de 602.355 colombianos y colombianas se registraron en la plataforma.

- Hicimos la difusión de las funcionalidades y beneficios de las plataformas de la Fundación Carlos Slim.
- Suscribimos alianzas estratégicas para fomentar el uso de las plataformas.
- Generamos escenarios de divulgación y familiarización de las plataformas.
- Alineamos todas las acciones y proyectos de Claro por Colombia para fomentar el uso de las plataformas por parte de los beneficiarios.



Adaptar las líneas de acción y los proyectos a modalidad virtual producto de la contingencia por la Covid -19.

En Claro y Claro por Colombia no nos detuvimos por la contingencia de la Covid-19, repensamos y ejecutamos todos nuestros proyectos de modalidad presencial a virtual ampliando el impacto de las tecnologías de la información y las comunicaciones.

- Desarrollamos la Copa Claro por Colombia en su segunda versión en modalidad virtual a través de la plataforma Cisco Webex, con el patrocinio de Huawei y en alianza con Fútbol Con Corazón.
- Ejecutamos actividades de voluntariado corporativo en modalidad no presencial en alianza con Fundaciones, Empresas Privadas y vehículos de impacto colectivo beneficiando a la población más vulnerable.

Retos 2021 Claro por Colombia - Programa de Sostenibilidad

01

Alinear el programa de sostenibilidad, Claro por Colombia, al core del negocio: la tecnología, y avanzar en la construcción de una estrategia de valor compartido o shared value.

Continuar posicionando la sostenibilidad como un pilar estratégico del negocio, desarrollando una estrategia de shared value para la operación y todos los grupos de interés priorizados.

- Garantizar que todas las acciones en materia de sostenibilidad de Claro, sean estratégicas y aporten a la competitividad de la operación y generen valor para todos nuestros grupos de interés.

04

Ampliar el alcance de los proyectos de inclusión laboral y formación de población vulnerable.

Generar más empleos formales para personas en condición de vulnerabilidad a través de nuestra cadena de valor.

- Trabajar de forma articulada con otras áreas para generar nuevas oportunidades de empleabilidad para población vulnerable apalancando recursos de cooperación internacional.

02

Implementar la estrategia Energy & Emissions Task force propuesta por AMX.

Trabajar por la reducción las emisiones de CO₂ al poner en marcha la estrategia Energy & Emissions Task force propuesta por AMX con el fin de disminuir la huella de carbono del corporativo.

- Hacer parte de los esfuerzos de las Naciones Unidas y GSMA, bajo el liderazgo de América Móvil México AMX para contribuir a limitar el calentamiento global a 1,5 °C hacia el 2030 y convertirnos en carbono neutral para 2050.

03

Avanzar en el cumplimiento de los Objetivos de Sustentabilidad de AMX y posicionar a la subsidiaria de Colombia como un caso de éxito en el corporativo.

Continuar con el ejercicio de articulación y cumplimiento con los lineamientos de AMX y los Objetivos de Sustentabilidad 2030.

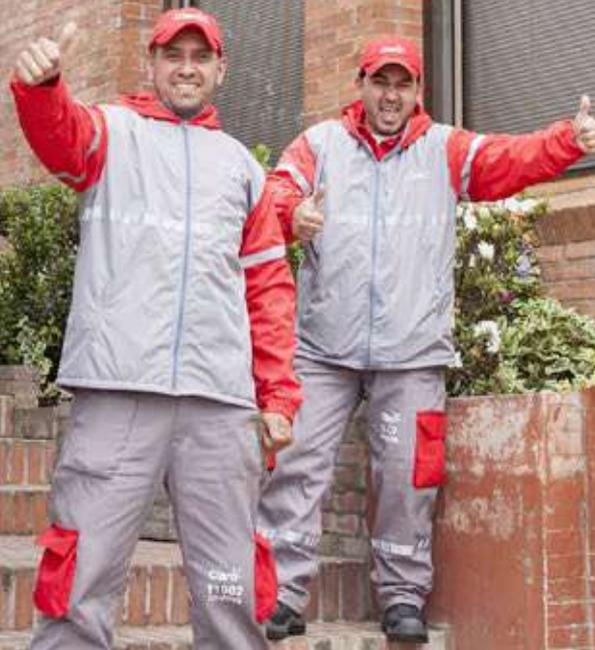
- Posicionar y consolidar el programa de Sostenibilidad Claro por Colombia, a nivel interno y externo, como un caso de éxito del holding AMX y su agenda de sustentabilidad 2030.



08

DESARROLLANDO NUESTRA CADENA DE VALOR

claro



Nuestro proceso de transformación cultural y generación de valor tiene un impacto positivo en nuestros proveedores y distribuidores. Nuestras relaciones de confianza buscan fortalecer las capacidades de todos los miembros de nuestra cadena para mejorar nuestro desempeño en materia económica, social y ambiental.

Bajo este principio, minimizamos los riesgos para nuestra operación y nuestros grupos de interés y generamos un ambiente de cooperación, en el que se impulsan programas estratégicos como el **Modelo de Gestión y Desarrollo Sostenible de Terceros**.

8.1. NUESTROS PROVEEDORES Y TERCEROS



(GRI 103-1) PG 1,2 y 6 ODS 8 y 10

La Dirección de Compras y Abastecimiento está encargada de identificar los terceros idóneos para asegurar que nuestros productos y servicios sean estables, competitivos en el mercado y estén en constante innovación. Su labor va más allá de asegurar alta calidad, precios óptimos, soporte y cumplimiento entre nuestros proveedores y distribuidores, al propender por la reducción de riesgos de fraude, financieros y operativos.

(GRI 103-2)

Trabajamos enfocados en nuestro cliente final y en garantizar la sostenibilidad de nuestra operación. En 2020, adaptándonos a nuevas formas de trabajo y a la coyuntura del país, mejoramos nuestro *time to market* y *time to bill* con herramientas en línea para hacer interacciones en tiempo real.

Los principales proyectos desplegados para desarrollar nuestra cadena de valor fueron:

Modelo de Gestión y Desarrollo Sostenible de Terceros: lideramos el cambio cultural y de gestión con terceros a través de este programa estratégico, que alineó nuestros objetivos de sostenibilidad con tres categorías corporativas y de negocio para fortalecer la generación de valor agregado para nuestros terceros y aliados:



E-Procurement Fase 1.5: automatizamos el proceso de negociación con terceros e implementamos una nueva forma de negociación para Última Milla y alianzas estratégicas.

SDG Corporate Tracker: nos vinculamos como socios implementadores a esta iniciativa liderada por el Departamento Nacional de Planeación – DNP, el Programa de las Naciones Unidas – PNUD, el Global Reporting Initiative – GRI y Business Call To Action. Cuyo objetivo es medir el aporte consolidado del sector privado al cumplimiento de los ODS. Estamos seguros que a partir de este trabajo articulado y vinculando a los miembros de nuestra cadena de valor, aportamos a los procesos transformación digital, social y ambiental de Colombia y el mundo.



Alianza por la Competitividad en la Cadena de Suministro – ACCS: lideramos la primera métrica con terceros en temas de sostenibilidad y alineación con nuestra estrategia. Igualmente, medimos el desempeño de nuestros proveedores críticos en la cadena de valor a partir de este ejercicio desarrollado por PAR Servicios en alianza con el Global Reporting Initiative – GRI.



(GRI 102-15)

Para garantizar la idoneidad de los proveedores y distribuidores que hacen parte de nuestra cadena, promovimos la **inclusión de criterios ambientales, sociales y de gobierno corporativo en la selección y relacionamiento**, acción que nos permite construir vínculos de largo plazo, orientados hacia un gana - gana y alineados con estándares internacionales y nacionales, tales como: Fair Trade, SAM, GRI, Pacto Global, Score, Ley de plazos justos, Ley 1581 de protección de datos, SARGLAFT, entre otros.

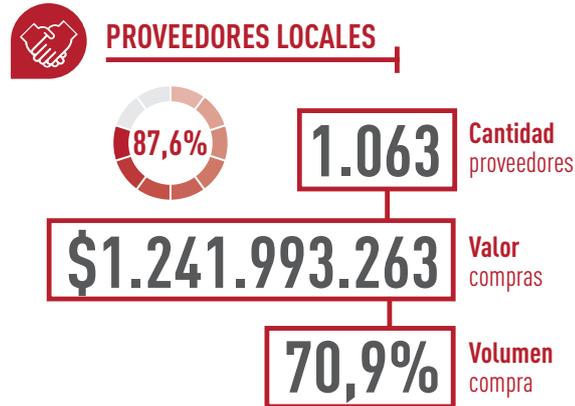
(GRI 103-3)

Es nuestro compromiso con el valor compartido y la sostenibilidad de nuestra cadena de valor, también cumplimos con la normatividad nacional e internacional vigente en materia de compras y proveeduría, entre ellas: la norma ISO 9001:2015 y la ISO 45001:2018, Resolución 0067 de 2016 de la DIAN, el Sistema de Gestión RUC, el Decreto 1072 del 2015, la Ley 550 y Ley 1116, entre otros.

(GRI 204-1)

Nuestro aporte a la competitividad del país se refleja no solo en las prioridades de servicio e innovación de cara a nuestros clientes, sino en el desarrollo de la economía nacional. Con este propósito, en 2020 el **87,6% del presupuesto total de compras las hicimos a proveedores locales**; es decir, un incremento del 2,6% en relación con las compras locales realizadas en 2019.

Distribución de compra a proveedores locales e internacionales



Clasificación de proveedores por valor de compras:

Contamos con 3 categorías de proveedores según los montos de compra (**A:** > 9'000.000 USD. **B:** >= 3'000.000 <= 9'000.000 USD. **C:** <3'000.000 USD), la distribución para 2020 fue:

DISTRIBUCIÓN DE COMPRA POR GRUPO DE PROVEEDORES (VALOR DE COMPRAS)			
A	38 Cantidad de proveedores	\$1.268.012.833 Valor USD	72,35% % de compras en USD
B	34 Cantidad de proveedores	\$161.259.701 Valor USD	9,20% % de compras en USD
C	1.141 Cantidad de proveedores	\$323.281.912 Valor USD	18,45% % de compras en USD
TOTAL	1.213	\$1.752.554.446	100%



(GRI 102-10)

Para agilizar los procesos y ser más eficientes, la Dirección de Compras y Abastecimiento contó con una nueva estructura en 2020 y recibió nuevos procesos, entre ellos: Alianzas, Última Milla, Renegociaciones de Predios y Proyectos estratégicos. Igualmente, realizamos la centralización de operaciones de registro y evaluación de terceros para garantizar el cumplimiento de estándares de sostenibilidad y disminución del riesgo.

8.1.1. Selección y evaluación de proveedores

El relacionamiento con terceros se centraliza en nuestro portal de registro web (www.claro.com.co>Institucional>Terceros), en donde se ejecutan las evaluaciones para garantizar la objetividad, idoneidad y transparencia en las contrataciones, procesos que incluyen entre sus métricas:

- ✓ Evaluación de riesgo.
- ✓ Evaluación de desempeño.
- ✓ Indicador de recomendación.
- ✓ Desarrollo de proveedores.

(GRI 308-1, 308-2, 414-2, 414-1, 204-1) PG 4,5,6 y 10 ODS 10

En términos de evaluaciones relacionadas con nuestro componente de sostenibilidad, **el 100% de nuestros nuevos proveedores fueron evaluados en criterios ambientales y sociales**, que incluyen el cumplimiento de los requisitos de la ley colombiana en materia de Salud y Seguridad en el Trabajo y Ambiente – SSTA e inclusión y la protección de los derechos de los empleados. De igual manera, 97 de los proveedores actuales fueron evaluados en este frente, determinando que no generaban ningún impacto negativo en materia ambiental ni social.

Con base en nuestros procesos y procedimientos, nuestros proveedores son seleccionados de acuerdo con los siguientes criterios, en términos de su gestión sostenible, los riesgos y las oportunidades potenciales:



8.1.2. Indicadores de gestión (GRI 414-2)

1.213

Proveedores
registrados



\$1.752.554.446

Dólares
en compras



(GRI 102-9)

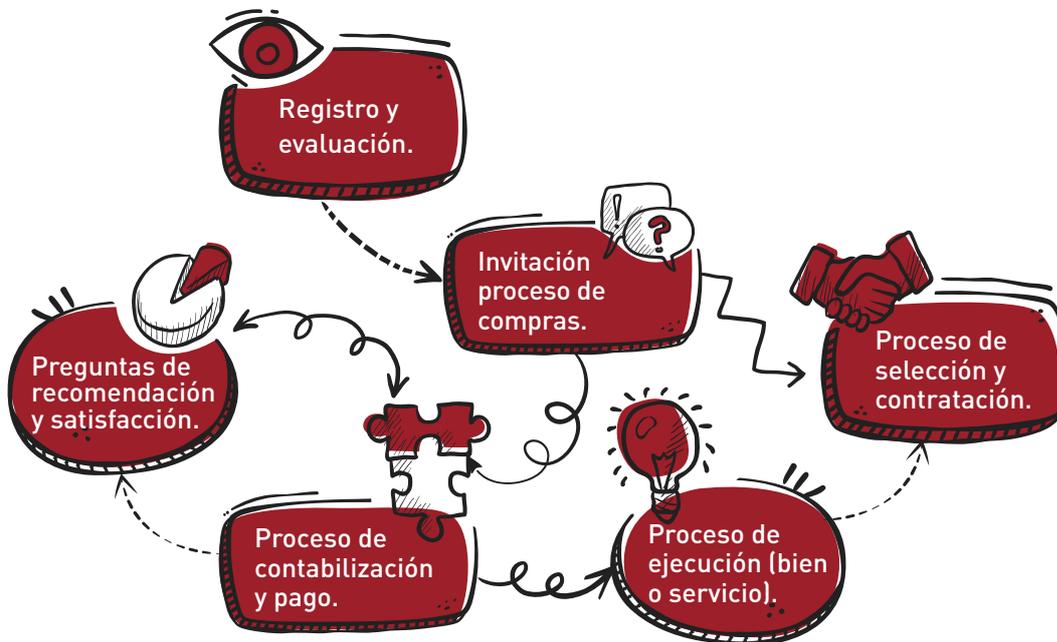
Durante 2020, clasificamos a nuestros terceros y aliados en tres categorías:

Persona natural o jurídica: que ofrece bienes y/o servicios de interés para nuestras operaciones y/o para el consumo del cliente final.

Canales de venta: persona natural o jurídica que vende o comercializa nuestros bienes y/o servicios para el consumo del cliente final.

Propietarios de predios: persona natural o jurídica que compra o vende inmuebles, sitios técnicos y/o administrativos necesarios para nuestra operación.

Realizamos la **encuesta NPS** dirigida a nuestros proveedores, con el fin de identificar los avances de los planes del año y los ajustes necesarios para 2021. El resultado fue de **46,46%**, cifra que representa un incremento en comparación con el año anterior. Esta encuesta contempló las siguientes temáticas:



Identificamos que en materia de recomendación y del proceso de transformación cultural con nuestros proveedores, tenemos como oportunidades de trabajo:

- ✓ Estrategias de comunicación, acercamiento y atención con terceros.
- ✓ Tiempos de radicación de documentos.
- ✓ Estrategias de participación y comunicación de los terceros en los programas de desarrollo empresarial y reconocimiento.



8.1.3. Modelo de gestión y desarrollo sostenible de terceros

Un programa estratégico de la compañía con el que buscamos fortalecer el relacionamiento con nuestros terceros y aliados, generándoles valor con acciones claves en 6 pilares estratégicos. Con base en metodologías ágiles de trabajo, este ejercicio es liderado por un equipo interdisciplinario de distintas áreas, encargado de la ejecución de las siguientes acciones:



Reconocimiento

- Análisis, diagnóstico y mejora en facturación electrónica.
- Medición del NPS de colaboradores y colaboradoras de los call centers aliados.
- Medición del NPS de colaboradores de terceros en la categoría de técnicos aliados integrales.
- Socialización del Modelo a los administradores de contratos para alinearlos en acuerdos de servicio (SLA) e indicadores clave de desempeño (KPI).



Aseguramiento y control del riesgo

- Unificación las políticas de seguridad de terceros y su inclusión en el portal web correspondiente.
- Nueva versión de anexo de seguridad alineado a la estrategia del negocio.
- Construcción una matriz transversal de riesgos de Terceros, que incluye aquellos asociados a sistemas de información, seguridad y sostenibilidad corporativa.



Eficiencia administrativa y operativa

- Versión final del modelo de gestión del desempeño, incluyendo temas como: anticorrupción, marcación por incumplimientos jurídicos (multas, resarcimientos, ética).
- Versión final de certificaciones tributarias.
- Primera versión propietarios de predios.
- Implementación encuesta NPS.
- Centralización de políticas SARLAFT, anticorrupción, sostenibilidad y buen gobierno.
- Alineación de los proveedores y canales de venta con nuestras políticas de sostenibilidad.
- Certificación del 69% de nuestros terceros en Código de Ética, superando la meta inicial del (35%).



Gestión del cambio

- Formación y acompañamiento al equipo de proyecto como agente movilizador del cambio, afianzando la Cultura CEC – Confianza, Empoderamiento y Colaboración en los terceros.
- Comunicaciones para terceros y áreas internas.



Mejoramiento continuo e innovación

- Medición de efectividad.
- Alianza con la Cámara de Comercio de Bogotá y la Universidad Externado de Colombia para análisis de nuevos servicios, planes de mejora y desarrollo de personas.
- Implementación y ejecución del plan de cultura de servicio y proyecto WOW.
- Alianza por la sostenibilidad y el valor compartido.
- Implementación de recomendaciones a los procesos de licitación de Call Centers e Integrales.
- Plan de acción del proyecto sistema de gestión de innovación que se implementará en 2021.



Procesos

- Diseño de la estructura de gestión y relacionamiento de terceros.
- Documentación de la primera fase del modelo de desempeño de terceros.
- Diseño de los Procesos ToBe del ciclo de relacionamiento de terceros.
- Mejora en el procedimiento de liquidación y pago a terceros.
- Optimización de la gestión de cuentas por pagar, integrando el esquema de facturación electrónica dando cumplimiento así a los parámetros dictados por la DIAN.



Logros 2020 y Retos 2021 de la Dirección de Compras y Abastecimiento

Logros 2020 Dirección de Compras y abastecimiento



Recomendación.

Realizamos una encuesta de satisfacción a nuestros proveedores con el fin de identificar los puntos de mejora en relación con la Dirección de Compras y en general con la organización, partiendo de los 5 hitos del Customer Journey de Compra.

- Llevamos a cabo acuerdos de servicios con las áreas que intervienen en el proceso (jurídica, seguros, contabilidad y tesorería) e implementamos acciones de mejora durante el segundo semestre para lograr incrementar el Nivel de Satisfacción y Percepción – NSU.
- Realizamos la primera encuesta de satisfacción de canales de venta.



Desempeño de Proveedores.

Evaluamos los criterios de calidad, comerciales y de cumplimiento de nuestros proveedores para implementar planes de mejora.

- Implementamos la evaluación a partir del Modelo de Gestión y Desarrollo Sostenible de Terceros, logrando eficiencias administrativas y operativas en su gestión.



Proyecto E-Procurement.

Implementamos Última Milla y alianzas y homologaciones.

- Lanzamos la fase 1.5 del proyecto e-Procurement con el cual automatizamos los procesos de Última Milla, Alianzas y Homologaciones para el control y automatización de las operaciones.



Proyecto Evaluación Integral de Proveedores.

Implementamos una metodología de disminución de riesgo de contratación de proveedores 100% digital.

- Implementamos las herramientas de registro, evaluación y habilitación de proveedores 100% digitales.



Alianza por la Competitividad de la Cadena de Suministro (ACCS).

Ejecutamos la alianza para medir a nuestros proveedores en temas de sostenibilidad.

- Nos adherimos a la ACCS y medimos a nuestros proveedores en criterios de sostenibilidad para identificar planes de mejora en el desarrollo de terceros.

Retos 2021 Dirección de Compras y Abastecimiento

01

Evaluar a los proveedores en temas de sostenibilidad.

En el marco de la iniciativa SDG Corporate Tracker, medir el cumplimiento en temas de sostenibilidad e implementar los planes de mejora y acción para los terceros.

- 35% de terceros.

02

Implementar la Fase 2 del Proyecto e-Procurement.

Ejecutar la fase 2 del proyecto e-procurement con el fin de automatizar el relacionamiento de proveedores.

- Implementación de la herramienta al 100%.

03

Desarrollar proveedores.

Generar procesos de desarrollo de proveedores, a través de planes de capacitación y crecimiento en sus empresas.

- 30% de terceros.

04

Implementar el Modelo de Gestión y Desarrollo Sostenible de Terceros.

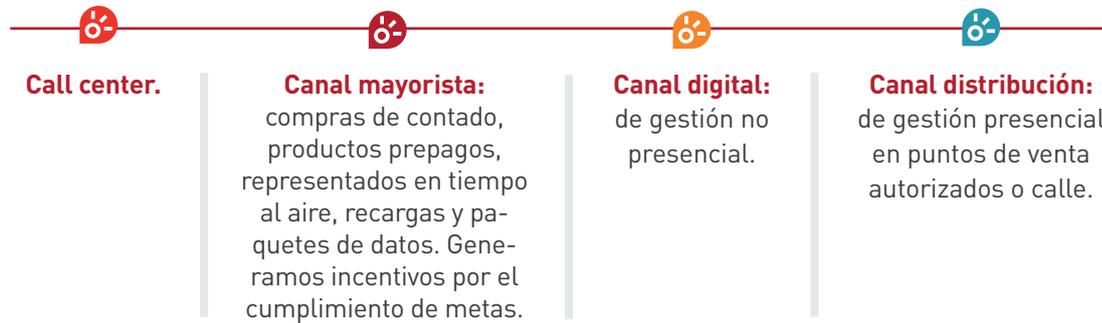
Continuar con la implementación del programa estratégico de Modelo de Gestión y Desarrollo Sostenible de Terceros para mejorar relacionamiento a nivel corporativo y con el cliente final de Claro Colombia.

- 100% de los indicadores planteados para 2021.

8.2. NUESTROS DISTRIBUIDORES Y AGENTES

Son nuestro soporte para atender las necesidades y expectativas de nuestros clientes, nos permiten entregar productos y servicios siempre con la mejor experiencia en todos los rincones del país.

Nuestros canales abarcan:



8.2.1. Selección de distribuidores

Al tener una relación directa con nuestros clientes y para asegurar la correcta prestación de nuestros productos y servicios, el proceso de selección y contratación de los distribuidores y agentes contempla los siguientes pasos:

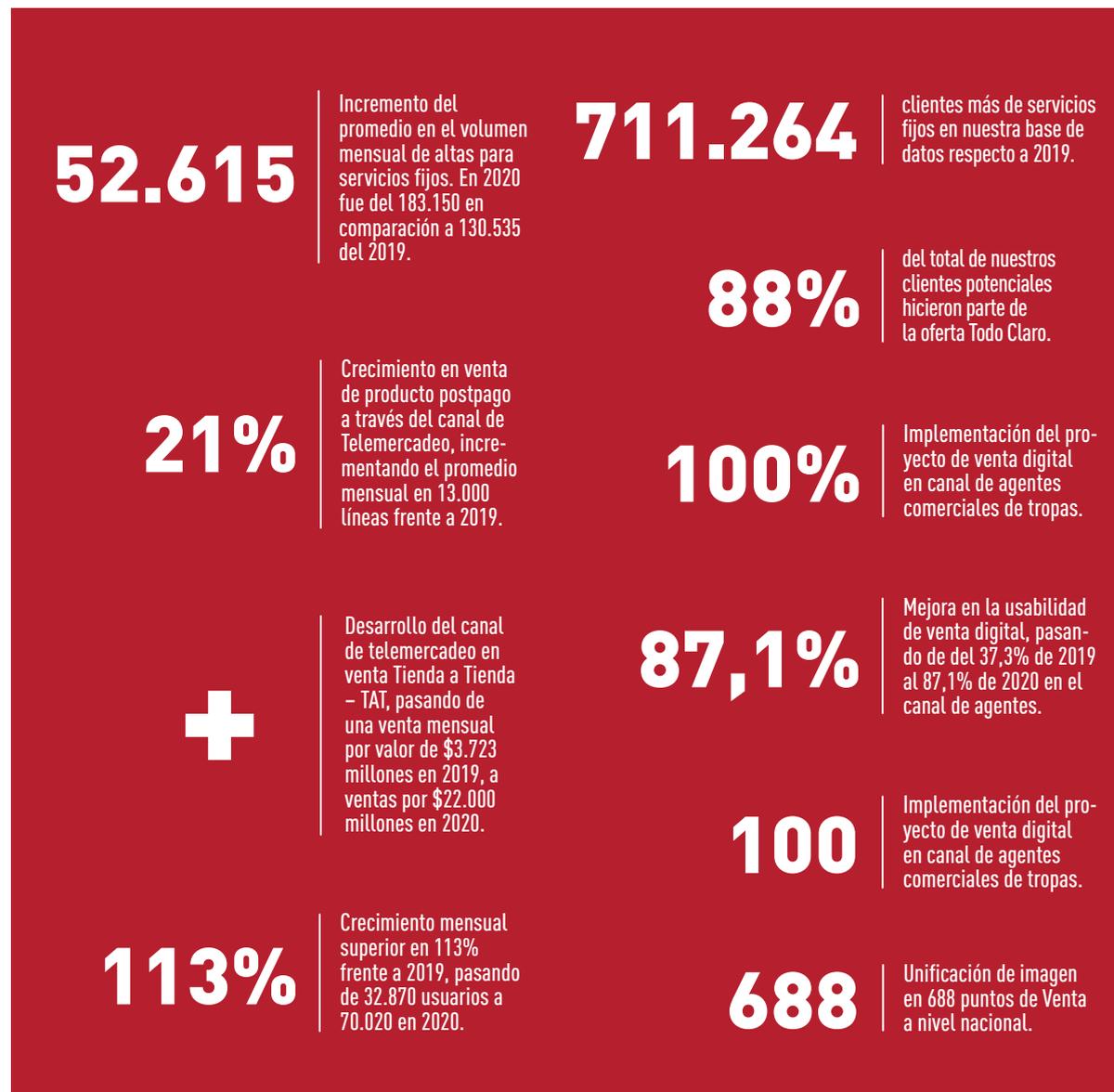


Una vez seleccionados los agentes y distribuidores, en Claro damos inicio a un vínculo que trasciende lo comercial. A partir de ese momento y como resultado del esfuerzo conjunto, trabajamos conjuntamente para generar valor a nuestros clientes, incrementar nuestra presencia como líderes en el mercado y prestar nuestro servicio en todo el país. A su vez, el aseguramiento de la calidad de nuestra venta acompaña los objetivos financieros de la Compañía, en cumplimiento a las siguientes políticas:



8.2.2. Indicadores canales de distribución

El 2020 fue un año retador para nuestros canales. No obstante, gracias al compromiso y liderazgo de nuestros agentes y distribuidores alcanzamos los siguientes resultados y aportamos a la generación de empleo formal en Colombia:





Para garantizar la cobertura de servicios y productos solicitados por nuestros clientes, incrementamos nuestra fuerza de venta TAT y en calle. Proyectamos que para 2021 este incremento ascienda al 50%, lo cual redundará en la **generación de mayores empleos formales a lo largo de nuestra cadena de valor.**

**EMPLEOS
GENERADOS
EN CANAL TAT
Y TROPAS**



Nuestros esfuerzos también están orientados en generar valor a nuestros distribuidores. Por eso, en Claro Colombia implementamos estrategias que permitan posicionar nuestra marca y apoyar, al mismo tiempo, los procesos y la gestión de nuestros agentes:

Número de eventos de entrenamiento de agentes en temas de lanzamiento.

2019 **74** 2020 **80**

8,1%
% CRECIMIENTO

Número de asistencias de agentes de lanzamiento al entrenamiento nacional.

2019 **8.149** 2020 **10.092**

23,8%
% CRECIMIENTO

Número de eventos de entrenamiento de agentes en temas de planes, productos y servicios.

2019 **474** 2020 **519**

9,4%
% CRECIMIENTO

Número de asistencias de agentes de procedimiento que asistieron al entrenamiento nacional.

2019 **2.971** 2020 **3.680**

23,8%
% CRECIMIENTO

Número de eventos de entrenamiento de agentes en temas de procedimiento.

2019 **213** 2020 **267**

25,3%
% CRECIMIENTO

Número de asistencias de agentes de temas comerciales que asistieron al entrenamiento nacional.

2019 **7.010** 2020 **9.041**

28,9%
% CRECIMIENTO

Porcentaje de aporte de la red de distribución como canal más representativo en la comercialización de productos de voz y datos de soluciones móviles.

2019 **28%** 2020 **23%**

5%
% CRECIMIENTO

Número de eventos nacionales en los que la marca Claro tuvo presencia.

2019 **62** 2020 **30**

-51,6%
% CRECIMIENTO

Número de eventos realizados por la red de distribución a nivel nacional.

2019 **2.938** 2020 **11.015**

274,9%
% CRECIMIENTO

Logros 2020 y retos 2021 de nuestra gestión de distribución

Logros 2020 Distribuidores



Descarga App Mi Claro prepago.

Lograr 2 millones de usuarios con la App Mi Claro prepago.

- Incentivos al asesor TAT y Punto de Venta (PDV) por cada línea activa que ingresara a la App Mi Claro, así como en la instalación en el momento de la venta.
- Se incluyó en las visitas diarias recordación de incentivo y uso de la App.



Aumentar la adopción de venta digital en el Canal Agentes.

Incrementar en un 85% sobre las ventas totales del canal.

- El área de activaciones generó reuniones periódicas de sensibilización a todos los agentes comerciales, además de realizar seguimientos y establecer puntos de control.
- En el 2020 se logró que el 88,1% de las ventas del canal que aplican para venta digital fueran procesadas a través de esta herramienta.



Liga de Campeones.

Estimular la fuerza comercial de los agentes.

- Los asesores con ventas están inscritos en Liga de Campeones y cuentan con su tarjeta Sodexo de redención.



Mejorar tiempo promedio de legalización ventas postpago.

Aumentar el porcentaje de legalización efectiva de ventas postpago.

- Mejoras significativas en el proceso de legalización efectiva de ventas postpago de cada agente.

Retos 2021 distribuidores

01

Nuevo modelo de atención unificado para clientes fijo y móvil.

Ofrecer una única experiencia de servicio para los clientes en el canal telefónico.

- Unificación de plataformas IVR y planta telefónica.
- Atención especializada por necesidad del cliente no por segmento fijo o móvil.

03

Campaña de adopción digital.

Implementar nuevas campañas de adopción de canales digitales a través de los frentes de atención.

- Ejecución de campañas de adopción específicas por frente de atención IN – OUT.
- Nuevo indicador de conversión de clientes digitales en los canales de atención.

02

Retención especializada.

Crear los niveles de retención y recuperación de acuerdo con el valor del cliente.

- Unificación de fijo y móvil de retención.
- Implementación de nueva capa de herramientas de retención por valor de clientes que se suman.

04

Mix de venta de contado y financiado en terminales y tecnología.

Llegar al 50% de las ventas de contado.

- Subir el porcentaje de ventas de contado al 50% en los diferentes canales de comercialización del producto.



09

ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI

(GRI 102-55)



ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PÁGINA / RESPUESTA	PG	ODS
<p>GRI 102: Contenidos Generales 2016</p> <p>1. Perfil de la Organización</p>	102-1 Nombre de la organización	<p>En Claro generamos valor a nuestros grupos de interés, brindando soluciones de telecomunicaciones en el país con la mayor cobertura y una amplia oferta de productos y servicios de tecnología e infraestructura móvil y fija. Lo hacemos realidad a través de nuestra marca Claro Colombia que 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. Nuestra sede principal se encuentra ubicada en la ciudad de Bogotá, en la Carrera 68 A # 24 B – 40 Plaza Claro.</p>		
	102-2 Actividades, marcas, productos y servicios	72 a 79		
	102-3 Ubicación de la sede	12		
	102-4 Ubicación de las operaciones	12		
	102-5 Propiedad y forma jurídica	12		
	102-6 Mercados servidos	12		
	102-7 Tamaño de la Organización	11	6	8
	102-8 Información sobre empleados y otros trabajadores	116	6	8
	102-9 Cadena de suministro	180		
	102-10 Cambios significativos	179		
	102-11 Principio de precaución	143		
	102-12 Iniciativas externas	7		
	102-13 Afiliación a asociaciones	<p>GSMA, ASOMÓVIL, CCIT, ANDESCO, AMCHAM, CCE, ANDI, ACIET y CÁMARA DE COMERCIO COLOMBO MEXICANA</p>		

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PÁGINA / RESPUESTA	PG	ODS
GRI 102: Contenidos Generales 2016 2. Estrategia	102-14 Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones	8 a 10		
	102-15 Impactos, riesgos y oportunidades principales	54 y 177		
GRI 102: Contenidos Generales 2016 3. Ética e integridad	102-16 Valores, principios, estándares y normas de conducta	51	10	
	102-17 Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas	49	6	8
GRI 102: Contenidos Generales 2016 4. Gobernanza	102-18 Estructura del gobierno corporativo	48	6	8
	102-19 Delegación de autoridad	50		
	102-20 Responsabilidad a nivel ejecutivo de temas económicos, ambientales y sociales	50		
	102-21 Consulta a grupos de interés sobre temas económicos, ambientales y sociales	31		
	102-22 Composición del máximo órgano de gobierno y sus comités	13		
	102-23 Presidente del máximo órgano de gobierno	14		
	102-24 Nominación y selección del máximo órgano de gobierno	14		
102-25 Conflictos de intereses	14			

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PÁGINA / RESPUESTA	PG	ODS
GRI 102: Contenidos Generales 2016 4. Gobernanza	102-26 Función del máximo órgano de gobierno en la selección de objetivos, valores y estrategia	51		
	102-27 Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno	14		
	102-30 Eficacia de los procesos de gestión del riesgo	53		
GRI 102: Contenidos Generales 2016 5. Participación de los grupos de interés	102-40 Lista de grupos de interés	31	3	
	102-41 Acuerdos de negociación colectiva	139		
	102-42 Identificación y selección de grupos de interés	31		
	102-43 Enfoque para la participación de los grupos de interés	31		
	102-44 Temas y preocupaciones clave mencionados	33		
GRI 102: Contenidos Generales 2016 6. Prácticas para la elaboración de informes	102-45 Entidades incluidas en los Estados Financieros	COMUNICACIÓN CELULAR S. A. COMCEL S. A.		
	102-46 Definición de los contenidos de los informes y las coberturas del tema	En cada capítulo del reporte se analizan en específico estos elementos para cada tema en particular.		
	102-47 Lista de temas materiales	33		
	102-48 Re-expresión de la información	No se presentan re-expresiones.		
	102-49 Cambios en la elaboración de informes	No se presentan cambios.		

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PÁGINA / RESPUESTA	PG	ODS
GRI 102: Contenidos Generales 2016 6. Prácticas para la elaboración de informes	102-50 Período objeto del informe	7		
	102-51 Fecha del último informe	7		
	102-52 Ciclo de elaboración de informes	7		
	102-53 Punto de contacto para preguntas sobre el informe	7		
	102-54 Declaración de elaboración del informe de conformidad con los Estándares GRI	7		
	102-55 Índice de contenidos GRI	188 a 197		
	102-56 Verificación externa	Claro Colombia no contó con verificación externa para este Informe de Sostenibilidad		



Temas materiales

GOBIERNO CORPORATIVO Y RENTABILIDAD Y COMPETITIVIDAD

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PÁGINA / RESPUESTA	PG	ODS
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas	50 y 59		8
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	50 y 59		
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	50 y 59		
GRI 205: Anticorrupción 2016	205-1 Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción	52	10	8
	205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	52	10	8
	205-3 Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas	52	10	8
GRI 416: Salud y seguridad de los clientes 2016	416-1 Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios	52		
GRI 417: Marketing y etiquetado 2016	417-1 Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios	52		
	417-2 Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios	52		
	417-3 Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing	52		

TECNOLOGÍA, CONECTIVIDAD Y COBERTURA Y EXPERIENCIA AL CLIENTE

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PÁGINA / RESPUESTA	PG	ODS
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas	65		
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	65		9 y 10
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	66		

TECNOLOGÍA, CONECTIVIDAD Y COBERTURA Y EXPERIENCIA AL CLIENTE

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PÁGINA / RESPUESTA	PG	ODS
GRI 418: Privacidad de los clientes 2016	418-1 Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos	103		

INNOVACIÓN Y TRANSFORMACION DIGITAL

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PÁGINA / RESPUESTA	PG	ODS
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas	83	1	9
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	83		
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	84		

SEGURIDAD Y CONFIDENCIALIDAD DE LA INFORMACIÓN

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PÁGINA / RESPUESTA	PG	ODS
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas	104	1 y 2	5 y 9
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	104		
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	105	1 y 2	16

SALUD Y BIENESTAR DE LOS COLABORADORES Y COLABORADORAS

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PÁGINA / RESPUESTA	PG	ODS
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus coberturas	114	1, 2 y 6	5
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	114		5
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	118		

SALUD Y BIENESTAR DE LOS COLABORADORES Y COLABORADORAS

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PÁGINA / RESPUESTA	PG	ODS
GRI 401: Empleo 2016	401-1 Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	117 y 118		8
	401-2 Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	137		8
	401-3 Permiso parental	138		5
GRI 402: Relaciones Trabajador - Empresa 2016	402-1 Plazos de aviso mínimos sobre cambios operacionales	138		
GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo 2018	403-1 Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	129 y 133	6	8
	403-2 Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes	130 y 134		
	403-3 Servicios de salud en el trabajo	133		
	403-4 Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo	133		
	403-5 Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo	132		
	403-6 Fomento de la salud de los trabajadores	133		
	403-7 Prevención y mitigación de los impactos	131		
	403-8 Cobertura del sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	131		
	403-9 Lesiones por accidente laboral	134		
	403-10 Dolencias y enfermedades laborales	134		

SALUD Y BIENESTAR DE LOS COLABORADORES Y COLABORADORAS

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PÁGINA / RESPUESTA	PG	ODS
GRI 404: Formación y enseñanza 2016	404-1 Promedio de horas de formación al año por empleado	125		4
	404-2 Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	126		4
	404-3 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	127		4
GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades 2016	405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados	120	6	8

CARBONO NEUTRAL, CAMBIO CLIMÁTICO Y ECONOMÍA CIRCULAR

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PÁGINA / RESPUESTA	PG	ODS
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus coberturas	143	7, 8 y 9	12 y 13
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	143		
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	144		
GRI 302: Energía 2016	302-1 Consumo energético dentro de la organización	145		12
	302-4 Reducción del consumo energético	145		
GRI 303: Agua y efluentes 2018	303-5 Consumo de agua	145		
GRI 305: Emisiones 2016	305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1)	145		
	305-2 Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	145		
	305-5 Reducción de las emisiones de GEI	145		

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PÁGINA / RESPUESTA	PG	ODS
GRI 306: Efluentes y residuos 2016	306-2 Residuos por tipo y método de eliminación	147	7 y 8	12
	306-4 Transporte de residuos peligrosos	147		

REDUCCION DE LA BRECHA DIGITAL

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PÁGINA / RESPUESTA	PG	ODS
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus coberturas	153	1	10
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	153		4
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	153		10

DESARROLLO DE LA CADENA DE VALOR SOSTENIBLE

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PÁGINA / RESPUESTA	PG	ODS
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus coberturas	176	1, 2 y 6	8 y 10
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	177		
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	176		
GRI 204: Prácticas de adquisición 2016	204-1 Proporción de gasto en proveedores locales	178 y 179		
GRI 308: Evaluación ambiental de proveedores	308-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con los criterios ambientales	179	4, 5, 6 y 10	10
	308-2 Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	179		
GRI 414: Evaluación social de los proveedores 2016	414-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales	179		
	414-2 Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	179		



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.

I N F O R M E D E
S O S T E N I B I L I D A D

20
20