



20
23

Informe de Sostenibilidad



PUEDES TODO



NUESTRO INFORME DE SOSTENIBILIDAD



NUESTRA CULTURA SOSTENIBLE



NUESTRO ENFOQUE EN EN MEDIO AMBIENTE



CONECTANDO A COLOMBIA CON UNA MEJOR EXPERIENCIA



FORTALECIENDO EL TALENTO



LO QUE SOMOS EN CLARO COLOMBIA



1.	NUESTRO INFORME DE SOSTENIBILIDAD	3
	1.1. Acerca de este informe	4
	1.2. Mensaje del Presidente	6
	1.3. Cifras relevantes del 2023	8
	1.4. Reconocimientos y certificaciones recibidos en el 2023	10
	1.5. Nuestro Impacto	12
2.	NUESTRA CULTURA SOSTENIBLE	18
	2.1. Nuestra Misión, Visión, Propósito Superior, Valores y Principios	20
	2.2. Nuestra gestión de la sostenibilidad	22
	2.3. Nuestros grupos de interés y asuntos materiales	24
	2.3.1. Contacto con nuestros grupos de interés	27
	2.3.2. Organismos de los que formamos parte	28
	2.4. Claro por Colombia es ¡Tecnología que transforma vidas!	29
	2.5. Nuestro aporte a los Objetivos de Desarrollo Sostenible	38
	2.6. Contribución a la estrategia Sustentabilidad Inteligente (Smart Sustainability) y a los objetivos de sustentabilidad de América Móvil AMX	43

3.	NUESTRO ENFOQUE EN EL MEDIO AMBIENTE	47
	3.1. Camino a la carbono neutralidad	49
	3.1.1. Eficiencia energética	57
	3.1.2. Uso eficiente del agua	59
	3.1.3. Economía circular, logística inversa y gestión integral de residuos	60
	3.1.4. Gestión y reducción de emisiones	62
4.	CONECTANDO A COLOMBIA CON UNA MEJOR EXPERIENCIA	65
	4.1. Tecnología, conectividad y cobertura	66
	4.1.1. Indicadores de cobertura, infraestructura y conectividad	70
	4.2. Un modelo de negocio digital	71
	4.3. Oferta para conectar a Colombia	72
	4.3.1. Productos y Servicios Claro	73
	4.4. Experiencias únicas y confiables	80
	4.4.1. Unidad de Mercado Masivo	82
	4.4.2. Proyectos e iniciativas de la Unidad de Mercado Masivo	83
	4.4.3. Unidad de Mercado Corporativo	87
	4.4.4. Proyectos e iniciativas de la Unidad de Mercado Corporativo	91
	4.4.5. Logros de los productos y servicios brindados por parte de Claro Colombia	94


NUESTRO INFORME
DE SOSTENIBILIDAD


NUESTRA CULTURA
SOSTENIBLE


NUESTRO ENFOQUE EN
EN MEDIO AMBIENTE


CONECTANDO A COLOMBIA
CON UNA MEJOR EXPERIENCIA


FORTALECIENDO
EL TALENTO


LO QUE SOMOS EN
CLARO COLOMBIA



4.	4.5. Acciones por realizar en el 2024	99
	4.6. Innovación y transformación digital	100
	4.6.1. Innovación interna	101
	4.6.2. Creación de nuevos productos y servicios	102
	4.7. Nuestra cadena de valor	105
	4.7.1. Nuestra Política de Compras Sostenibles	106
	4.7.2. Selección y evaluación de proveedores	107
5.	FORTALECIENDO EL TALENTO	108
	5.1. Nuestro equipo humano	109
	5.1.1. Desarrollo y formación	116
	5.1.2. Evaluación de desempeño	122
	5.2. Bienestar	123
	5.2.1. Seguridad y Salud en el Trabajo y Ambiente (SSTA)	123
	5.2.1.1. Servicios de salud	128
	5.2.2. Beneficios	131
5.3. Equidad, inclusión y diversidad	134	

6.	LO QUE SOMOS EN CLARO COLOMBIA	138
	6.1. Nuestro máximo órgano de gobierno	140
	6.2. Gobierno corporativo	149
	6.2.1. Gestión ética, íntegra y transparente	150
	6.2.2. Canales de denuncia	152
	6.2.3. Anticorrupción	153
	6.2.4. Controles e integridad	155
	6.3. Gestión financiera	158
	6.4. Seguridad digital y confidencialidad de la información	160
	6.5. Informe de transparencia	163
	6.5.1. Solicitudes de información	163
6.5.2. Cumplimiento	166	



NUESTRO INFORME DE SOSTENIBILIDAD



NUESTRA CULTURA SOSTENIBLE



NUESTRO ENFOQUE EN EN MEDIO AMBIENTE



CONECTANDO A COLOMBIA CON UNA MEJOR EXPERIENCIA



FORTALECIENDO EL TALENTO



LO QUE SOMOS EN CLARO COLOMBIA



1.

**NUESTRO
INFORME DE**

SOSTENIBILIDAD





1.1



ACERCA DE ESTE INFORME

● **GRI 1, 2-2, 2-3, 2-4, 2-5, 2-14, ODS 1, PG 1**

En Claro Colombia tenemos un profundo compromiso con la transformación del país, a través de la conectividad y las soluciones innovadoras. Por ello, hemos desarrollado múltiples iniciativas dirigidas a nuestros grupos de interés que se podrán explorar en las siguientes secciones de este documento. Estamos orgullosos de presentar la décima primera edición del Informe anual de Sostenibilidad, que comprende el lapso entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2023, alineado con los períodos correspondientes a los estados financieros. **(GRI 1-1, 2-3)**



En este Informe se evidencian los esfuerzos que hemos invertido en proyectos que buscan generar un mayor desarrollo y equidad en Colombia. Hemos puesto en marcha acciones y programas contundentes relacionados con el impacto ambiental de la organización, la gestión de nuestro talento, proveedores y la relación con las comunidades con las que interactuamos.

De esta manera, en Claro Colombia continuamos liderando como una empresa de telecomunicaciones con un impacto altamente positivo en los habitantes del país, mientras contribuimos a los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), a los 10 Principios de Pacto Global y al Objetivo Global de Cambio Climático de las Naciones Unidas. Las actividades que mencionamos en este Informe fueron desarrolladas en el marco de la estrategia de Sostenibilidad que aplicamos en nuestras operaciones, en



NUESTRO INFORME DE SOSTENIBILIDAD



NUESTRA CULTURA SOSTENIBLE



NUESTRO ENFOQUE EN EN MEDIO AMBIENTE



CONECTANDO A COLOMBIA CON UNA MEJOR EXPERIENCIA



FORTALECIENDO EL TALENTO



LO QUE SOMOS EN CLARO COLOMBIA



todos los departamentos del país. Además, la estrategia está alineada con la “Smart Sustainability” de América Móvil (AMX) grupo corporativo al que pertenecemos que está presente en diferentes países de América y Europa y que es integrante del Dow Jones Sustainability MILA Pacific Alliance Index desde 2019. **(ODS 1) (PG 1)**

El contenido de esta publicación fue desarrollado por Deloitte Asesores y Consultores S.A.S. de acuerdo con los estándares actualizados del Global Reporting Initiative (GRI) y no contó con verificación externa. Durante todo el proceso de consolidación de la información y construcción del Informe, buscamos cumplir con los ocho principios de GRI que rigen estos ejercicios: precisión, equilibrio, claridad, comparabilidad, exhaustividad, contexto de sostenibilidad, puntualidad y verificabilidad. Por esta razón, la información presentada en este documento ha sido revisada y aprobada por nuestro máximo órgano de gobierno, el cual se encuentra conformado por el presidente de la compañía y por el equipo de directores correspondientes. Para esta edición hubo una actualización alrededor de los años de antigüedad de los Miembros del Comité Ejecutivo, frente al Informe de Sostenibilidad del 2022 debido a un error identificado. **(GRI 1, 2-2, 2-4, 2-5, 2-14)**



1.2 CARTA DEL PRESIDENTE

● GRI 2-22



Esa señal que activamos en una antena es una posibilidad para una persona, una oportunidad para un negocio, una pequeña victoria para Colombia y su gente. Lo sabemos bien y por eso afirmamos que, con la conectividad, lo puedes todo.

Entendimos que para lograr el objetivo de hacer posible una Colombia mejor, teníamos que trabajar principalmente en ampliar la cobertura. Llevar opciones de conectividad e internet móvil a muchas más poblaciones. Pero también nos esforzamos por ampliar el acceso a Internet, además de garantizar una correcta adopción digital que permita aprovechar los beneficios de la conectividad.

Nuestro primer pilar, cobertura: desde lo profundo de la selva en el Putumayo, pasando por el corazón de nuestras montañas, hasta el extremo norte en el desierto de La Guajira, nuestro equipo técnico de ingenieros trabajó sin descanso para llevar internet de alta velocidad a 727 comunidades rurales y fibra óptica a 15 nuevas ciudades del país. En canoas, a lomo de mulas, bajo la lluvia o el inclemente sol, llevamos internet móvil y fijo por primera vez a veredas, corregimientos, caseríos y resguardos.





NUESTRO INFORME DE SOSTENIBILIDAD



NUESTRA CULTURA SOSTENIBLE



NUESTRO ENFOQUE EN EN MEDIO AMBIENTE



CONECTANDO A COLOMBIA CON UNA MEJOR EXPERIENCIA



FORTALECIENDO EL TALENTO



LO QUE SOMOS EN CLARO COLOMBIA



El segundo pilar: acceso. Con nuestra iniciativa Escuelas Conectadas, alcanzamos a encender Wi-fi gratuito en 200 Instituciones Educativas, garantizando conectividad sin costo a cerca de 300 mil estudiantes. De esta manera, Estamos transformando la vida de más colombianos mediante la tecnología.

De igual manera identificamos la necesidad de fomentar aplicaciones y plataformas para que la gente pueda emprender sus sueños, hacerlos realidad. Ya tienes la señal, tienes los equipos y los planes; pero para poder hacerlo todo, también requieres formación, acompañamiento.

Por eso desde Claro por Colombia, nuestra estrategia de sostenibilidad, recomendamos el uso de las plataformas 'Aprende.org', 'PruébaT' y 'Capacítate para el empleo' para que más de 2,1 millones de personas pudiesen fortalecer habilidades y competencias, con programas desde educación inicial hasta formación complementaria para el empleo y el emprendimiento.

Además, seguimos trabajando firmemente para aportar al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), el Objetivo Global de Cambio Climático de las Naciones



Rodrigo de Gusmao Ribeiro
Presidente Claro Colombia

Unidas y los Diez Principios del Pacto Global, generando valor en materia ambiental, social, económica y de gobierno corporativo.

2024 nos recibe de la mejor manera: empezaremos el despliegue de 5G en Colombia, llegaremos a más zonas rurales del país para que tengan Internet móvil por primera vez, seguiremos conectando una escuela semana tras semana y, por supuesto, seguiremos trabajando por la diversidad e inclusión, y por nuestro objetivo de carbono neutralidad a 2050.

Si te dan la oportunidad, lo puedes todo. Y Claro trabaja para ser el habilitador de esas oportunidades, sin importar las circunstancias. Por eso, seguiremos diciendo: con Claro lo puedes todo.



NUESTRO INFORME DE SOSTENIBILIDAD



NUESTRA CULTURA SOSTENIBLE



NUESTRO ENFOQUE EN EN MEDIO AMBIENTE



CONECTANDO A COLOMBIA CON UNA MEJOR EXPERIENCIA



FORTALECIENDO EL TALENTO



LO QUE SOMOS EN CLARO COLOMBIA



1.3 CIFRAS RELEVANTES DEL 2024

● GRI 2-7, 201-1, 204-1

Considerando las distintas iniciativas y programas que se van a exponer en los próximos capítulos, a continuación se recogen los principales resultados derivados de la gestión económica, ambiental y social de la empresa:

CONEXIONES	TOTAL	UNIDAD MERCADO MASIVO (UMM)	UNIDAD MERCADO CORPORATIVO (UMC) EMPRESAS Y NEGOCIOS
TOTAL USUARIOS ABONADOS TELEFONÍA MÓVIL	46.900.952	46.324.276	576.676
USUARIO PREPAGO	29.774.207	29.774.207	-----
USUARIO POSTPAGO	8.414.213	7.837.537	576.676
USUARIO ABONADOS A SERVICIO HOGAR	8.897.053	8.712.532	184.521



INGRESOS \$14,9 BILLONES

(GRI 201-1)



CAPITAL DE TRABAJO \$1.263.264.320



NIVEL DE ENDEUDAMIENTO 57,7%



INFRAESTRUCTURA FIJA

Kilómetros de fibra óptica.

114.212 Km

Capacidad en terabits para servicio de internet.

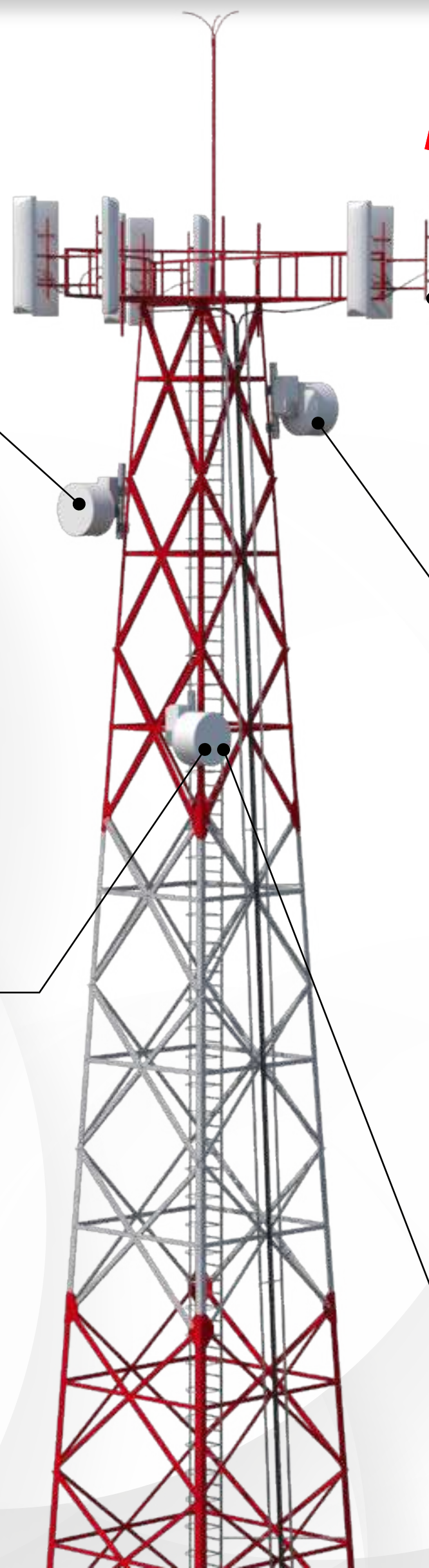
17,4

Capacidad en petabytes para almacenamiento Data Center.

56,8


TOTAL DE COLABORADORES
8.536 (GRI 2-7)

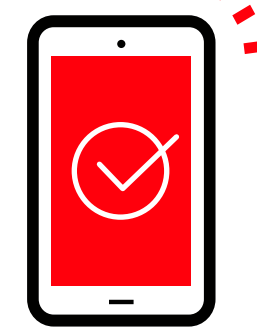

COMPRAS A PROVEEDORES LOCALES
86,83%



COMPRAS A PROVEEDORES LOCALES

USD \$ 1.9 MILLONES

(GRI 204-1)



INFRAESTRUCTURA MÓVIL

Cabeceras municipales del país cubiertas por tecnologías móviles

99,6%

Estaciones base con tecnología 4G LTE.

9.579

Municipios del país cubiertos por tecnología 4G LTE.

1.098



HOGARES CUBIERTOS FIBRA ÓPTICA

10.539.675

1.4

RECONOCIMIENTOS Y CERTIFICACIONES





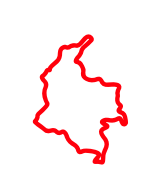
NUESTRO INFORME DE SOSTENIBILIDAD



NUESTRA CULTURA SOSTENIBLE



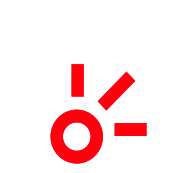
NUESTRO ENFOQUE EN EN MEDIO AMBIENTE



CONECTANDO A COLOMBIA CON UNA MEJOR EXPERIENCIA



FORTALECIENDO EL TALENTO



LO QUE SOMOS EN CLARO COLOMBIA



Debido al buen desempeño de Claro Colombia y a las iniciativas de alto impacto que fueron desarrolladas durante el 2023, logramos obtener y mantuvimos los siguientes reconocimientos y certificaciones:



Ranking de sostenibilidad Cámara de Comercio de Bogotá, posición 5



Great Place To Work (GPTW), certificación otorgada en reconocimiento a la calidad de la cultura organizacional.



Comprometida con la Economía Circular, Corporación Fenalco Solidario



Sello Empresa Incluyente de la ANDI (recibido en 2022 con una vigencia de 2 años)



Reconocimiento Alcaldía de Bogotá, programa Empleo Incluyente por nuestra contribución al ecosistema de generación de empleo en la ciudad.



Recertificación del Data Center Triara Bogotá en SELLO VERDE ECO II



Sello Oro Equipares (recibido en 2022 con una vigencia de 2 años)



Índice de Inversión Social Privada (IISP) en Colombia




NUESTRO INFORME DE SOSTENIBILIDAD


NUESTRA CULTURA SOSTENIBLE


NUESTRO ENFOQUE EN EN MEDIO AMBIENTE

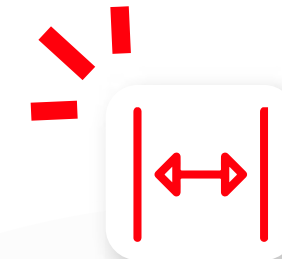

CONECTANDO A COLOMBIA CON UNA MEJOR EXPERIENCIA


FORTALECIENDO EL TALENTO

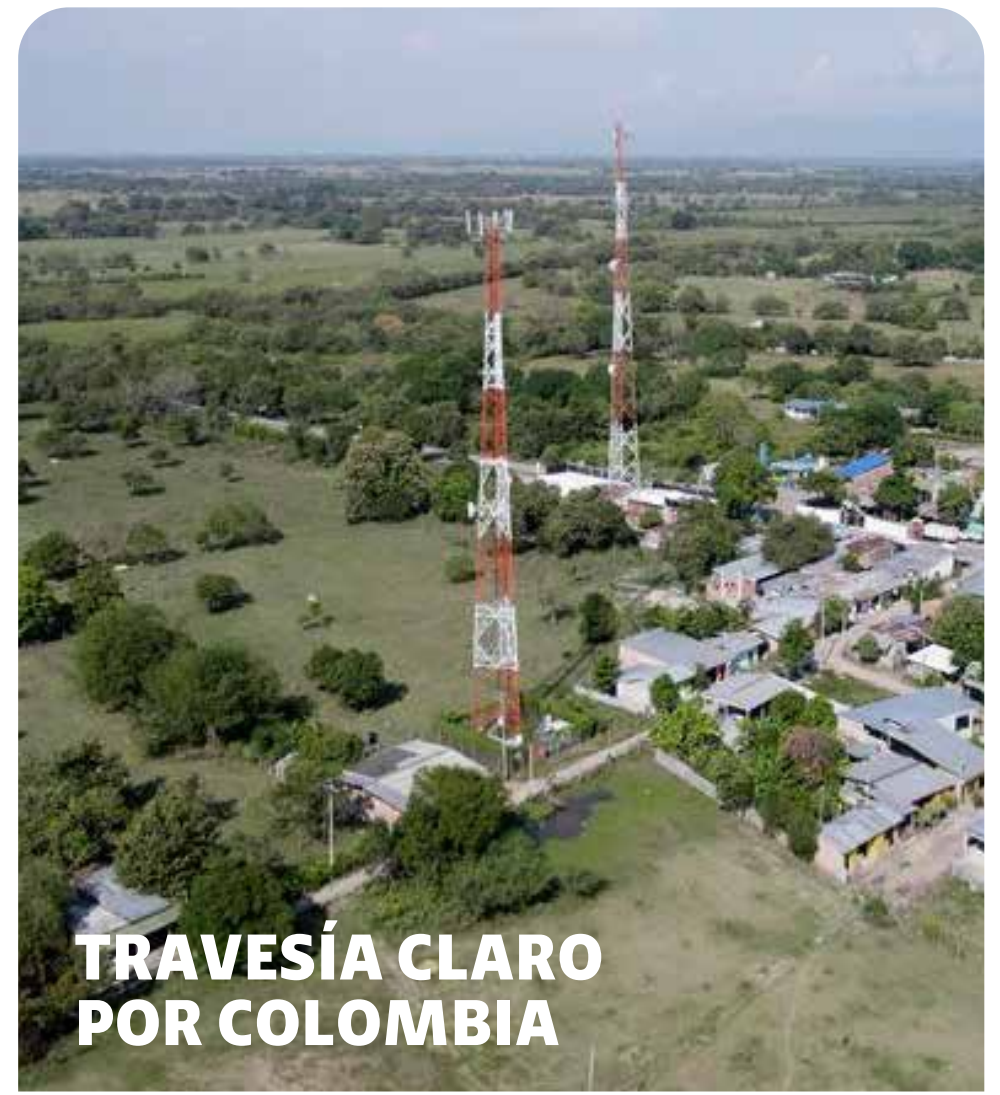

LO QUE SOMOS EN CLARO COLOMBIA



1.5 
NUESTRO IMPACTO

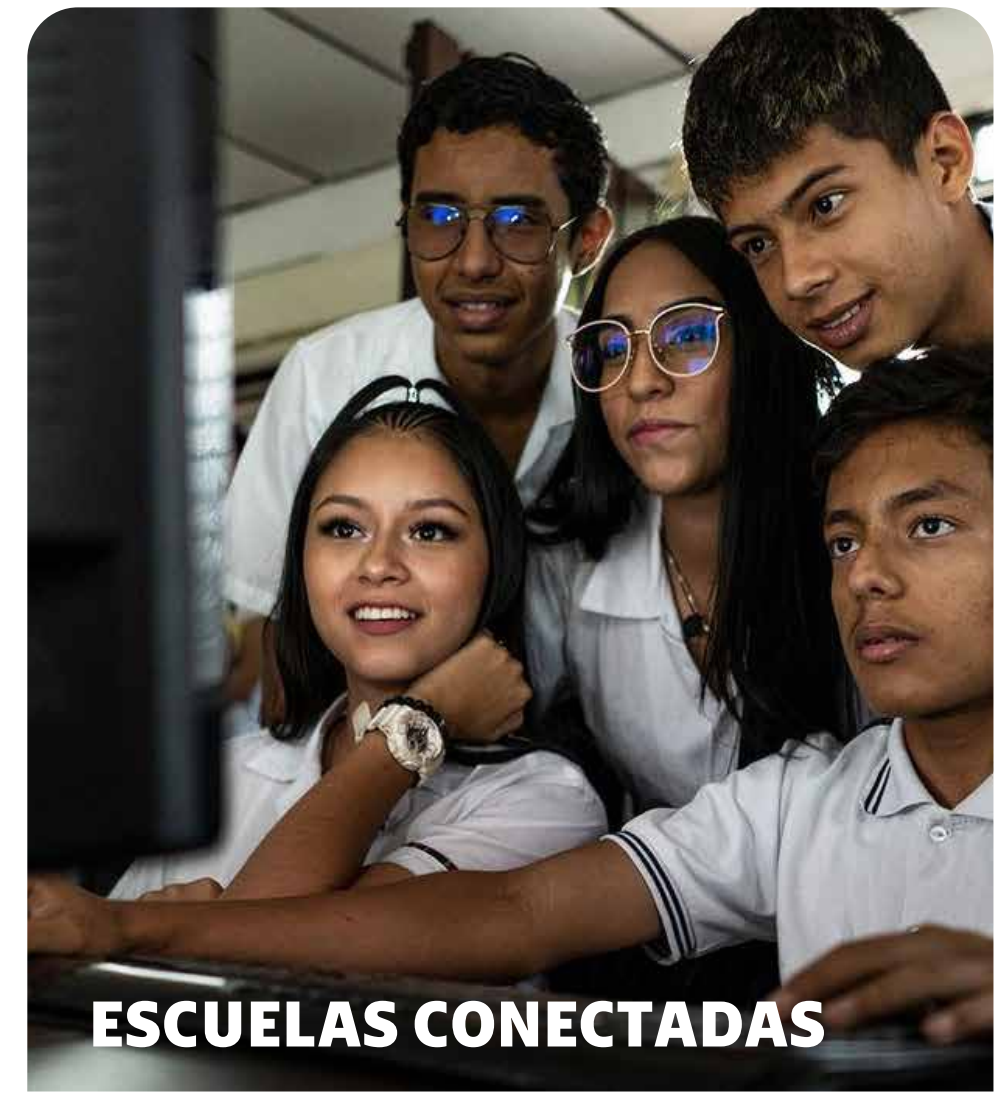


CERRAMOS BRECHAS HISTÓRICAS EN COLOMBIA



TRAVESÍA CLARO POR COLOMBIA

Logramos conectar cada vez más zonas remotas y vulnerables del país. Más de 727 localidades ahora cuentan con la tecnología 4G.



ESCUELAS CONECTADAS

Impactamos cerca de 300 mil estudiantes mediante la entrega de Internet gratuito a 202 instituciones educativas en 27 departamentos del país y más de 74 municipios.



SALAS DE TECNOLOGÍA CLARO POR COLOMBIA

Transformamos la realidad de más de 7.200 personas, brindando acceso a herramientas digitales gratuitas que amplían sus conocimientos y oportunidades, así como Internet gratuito y equipos de cómputo.



COPA CLARO POR COLOMBIA

Logramos impactar positivamente la vida de 2.816 niños, niñas y jóvenes, gracias al deporte, la educación y la tecnología.





PLATAFORMAS GRATUITAS Y VIRTUALES



BRINDAMOS MÁS OPORTUNIDADES Y DESARROLLO AL PAÍS

Con el ánimo de brindar más oportunidades en formación y educación en todo el territorio colombiano, promovemos el acceso a educación en línea a través de nuestras plataformas gratuitas y virtuales:



Ya son más de **2.100.000** personas que han accedido **gratuitamente.**



NUESTRO INFORME DE SOSTENIBILIDAD



NUESTRA CULTURA SOSTENIBLE



NUESTRO ENFOQUE EN EN MEDIO AMBIENTE



CONECTANDO A COLOMBIA CON UNA MEJOR EXPERIENCIA



FORTALECIENDO EL TALENTO



LO QUE SOMOS EN CLARO COLOMBIA



PONEMOS NUESTRAS MANOS AL SERVICIO DE LA CONSTRUCCIÓN DE UN MEJOR FUTURO



RED DE VOLUNTARIOS CLARO POR COLOMBIA

Más de 650 colaboradores participaron en iniciativas que buscan cuidar el medio ambiente, apoyar la educación y promover la equidad de género en el país.



REDUJIMOS NUESTRA HUELLA EN EL MEDIO AMBIENTE



Somos conscientes de los impactos ambientales que pueden tener nuestras operaciones, equipos y residuos. Por esto, implementamos acciones y programas decisivos que nos permitan ser más verdes:

Resumen de la Reducción de Emisiones de GEI



Consumo responsable del agua





NUESTRO INFORME DE SOSTENIBILIDAD



NUESTRA CULTURA SOSTENIBLE



NUESTRO ENFOQUE EN EN MEDIO AMBIENTE



CONECTANDO A COLOMBIA CON UNA MEJOR EXPERIENCIA



FORTALECIENDO EL TALENTO



LO QUE SOMOS EN CLARO COLOMBIA

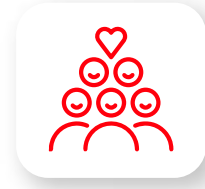


ACOMPañAMOS A NUESTRA CADENA DE VALOR EN LA TRANSICIÓN HACIA LA SOSTENIBILIDAD

Evaluamos a **96% de nuestros proveedores** bajo criterios de sostenibilidad ambiental e impacto social. Así mismo, generamos más de **12 espacios o webinars de sensibilización**.

En Formación y desarrollo para nuestra cadena de valor, trabajamos con diferentes aliados como la Universidad Externado de Colombia, la Fundación ANDI, PNUD, Comfama, Cámara de Comercio de Bogotá, entre otros, con el fin de generar un mayor impacto, transfiriendo conocimientos y herramientas prácticas para la transición hacia modelos más sostenibles.





GENERAMOS ESPACIOS DE TRABAJO SALUDABLES, EQUITATIVOS E INCLUYENTES

Promovemos la equidad e inclusión en el país, por lo cual en **2023 logramos que 42% de nuestro talento corresponda a colaboradoras, lo que representa más de 3.500 puestos en la organización.**

Además, implementamos diferentes iniciativas de bienestar, salud y desarrollo que nos permiten cuidar, fortalecer y fidelizar a nuestros equipos de trabajo para seguir brindando el mejor servicio de telecomunicaciones de Colombia.





NUESTRO INFORME
DE SOSTENIBILIDAD



NUESTRA CULTURA
SOSTENIBLE



NUESTRO ENFOQUE EN
EN MEDIO AMBIENTE



CONECTANDO A COLOMBIA
CON UNA MEJOR EXPERIENCIA



FORTALECIENDO
EL TALENTO



LO QUE SOMOS EN
CLARO COLOMBIA



2. NUESTRA CULTURA SOSTENIBLE


NUESTRO INFORME
DE SOSTENIBILIDAD


NUESTRA CULTURA
SOSTENIBLE


NUESTRO ENFOQUE EN
EN MEDIO AMBIENTE


CONECTANDO A COLOMBIA
CON UNA MEJOR EXPERIENCIA


FORTALECIENDO
EL TALENTO


LO QUE SOMOS EN
CLARO COLOMBIA



CONTRIBUIR A LA CONSTRUCCIÓN DE UN MEJOR PAÍS

● GRI 2-1

En Claro Colombia reconocemos el potencial del sector de las telecomunicaciones en el desarrollo social y económico del país. Mediante la tecnología transformamos la vida de los colombianos: la educación mejora y se complementa con el acceso a la información en los municipios alejados de los centros urbanos; las oportunidades económicas se potencian en todas las áreas de la geografía del país, y la conexión con las redes de apoyo aumenta, generando efectos positivos en nuestro entorno.



Nuestra marca Claro Colombia es propiedad de Comunicación Celular S.A., Comcel S.A., una sociedad anónima colombiana privada, perteneciente al grupo empresarial América Móvil (AMX) S.A.B. de C.V., que es su sociedad matriz y beneficiaria final. **(GRI 2-1)**

2.1

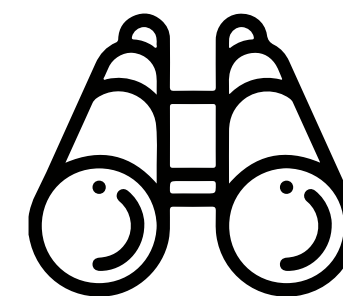


NUESTRA MISIÓN, VISION, PROPÓSITO SUPERIOR, VALORES Y PRINCIPIOS

● GRI 2-12

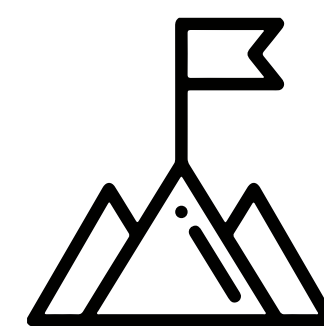
Desde la alta dirección construimos proyectos, iniciativas y actividades que nos permitan cumplir con nuestro Propósito Superior y avanzar hacia nuestra Visión, recordando en cada paso los Valores y Principios que tenemos como organización. **(GRI 2-12)**

MISIÓN

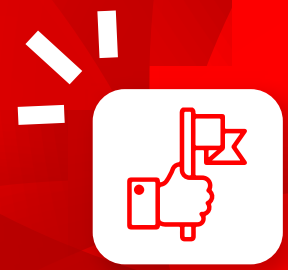


Proporcionamos el mejor servicio y experiencia al cliente a través de las más avanzadas soluciones de comunicación, tecnologías de la información y contenido digital para acercar a las personas, acelerar el desarrollo de la región y promover la igualdad de oportunidades entre las personas.

VISION

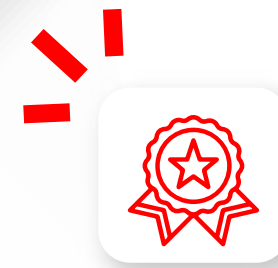


Consolidarnos como agentes de cambio brindando conectividad y servicios con tecnología de punta, manteniendo nuestro liderazgo en la industria de las telecomunicaciones y reforzando nuestro compromiso por hacer posible un mundo mejor.



PROPÓSITO SUPERIOR

“ **HACER POSIBLE UN MUNDO MEJOR.** ”



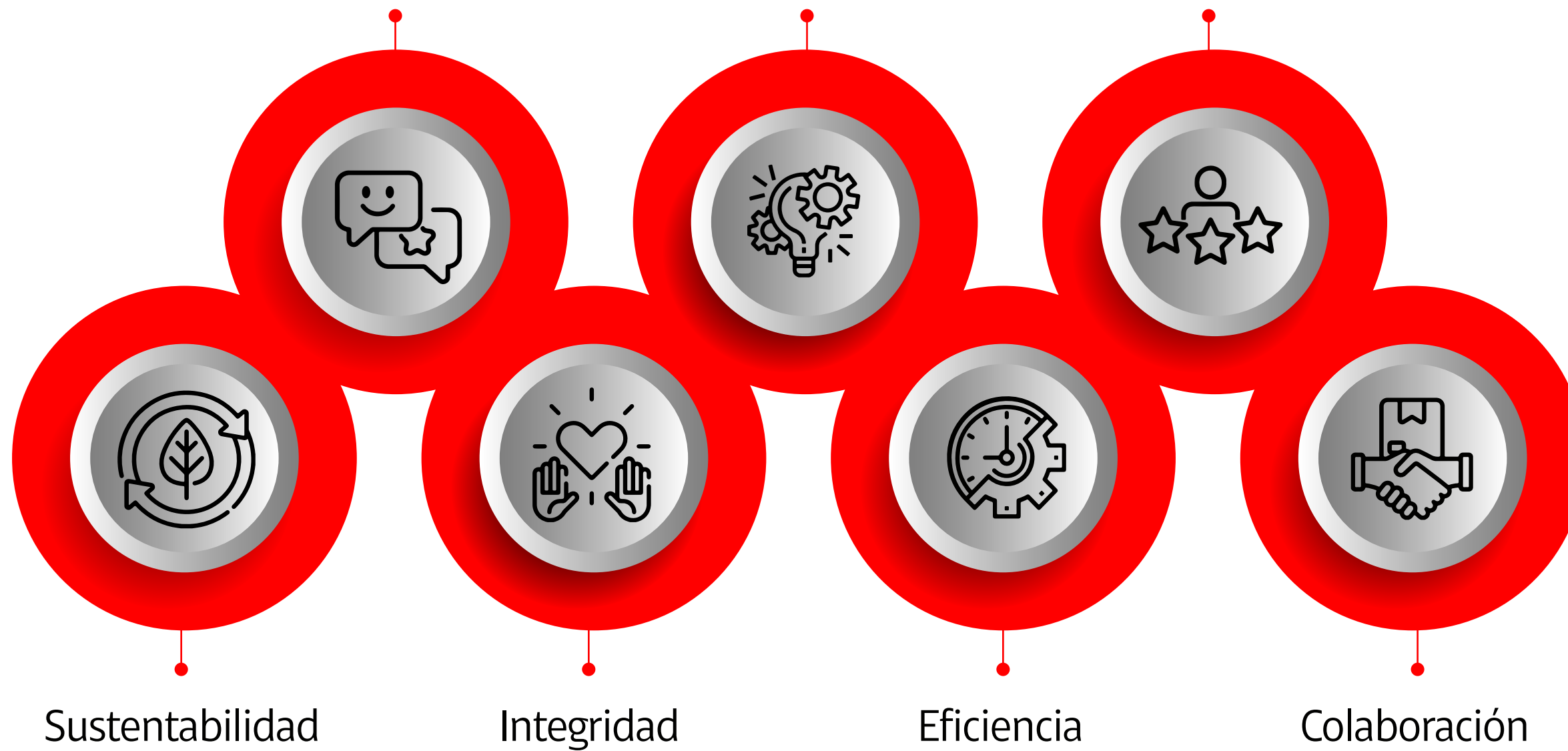
VALORES Y PRINCIPIOS

Los valores y principios son el vehículo para cumplir nuestro Propósito Superior.

Experiencia al cliente

Innovación

Desarrollo humano




NUESTRO INFORME
DE SOSTENIBILIDAD


NUESTRA CULTURA
SOSTENIBLE


NUESTRO ENFOQUE EN
EN MEDIO AMBIENTE

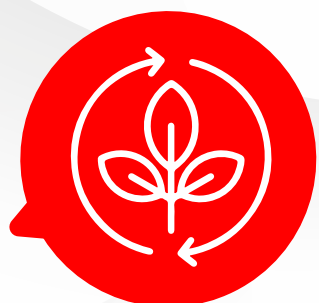

CONECTANDO A COLOMBIA
CON UNA MEJOR EXPERIENCIA


FORTALECIENDO
EL TALENTO


LO QUE SOMOS EN
CLARO COLOMBIA



2.2



NUESTRA GESTIÓN DE LA SOSTENIBILIDAD

● GRI 2-12, 2-14, 2-23

Convencidos del rol y la responsabilidad de la empresa frente al país, continuamos implementando la estrategia Claro por Colombia, que busca transformar vidas mediante la tecnología y las soluciones innovadoras. Tenemos la meta de reducir las brechas de la desigualdad mientras acercamos a todos los colombianos, a sus familias y amigos, a las oportunidades educativas, laborales y a un mundo de posibilidades para cumplir sus sueños.

Esta estrategia es dinámica y resiliente ante los cambios en la sociedad, pues en el transcurso de los años se ha logrado adaptar a las necesidades identificadas en nuestros grupos de interés. Trabajamos día a día para que Claro Colombia sea una empresa cada vez más sostenible e incluyente, que genere un impacto positivo y profundo en términos ambientales, sociales y económicos.



Sabemos que hay una necesidad global de generar acciones para preservar el planeta y promover el desarrollo de las comunidades, por lo cual nos hemos comprometido con que las iniciativas verdes y la mitigación del cambio climático permeen cada decisión, proyecto y actividad desarrollada. El máximo órgano de gobierno es el encargado de monitorear, analizar y proponer estrategias alineadas con el Propósito Superior, la Visión y los Valores de Claro Colombia. Así, identificamos acciones, proyectos e iniciativas concretas que nos permiten cumplir el plan estratégico en un entorno de trabajo positivo que busque el bienestar y desarrollo personal de todos los colaboradores. El compromiso de la organización es liderar con el ejemplo, ética y honestidad, empoderando y motivando a nuestro talento para trabajar con pasión y alineación, construyendo una cultura de comunicación, confianza, coherencia y colaboración, mientras brindamos soluciones y propuestas oportunas y sostenibles para nuestros grupos de interés.

La función del máximo órgano de gobierno es definir la ruta estratégica de la compañía, asegurando su ejecución y efectuando un seguimiento continuo para detectar y gestionar las desviaciones respecto a la planificación, a través del modelo de mejora continua (Gestiona). Este modelo incluye reuniones de resultados a nivel de gerencia media, alta y direcciones corporativas, donde se revisan los resultados de cara al futuro y se toman decisiones tendientes a cumplir con



los compromisos. Los comités internos de Sustentabilidad y de Energía y Emisiones son los encargados de revisar dichos aspectos, que son medulares para la empresa. De este modo, hemos cumplido con los objetivos planteados por la estrategia de sustentabilidad de América Móvil (AMX). **(GRI 2-12, 2-14)**

En todo este proceso de implementación de acciones estratégicas contamos con el respaldo del Código de Ética, que se encuentra alineado con buenas prácticas internacionales y la legislación laboral vigente. Este se materializa en diversas políticas sobre asuntos como Anticorrupción, Conflicto de Interés, Derechos Humanos, Donativos, Patrocinios, entre otros. De esta manera, podemos garantizar la alineación de las acciones propias y de nuestra cadena de valor con el Propósito Superior, Visión y Valores de Claro Colombia. **(GRI 2-23)**

2.3 NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS Y ASUNTOS MATERIALES

● GRI 2-28, 2-29, 3-1, 3-2

De acuerdo con la actualización del ejercicio de materialidad que llevamos a cabo en 2021, identificamos a nuestros grupos de interés priorizándolos bajo los siguientes criterios:

1

El nivel de importancia e impacto

2

Los canales de comunicación e instancias de relacionamiento

3

Los posibles efectos positivos y negativos de la actividad

4

Los planes de acción para su correcta priorización y mitigación

Tras este ejercicio, los grupos de interés definidos como prioritarios para nuestra operación fueron:



En esta actualización se usaron los principios definidos por GRI, que incluyen el contexto de sostenibilidad, la inclusión de los grupos de interés y la materialidad.

En este proceso revisamos cada uno de los temas con los grupos de interés, especialmente usuarios, colaboradores, proveedores, distribuidores y aliados, y pudimos identificar aquellos asuntos que generan mayor preocupación o impacto. Este análisis se hizo mediante encuestas, que posteriormente fueron analizadas por el equipo de Claro por Colombia para la priorización de 12 temas materiales definidos en el contexto de sostenibilidad.


NUESTRO INFORME
DE SOSTENIBILIDAD


NUESTRA CULTURA
SOSTENIBLE


NUESTRO ENFOQUE EN
EN MEDIO AMBIENTE


CONECTANDO A COLOMBIA
CON UNA MEJOR EXPERIENCIA

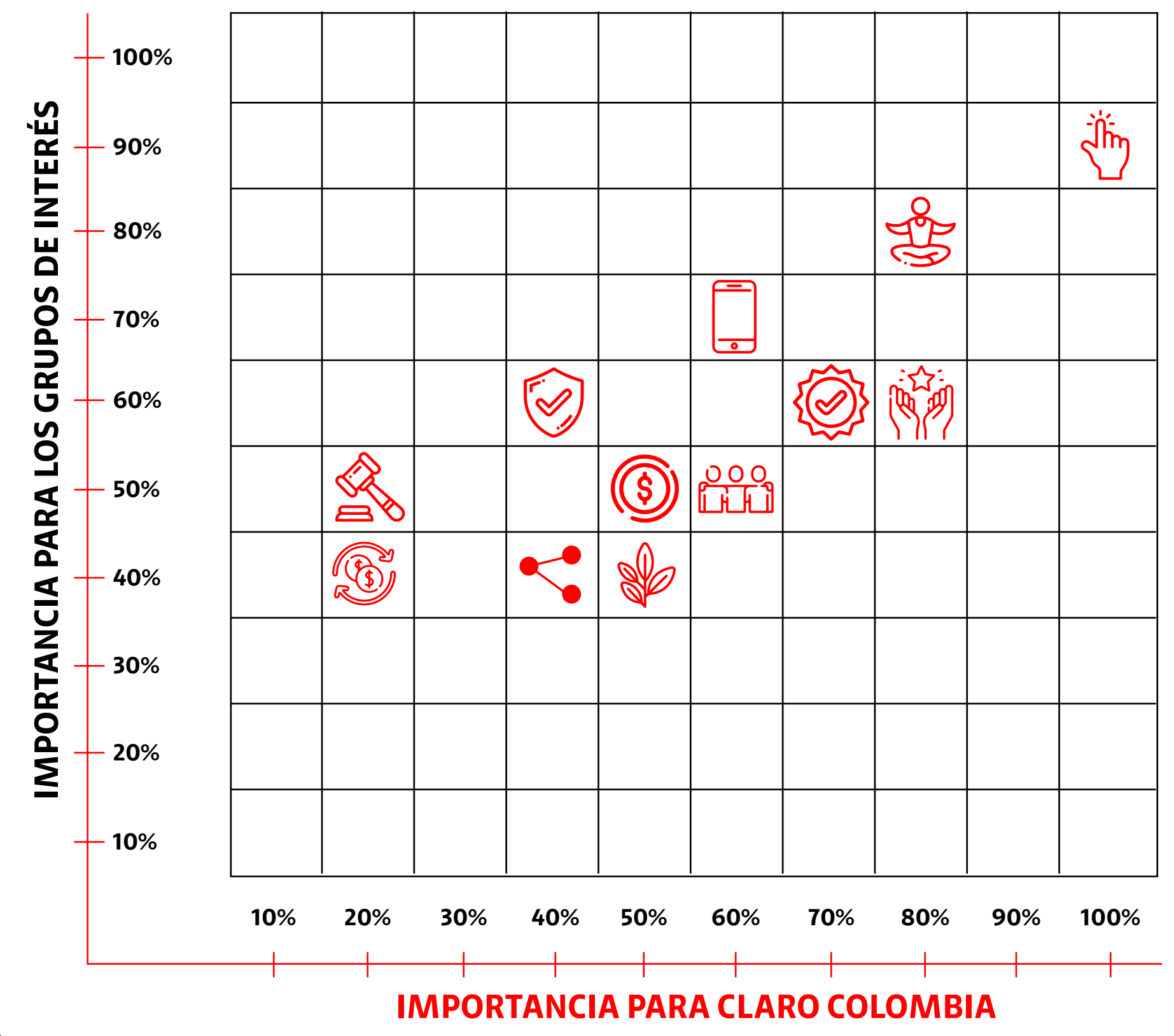

FORTALECIENDO
EL TALENTO











LO QUE SOMOS EN
CLARO COLOMBIA



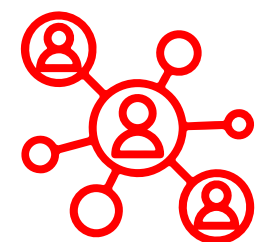
GRUPO DE INTERÉS	COLABORADORES	USUARIOS	PROVEEDORES, DISTRIBUIDORES Y ALIADOS	PONDERACIÓN GRUPOS DE INTERÉS	PONDERACIÓN EMPRESA
SALUD Y BIENESTAR	9,52	8,81	8,52	74,6%	74,3%
EXPERIENCIA AL USUARIO	9,29	6,54	8,57	67,8%	92,4%
INNOVACIÓN Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL	6,79	6,94	7	57,6%	75,8%
TECNOLOGÍA, CONECTIVIDAD Y COBERTURA	7,98	4,74	7,92	57,3%	54,6%
GOBIERNO CORPORATIVO	7,98	4,74	7,92	57,4%	28%
CARBONO NEUTRAL Y CAMBIO CLIMÁTICO	5,18	8,28	5,13	51,6%	43,9%
SEGURIDAD Y CONFIABILIDAD DE LA INFORMACIÓN	5,12	7,36	5,9	51,1%	41,7%
RENTABILIDAD Y COMPETITIVIDAD	6,34	5,17	6,32	49,5%	47%
EQUIDAD, INCLUSIÓN Y DIVERSIDAD	5,58	4,81	5,74	44,8%	53%
ECONOMÍA CIRCULAR	5	5,05	5,17	42,3%	28,8%
REDUCCIÓN DE LA BRECHA DIGITAL	4,8	4,98	5,27	41,8%	43,2%
CADENA DE VALOR	7,07	6,89	7,64	60.0%	67,4%

Los datos reflejaron que los principales impactos en los que debemos centrar nuestros esfuerzos en cuestión de sostenibilidad, para generar valor en los próximos años, se enmarcan en los siguientes asuntos materiales. **(GRI 3-1, 3-2)**



-  EXPERIENCIA AL USUARIO
-  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

(GRI 3-1, 3-2)



2.3.1. CONTACTO CON NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS

Con el ánimo de tener una comunicación fluida y transparente con cada uno de estos grupos de interés, el Comité Ejecutivo ha delegado a ciertas áreas para liderar la respectiva interacción:

1

Las áreas encargadas de interactuar con los usuarios son las Unidades de Negocio. Los canales de atención y autoatención disponibles para la interacción son estudios, encuestas de satisfacción y Net Promoter Score (NPS), y el estudio de reputación.

2

El relacionamiento con los accionistas e inversionistas es realizado por la Dirección Corporativa Financiera y los canales disponibles son la Oficina de Atención al Inversionista, el estudio de reputación y la Asamblea.

3

Para gestionar las comunicaciones y la relación con los distribuidores, proveedores y aliados, el área encargada es la Dirección Corporativa Financiera y los canales disponibles son la encuesta de proveedores, distribuidores y aliados y la encuesta de NPS, respectivamente.

4

La interacción con el grupo de colaboradores es administrada por la Dirección Corporativa de Gestión Humana. En este caso, los canales disponibles de atención son los de diálogo interno, la encuesta de clima laboral, la encuesta de NPS, la encuesta de RADAR y cultura organizacional.

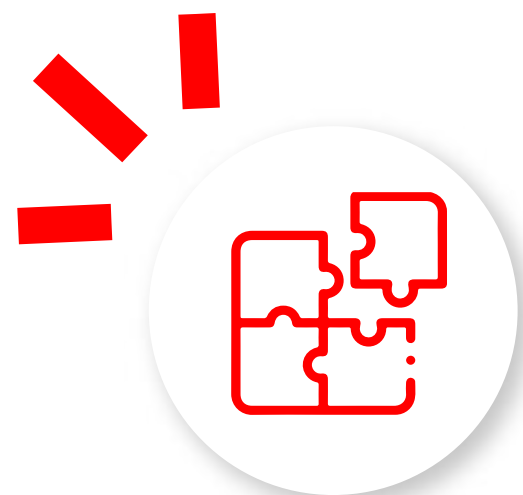
5

El relacionamiento con los entes de control, entidades estatales y gubernamentales está a cargo de la Dirección Jurídica y de Sostenibilidad. En este caso el canal de comunicación es la conversación directa.

6

Las interacciones con la comunidad en general están bajo la responsabilidad de la Dirección Jurídica y de Sostenibilidad. Para este grupo de interés, el canal de comunicación es el estudio de reputación y estudio de marca. **(GRI 2-29)**

Con el ánimo de comunicar buenas prácticas de la organización, avances y retos identificados a todos los grupos de interés, participamos regularmente en espacios de difusión e intercambio de buenas prácticas. En noviembre de 2023 participamos en la XIII edición del Mega Congreso Nacional de Sostenibilidad de la Corporación Fenalco Solidario. En este espacio se reunieron más de 700 participantes que incluían líderes del gobierno nacional y de empresas con el objetivo de abordar los desafíos y oportunidades fundamentales para construir un futuro sostenible en el país. En este sentido, participamos en un panel de casos de éxito alrededor de la economía circular y regenerativa con organizaciones del sector de alimentos y bebidas, construcción, telecomunicaciones y servicios. Además, fuimos reconocidos con el premio Empresa Comprometida con la Economía Circular.



2.3.2. ORGANISMOS DE LOS QUE FORMAMOS PARTE

Para mantener el relacionamiento con otros grupos de interés, interactuar con entidades gubernamentales, pares del mercado nacional e internacional, y dialogar sobre asuntos de interés e importancia para la empresa. Claro Colombia participa en asociaciones como:



Asociación Nacional de
Empresarios de Colombia (ANDI)



Asociación de la Industria Móvil de
Colombia (Asomóvil)



Cámara Colombiana de Informática y
Telecomunicaciones (CCIT)



Cámara de la Diversidad



Asociación Nacional de Empresas de
Servicios Públicos y Comunicaciones
de Colombia (ANDESCO)



Gremio Colombiano de la
Experiencia al Cliente



Cámara Colombiana de Comercio
Electrónico (CCCE)



Asociación Interamericana de Empresas
de Telecomunicaciones (ASIET)



GSMA Latin America

(GRI 2-28)

2.4



CLARO POR COLOMBIA ES ¡TECNOLOGÍA QUE TRANSFORMA VIDAS!

- *GRI 3-3 Reducción de la brecha digital*
GRI 413-1

Estamos comprometidos con el reconocimiento de la diversidad para fomentar la equidad y la inclusión en el país, mientras contribuimos a la construcción de un futuro más próspero y prometedor mediante la tecnología. En este sentido, y alineados con los objetivos de sostenibilidad establecidos por nuestra casa matriz, América Móvil (AMX), abordamos con determinación el cierre de la brecha digital, como una prioridad fundamental para Claro Colombia.



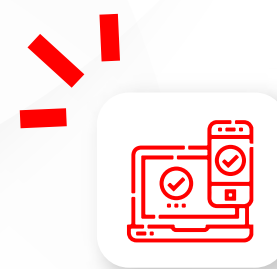
La estrategia de sostenibilidad "Claro por Colombia" es la manifestación tangible de nuestro compromiso con el cierre de la brecha digital. Nos esforzamos por asegurar que cada rincón del país, incluso aquellos situados en las zonas rurales más remotas y vulnerables, se beneficien de nuestras iniciativas. Nos centramos en cuatro pilares fundamentales: ampliar la cobertura, garantizar el acceso, fomentar la adopción digital y ser carbono neutro a 2050. De esta manera, buscamos impactar positivamente la vida de todos los colombianos.



COBERTURA

TRAVESÍA CLARO POR COLOMBIA: Conectamos localidades rurales mediante tecnología internet móvil 4G, generando oportunidades para impulsar los negocios y emprendimientos tradicionales, con el fin de que puedan convertirse en comercios digitales.

Hasta hoy hemos conectado más de **727 localidades.**



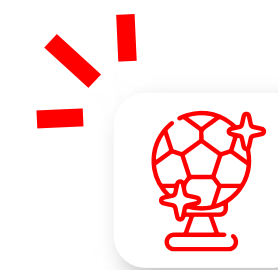
ACCESO

ESCUELAS CONECTADAS: Entregamos Internet gratuito a las salas de tecnología de instituciones educativas en el país, ampliando las oportunidades de acceso de los estudiantes a nuevas tecnologías.

Mediante esta iniciativa hemos logrado conectar a cerca de **300 mil estudiantes** de **202 instituciones.**

SALAS DE TECNOLOGÍA CLARO POR COLOMBIA: Proveemos computadores e Internet gratuito a organizaciones sociales, con el propósito de contribuir al cierre de brechas, promoviendo el acceso a herramientas virtuales y gratuitas para el fortalecimiento de capacidades. Actualmente contamos con 10 salas en Bogotá, Soacha, Montería, Barichara, Cali y Cartagena.

Por medio de estas, más de **7.200 personas** han resultado favorecidas.



ADOPCIÓN DIGITAL

COPA CLARO POR COLOMBIA: La metodología de Fútbol por la Paz, de la Fundación Fútbol con Corazón, nos permite fortalecer las habilidades para la vida de los participantes, promover la equidad de género y valores como el respeto, solidaridad, tolerancia, honestidad, responsabilidad, justicia e igualdad a través del deporte.

Transformamos las vidas de más de **2.800 niñas, niños y adolescentes** con la tecnología, la educación y el deporte.

NUESTRO INFORME DE SOSTENIBILIDAD

NUESTRA CULTURA SOSTENIBLE

NUESTRO ENFOQUE EN EN MEDIO AMBIENTE

CONECTANDO A COLOMBIA CON UNA MEJOR EXPERIENCIA

FORTALECIENDO EL TALENTO

LO QUE SOMOS EN CLARO COLOMBIA



RESULTADOS 2023



10 DEPARTAMENTOS:

Bolívar, Atlántico, la Guajira, Chocó, Cauca, Meta, Risaralda, Antioquia, Norte de Santander, Tolima.



73 COMUNIDADES VULNERABLES



8 MUNICIPIOS ZOMAC



2.816 PARTICIPANTES



1.792 NIÑOS



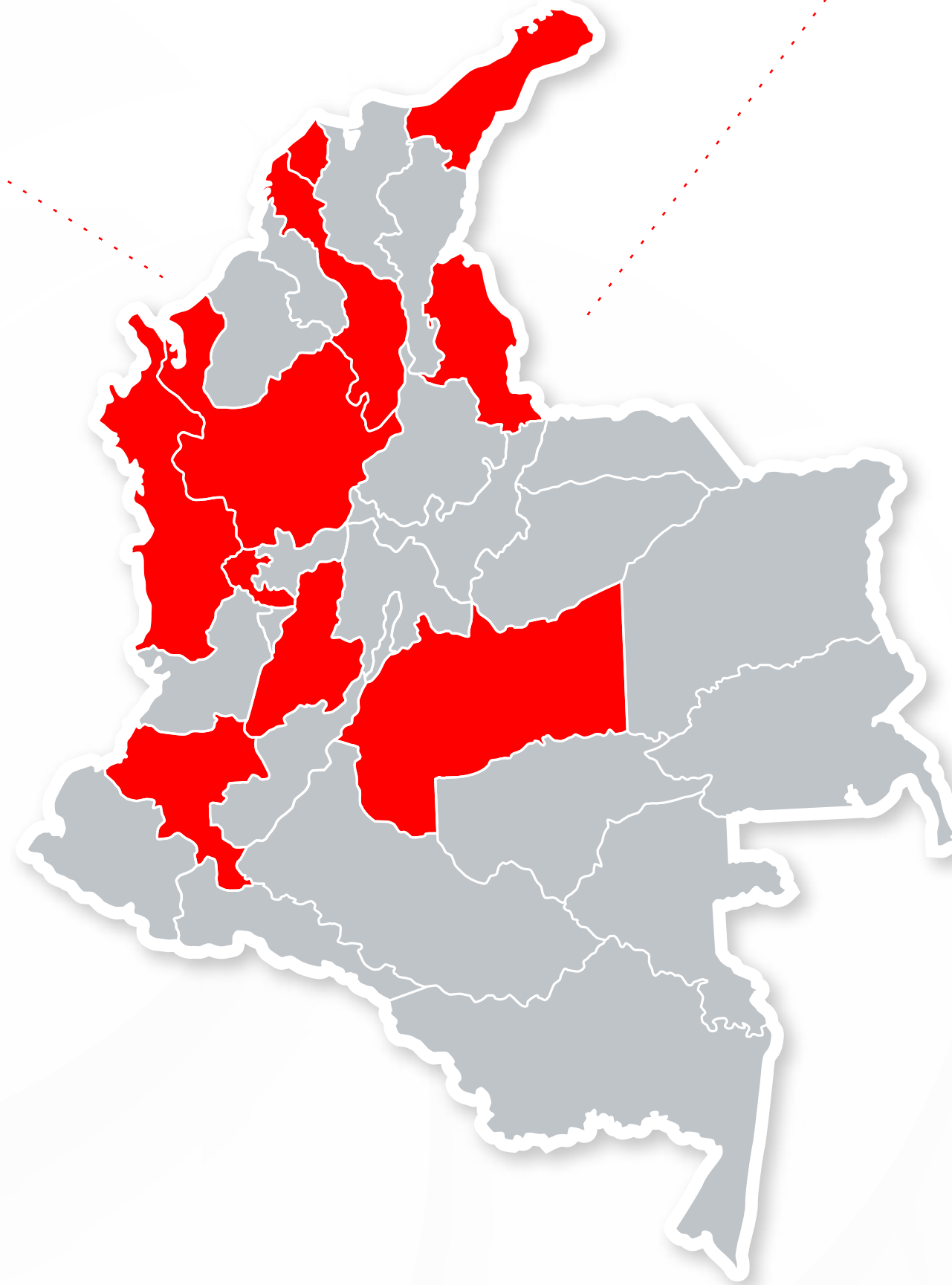
1.024 NIÑAS



220 PARTICIPANTES de Comunidades Indígenas



8 JORNADAS DE ALFABETIZACIÓN DIGITAL



MÁS DE 900 PARTICIPANTES DE Comunidades Afrodescendientes



256 EQUIPOS



220 PARTICIPANTES en la final nacional en Cartagena



MÁS DE 1.000 CURSOS realizados por los participantes en nuestras plataformas



Todos los participantes impactados con la metodología **de juego limpio para la prevención del consumo de alcohol.**



Articulación con la Policía Nacional de Colombia de infancia y adolescencia **para la prevención de riesgos para los niños, niñas y adolescentes.**

PLATAFORMAS GRATUITAS Y DIGITALES

Democratizamos y recomendamos el acceso a contenidos educativos con el fin de que comunidades vulnerables puedan formarse, capacitarse y robustecer su perfil laboral (educación inicial, temas específicos, desarrollo de habilidades digitales, cursos complementarios o diplomados).



PruébaT

PRUÉBAT: Por medio del juego se aprende y se fortalecen conocimientos en matemáticas, ciencias, lenguaje, lógica y lectura. Dirigida a estudiantes de educación básica y educadores. Los educadores además tienen la posibilidad de crear grupos de estudio y asignar retos o actividades a todos los miembros de su comunidad educativa.

 **1.024.876**
USUARIOS

Capacítate para el empleo

CAPACÍTATE PARA EL EMPLEO: Incluye más de 500 cursos de formación complementaria en distintos sectores de la economía que van desde la agricultura hasta la inteligencia artificial, sin requisitos de formación previa, orientada al fortalecimiento de habilidades y conocimientos para el empleo y el emprendimiento. Generamos oportunidades de aprendizaje y desarrollo de habilidades digitales y habilidades blandas.

 **952.797**
USUARIOS

A

APRENDE.ORG: Incluye cursos y actividades de educación para todas las edades, con contenidos en áreas como matemáticas, ciencias, lenguaje y autocuidado.

 **183.950**
USUARIOS

RED DE VOLUNTARIOS CLARO

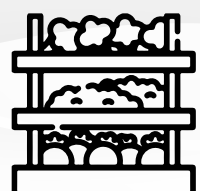
Efectuamos alianzas con organizaciones sociales, públicas y privadas para sumarnos a distintas iniciativas que generen impactos positivos en las comunidades y en el medio ambiente. Más de 650 colaboradores y familiares han participado de las actividades presenciales y virtuales que realizamos todos los meses.



Siembra de árboles y reforestación: **300 árboles fueron sembrados en 2023**



50 Jornadas de alfabetización digital para beneficiarios de fundaciones aliadas



Siembra de Huertas Comunitarias



Adecuación y recuperación de parques comunitarios



Empaque y alistamiento de más de **2 mil mercados con el Banco de Alimentos de Bogotá**

Además, durante 2023 pudimos evidenciar que 46% de las personas perciben que Claro es una empresa que ayuda al desarrollo del país y se preocupa por el bienestar de los colombianos, por lo cual nuestros principales logros estuvieron enmarcados en el impacto positivo que tuvo la reputación de la marca.



Durante 2023 hicimos evaluaciones a nuestras iniciativas Escuelas Conectadas y Ruta de Inclusión Laboral y Social de Población Vulnerable, con el ánimo de continuar profundizando su pertinencia e impacto.

ESCUELAS CONECTADAS

IMPACTO

Incremento de ciudadanos que contarán con un plan a futuro con base en sus pasiones y contarán con mejores habilidades y oportunidades para acceder a educación superior

RESULTADOS MEDIANO PLAZO

Mejora la participación de actividades nuevas por encontrar nuevos intereses

Aumenta la necesidad de enseñar análisis crítico para discernir información

Aumenta la necesidad de enseñar habilidades de manejo de tiempo, organización, etc.

Mejora el proceso de aprendizaje

Mejora el desempeño de los estudiantes

Mejora la participación e involucramiento en clases

Aumenta el número de estudiantes que toman decisiones a partir de un criterio informado

PRODUCTOS

Aumenta el número de escuelas urbanas y rurales con conexión al internet

Aumenta el número de escuelas urbanas y rurales con equipos de computo

Aumenta el número de docentes capacitados en el uso de la tecnología en el proceso educativo

Aumenta el número de estudiantes con acceso a la tecnología en el proceso educativo

ACTIVIDADES

Instalación de fibra óptica y puntos de conexión al internet

Instalación de equipos de computo en salas de tecnología

Aumenta el número de docentes capacitados en el uso de la tecnología en el proceso educativo

Aumenta el número de estudiantes con acceso a la tecnología en el proceso educativo

INTERVENCIÓN: INICIATIVA DE ESCUELAS CONECTADAS

SITUACIÓN

Brecha digital que afecta a los estudiantes de zonas urbanas y rurales **El 70% de colegios rurales no tienen acceso a internet.** La falta de acceso a tecnología tiene efectos en la calidad de la educación, motivación de los estudiantes, desempeño, entre otros.



Considerando la envergadura y la repercusión de esta iniciativa, se hizo una evaluación de impacto con una muestra de los estudiantes de todos los territorios que obtuvieron este beneficio y que llevan al menos seis meses participando. Algunos de los resultados obtenidos son:

35% de los estudiantes indicaron que **experimentaron un cambio positivo en su vida** al tener mayor acceso a la información.

19% manifestaron que hubo **mejoras en sus procesos de aprendizaje**.

16% expusieron un **efecto positivo** en la ampliación de sus conocimientos.

Más de 70% de los entrevistados expresaron que **antes del Internet las clases eran limitadas** y regulares.

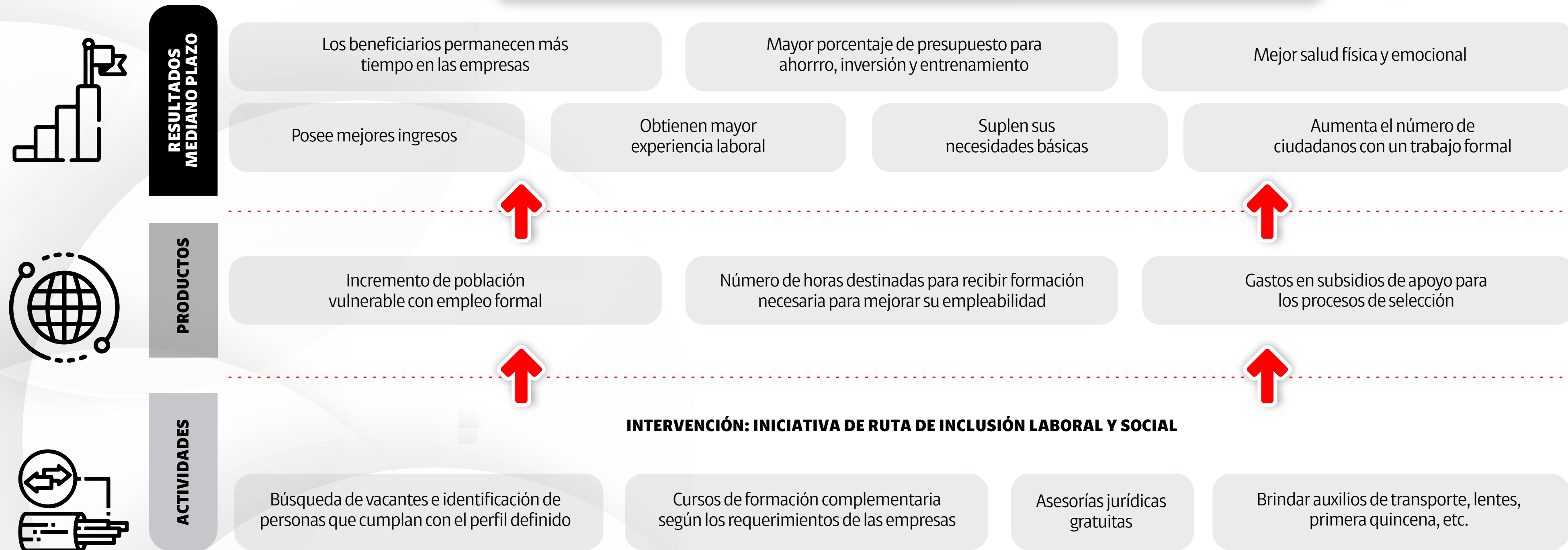
En esta evaluación, los encuestados resaltaron que tener acceso a información contribuye a la generación de conocimiento de mayor calidad y a resolver las dudas de una manera más ágil en los procesos educativos. De igual modo, experimentaron un incremento en el interés y en la participación en las clases, lo que trajo como consecuencia mejores resultados en su desarrollo personal y educativo. Mediante Escuelas Conectadas hemos llegado a niños, niñas y adolescentes, población migrante, estudiantes que tienen discapacidad y víctimas del conflicto armado o desplazamiento.



RUTA DE INCLUSIÓN LABORAL Y SOCIAL

IMPACTO

Incremento de ciudadanos que han cumplido sus metas personales / financieras y tienen mejores condiciones de vida para ellos y sus familias, brindando mejores oportunidades para generaciones futuras.



SITUACIÓN

Difícil acceso a oportunidades laborales que afecta a mujeres cabeza de hogar víctimas del conflicto, jóvenes y población migrante: retornada o binacionales.
El 55% de la población de Colombia está en condiciones de informalidad.
 La informalidad tiene efectos en el acceso a servicios básicos como la educación, salud y vivienda en Colombia





Con esta iniciativa, Claro por Colombia promueve el empleo inclusivo de personas que están en condición de vulnerabilidad como mujeres, madres cabeza de familia, jóvenes, víctimas del conflicto armado, migrantes, entre otros. Casi 600 personas en 2023 y 1.379 desde 2019 han sido contratadas en empleos formales en ciudades como Barranquilla, Bogotá, Medellín, Rionegro, Río Sucio, Cali y Soacha.

Para evaluar el impacto del acompañamiento a la población que se halla en condición de vulnerabilidad, entrevistamos una muestra de beneficiarios (50% de población de acogida –colombianos– y 50% de población migrante). Algunos de los resultados fueron:

60% de los entrevistados manifestaron ser el sustento económico de su núcleo familiar.

37% de los beneficiarios respondieron que gracias a haber participado en la Ruta de Inclusión Laboral y Social para Población Vulnerable, de Claro por Colombia, ahora pueden brindar mejores oportunidades a sus familias en términos de educación, salud, etc.

Los entrevistados manifestaron que, previamente a su vinculación laboral, dedicaban la mayor parte de su tiempo a la búsqueda de empleo, al entretenimiento o a la informalidad, y que destinaban la mayor parte de sus ingresos al pago de estudios, deudas o a sus proyectos informales.

Los participantes en la entrevista manifestaron que se sienten más tranquilos frente a su futuro y el de su familia, ya que, debido a su vinculación laboral, estabilidad y mejores ingresos, ven posibilidades de ahorrar, invertir y participar más en actividades de entretenimiento.



Los beneficiarios reconocieron que la experiencia laboral ayuda a mejorar competencias, aprender otros asuntos y a robustecer la hoja de vida.

Los entrevistados afirmaron que sienten que ha mejorado su salud física y mental, así como las condiciones de su vivienda y alimentación.

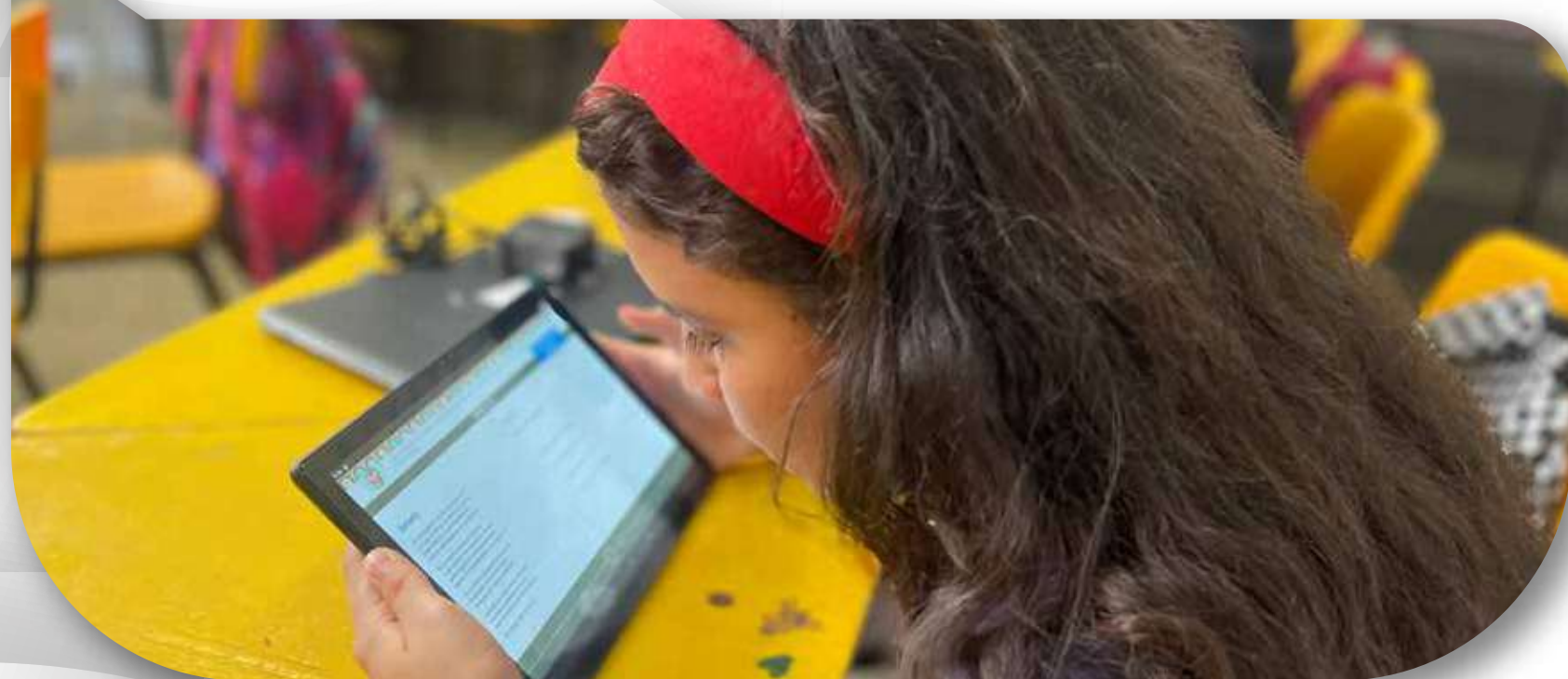
25% del grupo beneficiario respondieron que gracias a haber participado en la Ruta de Inclusión Laboral y Social para Población Vulnerable podrán alcanzar su realización personal (crecimiento profesional, jubilación, etc.)

A través de estas iniciativas de alto impacto, que van dirigidas a cerrar brechas en el país y a brindar más oportunidades, Claro por Colombia demuestra su compromiso con la equidad y la inclusión en el país y su capacidad de generar transformaciones profundas y duraderas en la sociedad. **(GRI 413-1) (GRI 3-3)**

2.5



NUESTRO APORTE A LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



EDUCACIÓN DE CALIDAD

META

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

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

LOGRO

Logros: Más de 2,1 millones se registraron en las plataformas digitales PruebaT y Aprende.org.

- Un total de 183.950 usuarios de Colombia se registraron en Aprende.org
- Un total de 1.024.876 usuarios de Colombia interactuaron con PruebaT (<https://pruebat.org/>).

Logros: Más de 952.000 usuarios se registraron en Capacítate para el Empleo.

- En promedio, estos usuarios realizaron 3,3 cursos en el año.



IGUALDAD DE GÉNERO

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

Logros: Adherimos a la iniciativa de los Principios para el Empoderamiento de las Mujeres (WEPs, por sus siglas en inglés) y la Cámara de la Diversidad.

- Hicimos una encuesta de caracterización y diagnóstico en diversidad, equidad e inclusión, profundizando nuestro compromiso con generar iniciativas pertinentes y efectivas para promover la equidad.
- Recibimos el reconocimiento de la Alcaldía de Bogotá por nuestro rol dinamizador y compromiso con el empleo inclusivo.

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.

Logros: Seguimos trabajando con la Red de Voluntarios Claro en la alfabetización digital y la transferencia de capacidades para el empoderamiento de niñas y adolescentes.

- 183.950 usuarios colombianos interactuaron con Aprende.org.
- 1.024.876 usuarios de Colombia hicieron uso de PruébaT.
- 952.797 usuarios del país accedieron a Capacítate para el Empleo.
- Más de 2,1 millones de personas en el país accedieron a miles de contenidos de formación, a través de nuestras plataformas virtuales y gratuitas: Aprende.org, PruébaT y Capacítate para el Empleo.



ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE

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

Logros: En 2023, alrededor de 80% de la energía (comercial y autogenerada) consumida por la operación fue limpia y de carácter renovable. Para alcanzar este resultado, la compañía incrementó el uso de energías limpias en 24% con relación al año anterior, y continuó con la ejecución de proyectos de eficiencia energética y sistemas híbridos con paneles solares para disminuir el uso de combustibles en el funcionamiento de las estaciones base localizadas en zonas apartadas y rurales donde no se cuenta con energía comercial.



TRABAJO DECENTE Y DESARROLLO ECONÓMICO

META

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

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

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

LOGRO

Logros: Además del aporte permanente de soluciones digitales innovadoras para la transformación social y tecnológica de Colombia, diversificamos nuestro portafolio de servicios y productos y creamos la Dirección Corporativa de Producto e Innovación para desarrollar nuevos segmentos que aumenten los ingresos, reduzcan gastos y contribuyan a mejorar nuestros procesos y el NPS.

- Continuamos comprometidos con brindar el mejor servicio con la última tecnología, por eso participamos en la subasta 5G asegurando 80 MHz en la banda de 3.5 GHz para brindar otro mundo de oportunidades digitales al país.

Logros: Gracias a la Ruta de Inclusión Laboral y Social para Población Vulnerable 1.379 personas han sido contratadas en empresas aliadas y proveedoras para desempeñar los roles de consultores en call centers y tropas en las ciudades de Bogotá, Barranquilla, Medellín, Rionegro, Riosucio, Cali y Soacha.

- A través de esta iniciativa multiactor, nuestro esquema de empleo inclusivo ha permitido identificar, formar, seleccionar, contratar y hacer seguimiento posvinculación laboral a personas que se hallaban en condición de vulnerabilidad (mujeres, madres cabeza de familia, jóvenes, víctimas de violencia, migrantes, retornados y binacionales).

Logros: Seguimos con nuestro programa de prácticas Generación XXI, que se enfoca en el aporte de estudiantes universitarios a los proyectos estratégicos de la compañía con aspectos de innovación, cultura digital, agilidad organizacional, experiencia al usuario, entre otros, y en el crecimiento profesional de los participantes. En 2023, 101 participantes pertenecieron al programa y son más de 400 desde su creación.



INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA

META

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

LOGRO

Logros: A lo largo de este año seguimos trabajando por nuestro compromiso de llegar con tecnología, conectividad e Internet a las poblaciones más apartadas de Colombia para cerrar la brecha digital. Con Travesía Claro por Colombia, conectamos más de 727 localidades rurales mediante tecnología 4G.

- Por medio de la iniciativa Escuelas Conectadas, que busca fortalecer la calidad educativa de los estudiantes de las zonas más alejadas del país mediante la conexión a Internet gratuito de una institución diferente cada semana, hemos llegado a 202 escuelas, que representan casi 300.000 estudiantes beneficiados. Quibdó, El Remanso (Guainía) y Carmen de Viboral son solo algunos de los 77 municipios en los que estamos presentes.



REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES

META

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.

LOGRO

Logros: Nos hemos esforzado por lograr la inclusión de personas en condición de discapacidad intelectual en nuestra operación, desempeñando el rol de anfitrión en los Centros de Atención y Ventas en todo Colombia. Así mismo, mediante la Ruta de Inclusión Laboral y Social para Población Vulnerable generamos oportunidades de vinculación a empleo formal de jóvenes, víctimas del conflicto, madres cabeza de familia, población migrante, retornada y binacional.



PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLE

META

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

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

LOGRO

Logros: Gracias a iniciativas de economía circular y logística inversa, evitamos en nuestra cadena de valor el consumo de más de 1.054.000 Megalitros de agua, equivalentes a 422 piscinas olímpicas.

Logros: Producto del esquema de economía circular y logística inversa, en 2023 logramos:

- 5.219.823 equipos recuperados.
- 71.911 toneladas emisiones de CO₂ evitadas.
- 1.054 toneladas evitadas de Residuos de Aparatos Eléctricos y Electrónicos RAEE.
- 527 toneladas de plástico reutilizado.



ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS

META

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.

LOGRO

Logros: Continuamos avanzando con nuestro propósito de hacer posible una Colombia mejor y transformar la vida de los colombianos a través de la tecnología. Por eso creemos en la potencia de las alianzas para maximizar el impacto de nuestras iniciativas.

- Durante 2023 nuestros resultados fueron posibles también gracias a las alianzas estratégicas con el Programa de Desarrollo de las Naciones Unidas (PNUD), USAID, Cuso International, la ANDI y su Fundación, Colsubsidio, las Agencias de Empleo y Emprendimiento de Compensar, CONFAMA, las Fundaciones de Bavaria, a la Rueda Rueda, Escuela Taller Barichara, Fútbol con Corazón, BBVA, Fundalectura, Bancamía, RECA

Colombia, la Secretaría de Desarrollo Económico de Bogotá, Bancoldex, Innpulsa, entre otras entidades públicas y privadas, así como con organizaciones sociales y agentes de cooperación internacional. En la Red de Voluntarios Claro Colombia nos unimos con organizaciones como la Fundación Inspiring Girls, la Fundación Solidaridad por Colombia, el Banco de Alimentos de Bogotá, movimiento juvenil YMCA, la Corporación Ambiental Empresarial CAEM, Laudes Infantis, Fundación Carvajal, Talleres Esperanza, Transmilenio y espacios con los estudiantes de las Escuelas Conectadas, entre muchas más, para sumarnos a diversas propuestas que generen impactos positivos.

2.6 **CONTRIBUCIÓN A LA ESTRATEGIA SUSTENTABILIDAD INTELIGENTE**

- *(Smart Sustainability) y a los objetivos de sustentabilidad de América Móvil AMX*

Seguimos robusteciendo nuestra estrategia de sostenibilidad a partir de la de Sustentabilidad Inteligente del holding corporativo América Móvil (AMX). Para esto la compañía trabaja de manera articulada en cuatro dimensiones: ambiental, laboral, social y gobierno corporativo, con el fin de implementar iniciativas innovadoras que contribuyan al cumplimiento de los objetivos a 2030 y 2050. Con el liderazgo de Claro por Colombia, la operación logró un cumplimiento sobresaliente de los objetivos corporativos. En cuanto al objetivo táctico interno que consiste en asegurar la sostenibilidad de la compañía, generando valor para los grupos de interés, desde nuestro propósito como negocio, se obtuvieron avances que se detallan a continuación:



NUESTRO INFORME DE SOSTENIBILIDAD

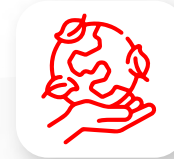
NUESTRA CULTURA SOSTENIBLE

NUESTRO ENFOQUE EN EN MEDIO AMBIENTE

CONECTANDO A COLOMBIA CON UNA MEJOR EXPERIENCIA

FORTALECIENDO EL TALENTO

LO QUE SOMOS EN CLARO COLOMBIA



OBJETIVO AMBIENTAL

50% de energía limpia y compromiso de optimizar las operaciones para minimizar consumo para 2030.



Reducción de 52% de nuestras emisiones de carbono por consumo de electricidad, refrigerantes y combustibles para 2030.



OBJETIVO LABORAL



Fatalidades por accidentes de trabajo, Trabajadores y Contratistas.



Evaluación desempeño colaboradores



Resultado global de clima laboral y participación - GPTW



Certificación ISO 45001 e ISO 14001



Evaluar a 100% de nuestros gerentes y subdirectores mediante evaluaciones 360° cada 3 años



OBJETIVO SOCIAL

20% de incremento en usuarios en las diferentes plataformas de educación del Grupo, manteniendo el promedio de cursos por usuario de 2,5




NUESTRO INFORME
DE SOSTENIBILIDAD


NUESTRA CULTURA
SOSTENIBLE


NUESTRO ENFOQUE EN
EN MEDIO AMBIENTE


CONECTANDO A COLOMBIA
CON UNA MEJOR EXPERIENCIA


FORTALECIENDO
EL TALENTO


LO QUE SOMOS EN
CLARO COLOMBIA



OBJETIVO GOBIERNO CORPORATIVO

Incremento consistente en NPS vs. año anterior.

NPS: Net Promoter Score

Compañía

	Sep	Oct	Nov	Dic	TM	
Nov	13,70%	16,52%	13,86%		14,69%	↓
Dic		16,52%	13,86%	15,99%	15,46%	↑

Claro!


NUESTRO INFORME
DE SOSTENIBILIDAD


NUESTRA CULTURA
SOSTENIBLE


NUESTRO ENFOQUE EN
EN MEDIO AMBIENTE


CONECTANDO A COLOMBIA
CON UNA MEJOR EXPERIENCIA


FORTALECIENDO
EL TALENTO


LO QUE SOMOS EN
CLARO COLOMBIA



100% de proveedores alineados a un nuevo Código de Proveedores corporativo – Política de Integralidad Comercial



100% de nuestros proveedores Tier 1 evaluados en sustentabilidad



100% de proveedores y distribuidores locales capacitados (Anticorrupción meta 2023 80%)



Reporte de Peticiones judiciales contestadas cumpliendo el procedimiento interno establecido



Revisar 21 bases de datos personales registradas por COMCEL en el RNBD y verificar su composición y medidas de seguridad para garantizar el cumplimiento de la regulación.



Reporte de PQRs relacionados con tratamiento de datos personales



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



Cero suspensiones de servicio y cero fugas de datos personales por incidentes de ciberseguridad al año.



100% de nuestras subsidiarias certificadas en ISO27001 en 2025



NUESTRO INFORME
DE SOSTENIBILIDAD



NUESTRA CULTURA
SOSTENIBLE



NUESTRO ENFOQUE EN
EN MEDIO AMBIENTE



CONECTANDO A COLOMBIA
CON UNA MEJOR EXPERIENCIA



FORTALECIENDO
EL TALENTO



LO QUE SOMOS EN
CLARO COLOMBIA



3. NUESTRO ENFOQUE EN EL MEDIO AMBIENTE



NUESTRO INFORME
DE SOSTENIBILIDAD



NUESTRA CULTURA
SOSTENIBLE



NUESTRO ENFOQUE EN
EN MEDIO AMBIENTE



CONECTANDO A COLOMBIA
CON UNA MEJOR EXPERIENCIA



FORTALECIENDO
EL TALENTO



LO QUE SOMOS EN
CLARO COLOMBIA



CONSTRUYENDO UN MEJOR FUTURO

Estamos convencidos de la necesidad y el apremio de apostarle a un modelo de negocio más sostenible que permita el consumo responsable de recursos; reducir la contaminación; impulsar la economía circular; capacitar a todos nuestros colaboradores y acompañar a los proveedores y clientes para que sean agentes de cambio en sus organizaciones, hogares y comunidades cercanas.

Con esto en mente, hemos establecido la meta de alcanzar cero emisiones de CO₂ en los tres alcances para 2050, con lo cual buscamos minimizar nuestra huella ambiental, promover procesos operativos más amigables con el medio ambiente y mitigar el cambio climático. Así, ponemos nuestras manos al servicio de la construcción de un mejor futuro, en el que la conciencia y el aporte de todos es de suma importancia.



Reconocemos que el cambio se logra con la acción colectiva, por lo cual y con el fin de generar mayor conocimiento, identificar buenas prácticas, visibilizar acciones exitosas y conseguir sinergias entre empresas de diferentes sectores para llevar a efecto acciones de gran impacto, continuamos contribuyendo a iniciativas como Pacto País, Alianza de Descarbonización, del Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible de Colombia, Net Zero 2050 y al Objetivo Global de Naciones Unidas para limitar el calentamiento global a 1,5 °C.

3.1



CAMINO A LA CARBONO NEUTRALIDAD

- **GRI 3-3:** *Carbono neutral, cambio climático y economía circular*

Para Claro Colombia, ser una empresa carbono neutral, enfocada en la acción contra el cambio climático y en el impulso a la economía circular, es importante debido a:



NUESTRA RESPONSABILIDAD CON EL AMBIENTE

La neutralidad de carbono y la adopción de prácticas encaminadas a mitigar el cambio climático reflejan el compromiso que tenemos como organización.



EL RESPETO AL CUMPLIMIENTO NORMATIVO

Cumplir con la legislación colombiana vigente relacionada con la neutralidad de carbono y la economía circular, además de evitarnos sanciones legales, nos permite demostrar que somos una empresa respetuosa del medio ambiente.



NUESTRA MARCA

La aplicación de medidas para ser carbono neutral y de principios de economía circular son valores asociados a nuestra marca y pueden atraer a consumidores y socios también comprometidos con la sostenibilidad.



NUESTRO INFORME DE SOSTENIBILIDAD



NUESTRA CULTURA SOSTENIBLE



NUESTRO ENFOQUE EN EN MEDIO AMBIENTE



CONECTANDO A COLOMBIA CON UNA MEJOR EXPERIENCIA



FORTALECIENDO EL TALENTO



LO QUE SOMOS EN CLARO COLOMBIA



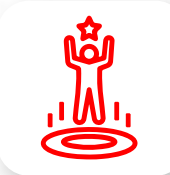
LA IMPORTANCIA DE LAS BUENAS PRÁCTICAS DEL MERCADO

La sostenibilidad es una creciente preocupación entre los consumidores. Adoptar prácticas de neutralidad de carbono y economía circular hace posible que contribuyamos a aminorar esta preocupación mientras continuamos posicionándonos como líderes en un mercado cada vez más orientado hacia la sostenibilidad.



NUESTRA EFICIENCIA ENERGÉTICA

La neutralidad de carbono suele implicar un énfasis especial en la eficiencia energética y la reducción de emisiones. Esto no solo beneficia al medio ambiente, sino que también puede conducir a tener ahorros significativos en nuestros costos operativos.



LA RESILIENCIA EMPRESARIAL

La utilización de prácticas de economía circular hace que seamos más resistentes a los impactos adversos del cambio climático, como la escasez de recursos. La reutilización y el reciclaje de subproductos contribuyen a la sostenibilidad del negocio a largo plazo.



LA INNOVACIÓN Y COMPETITIVIDAD

La búsqueda de la neutralidad de carbono y la implementación de principios de economía circular fomentan la innovación en nuestra organización. Así, podemos encontrar nuevas oportunidades de negocio y mantener nuestra competitividad al abrazar enfoques sostenibles y tecnologías más limpias.



NUESTRA CONTRIBUCIÓN A LOS OBJETIVOS GLOBALES

Estamos comprometidos con desempeñar un rol positivo en la lucha contra el cambio climático y la promoción de un modelo de economía más circular mediante la adopción de prácticas sostenibles que contribuyan al logro de objetivos globales, como los establecidos en el Acuerdo de París.



Teniendo en cuenta la importancia que estos temas tienen para nosotros, desde hace más de doce años hemos diseñado y puesto en marcha una estrategia ambiental, sustentada en la logística inversa y la economía circular, que nos permite aprovechar al máximo los componentes tecnológicos, alargando su vida útil y evitando una afectación mayor al medio ambiente. Esta estrategia explora ámbitos como el uso eficiente y ahorro de recursos como energía, agua y papel, gestión y reducción de emisiones de gases de efecto invernadero, manejo integral de residuos, entre otros.

Con el objeto de gestionar todos los asuntos alrededor de la carbono neutralidad, el cambio climático y la economía circular, y reconociendo



los resultados de la Matriz de Identificación y Valoración de Aspectos e Impactos Ambientales Significativos¹, para 2023 nos habíamos planteado reducir la huella de carbono con acciones que disminuyeran el consumo de energía y combustibles mediante la implementación de nuevas tecnologías, la optimización de la operación de equipos actuales, la instalación de fuentes de energía alternativas y el apagado de equipos. En línea con esta meta, obtuvimos la recertificación del Data Center Triara Bogotá en SELLO VERDE ECO II.

Con el ánimo de cumplir con este objetivo de reducir nuestra huella de carbono, en 2023 implementamos:

¹La Matriz de Identificación y Valoración de Aspectos e Impactos Ambientales Significativos recoge los principales impactos negativos para Claro Colombia. A través de esta herramienta se evidenció que la generación de residuos y el consumo de energía son aspectos críticos, por lo que, en el último año, hemos implementado acciones específicas para afrontarlos



NUESTRO INFORME DE SOSTENIBILIDAD



NUESTRA CULTURA SOSTENIBLE



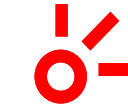
NUESTRO ENFOQUE EN EN MEDIO AMBIENTE



CONECTANDO A COLOMBIA CON UNA MEJOR EXPERIENCIA



FORTALECIENDO EL TALENTO



LO QUE SOMOS EN CLARO COLOMBIA



OPTIMIZACIÓN CARGA ELÉCTRICA EN DATACENTERS

Esta iniciativa está enfocada en mejorar los servicios y el consumo energético a través de la actualización de la infraestructura tecnológica y el uso de tecnologías más eficientes en el Data Center Triara Bogotá.

LOS PROYECTOS DE SUSTITUCIÓN DE DIÉSEL

1 Cambio de modalidad 7xN a red comercial

Desde hace más de 5 años, en Claro Colombia hemos venido trabajando para reducir el número de Estaciones Base (EB) cuya alimentación eléctrica depende 100% de una planta eléctrica (funcionamiento 7xN) y cambiar a una conexión directa a la red de energía comercial del país.

De esta manera, disminuimos el consumo de combustibles fósiles y logramos tener un abastecimiento de energía menos contaminante para la operación de estas EB. En este momento todavía hay sitios que, debido a su ubicación en zonas no interconectadas o de difícil acceso, deben seguir en este régimen; sin embargo, se han desarrollado algunas opciones para contar con un suministro de energía más limpia como los sistemas fotovoltaicos.



2 Soluciones fotovoltaicas 100%

Dentro del plan de expansión hemos establecido la meta de implementar nuevas Estaciones Base en zonas no interconectadas del país, pues normalmente son territorios marginados, impactados por el conflicto armado y la pobreza, y con bajas oportunidades tanto educativas como laborales. Con este propósito, es importante tener presente el consumo de energía de cada uno de los territorios, que deben tener niveles que permitan la instalación de un sistema 100% fotovoltaico.

Esto implica el despliegue de paneles solares que captan la radiación solar y almacenan su energía en un grupo de baterías. Además, es importante resaltar que este sistema solo puede llevarse a la práctica en sitios que tienen un consumo de energía moderado, ya que, para instalar los paneles, requerimos un espacio en el territorio proporcional al consumo de energía, lo que representa una limitante en ciertas zonas.

Al cierre del año contamos con 168 lugares con las soluciones fotovoltaicas en funcionamiento.

3 **Ciclaje de baterías de litio en sitios con operación 7x24 planta eléctrica**

Tomando en consideración los altos tiempos de implementación, tanto de las soluciones fotovoltaicas como de la red comercial (un año en promedio), en Claro Colombia identificamos la necesidad de aplicar un sistema alternativo de operación a las plantas 7x24 que consiste en utilizar la planta solamente para recargar las baterías de litio del rectificador (power) a 100%, por un período de 3 horas con una descarga de 9 horas. Este modo de operación se hace aproximadamente 2 veces al día.

Con este mecanismo se reduce la operación de la planta de 24 horas a 6 horas, con lo que se obtiene la optimización de consumo de combustible y por consiguiente, se reducen las emisiones de CO₂ en 50% con respecto a la operación 7x24. A finales del año, 304 puntos funcionaban con el ciclado de baterías 7x24.

Un total de 463 sitios migraron a la energía comercial, ciclado de baterías y sistemas fotovoltaicos, con lo que se generó una reducción total de 17.436.000 kWh.



Los principales logros de estas iniciativas se evidencian en la reducción de las emisiones generadas:

PROCESO	REDUCCIÓN DE LAS EMISIONES GENERADAS POR EL ACPM ² A LAS PLANTAS ELÉCTRICAS	DISMINUCIÓN (TON CO ₂)
Migración paneles solares Fase 1* (19 EB)	58,99%	1.469,04
Migración paneles solares Fase 2* (41 EB)	68,9%	3.828,22
Migración a energía comercial (153 EB)	98,31%	16.341,62
Migración a ciclado de baterías (125 EB)	42,73%	5.886,48

*En 2023 entraron en funcionamiento con sistemas fotovoltaicos 108 sitios nuevos. Fase 1 y fase 2 fueron ejecutadas entre 2018 y 2021 y siguen en funcionamiento.

²ACPM son las siglas para Aceite de Combustible Para Motores. En

OPTIMIZACIÓN DE LA INFRAESTRUCTURA TECNOLÓGICA

Las acciones asociadas que se aplicaron durante el año 2023 fueron:

1 Modernización de equipos Core y apagado de equipos

Esta iniciativa consistió en apagar los equipos (centrales de voz (DX-200) con sus MGW – Media Gateways - (IPA-2800)) que se encontraban en obsolescencia tecnológica, lo que implicó que se realizaran actividades encaminadas a migrar el tráfico de estas a otras centrales activas y actualizadas existentes en la red.



EN ESTE PROCESO, **SE APAGARON 25 EQUIPOS** MGW, MSS, TRANSCODERS Y 3 EQUIPOS LEGADOS PACKET SWITCH (CORE DATOS).

2 Apagado de equipos en tecnología 2G/GSM

Otras iniciativas

Con el ánimo de poner en marcha aún más acciones para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero generadas en nuestras operaciones, en 2023 renovamos y sustituimos 304 equipos refrigerantes para tener mayor eficiencia energética. Así mismo, implementamos mecanismos de free cooling (enfriamiento gratuito) que aprovechan la ventilación natural y en aquellos lugares donde era necesario usar aires acondicionados, se programaron las temperaturas adecuadas para minimizar el consumo de potencia activa. Estas acciones nos permitieron reducir las emisiones de CO₂ a la atmósfera y, por tanto, disminuir nuestra huella ambiental.

Los impactos positivos de estas acciones se reflejan en términos ambientales, económicos y sociales:



NUESTRO INFORME DE SOSTENIBILIDAD



NUESTRA CULTURA SOSTENIBLE



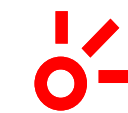
NUESTRO ENFOQUE EN EN MEDIO AMBIENTE



CONECTANDO A COLOMBIA CON UNA MEJOR EXPERIENCIA



FORTALECIENDO EL TALENTO



LO QUE SOMOS EN CLARO COLOMBIA



ECONÓMICOS

Eficiencia operativa y reducción de costos

La aplicación de prácticas de economía circular y de neutralidad de carbono nos llevaron a tener mejoras en la eficiencia operativa, reduciendo costos asociados con el uso de recursos y energía.

Innovación y nuevos modelos de negocio

La búsqueda de la neutralidad de carbono fomenta la innovación, permitiendo a Claro Colombia explorar nuevos modelos de negocio basados en tecnologías más limpias y sostenibles.

Cumplimiento normativo

La adopción de medidas para cumplir con objetivos de carbono neutral y economía circular puede poner a Claro Colombia en cumplimiento con regulaciones y normativas ambientales, evitando sanciones y riesgos legales.



SOCIALES

Salud y bienestar

La reducción de emisiones y la promoción de prácticas sostenibles pueden tener efectos positivos en la calidad del aire y la salud pública, beneficiando directamente a las comunidades en las que Claro Colombia opera.

Generación de empleo verde

La transición hacia modelos más sostenibles puede generar empleo en sectores relacionados con la energía renovable, gestión de residuos y tecnologías limpias, contribuyendo al desarrollo económico y social.

Acceso a tecnologías sostenibles

Al adoptar tecnologías más limpias y eficientes, Claro Colombia puede contribuir a mejorar el acceso de las personas a soluciones sostenibles, promoviendo un estilo de vida más ecológico.



AMBIENTALES

Reducción de la huella de carbono

Adoptar la neutralidad de carbono contribuye a la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero, mitigando el impacto negativo en el cambio climático y promoviendo la sostenibilidad ambiental.

Gestión Sostenible de Recursos

La economía circular impulsa la gestión sostenible de recursos al fomentar la reutilización y reciclaje, reduciendo así la dependencia de recursos naturales y minimizando los residuos.

Conservación de la Biodiversidad

Las prácticas sostenibles contribuyen a la conservación de la biodiversidad al reducir la presión sobre los ecosistemas y alentar la adopción de tecnologías que minimizan los impactos ambientales.

Teniendo en cuenta que las acciones implementadas para ser carbono neutrales pueden tener algunos impactos negativos en el medio ambiente, en la liquidez de la empresa y en las personas, en Claro Colombia estamos poniendo en marcha acciones preventivas o correctivas. Por ejemplo, buscamos diversificar nuestros ingresos para mitigar posibles riesgos e impactos negativos de los modelos tradicionales, continuamos con la práctica de programas de gestión responsable de los residuos electrónicos, velamos por una selección transparente de proveedores que se encuentren cada vez más alineados con la sostenibilidad, entre otros.

Como Claro Colombia, reconocemos que es esencial anticipar y abordar los impactos negativos potenciales de la gestión de la neutralidad de carbono, cambio climático y economía circular. En este sentido, estamos ideando, desarrollando e implementando estrategias proactivas y sostenibles para mitigar estos impactos, asegurando una transición efectiva hacia prácticas más responsables.

Estas acciones y logros han sido comunicadas a los grupos de interés por medio de nuestras páginas oficiales. Además, los compartimos con los clientes en las visitas, auditorías e inspecciones que se realizan. De igual manera se difunden a través de medios de comunicación nacional, e internamente

SENSIBILIZACIONES
11

↑
971
PARTICIPANTES

CURSOS
3

↑
29
PARTICIPANTES

PROGRAMAS DE
DESARROLLO
4

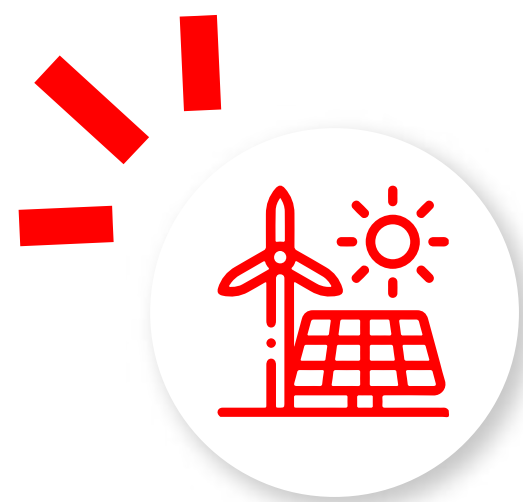
↑
30
PARTICIPANTES

9 ALIADOS

implementamos espacios con una metodología ágil para tener informadas a las partes interesadas en pro de la consecución de resultados.

Durante este año trabajamos para que el compromiso que nos hemos fijado con el medio ambiente sea extensivo a toda nuestra cadena de valor, quienes son clave en la disminución de las emisiones indirectas generadas y catalogadas en nuestro Alcance 3. Por lo anterior, desde Claro por Colombia hemos buscado asegurar que ellos también apliquen las mejores prácticas, y que cada día avancemos en conjunto con soluciones más innovadoras para la flota de transporte, los Residuos de Aparatos Eléctricos y Electrónicos (RAEE), entre otros.

Con el ánimo de replicar todos los aprendizajes, mediante la iniciativa Cadena de Valor más Sostenible a lo largo del año construimos espacios de sensibilización, formación y desarrollo dirigidos a nuestros proveedores. En estos se trabajaron aspectos como los ODS, sostenibilidad, medición de la huella de carbono, gestión eficiente de los recursos, mitigación del cambio climático, diversidad, equidad e inclusión, entre otros. **(GRI 3-3)**



3.1.1. EFICIENCIA ENERGÉTICA

● GRI 302-1, 302-4

Desde 2021 se creó el Comité de Energía y Emisiones, encargado de monitorear los proyectos en funcionamiento y plantear acciones de mejora.

El Comité es liderado por Claro por Colombia y su conformación es multidisciplinar, ya que intervienen delegados de las Direcciones de Tecnología, Financiera, Jurídica y Sostenibilidad, Gestión Humana, entre otros.

Para 2023 se estableció un compromiso urgente con la reducción de emisiones, producto del cual logramos minimizar nuestro consumo de energía a través de:

- 1 Optimización de tecnología 2G en 1.203 Estaciones Base, con un ahorro estimado promedio de 128 kWh mes por sitio.
- 2 Aumento de temperatura de operación en estaciones base a 27 °C, que derivó en una menor utilización de aire acondicionado en 2.042 sitios.
- 3 Optimización de tecnología 3G en 7.615 estaciones base, con un ahorro estimado promedio de 58 kWh mes por sitio.
- 4 Optimización de carga eléctrica en Data Center Triara, con un ahorro estimado promedio de 40.357 kWh mes.
- 5 Aumento de temperatura de operación en 1 °C para 126 Sitios Core (CCMs, SDS y BSC)³.
- 6 Apagado de 121 Equipos Legados en BSC, con un ahorro estimado de 895 kWh mes por equipo.
- 7 Modernización Core Móvil y apagado de 25 equipos MGW, MSS y Transcoders, con un ahorro estimado promedio de 4.608 kWh mes por equipo.
- 8 Apagado de 3 Equipos Legados Packet Switch (Core Datos), con un ahorro estimado promedio de 3.326 kWh mes por equipo.
- 9 Logramos certificar como energía limpia que consumimos en nuestras operaciones el equivalente a 9.160 toneladas de CO₂ evitadas.

³CCM: Centro de conmutación de los servicios móviles (CCM) / SDS: Salón de Distribución de Servicios / BSC: Base Station Controller.

CONSUMOS DE ENERGÍA

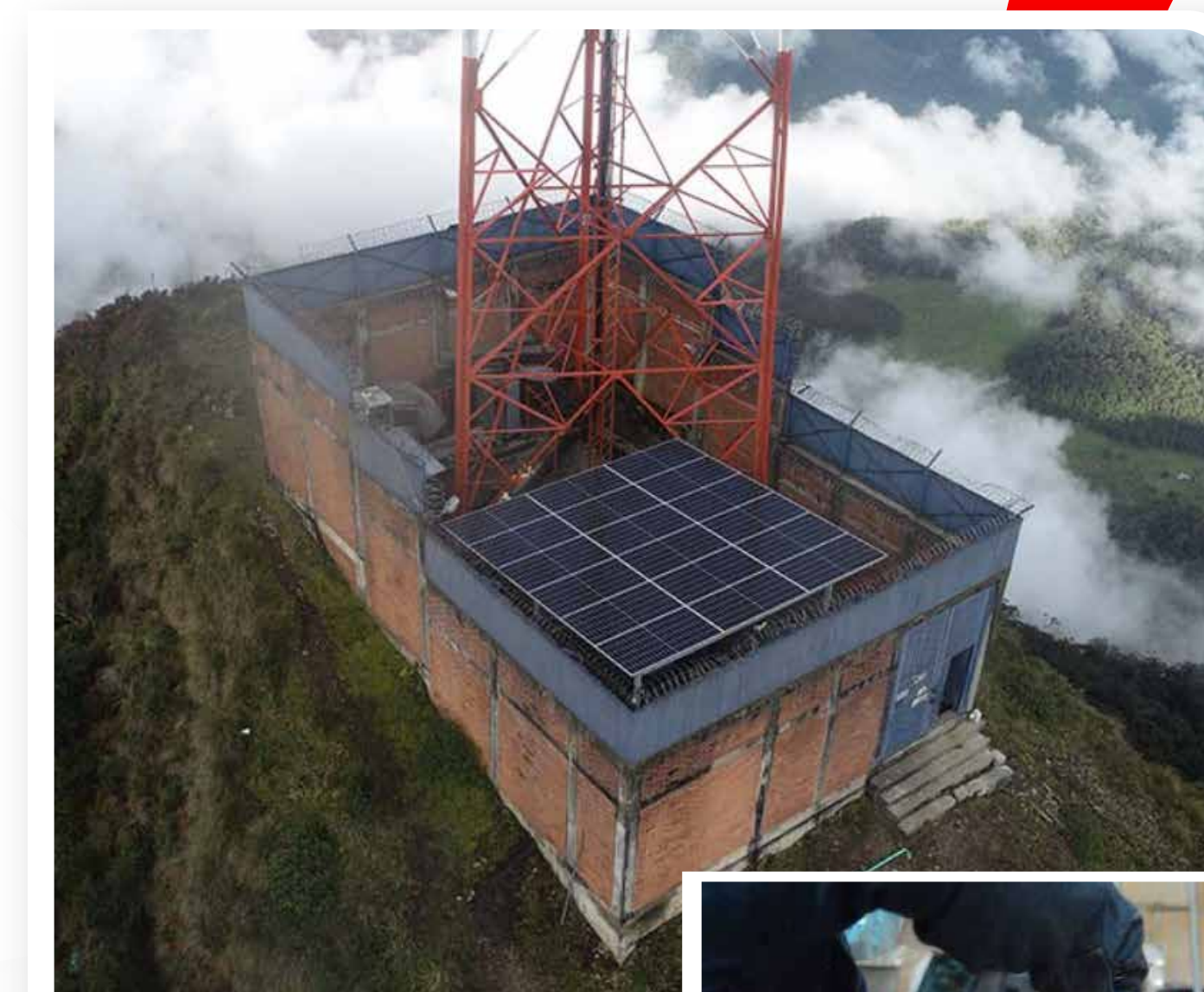
Consumo total de combustibles procedentes de fuentes no renovables

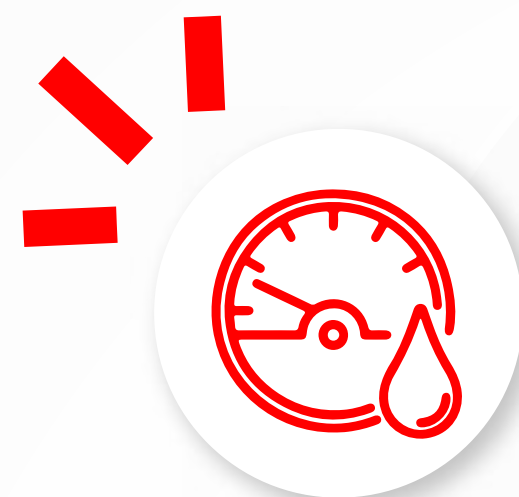
	ACPM	GASOLINA CORRIENTE	GASOLINA EXTRA
Combustible plantas eléctricas	146.194.847 kWh		
Combustible vehículos	305.403 kWh	8.747.429 kWh	149.664 kWh

Consumo total de energía de fuentes renovables

	ENERGÍA COMERCIAL	TOTAL CONSUMO ENERGÉTICO
Predios	537.885.323 kWh	590.171.360 kWh
Fuentes	52.286.037 kWh	

Mediante las diversas acciones continuaremos llevando a la práctica medidas concretas que disminuyan de manera inmediata la huella ambiental de nuestras operaciones. **(GRI 302-1) (GRI 302-4)**





3.1.2. USO EFICIENTE DEL AGUA

● GRI 303-5

En el marco de las acciones que hemos implementado para consumir de manera eficiente los recursos naturales en las operaciones de Claro Colombia, lanzamos campañas para que todos nuestros colaboradores sean conscientes de la importancia del consumo responsable del agua.

2023 El consumo de agua fue de **129.387 megalitros**

2022 **126.360 megalitros**

2021 **136.245 megalitros**

2020 **90.567 megalitros**

(GRI 303-5)





3.1.3. ECONOMÍA CIRCULAR, LOGÍSTICA INVERSA Y GESTIÓN INTEGRAL DE RESIDUOS

- **GRI 3-3:** *Carbono neutral, cambio climático y economía circular*
GRI 306-2, 306-3, 306,4



Con el ánimo de cumplir con las metas y ser responsables con los residuos generados en el marco de las operaciones de Claro Colombia, durante 2023 seguimos implementando diferentes acciones y procesos de economía circular y logística inversa; medidas de reparación y reutilización de equipos para alargar la vida útil; reducción de compras de equipos nuevos; rediseño de proyectos; recolección de equipos de los clientes, entre otros.

Además, contamos con contratos de recolección de residuos del mobiliario, papel, dotación y equipos electrónicos RAEE en 100% del territorio colombiano. Los gestores hacen la recolección, clasificación y disposición adecuada de los materiales, con lo cual podemos garantizar que no se genera ningún impacto ambiental negativo. En total, durante 2023 se generaron 2.367.015 toneladas métricas de residuos compuestas en su mayor parte por plástico, hierro y chatarra. Todos los materiales fueron gestionados adecuadamente en el marco de los contratos, lo que hizo posible dar cumplimiento a las legislaciones ambientales vigentes y evitar la contaminación del planeta. **(GRI 3-3)**



NUESTRO INFORME DE SOSTENIBILIDAD



NUESTRA CULTURA SOSTENIBLE



NUESTRO ENFOQUE EN MEDIO AMBIENTE



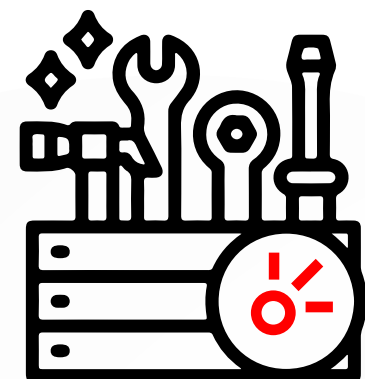
CONECTANDO A COLOMBIA CON UNA MEJOR EXPERIENCIA



FORTALECIENDO EL TALENTO



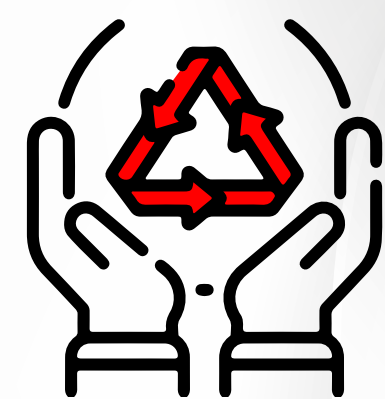
LO QUE SOMOS EN CLARO COLOMBIA



Elementos no peligrosos reparados y reutilizados

Clasificación	Cantidad de equipos 2021	Cantidad de equipos 2022	Cantidad de equipos 2023	% de diferencia	Valor ahorro en compra 2023 (COP miles de millones)
CPE ⁴	2.151.914	2.262.716	2.183.890	-4%	256.878
Smart Card	998.733	1.415.474	774.020	-46%	5.467
Red Externa	7.176	4.211	9.433	160%	1.726
Corporativo	8.572	32.028	45.986	143%	10.307
Plataformas	814	1.165	4.016	220%	18.825
Accesorios	1.162.744	1.898.914	2.198.185	115%	20.768
Móvil	2.843	4.846	4.293	-12%	13.320
Total	4.332.796	5.619.354	5.219.823	-8%	327.295

Cantidad en unidades.

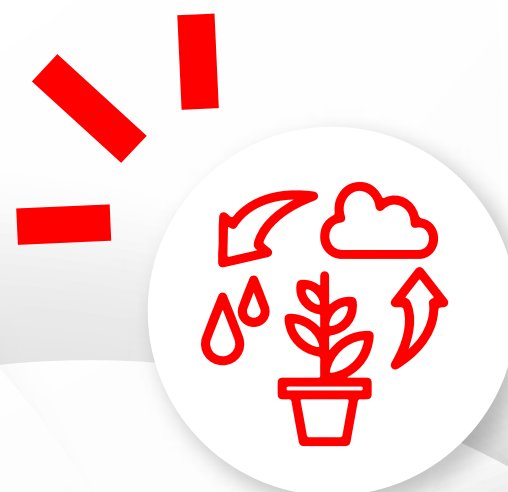


Elementos no destinados a la eliminación

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
Cantidad de equipos (unidades)	370.723	355.829	430.487	418.278	441.052	453.395	378.035	445.278	446.595	501.825	480.925	497.491	5.219.823
RAEE evitado (toneladas)	71	72	85	77	88	92	80	99	91	102	102	105	1.054
Plástico reutilizado (toneladas)	36	36	42	38	44	46	40	44	46	51	51	52	527

(GRI 306-2, 306-3, 306-4)

⁴Cualquier dispositivo que se utiliza para conectar un usuario final a una red de telecomunicaciones.



3.1.4. GESTIÓN Y REDUCCIÓN DE EMISIONES

- **GRI 3-3:** *Carbono neutral, cambio climático y economía circular*
GRI 305-1, 305-2, 305-3, 305-5



DIRECCIÓN DE TECNOLOGÍA

Además de las iniciativas mencionadas previamente como la sustitución de diésel de las plantas eléctricas por la conexión a la red de energía comercial, la implementación de sistemas 100% fotovoltaicos y la de tarjetas de reciclado, el equipo de la Dirección de Tecnología ha implementado otras medidas que nos permiten cumplir con los objetivos ambientales:



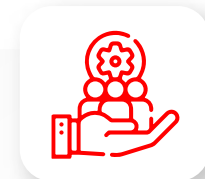
Optimización de carga eléctrica en los centros de procesamiento de datos

Producto de la consolidación de infraestructura y renovación de equipos, conseguimos un ahorro estimado promedio de 40.357 kWh por mes en nuestro Data Center, lo que significó mayor eficiencia energética.



DNS (Sistema de nombres de dominio) convergente

Este proyecto consiste en la renovación tecnológica y modernización de las plataformas de DNS, mediante una arquitectura más robusta: una solución virtual descentralizada y unificada sobre infraestructura x86, que además brinda mejores características en cuanto a seguridad, visibilidad, flexibilidad y control de contenido. Por medio de esta solución mejoramos la experiencia y el servicio en términos geográficos.

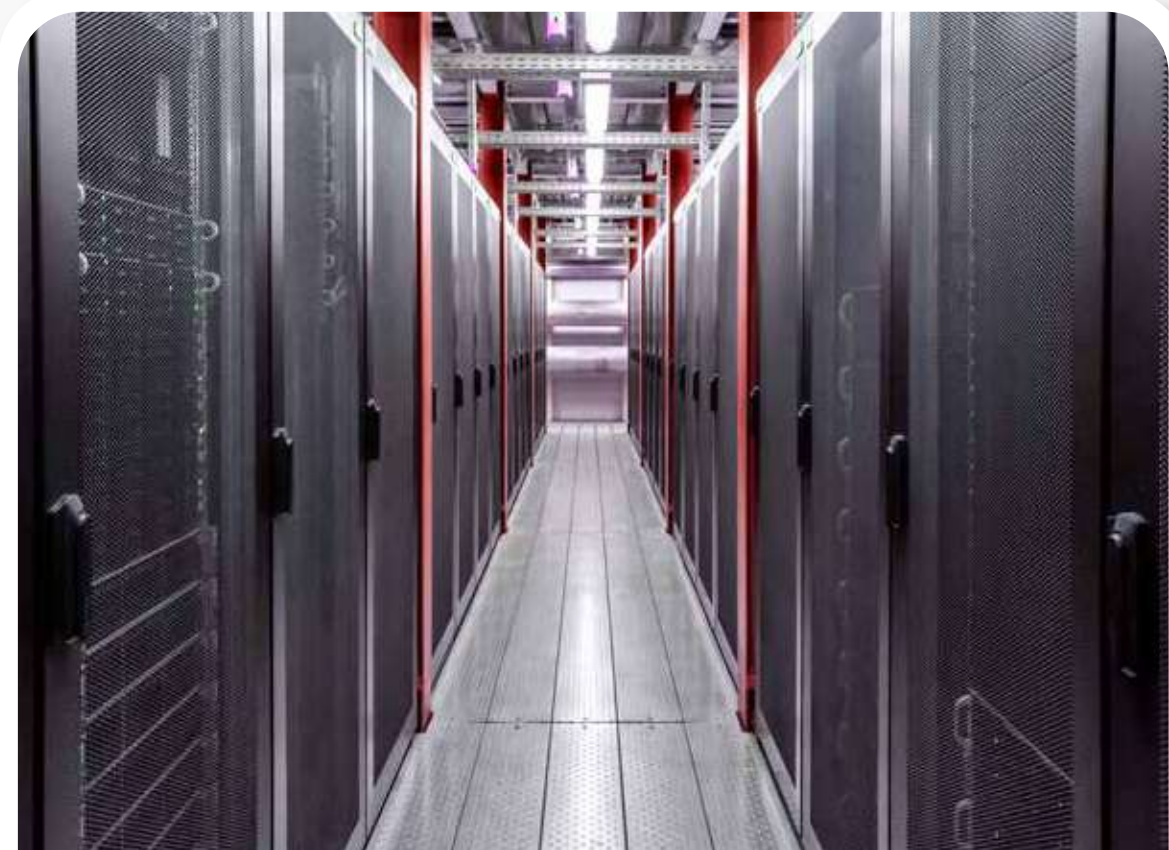


DIRECCIÓN DE GESTIÓN HUMANA



Certificación del Data Center Triara en el Estándar ISO 14001 (Sistema de Gestión Ambiental):

En enero de 2023 obtuvimos la Certificación de la Norma ISO 14001 en nuestra sede Data Center Triara y en función del compromiso con la gestión ambiental de la compañía. En enero de 2024 se tendrá la primera auditoría de seguimiento por parte del ente certificador en pro de ver la evolución del sistema de gestión ambiental y ratificar el compromiso que se tiene con el medio ambiente.



Campaña Tapitas X Patitas:

Mediante la recolección de tapas de plástico se contribuye al cuidado y mantenimiento de los animales que se hallan en condición de vulnerabilidad y calle, ya que las tapas son recicladas o transformadas para la obtención de recursos. Al cierre del año 2023 se logró la recolección de 465,6 Kg.



- 1** Campaña Tapatón efectuada en diciembre en Plaza Claro.
- 2** Seguimiento a **42 urnas instaladas** para la recolección de tapas distribuidas en algunas sedes del país.
- 3** Comunicaciones internas para la sensibilización a los colaboradores acerca de la transformación de las tapas de plástico en recursos de mantenimiento de los peludos, de tal manera que se conviertan a su vez en multiplicadores del mensaje.



Plan de Movilidad Sostenible con miras a la reducción de la huella de carbono:

Con el propósito de incentivar el uso de medios alternativos y ecológicos de transporte como la bicicleta, en 2023 se implementó el Programa Estratégico de Movilidad Sostenible, como plan piloto en nuestra sede principal Plaza Claro, con el objetivo de que los colaboradores/as hicieran uso de la flota, compuesta de 53 bicicletas, 43 de tipo mecánico y 10 de tipo eléctrico para el desplazamiento desde el lugar de sus viviendas hasta la sede, de manera gratuita. Como uno de los requisitos indispensables para acceder al préstamo de las bicicletas, previamente el colaborador debía aprobar un “Test Drive”, hacer el registro y garantizar que contaba con los elementos mínimos de protección, como lo es el casco.

Sin embargo, este programa no tuvo la acogida esperada, y tan solo aportó 0,10 Ton de CO₂ eq en los meses de agosto a diciembre en los que estuvo en funcionamiento, razón por la cual en diciembre de 2023 se decide terminar con el mismo.

Por otra parte, con la comunidad de biciusuarios (colaboradores que se transportan en su bicicleta propia), se logró una reducción para 2023 de 109,15 Ton de CO₂ eq, por lo que para



2024 se proyecta continuar impulsando esta estrategia de transporte limpio y extenderlo hacia algunas de las ciudades principales del país.

Nos sentimos orgullosos de evidenciar los resultados de haber llevado a la práctica distintas acciones para acercarnos a nuestra meta de reducción de emisiones y minimización de la huella ambiental. Gracias a estos esfuerzos hemos evitado más de 50.000 toneladas de CO₂.

EMISIONES GENERADAS EN EL MARCO DE NUESTRAS OPERACIONES

EMISIONES	Toneladas de CO ₂ generadas
Alcance 1 Combustible	52.247
Alcance 2 Energía comercial	18.116
Alcance 3 - Combustible APPM Paneles solares	1.537,19
TOTAL	71.900,19

Nota: A lo largo del año 2023 todas las emisiones generadas por Claro Colombia fueron gestionadas y compensadas. (GRI 3-3, GRI 305-1, 305-2, 305-3, 305-5)



NUESTRO INFORME
DE SOSTENIBILIDAD



NUESTRA CULTURA
SOSTENIBLE



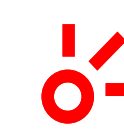
NUESTRO ENFOQUE EN
EN MEDIO AMBIENTE



CONECTANDO A COLOMBIA
CON UNA MEJOR EXPERIENCIA



FORTALECIENDO
EL TALENTO



LO QUE SOMOS EN
CLARO COLOMBIA



4.

CONECTANDO A COLOMBIA CON UNA

MEJOR EXPERIENCIA

Construyendo y aportando a una mejor sociedad

4.1 TECNOLOGÍA, CONECTIVIDAD Y COBERTURA

● GRI 3-3: Tecnología, conectividad, cobertura y experiencia al cliente PG 1, ODS 9 y 10

En Claro Colombia somos conscientes de que la tecnología, conectividad, cobertura y experiencia del usuario son esenciales para entregar un servicio efectivo. Sabemos también que la tecnología de vanguardia y una red confiable son elementos cruciales para atraer y retener clientes en un mercado saturado. Por esta razón, estamos comprometidos con garantizar una comunicación confiable mediante una red robusta, mientras buscamos reducir problemas como interrupciones en las llamadas y lentitud en la transmisión de datos, ya que ambos factores son clave para proporcionar una conexión eficiente.









Dada la constante evolución en el ámbito de las telecomunicaciones, en Claro Colombia reconocemos la necesidad de invertir en tecnologías emergentes como 5G, Internet de las cosas (IoT) y otras innovaciones. Esto es crucial para garantizar nuestra competitividad y ofrecer servicios de última generación que mejoren continuamente la conectividad y la experiencia del usuario.





NUESTROS OBJETIVOS Y METAS 2023



-  Proporcionar una mejor experiencia al cliente a través de una mejor tecnología y cobertura.
-  Ampliar la capacidad de tráfico en la red de Claro Colombia para cubrir las necesidades de consumo de los usuarios en las redes móviles y fijas.
-  Modernizar la red con las nuevas tecnologías del mercado.
-  Aumentar los sitios de cobertura de la red de Claro Colombia con la mejor calidad para el cliente.
-  Desarrollar herramientas y servicios enfocados a la mejora de la experiencia del usuario.
-  Ofrecer una experiencia de atención de primera al cliente mediante el uso de la tecnología y diversos canales de atención.
-  Brindar un soporte técnico eficaz para resolver los problemas de los usuarios en el primer contacto.
-  Mejorar la seguridad de la información para garantizar la confidencialidad de los datos de los clientes.



PRINCIPALES ACCIONES EJECUTADAS EN 2023 POR UNA MAYOR COBERTURA Y CONECTIVIDAD

1.

ESTRATEGIA DIGITAL

Creamos un flujo de valor habilitador de la organización (Flujo de valor de estrategia digital) compuesto por 7 trenes y 24 equipos scrums multidisciplinares. Logramos evolucionar el Canal WhatsApp con rediseño de funciones, implementación de soporte técnico, optimización del menú principal y submenús, entre otros, generando así un Net Promoter Score - NPS del canal superior a 30%.

2.

GESTIÓN DE LA EXPERIENCIA DESDE LA VOZ DEL CLIENTE

Implementamos un programa de voz del cliente basado en mediciones de experiencia para potenciar la gestión, reestructurando encuestas, definiendo un ciclo de gestión de indicadores y métricas, y aplicando una metodología de gestión del backlog⁵ centrado en el cliente.



3.

SOLUCIÓN EN PRIMER CONTACTO

Rediseñamos y automatizamos procesos recurrentes, mejoramos los procesos de soporte y atención y disminuimos escalamientos entre áreas, con lo que alcanzamos una reducción de los tiempos de solución y mejoras considerables en las herramientas de soporte.

4.

CULTURA DEL SERVICIO ORIENTADA A LA EXPERIENCIA

Pusimos en funcionamiento un programa de sensibilización para asesores, con el que conseguimos indicadores destacados en el modelo de medición GANA y una percepción positiva de los clientes respecto a la amabilidad e interés de los asesores.

5.

PROGRAMAS Y CANALES DE COMUNICACIÓN

Diseñamos programas audiovisuales para promover una mejora en la experiencia de atención de nuestros clientes, abordando procesos, productos y campañas de manera informativa y entretenida.

⁵Es una herramienta que permite tener un listado de tareas y subtareas para ejecutar -en este caso para atender- las necesidades del cliente.

6. VIVE Y CONSTRUYE LA EXPERIENCIA

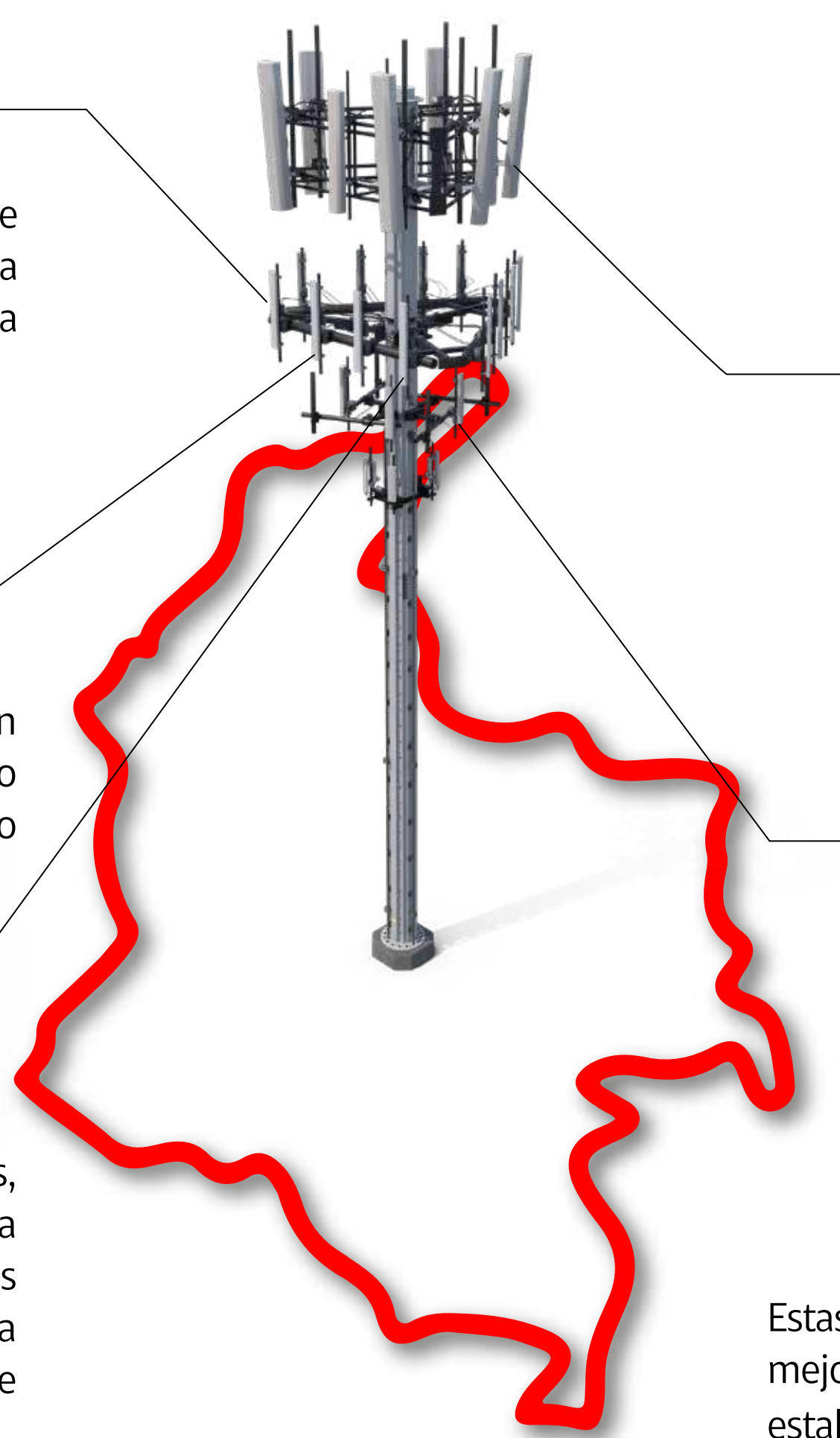
Desarrollamos habilidades de Customer Experience (CX) desde cada rol, mediante eventos como el Día de la Experiencia, la Semana de la Experiencia y cursos de formación para aproximadamente 3.090 personas.

7. DISEÑO DE INTERACCIONES END TO END (PUNTA A PUNTA)

Evolucionamos la forma en que los clientes interactúan con nosotros, diseñando interacciones simples y fáciles, entregando diseños a equipos ágiles para su implementación y logrando mejoras en el NPS de canales digitales.

8. HIPERAUTOMATIZACIÓN

Iniciamos un proyecto que involucra diferentes tecnologías, incluyendo inteligencia artificial (IA), para mejorar la experiencia del cliente mediante la automatización de procesos, con logros como la estructuración de casos de uso para transformar la experiencia en el año 2024 y la conformación de un Centro de Excelencia - CoE de Automatización.



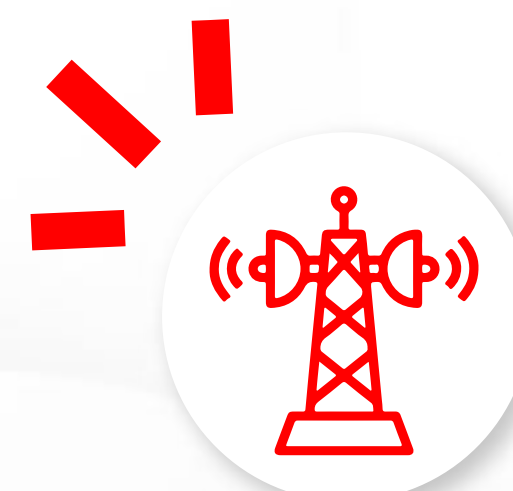
9. LABORATORIO DE EXPERIENCIA

Aseguramos que se cumpla la propuesta de valor de nuestros productos y servicios mediante pruebas de usabilidad, en las que involucramos a diversas áreas desde su fase de diseño hasta la creación de embajadores que transmitan el conocimiento y la metodología.

10. MEJORA EN EL USO EN CLIENTES QUE USAN EL SERVICIO PREPAGO

Implementamos el código QR para la legalización en puntos de venta, cambio que generó un aumento en los índices de recomendación de clientes prepago, la mejora en la claridad de los consumos y del uso de paquetes.

Estas iniciativas y proyectos contribuyeron significativamente a la mejora de la experiencia del cliente, en concordancia con las metas establecidas en cada frente de trabajo. **(GRI 3-3)**



4.1.1. INDICADORES DE COBERTURA, INFRAESTRUCTURA Y CONECTIVIDAD

Despliegue tendido fibra óptica (FO) en el territorio nacional:



Despliegue en unidades de vivienda, oficinas y empresas habilitadas para el servicio de Claro

COBERTURA DE RED	HHPP (HOME PASSED) HOGARES CUBIERTOS
FTTH	2.147.712
HFC	8.391.963
TOTAL	10.539.675

LOGRO	CAPACIDAD
Capacidad almacenamiento Data Center	56,8 PetaTeraBytes por segundo

Capacidad de nuestros servicios:

LOGRO	CAPACIDAD
CAPACIDAD PARA SERVICIOS DE INTERNET	17,4 Tbps
CAPACIDAD AGREGADA DE TRANSMISIÓN ÓPTICA NACIONAL	22,6 Tbps
CAPACIDAD AGREGADA PARA SERVICIOS DE E&N ⁷	1,4 Tbps ⁸

Cobertura móvil

INDICADORES DE COBERTURA MÓVIL	2022	2023
Cabeceras municipales del país cubiertas por tecnologías móviles.	99,6%	99,6%
Estaciones base con tecnología 2G / 3G	13.880	8.054
Municipios cubiertos por tecnologías 2G / 3G	1.118	1.118
Porcentaje de municipios cubiertos por tecnología 4G LTE	99%	99%
Municipios cubiertos por tecnología 4G LTE	1.098	1.098
Estaciones base con tecnología 4G LTE	8.942	9.579

⁶Peta Tera bits por segundo

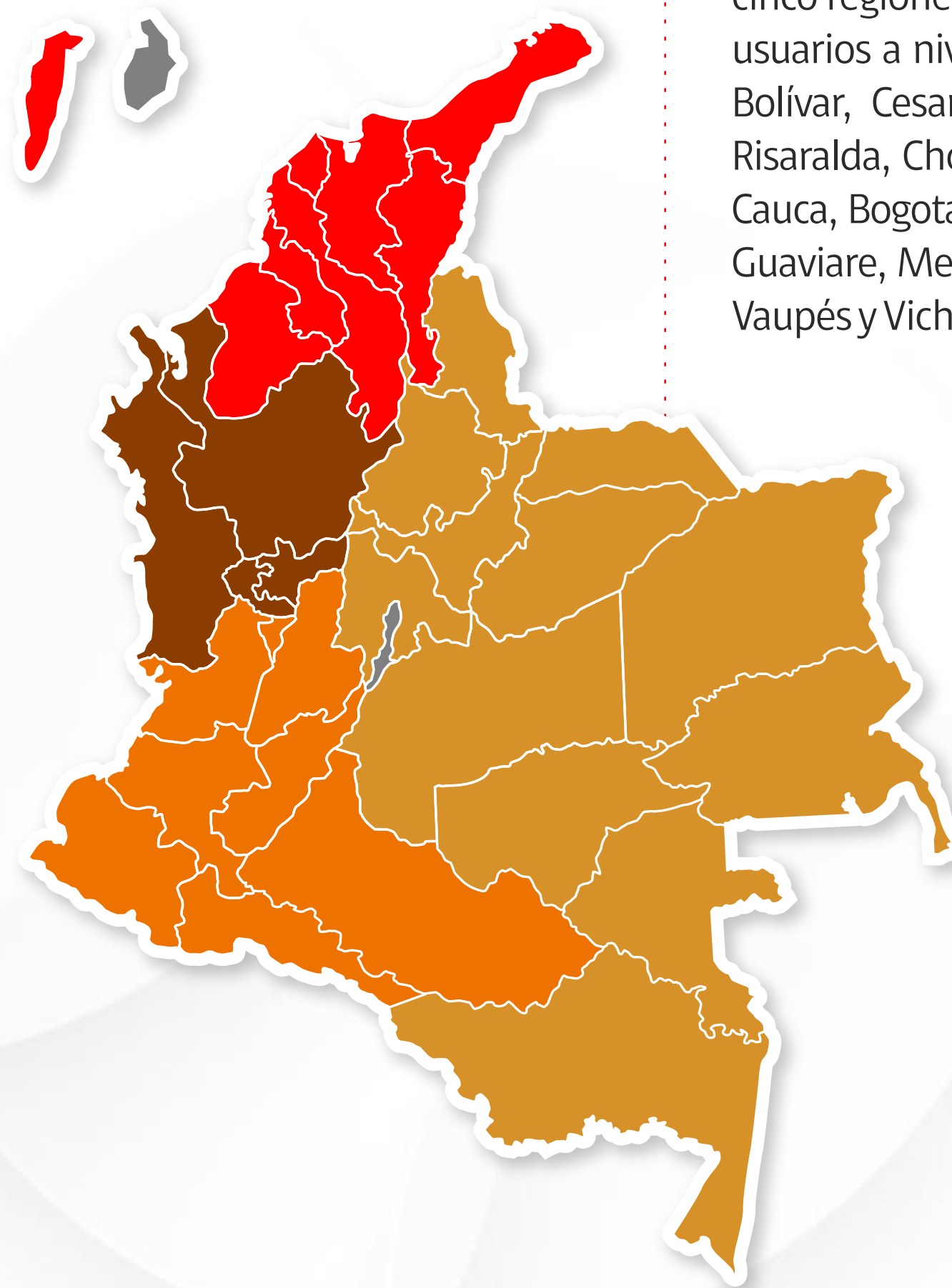
⁸Terabit por segundo

⁷Empresas y Negocios.

4.2

UN MODELO DE NEGOCIO DIGITAL

● *GRI 2-6 (a y c)*



En Claro Colombia ofrecemos servicios de tecnología y telecomunicaciones en cinco regiones del país, con una oferta integral dirigida a varios segmentos de usuarios a nivel nacional. Cubrimos los siguientes departamentos: Atlántico, Bolívar, Cesar, Córdoba, La Guajira, Magdalena, Sucre, Antioquia, Caldas, Risaralda, Chocó, Caquetá, Cauca, Huila, Nariño, Putumayo, Tolima, Valle del Cauca, Bogotá, Cundinamarca, Amazonas, Arauca, Boyacá, Casanare, Guainía, Guaviare, Meta, Norte de Santander, Santander, Archipiélago de San Andrés, Vaupés y Vichada. **(GRI 2-6)**



4.3

OFERTA PARA CONECTAR A COLOMBIA

● GRI 2-6:



VOZ: Líneas telefónicas, telefonía IP, PBX Distribuido, PBX Virtual, Larga Distancia, Líneas 01-8000, PBX Móvil



TV: Nueva Televisión, Televisión Satelital, Multipunto



DATOS: Datos Transaccionales, Conectividad LAN to LAN, Conectividad entre Sedes



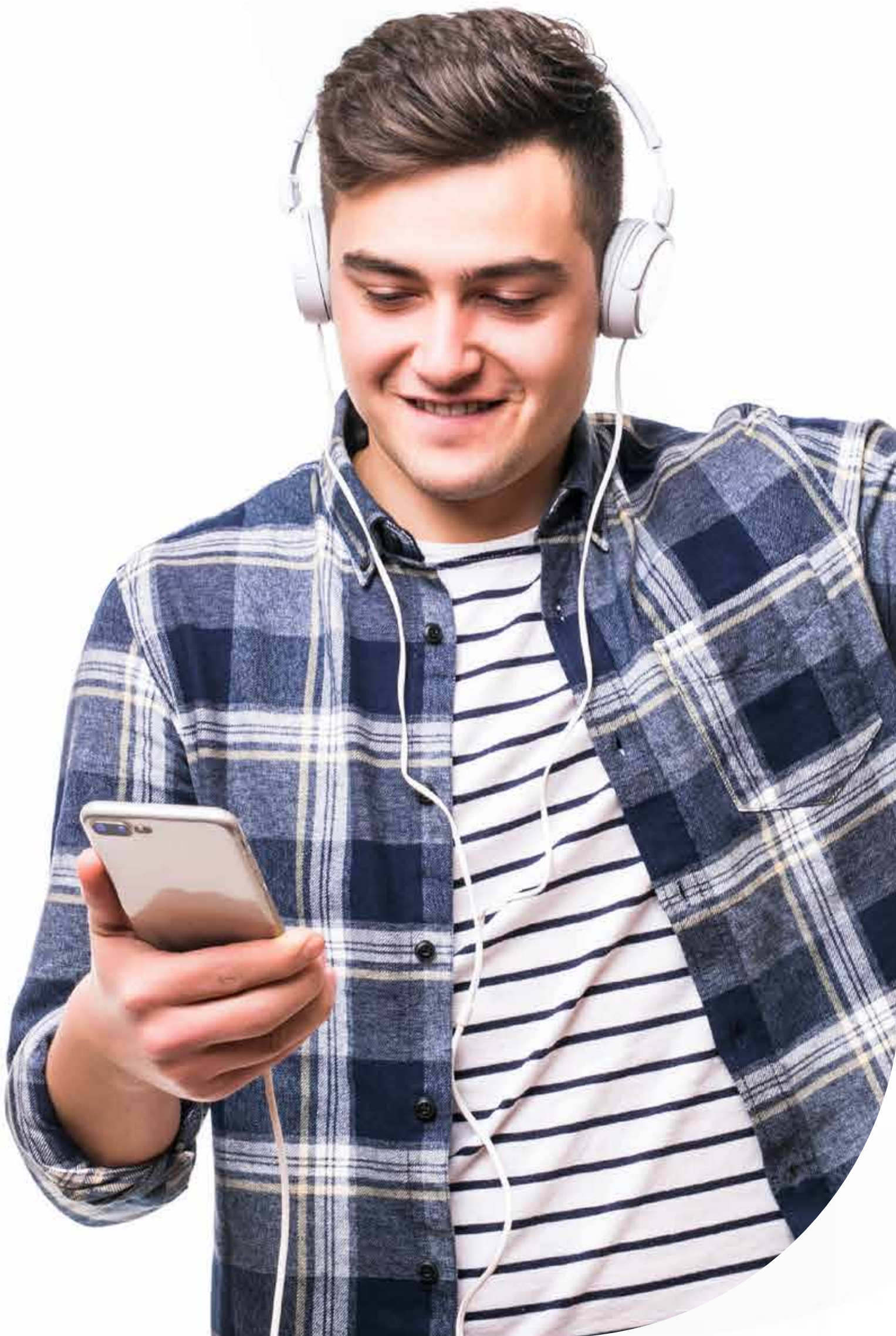
MÓVIL: Voz Móvil, Roaming, LDI, Telefonía IP Móvil, Claro Directo, MDM, Mobile Marketing



IoT: Negocios Conectados, Gestión Vehicular, Marketing WiFi



INTERNET: Inalámbrico, Fibra Óptica, Cable, Móvil, Dedicado, Seguro, Claro T-Solucionara, Repetidores Wifi y Punto Cableado. **(GRI 2-6)**




NUESTRO INFORME
DE SOSTENIBILIDAD

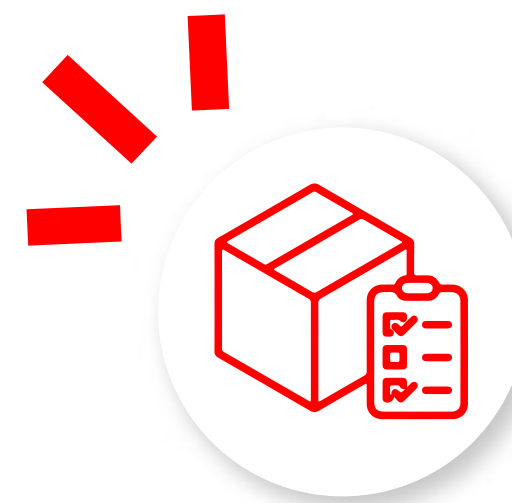

NUESTRA CULTURA
SOSTENIBLE


NUESTRO ENFOQUE EN
EN MEDIO AMBIENTE


CONECTANDO A COLOMBIA
CON UNA MEJOR EXPERIENCIA


FORTALECIENDO
EL TALENTO


LO QUE SOMOS EN
CLARO COLOMBIA



4.3.1. PRODUCTOS Y SERVICIOS CLARO

PERSONAS

PREPAGO:

Paquetes sin ataduras ni facturas cuyo objetivo es facilitar el acceso a nuestros servicios.

POSPAGO:

Planes de voz y datos, solo voz o solo datos, con servicios adicionales de valor agregado en la oferta, como Claro música, Claro video, Claro drive, Familia & amigos, para hablar ilimitadamente hasta con cinco amigos o familiares, minutos ilimitados a todos los operadores, datos limitados o ilimitados que incluyen redes como X (antes Twitter), Facebook, Instagram y WhatsApp, una vez terminada la cuota, que abarca llamadas y videollamadas y la posibilidad de adquirir, por un costo añadido, paquetes de datos adicionales o servicios de valor agregado como multiasistencias y OTTs.

PORTABILIDAD:

Campaña Cámbiate ya: Manteniendo tu número puedes acceder a todos los beneficios que ofrece Claro Colombia.

ROAMING INTERNACIONAL:

Se ofrece a usuarios prepago y pospago. En pospago se ofrece para usuarios de los segmentos masivos, empresarial y corporativo, que viajan al exterior haciendo uso de su misma línea móvil.

LARGA DISTANCIA INTERNACIONAL:

Venta del servicio de llamadas de larga distancia internacional (llamadas al exterior) y entrega de llamadas originadas en el exterior para nuestros usuarios.



NUESTRO INFORME DE SOSTENIBILIDAD



NUESTRA CULTURA SOSTENIBLE



NUESTRO ENFOQUE EN EN MEDIO AMBIENTE



CONECTANDO A COLOMBIA CON UNA MEJOR EXPERIENCIA



FORTALECIENDO EL TALENTO



LO QUE SOMOS EN CLARO COLOMBIA



HOGAR

TRIPLEPLAY:

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

PLANES DE INTERNET:

Servicios fijos de Internet, sencillos o empaquetados para todos los estratos a nivel nacional.

ARMA TU PLAY:

Planes personalizados para el hogar.



NUESTRO INFORME DE SOSTENIBILIDAD



NUESTRA CULTURA SOSTENIBLE



NUESTRO ENFOQUE EN EN MEDIO AMBIENTE



CONECTANDO A COLOMBIA CON UNA MEJOR EXPERIENCIA



FORTALECIENDO EL TALENTO



LO QUE SOMOS EN CLARO COLOMBIA



1



CLARO SYNC: Conexión de la línea Claro pospago al smartwatch sin necesidad de bluetooth y con todas sus funcionalidades.

2



T-RESUELVE (asistencia): Soporte ilimitado y servicios de asistencia en casa, para el segmento B2C en categorías como Hogar, salud, mascotas, vehicular, entre otros, para solucionar problemas cotidianos de nuestros clientes y hacer su vida más fácil y segura

3



CARRO CONECTADO (Carro y moto conectados): es la solución enfocada al seguimiento y control de tu vehículo mediante una aplicación de celular, permitiendo:

- Rastreo en tiempo real: Puedes ver dónde está tu carro haciendo seguimiento desde la aplicación.
- Apagado del vehículo: En caso de emergencia, robo o pérdida de tu vehículo podrás apagarlo con tu smartphone. Va disminuyendo la velocidad.
- Programación de alerta por exceso de velocidad: Obtén advertencias al sobrepasar excesos de velocidad programados.

4



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

5



HOGAR CONECTADO: Es una plataforma que combina el ecosistema de dispositivos inteligentes más amplio del mundo (eléctricos, cámaras, iluminación, mascotas, seguridad, electrodomésticos, entretenimiento) de diferentes fabricantes y una solución de software privada, integrada en App mi Claro, que permite a nuestros usuarios administrar y gestionar a distancia los dispositivos y electrodomésticos inteligentes que se encuentran en su hogar; con ella ayudamos a facilitarles la vida a las personas.


NUESTRO INFORME
DE SOSTENIBILIDAD


NUESTRA CULTURA
SOSTENIBLE


NUESTRO ENFOQUE EN
EN MEDIO AMBIENTE

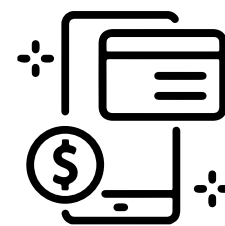

CONECTANDO A COLOMBIA
CON UNA MEJOR EXPERIENCIA


FORTALECIENDO
EL TALENTO


LO QUE SOMOS EN
CLARO COLOMBIA

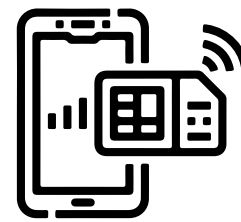


6

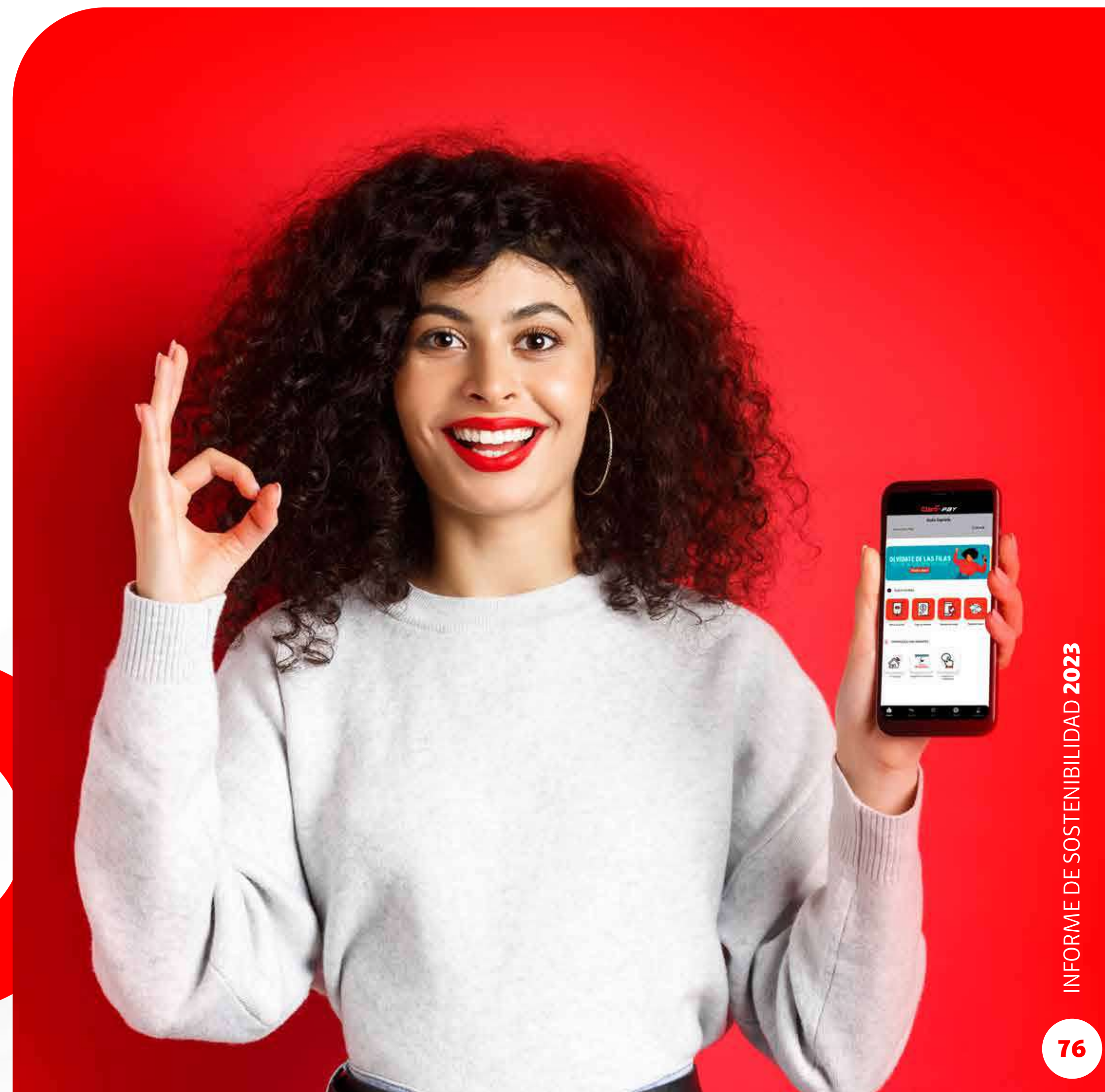


CLARO PAY: Nuestra billetera electrónica con la que queremos aportar a la inclusión financiera en Colombia, para que desde cualquier lugar del país los colombianos puedan enviar o recibir dinero. Es una aplicación móvil en alianza con una Startup y un banco que proporciona a nuestros usuarios una solución simple y eficiente para hacer uso de menos efectivo y hacer más transacciones de manera digital y en línea. Entre sus funciones están los pagos de facturas, transferencias de dinero, créditos digitales, recargas, entre otras funciones.

7



eSIM: SIM virtual o eSIM (embedded SIM) que se instala en el dispositivo sin necesidad de una tarjeta física, por lo que se puede tener más de un número móvil Claro.





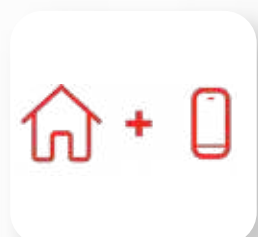
ENTRETENIMIENTO



CLARO SPORTS: Canal de televisión disponible a usuarios Claro Hogar cuya programación se enfoca en deportes, todo lo relacionado con los últimos acontecimientos del fútbol, ciclismo, automovilismo, tenis, baloncesto, entre otros.



RED +: Canal de Claro Colombia cuyas emisiones están respaldadas por un equipo digital de noticias, con reacción en tiempo real (7 días a la semana, las 24 horas del día).



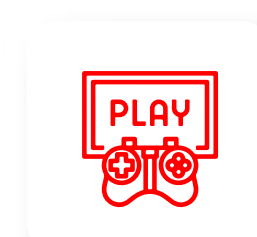
TODO CLARO: Paquete que permite combinar un plan pospago + servicios fijos. Como beneficios nuestros usuarios reciben más en datos, velocidad de Internet fijo o multiasistencias sin pagar más.



TIENDA CLARO: Canal de ventas digital para ofrecer servicios móviles y fijos, así como la venta de terminales y tecnología.



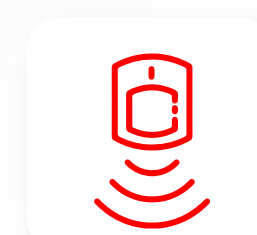
SMARTPHONES: Amplio portafolio de terminales que se ajustan a todas las necesidades de nuestros usuarios.



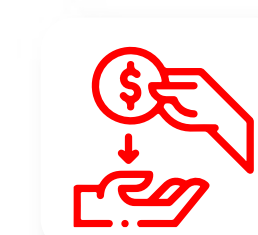
TECNOLOGÍA: Accesorios, computadores, gaming (combos, accesorios, consolas, entre otros), smartwatch, tablets, televisores, así como equipos IOT para conectar hogares.



MÁS CATEGORÍAS: Audio y video, bebés, cámaras, equipos de comunicación, cuidado personal, deportes, electrodomésticos, electromotores, ferretería, impresoras y proyectores, juguetería, mascotas, moda y accesorios, monitores, muebles y hogar, navidad, regreso a clases, utensilios de cocina, vehículos, salud y belleza, publicidad móvil.



INTERNET DE LAS COSAS (IoT): Sensores, routers, cámaras web, baterías, patinetas, entre otros.



MÉTODOS DE FINANCIACIÓN: Gestión propia y alianzas con entidades financieras, con tasas preferenciales.


NUESTRO INFORME
DE SOSTENIBILIDAD


NUESTRA CULTURA
SOSTENIBLE


NUESTRO ENFOQUE EN
EN MEDIO AMBIENTE


CONECTANDO A COLOMBIA
CON UNA MEJOR EXPERIENCIA


FORTALECIENDO
EL TALENTO


LO QUE SOMOS EN
CLARO COLOMBIA



ENTRETENIMIENTO



CLARO UP: Servicio de seguramiento del dispositivo que protege contra daño físico, hurto o hurto calificado, falla mecánica o eléctrica.



CLARO DRIVE: Plataforma de almacenamiento en la nube, Claro drive para todos los usuarios móviles (postpago y prepago) y hogar (segmento masivo).



15 MINUTOS: Revista de entretenimiento impresa, disponible para suscripción mensual.



CLARO VIDEO: Aplicación para todos nuestros usuarios Hogar y postpago, en donde podrán acceder sin costo adicional a distintos tipos de contenidos: deportivos, infantiles, películas, series, TV en vivo, entre otros, y también comprar películas de estreno, a través de distintos dispositivos como laptop, PC y tablet.



CLARO TV+: Es el nuevo concepto de entretenimiento, donde podemos ofrecer a nuestros clientes las mejores opciones de contenido y funcionalidades para disfrutarlas al máximo en cualquier lugar y en sus dispositivos favoritos como el Claro Box o el dongle.



CLARO GAMING CLOUD: Es una plataforma de juegos en la nube, que permite llevar las emociones de los gamers al gran público. Mediante la plataforma, los gamers pueden contar con juegos on-demand retro, Free to Play (F2P) y algunos de los principales títulos del mundo de los videojuegos con licencia exigida (BYOL). Para acceder, los usuarios podrán ingresar a www.clarogamingcloud.com.co sin necesidad de consolas y desde un computador, tablet, celular, desde un Android TV y desde Claro Box.



NUESTRO INFORME DE SOSTENIBILIDAD



NUESTRA CULTURA SOSTENIBLE



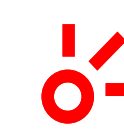
NUESTRO ENFOQUE EN EN MEDIO AMBIENTE



CONECTANDO A COLOMBIA CON UNA MEJOR EXPERIENCIA



FORTALECIENDO EL TALENTO

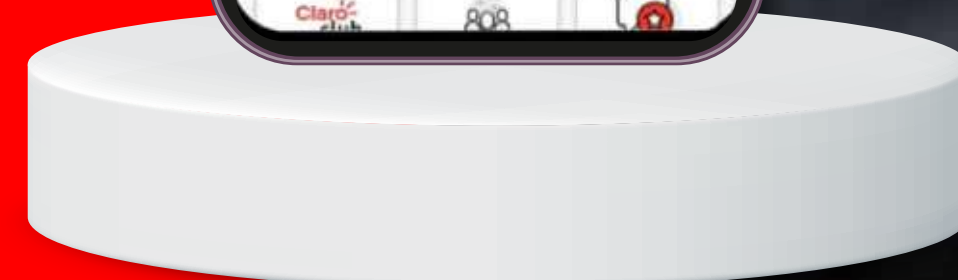


LO QUE SOMOS EN CLARO COLOMBIA



SOPORTE

APP MI CLARO: Una aplicación para administrar tus servicios prepago, pospago, Hogar y muchos más, de manera sencilla.



4.4



EXPERIENCIAS ÚNICAS Y CONFIABLES

- **GRI 3-3:** *Tecnología, conectividad y cobertura y experiencia al cliente*
GRI 2-25

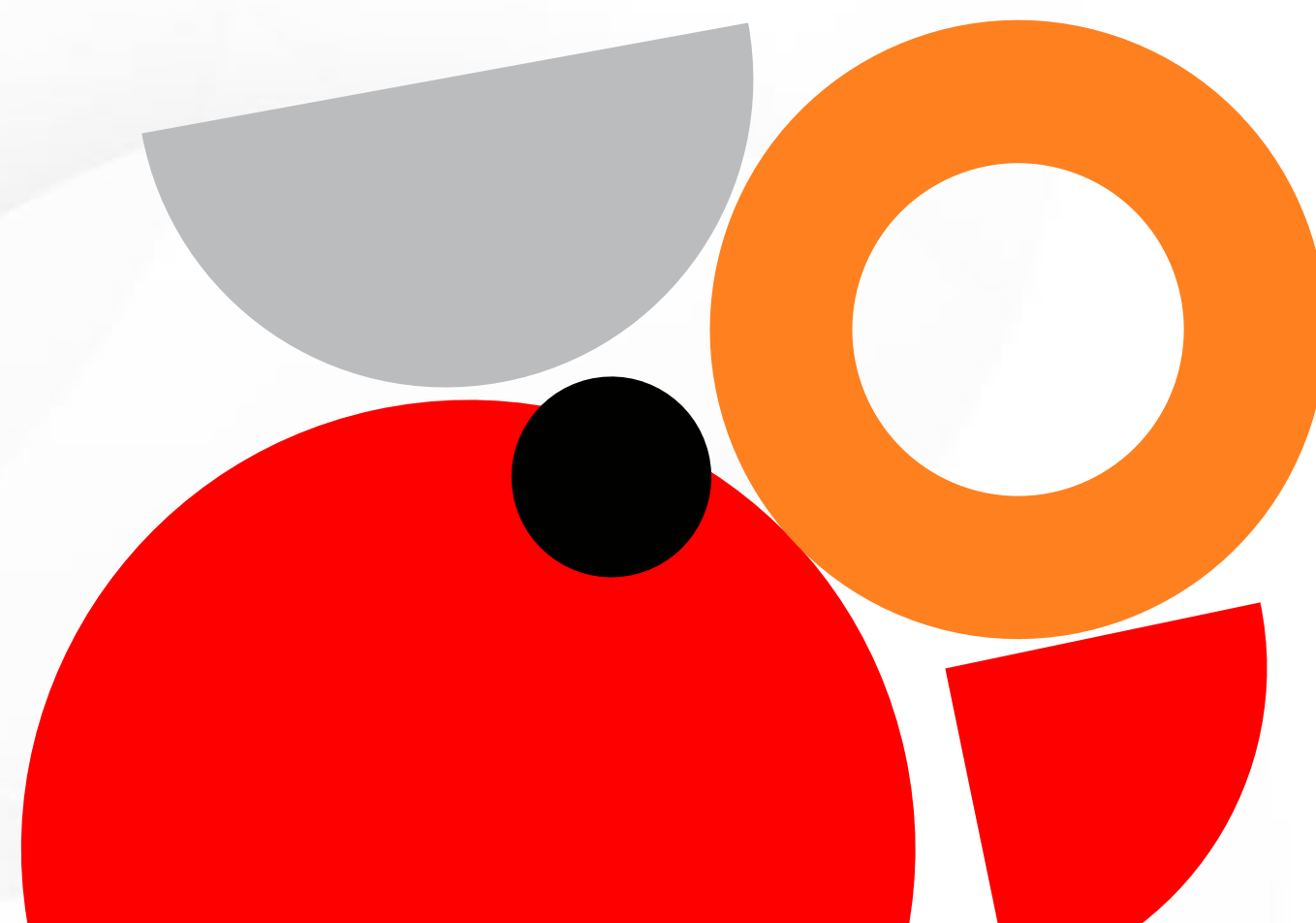
En el año 2023 nos propusimos llevar a cabo la gestión de la experiencia del cliente mediante el desarrollo de diversos frentes de trabajo:



Buscamos proporcionar una experiencia fácil, sencilla e intuitiva en los canales digitales para que los clientes de las Unidades de Mercado Masivo y Corporativo puedan atender de manera autónoma sus necesidades tanto de información como transaccionales, incluida la compra de productos y servicios. Establecimos varias metas, entre las que se encuentran la mejora del Net Promoter Score (NPS) y la eliminación del esfuerzo del cliente en la atención.



Diseñamos un modelo de gestión de la experiencia basado en la voz del cliente, con el objetivo de comprender sus necesidades, dificultades y expectativas. Las metas incluyeron la implementación de un modelo estructurado de trabajo, que centraliza las mediciones de experiencia para su fácil acceso por parte de los equipos y que permite la gestión oportuna de los dolores de los clientes priorizados.





Implementamos ciclos de gestión de la experiencia, para asegurar que las actividades y entregables comprometidos en los equipos ágiles estén centrados en el cliente, y así cumplir con nuestra propuesta de valor. Establecimos algunas metas, como tener un backlog de trabajo centrado en el cliente, mejorar la tasa de solución en el primer contacto y reducir los indicadores de recurrencia en los segmentos masivo y corporativo.



Mantuvimos una cultura de servicio orientada a la humanización de los canales de servicio asistido, con el objetivo de generar conexión y empatía con los clientes. Nuestras metas incluyeron conseguir indicadores destacados en nuestro modelo de calidad GANA, mejorar la amabilidad en la atención y conseguir la solución de las necesidades del cliente en el contacto con el canal.



Nos propusimos construir la experiencia del cliente desde donde suceden las cosas. Para ello nos enfocamos en que todos los colaboradores transformaran sus comportamientos para centrarse en el cliente. Nos propusimos realizar al menos una visita mensual de campo en procesos críticos, mejorar el proceso de cara al cliente y medir la evolución con KPI centrados en el cliente.

KPI: Key Performance Indicators



Alineamos metodologías de gestión de CX con metodologías ágiles dentro de los flujos de valor para identificar oportunamente interacciones clave. Fijamos metas para eliminar dificultades del cliente a través de trabajo ágil y estructurar una metodología unificada con el equipo de Agilismo.



Rediseñamos interacciones centradas en transformar la forma en que nos relacionamos con nuestros clientes, con el fin de poner en práctica funcionalidades digitales para lograr una interacción más simple y fácil, que privilegie la autoatención y la solución al primer contacto.



NUESTRO INFORME DE SOSTENIBILIDAD



NUESTRA CULTURA SOSTENIBLE



NUESTRO ENFOQUE EN EN MEDIO AMBIENTE



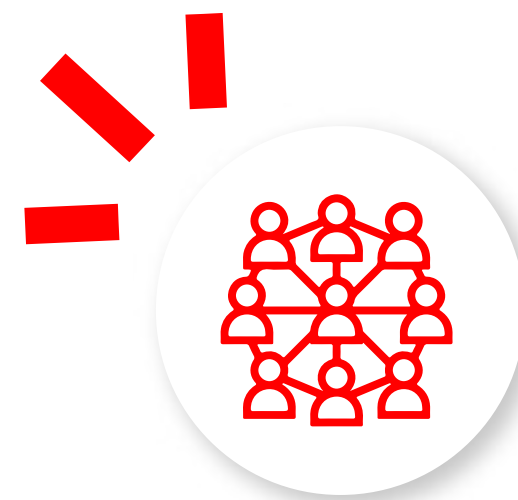
CONECTANDO A COLOMBIA CON UNA MEJOR EXPERIENCIA



FORTALECIENDO EL TALENTO



LO QUE SOMOS EN CLARO COLOMBIA



4.4.1. UNIDAD DE MERCADO MASIVO

Desde Claro Colombia trabajamos día a día para atender las necesidades y cumplir las expectativas de nuestros clientes. Por esto, la Unidad de Mercado Masivo continúa fortaleciendo diferentes canales de atención que nos permiten ofrecer nuestros productos y servicios a disposición de los usuarios. Por ejemplo, durante el año 2023 logramos impulsar:



AGENTES: Promovimos la focalización de una zona geográfica a un agente comercial, con el propósito de facilitar la contratación directa de asesores, generar ventas con calidad, brindar una mejor experiencia al usuario y disminuir las PQRS por motivos comerciales. Alcanzamos una zonificación de 208 distritos con 46 agentes comerciales, con lo que conseguimos la especialización de la fuerza de ventas.

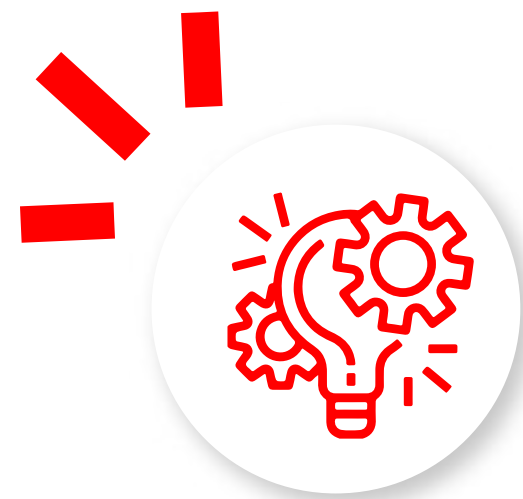


CENTROS DE ATENCIÓN Y VENTAS: Se aseguró la suscripción y el uso de la App Mi Claro en más de 400.000 ventas de usuarios que adquirieron planes y servicios en los CAV. Alcanzamos más de 600.000 atenciones gestionadas por los propios usuarios a través de plataformas digitales, con la asesoría de consultores de centros de atención personalizada. Aunque las ventas de servicios principales (que requieren un mayor tiempo en la atención) crecieron 12%, el tiempo promedio de atención solo aumentó 3%. En 2021 fue de 20:00, en 2022 de 17:30, y en 2023 de 18:00.

SERVICIO AL CLIENTE: Implementamos nuevas herramientas tecnológicas y procesos de machine learning e inteligencia artificial. Adaptamos nuevos análisis de otras industrias y prospección de datos. Obtuvimos mayor exposición visual digital (redes, influenciadores, grupos, tendencias, entre otros) que aumentaron la profundidad de experiencia del usuario

FIJO Y MÓVIL: Aumentaron las ventas en servicios en redes sociales a diciembre de 2023. Percibimos nuevos ingresos por concepto de Prime Video. Fidelizamos a los usuarios del servicio de televisión con decodificador Android tv al brindarles acceso a la aplicación Claro TV+. Pusimos a disposición de nuestros usuarios de alto valor la posibilidad de adquirir velocidades de Internet de hasta 1 Gb.

RETAIL: Desarrollamos un modelo de autoatención en el cual el usuario accede a una terminal preactivada. **(GRI 3-3)**



4.4.2. PROYECTOS E INICIATIVAS DE LA UNIDAD DE MERCADO MASIVO

Además de lo anterior, desarrollamos proyectos orientados a brindar mejores productos y servicios a nuestros clientes como:

1

El proyecto Everest, orientado a la optimización del portafolio de terminales, mediante el cual obtuvimos mejores costos en negociación por volumen. Adicionalmente, esta iniciativa les permite a nuestros usuarios renovar sus terminales, beneficiándose de facilidades de pago, disponibilidad a nivel nacional en todos los puntos de venta, y planes de beneficios a los usuarios Claro que tienen antigüedad superior a 6 meses, y en especial a los que cuentan con servicios móviles y de hogar (convergentes).



2

El programa Retoma de Equipos, cuyo propósito es garantizar la devolución de equipos antiguos al otorgar al cliente beneficios como descuentos en la compra de nuevas tecnologías. Con esta iniciativa contribuimos a nuestras metas ambientales y de ventas. Complementariamente, estamos desarrollando un programa que impulse la gestión adecuada de estos equipos para disminuir nuestra huella ambiental en el mundo.

3

El proyecto Óperas, que es una metodología sistémica de trabajo en la operación de las regionales para la consecución integral de los objetivos de la organización. Sobre la base de procesos soportados en tecnología digital, se buscó mejorar la satisfacción del cliente mediante un servicio más ágil y sencillo, conseguir una menor tasa de contacto por inconformidad en la adquisición de los diferentes servicios, mejorar el indicador de ventas efectivas y disminuir el fraude en la Venta Digital (validación de identidad, firma de contratos digitales).

4

Proyecto de recuperación de usuarios únicos de recarga prepago de Claro Colombia—que inició en julio 2023—se enfoca en revitalizar y reactivar las relaciones con los clientes que alguna vez formaron parte de nuestra red pero que, por diferentes motivos, han dejado de recargar sus líneas. El objetivo fue la recuperación de 1.400.000 usuarios únicos al cierre de diciembre de 2023.

5

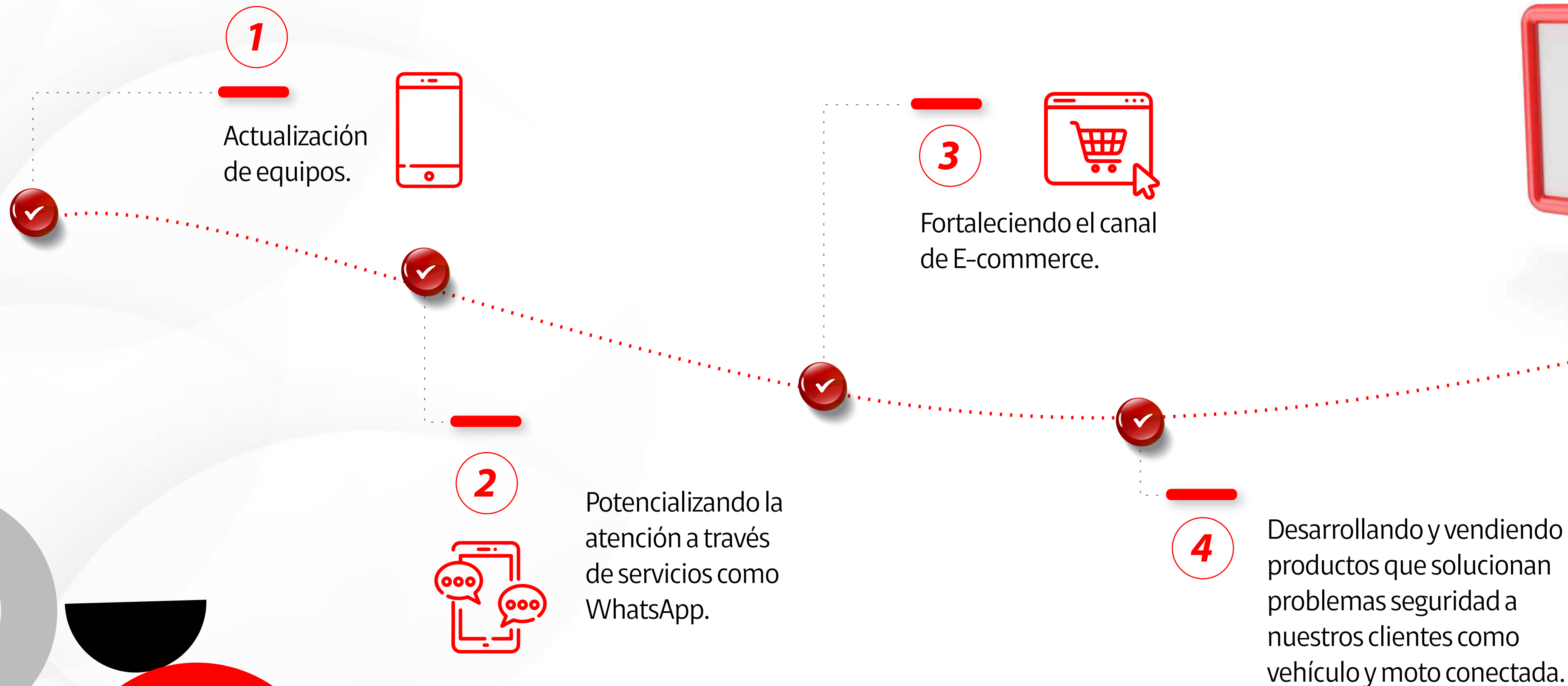
Proyecto de zonificación de agentes comerciales que representa una estrategia innovadora para potenciar el desarrollo comercial a nivel del distrito. Consiste en asignar a un aliado comercial único la responsabilidad exclusiva de impulsar y expandir las operaciones en un territorio asignado, a través de una fuerza comercial contratada. A finales de 2023 registramos 58 agentes a nivel nacional con asignación en 217 distritos, que generaron un promedio de 85.000 servicios principales de hogar por mes. A su vez, esto impulsó la contratación de fuerza comercial directa de 1.700 asesores comerciales por parte de los agentes comerciales.



6

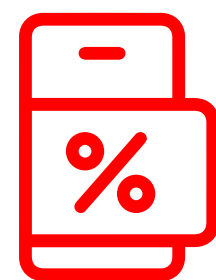
Además de lo anterior, desde la **Unidad de Mercado Masivo generamos una alianza con UNO27**, aliado con el que buscamos implementar un Call Center en Riosucio (Caldas) enfocado en el ofrecimiento de oportunidades laborales a población vulnerable, mejoramiento de los indicadores operativos y presencia de la marca Claro como generador de empleo y bienestar en la población. En este caso, logramos vincular a 250 personas directamente a nuestra operación mediante un contrato laboral a término indefinido con todas las garantías salariales y prestaciones de ley. El personal contratado se compone de personas provenientes de resguardos indígenas, mujeres cabeza de hogar y población migrante en busca de mejores condiciones de vida.

Claro siempre pensando en sus clientes, ha desarrollado diversas estrategias para garantizar un servicio de calidad, haciendo:



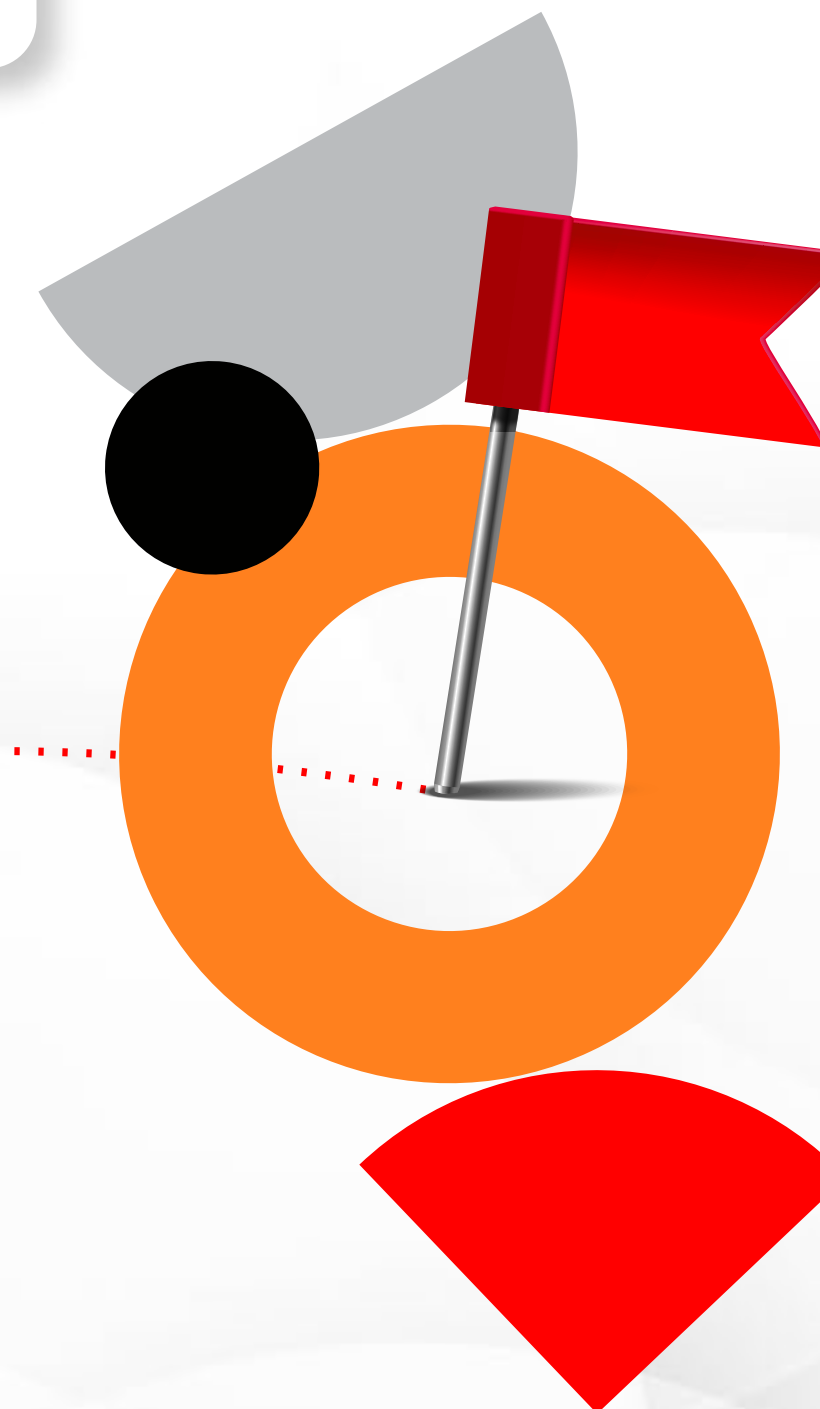
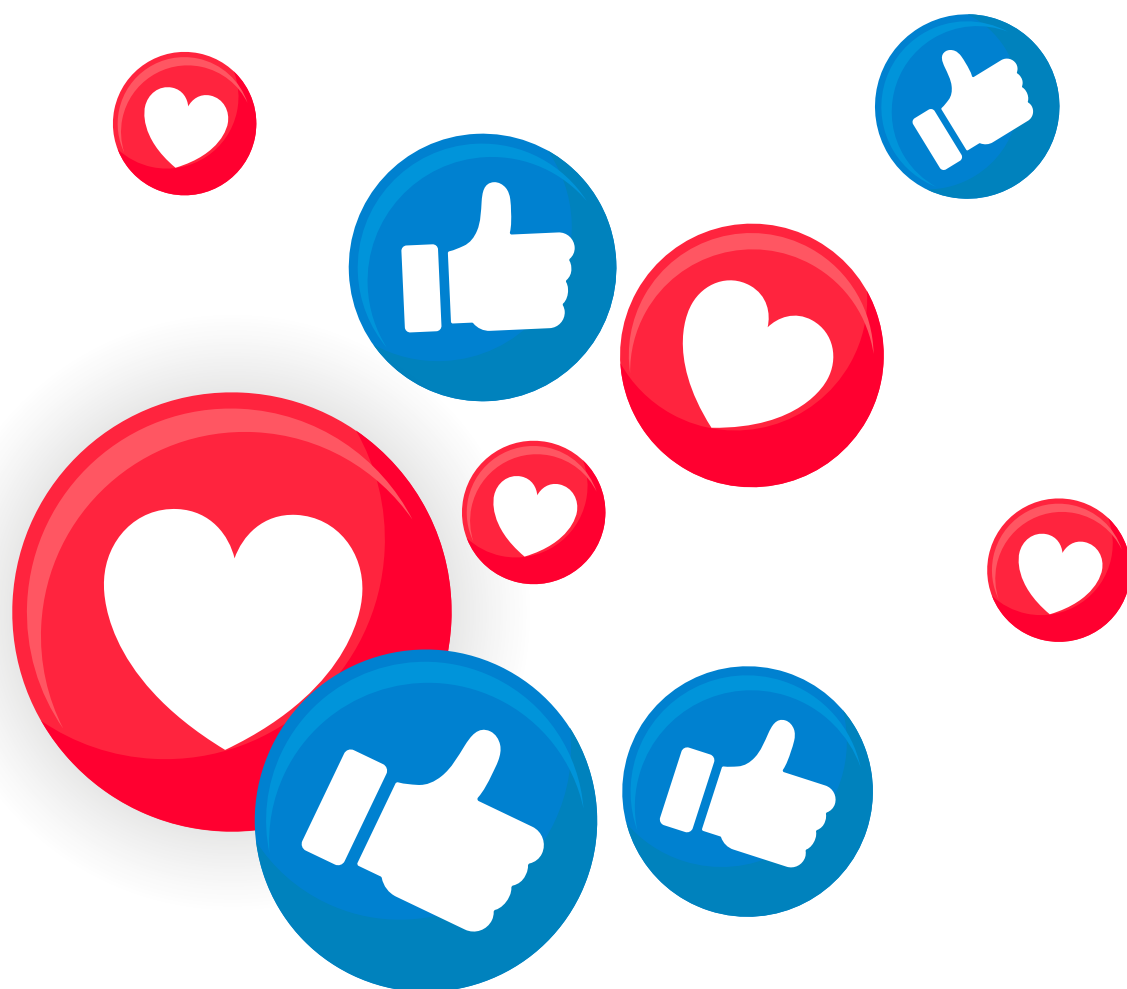
5

También ofrece beneficios especiales de acuerdo con la antigüedad de nuestros clientes, otorgando bonos de descuento para la compra de terminales y/o productos de tecnología.



6

Además ha desarrollado el modelo de operadores regionales, lo cual permite ampliar la capilaridad llegando con nuestros productos a un formato de puntos pequeños logrando acercar la marca Claro en los rincones de Colombia.





4.4.3. UNIDAD DE MERCADO CORPORATIVO

Además de lo anterior, desde Claro Colombia reconocemos la importancia de acercar y conectar las oportunidades para el sector privado del país. Para esto, la Unidad de Mercado Corporativo ofrece diferentes productos y servicios para las Empresas y Negocios (E&N) como:



1

TELCO Y TELCO AVANZADO: La evolución de las redes para afrontar los nuevos desafíos con un mayor rendimiento de manera ágil, simple y segura:

2

VOZ: Telefonía Local, PBX Distribuido, Líneas 01800 y Larga Distancia.

TELEVISIÓN



3

TELEVISIÓN DIGITAL: Con nuestro servicio de televisión, los usuarios pueden disfrutar de la información y el mejor contenido de entretenimiento dentro de su empresa, con una increíble calidad de imagen y sonidos.

TELEVISIÓN MULTIPUNTO: Los usuarios corporativos pueden llevar la televisión Claro a todos los puntos que requiera dentro de su establecimiento, sede o edificio, la solución está diseñada para clientes que requieran tener en más de 5 puntos nuestro servicio de televisión.

4

COLABORACIÓN Y VÍDEO: Comunicaciones Corporativas, Contact Center (Soluciones para call center y gestión de canales de comunicación), Telepresencia Administrada, Video Conferencia Web, Mercadeo Dinámico, Grabación de Llamada, Turno Digital en Sedes y TV.

5

CONECTIVIDAD: SD-WAN (servicio Over-The-Top (OTT) para poder independizar las redes de los medios y tecnologías de acceso disponibles en cada punto de su red), Internet y Datos.

6

DATA CENTER: Administración de IT; Hosting Administrado; Almacenamiento y Respaldo de Información, Centro de Servicios SAP.

7

SERVICIOS DE TI: Aplicaciones Móviles y Servicios Especializados de IT (fábrica de software e instalación de aplicaciones, gestión de proyectos y portafolios, plataforma de experiencia digital, soporte y mantenimiento de aplicaciones).


NUESTRO INFORME DE SOSTENIBILIDAD


NUESTRA CULTURA SOSTENIBLE


NUESTRO ENFOQUE EN EN MEDIO AMBIENTE


CONECTANDO A COLOMBIA CON UNA MEJOR EXPERIENCIA


FORTALECIENDO EL TALENTO


LO QUE SOMOS EN CLARO COLOMBIA



SOLUCIONES MÓVILES

1 **CLARO DIRECTO:** Servicio de comunicación directa PoC que le permitirá a los usuarios la transmisión de voz con solo apretar un botón; de esta manera los colaboradores de una compañía estarán conectados con los contactos que requieran dentro y fuera de la organización.

2 **PLATAFORMA DE AUTOGESTIÓN M2M:** Los usuarios podrán administrar de manera remota sus líneas Claro Empresas a través de nuestro portal web, en donde podrá ejecutar diversas operaciones, como obtener reportes de consumos hasta gestionar funcionalidades avanzadas.

CIBERSEGURIDAD

1 **SEGURIDAD:** Seguridad Perimetral, Centro de Seguridad en Operaciones Digitales, Prevención de Fuga de Información, Borrado seguro, Seguridad en Aplicaciones y Desarrollo, Ciberinteligencia en Sector Financiero, Protección contra amenazas en móviles.

2 **MONETIZACIÓN DE DATOS (REGTECH):** Herramientas tecnológicas que permiten identificar la persona, calificar su comportamiento y evaluar su posible riesgo de suplantación de identidad. Gracias a esto las organizaciones pueden generar, con total confianza, ventas, desembolsos de dinero y efectuar operaciones con sus clientes. Su uso incluye scores para venta a clientes rechazados por buró, identificación de vulnerabilidades de su teléfono celular para evitar transacciones, y autenticación del cliente con la mínima fricción.

SOLUCIONES DIGITALES

1 **GESTIÓN DE ACTIVIDADES:** Solución de Productividad que automatiza la gestión de los equipos de trabajo en campo.

2 **GESTIÓN VEHÍCULAR:** Solución de productividad que permite gestionar y administrar la flota de vehículos de su compañía en tiempo real.

3 **DESARROLLO DE SOFTWARE:** Desarrollo de Software orientado a producir componentes o artefactos y procesos completos de software para ejecución de sistemas o aplicaciones. SAP Solución de servicios especializados para el alojamiento de plataformas

4 **SAP:** mediante el suministro de infraestructura de cómputo, seguridad, conectividad, administración netweaver (basis), soporte funcional, migraciones y actualizaciones.

5 **ANALÍTICA:** A través de la Analítica & Big Data posibilitamos conectar, optimizar costos y generar insights clave para los negocios, permitiéndole a sus clientes mejorar la experiencia de usuario.

6 **MARKETING PARA TODOS:** Herramienta de Marketing que utiliza las redes Wi-Fi del comercio para conectar, retener y recompensar a sus clientes a través de la recolección de datos de contacto y preferencias.

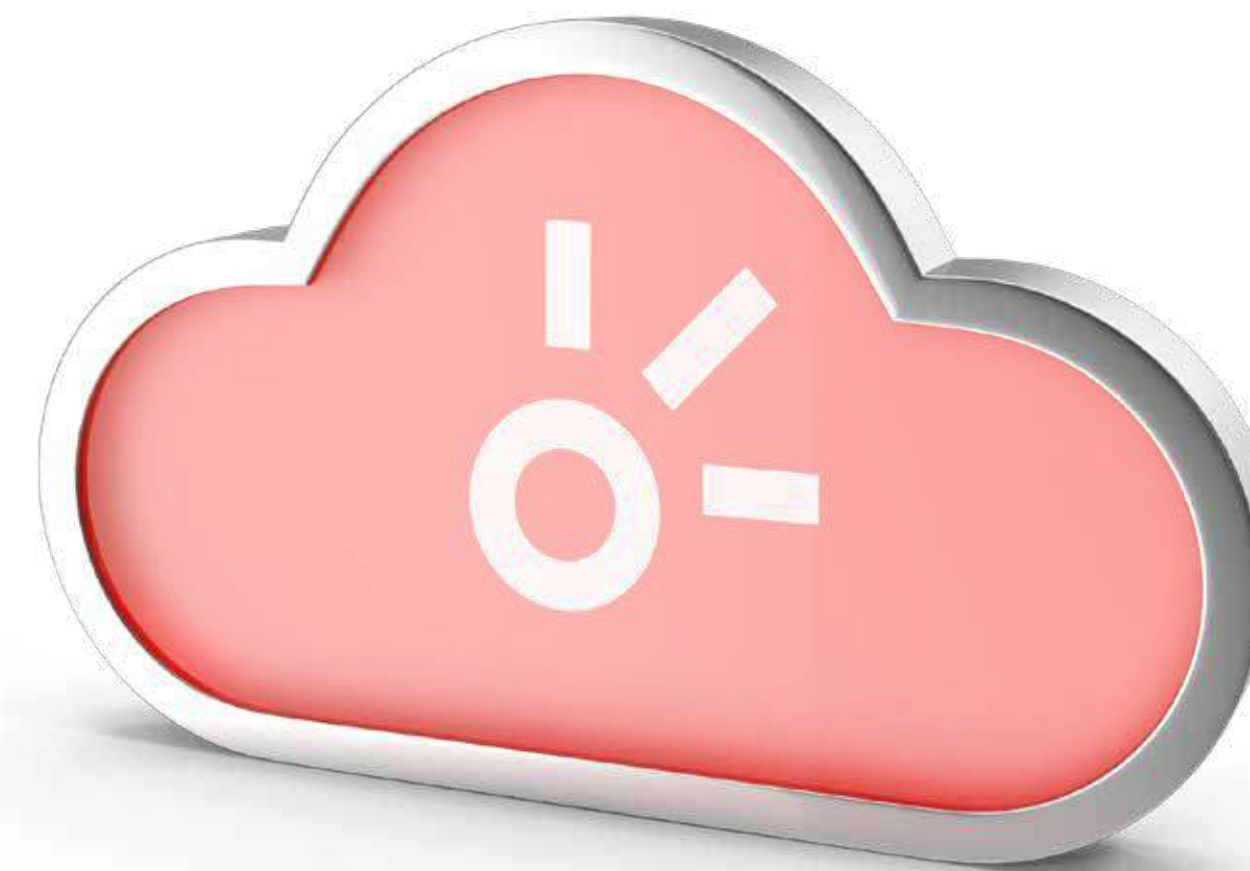
7 **MDM:** Solución que permite la gestión y la administración de manera centralizada de los dispositivos móviles, controlando el acceso a aplicaciones y contenidos móviles.

8 **SOLUCIONES DE SERVICIOS Y OPERACIONES IT:** Permiten gestionar los servicios internos de sus clientes, así como la automatización de su operación. Entregan la infraestructura, los servicios y el software necesarios para manejar todos los servicios de TI.

9 **CLARO API E INTEGRACIÓN:** Los usuarios pueden ofrecer a sus clientes B2B un portafolio de API management y contenedores a través de una plataforma que satisface las necesidades de transformación digital. APIs fáciles de mantener y personalizar.

10 **CHATBOTS Y VOICEBOTS:** Mejoran la experiencia del cliente conversacional de alta tecnología obteniendo una visión 360 de sus clientes, automatizando las tareas manuales de comunicación.

11 **RPA:** Transforme su flujo de trabajo digital con nuestra solución, capaz de imitar acciones humanas con precisión, reduciendo costos, errores y tareas repetitivas mientras aumenta la productividad y eficiencia.



EN SERVICIOS CLOUD

1 **SOFTWARE COMO SERVICIO:** Permite aprovechar las ventajas de las herramientas de colaboración en las nubes públicas. Soluciones como: • Claro Back Up • Microsoft 365 • Google Work Space.

2 **SERVICIOS PROFESIONALES:** Proveedor end to end del portafolio de servicios de consultoría, administración, implementación, migración y gestión en cualquiera de las nubes públicas.

3 **INFRAESTRUCTURA COMO SERVICIO:** Permite flexibilizar las cargas, flujos de trabajo y aplicaciones en la nube con infraestructura en Colombia. • Claro Cloud Empresarial • Microsoft Azure • AWS • GCP • Oracle OC.



NUESTRO INFORME DE SOSTENIBILIDAD



NUESTRA CULTURA SOSTENIBLE



NUESTRO ENFOQUE EN EN MEDIO AMBIENTE



CONECTANDO A COLOMBIA CON UNA MEJOR EXPERIENCIA



FORTALECIENDO EL TALENTO



LO QUE SOMOS EN CLARO COLOMBIA



EN MARKETING MOBILE

1 **DATOS PARA TODOS:** Solución en donde el cliente Corporativo puede otorgar navegación gratuita a sus usuarios, para que estos accedan a sus Aplicaciones móviles y/o Sitios Web, sin consumir los datos del celular.

2 **WHATSAPP BUSINESS API:** Solución que permite gestionar a través de una plataforma conversacional, la comunicación del canal de mensajería Whatsapp en donde se pueden crear bots con respuestas automáticas o bots con respuestas a un agente de atención personalizada.

ECOSISTEMA DE MENSAJERÍA:

1 **MENSAJERÍA MULTIMEDIA (RCS):** Servicio de envío de mensajes a través de la Aplicación Mensajes de Android (RCS) en donde el cliente corporativo establece un Canal exclusivo de su marca para enviar mensajes con imágenes, videos y donde establece acciones o respuestas sugeridas.

2 **MENSAJERÍA INTERACTIVA (SAT PUSH):** Envío de mensajes que se despliegan en la pantalla del celular, que permite desarrollar diferentes tipos de interacciones, ya que al dar clic se redirecciona el mensaje a una página web, o se envía a generar una llamada, entre otros.

3 **MENSAJERIA SMS GEOLOCALIZADA:** Solución que permite el envío de Mensajes de texto masivos y/o segmentados a líneas Claro.

4 **CLARO MEDIA PUBLICIDAD:** Soluciones que se adaptan a las necesidades de comunicación y publicidad de una Marca en los siguientes formatos: Publicidad en TV, Producción de Contenidos, Servicios de Transmisiones empresariales, Publicidad en la Revista 15 Minutos, Publicidad Digital en Portales y Redes sociales.

EN SERVICIOS DE COLABORACIÓN:

1 **COMUNICACIONES A TODOS:** Permite la unificación de todas las comunicaciones de su empresa bajo nuestras soluciones de colaboración, en donde podrá potencializar su servicio de voz y mensajería empresarial, manteniendo a su organización siempre conectada de una manera robusta y segura.

2 **SALAS DE COLABORACIÓN Y VIDEOCONFERENCIA:** Los usuarios podrán transformar sus espacios en sitios colaborativos a través de un ecosistema construido de acuerdo con las necesidades de su empresa.

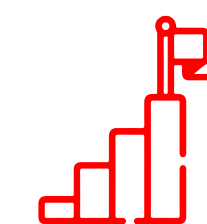
3 **CLARO CUSTOMER EXPERIENCE (CX):** Diversificación de las comunicaciones de las empresas a través de diferentes canales de comunicación (voz y digitales) con nuestras soluciones onmicanal, brindando la opción a sus clientes de interactuar con el negocio mediante canal de comunicación de su preferencia.

4 **EQUIPOS COMO SERVICIO DAAS:** Permite el trabajo con los mejores equipos y soluciones tecnológicas de última generación con ventajas como la instalación física de equipos en sitio, mantenimiento preventivo y correctivo, cambio de piezas y mucho más dentro una tarifa mensual. **(GRI 3-3)**

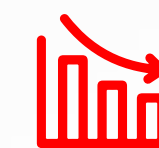


4.4.4. PROYECTOS E INICIATIVAS DE LA UNIDAD DE MERCADO CORPORATIVO

Con el ánimo de cumplir con los objetivos y metas planteadas para el año 2023, desde la Unidad de Mercado Corporativo generamos diferentes iniciativas para el fortalecimiento del modelo de atención a E&N como:



Cumplimiento con el indicador de Nivel de Servicio.



Disminución de usuarios reincidentes en tres puntos porcentuales mediante la estabilización de servicio.



NUESTRO INFORME DE SOSTENIBILIDAD



NUESTRA CULTURA SOSTENIBLE



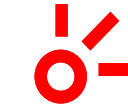
NUESTRO ENFOQUE EN EN MEDIO AMBIENTE



CONECTANDO A COLOMBIA CON UNA MEJOR EXPERIENCIA



FORTALECIENDO EL TALENTO



LO QUE SOMOS EN CLARO COLOMBIA



Ampliación de permanencias a usuarios del segmento: Con miras a fidelizar a los usuarios de E&N extendimos la cobertura en equipos de fábrica.

Mediante el proyecto de transformación cultural hemos desarrollado e implementado nuevas formas de articulación de nuestra labor.

Conformamos células de trabajo multidisciplinarias en la Unidad de Mercado Corporativo -UMC- a fin de trabajar en la satisfacción del cliente en cada una de las oportunidades que tenemos. Por esta razón, creamos una primera versión de flujos de valor sobre las necesidades de los clientes, bajo el siguiente ciclo del usuario:

a. Exploración y compra

Atender las necesidades de los clientes para facilitar su proceso de compra, procesos internos, capilaridad de red para despliegue, abastecimiento de equipos, agendamiento e instalación.



b. Uso y ayuda

Garantizar que el proceso de atención al cliente sea el adecuado, en cuanto a la calidad del servicio, tiempos de solución y productos ofrecidos.

c. Crecimiento y fidelización

Desarrollar estrategias para que los clientes adquieran más servicios con nosotros, aprovechando la capacidad tecnológica y los procesos de fidelización para que el cliente mantenga su satisfacción en el tiempo.

d. Cancelación y recuperación

Diseñar estrategias para la recuperación de los clientes que por alguna razón decidieron cancelar sus servicios, a través de la identificación y gestión de oportunidades de mejora.

Inicialmente esta estructura de trabajo nos permitió atender las necesidades más urgentes de cada uno de los procesos, y la evolución de nuestro modelo de trabajo ágil nos ayudó a reajustar los flujos de valor, enfocando el esfuerzo en tres grandes grupos:

**Venta, fidelización, rentabilización
y evolución de producto**



Enfocado en el ciclo completo de venta del cliente (capilaridad, abastecimiento, instalación, crecimiento y fidelización).

**Experiencia de uso
móvil y fijo UMC**



Enfocado en la experiencia y atención del cliente, en la mejora de las interacciones y en la reducción de la fricción del cliente con nuestros servicios y atención.

**Canales de venta y
atención digital UMC**



Su objetivo es mejorar los procesos de venta con canales de autoatención y la habilitación del e-commerce para el segmento de negocios, con lo que se incrementa la capacidad comercial.





4.4.5. LOGROS DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS BRINDADOS POR CLARO

Durante el año 2023 alcanzamos los siguientes logros:

VENTAS

Implementamos estrategias comerciales, como:

- Días especiales dedicados a la promoción de productos.
- Comunicación de la venta con más pantallas, mercadeo dinámico, precios digitales, digitalización de espacios y mayor personal promotor de marcas.

Más de 2,6 millones de clientes fueron incentivados para el uso de servicios de valor agregado como Claro drive, Claro video, Claro música y Familia & amigos.

En diciembre alcanzamos cifra récord en el incremento de migraciones a través de los flujos de venta digital y de WhatsApp.

Logramos un incremento de 27% en ventas de terminales y tecnología por el canal de e-commerce durante el año.

Logramos que nuestros usuarios puedan acceder a lo últimos celulares con su financiación directa. Al cierre del año registramos más de 1.500.000 créditos activos.



En 2023 incrementamos los ingresos en 4,3% frente a los del año 2022, impulsados por el cumplimiento de las metas de venta de pospago, servicios fijos, terminales y tecnología, así como por la inversión de COP 13.965 millones para la ampliación, traslado y adecuación de las oficinas. Por otro lado, gracias a la eficiencia en la administración de los costos y gastos del canal, logramos un margen operacional que cerró en 35% y un margen neto positivo de 9%.



Implementamos mejoras en el esquema de remuneración variable de los empleados para incrementar la productividad.



Logramos la activación del 80% de ventas de servicios fijos con contrato digital.



Entregamos 2,3 millones en beneficios de fidelización, para impulsar la disminución del churn (tasa de cancelación) el porcentaje de los clientes impactados entre 20% y 30%.



Continuamos con la tarea de rentabilización de la base de clientes mediante ofertas asertivas que dinamicen los servicios de valor agregado y el incremento del ARPU (Ingreso medio por usuario) del cliente.



En el canal de T&T alcanzamos dos cifras récord importantes en el año: 3.652 servicios de Claro Up activados en el mes de mayo y 8.046 millones COP en noviembre, en Tecnología.



PRODUCTOS Y SERVICIOS

- ✓ Habilitamos cerca de 700 mil casas pasadas¹⁰, gracias a lo cual alcanzamos un inventario total de 10,5 millones de HHPP y una penetración de red de 30,9%.
- ✓ Hemos logrado llegar a 2,1 millones de casas pasadas con tecnología de fibra óptica, con una penetración de red de 22,3%.
- ✓ Implementamos red fija en 141 poblaciones, de las cuales 53 son 100% fibra óptica y 68 son de tecnología mixta (HFC-FTTH).
- ✓ Incrementamos la velocidad a más de 8,9 millones de suscriptores de los servicios fijo y móvil.
- ✓ Actualizamos los equipos del hogar a más de 490 mil clientes.
- ✓ Realizamos la migración hacia tecnología de fibra óptica a 106 mil clientes



- ✓ Realizamos el lanzamiento de red de fibra óptica con Internet de alta velocidad en 18 nuevas poblaciones apartadas.
- ✓ Incorporamos dentro del portafolio de venta una amplia variedad de servicios, como multiasistencias (mascotas, hogar, salud); carro y moto conectados; cámaras y sensores de puertas y ventanas para el hogar, entre otros.
- ✓ Logramos iniciar operaciones en municipios como Riosucio, Sincelejo y Apartadó, gracias a la apertura de nuevas operaciones de telemarketing de servicios Hogar y Móvil.
- ✓ En el frente de B2B2C implementamos 281 nuevas alianzas estratégicas.
- ✓ Lanzamos productos de vanguardia que traen ingresos importantes para la compañía, y que a su vez también representan ahorros en CAPEX (gastos de capital), como Claro Tv+ —una televisión sin decodificador—, entre otros.
- ✓ Al cierre del año llegamos a la contratación de 1.804 asesores que han alcanzado más de 58.000 servicios mensuales.

¹⁰Predios con cobertura de red fija HFC o FTTH

CANALES DE COMUNICACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

✓ Experimentamos un aumento de transacciones por canales digitales de autoatención en el portal Mi Claro, Empresas Convergentes, Chat de WhatsApp, Portal de Pagos E&N e IVR Visual:

- Obtuvimos más de 12 millones de transacciones en la App Empresas en 2023.
- Registramos más de 5 millones de transacciones en el portal web Mi Claro Empresas en 2023.
- Incrementamos el número de usuarios registrados en portal web. Llegamos a 74,5% en 2023.
- La adopción digital ascendió a 41%.
- El pago digital creció a 51%.

✓ Fortalecimos nuestro modelo de atención en línea asistida y digital con más de un millón de transacciones al mes en la App Mi Claro Empresas. Dentro de la aplicación se puede:

- Cambiar la clave wifi;
- Consultar y descargar la factura;
- Pagar servicios;
- Consultar el detalle de los planes fijos y móviles;
- Solicitar el cambio de número;
- Autodiagnosticar fallas en la red coaxial.



✓ Logramos incorporar eficiencias operativas en los casi 3.150 colaboradores que operan y administran los 89 Centros de Atención y Ventas (CAV) y en las 24 tiendas organizadas en 14 zonas y 5 regionales, que conforman nuestro canal de distribución. Al cierre de 2023 contamos con más de 10 millones de visitas, de las cuales 86% fueron atendidas con tiempos de espera inferiores a 15 minutos (2% por encima de la cifra de 2022), de conformidad con los estándares de calidad y las exigencias regulatorias del gobierno colombiano.

✓ Consolidamos la estrategia como zonificación a través del canal de agentes, con la que cubrimos el territorio nacional

✓ La eficacia en la aplicación de nuestro modelo de atención presencial condujo a que el canal obtuviera el mejor Net Promoter Score (NPS) de su historia, pues llegó a 84% de recomendación en el año 2023, comparado con el de 80% en 2022. Por otro lado, la productividad de los consultores mejoró en todos los productos, lo que representó un incremento de 17% en los servicios fijos y pospago y un aumento de 15% en los ingresos en terminales y tecnología.



— **Venta Digital** —

Se invirtieron COP 600.000 con el objetivo de realizar ventas sin necesidad de documentos físicos.

La validación de la identidad mediante firma y huella electrónica.

Los tiempos de atención se redujeron hasta 80%.

Se generó un ahorro mensual de COP 100 millones en validación documental y COP \$900.000 millones promedio anual en procesos de soporte y digitación de la venta en CGV, eliminando procesos operativos y administrativos.

Garantía de 100% de pago de



— **Facturito** —

Se invirtieron COP 62 millones para la creación de un robot con Inteligencia Artificial que resuelve preguntas básicas sobre las facturas de clientes masivos.

Desde diciembre de 2023 los clientes pueden hacer consultas web sobre sus facturas sin acudir a canales presenciales.



— **Bot Creer en el Cliente (CEC)** —

Se invirtieron COP 216 millones para la implementación de la herramienta Dime para la disminución de tiempos de atención de asesores front.

Generando un ahorro mensual de COP 70 millones en el proceso de validación y aplicación de ajustes y garantizando 100% de la aplicación.

RESOLUCIÓN EN EL PRIMER CONTACTO

Nuestro enfoque en la atención de las quejas y reclamos de los usuarios es proporcionar la solución al problema reportado en el primer contacto, de manera que quede satisfecho y no requiera contactarnos nuevamente por el mismo motivo.

Con este fin contamos con el equipo Back de solución primer contacto, especializado en el análisis, gestión y control de las reclamaciones de clientes que manifiestan inconformidad con los valores y/o servicios facturados. El equipo brinda apoyo en línea por medio de una herramienta web —un Bot que agiliza la aplicación de los ajustes a favor del cliente— a los canales front (Call Center y centros de atención y ventas).

EVOLUCIÓN **2022-2023** DEL NÚMERO DE CONTACTOS

TOTAL 2022	TOTAL 2023	MEJORA
879 K	1,036 K	17,8%

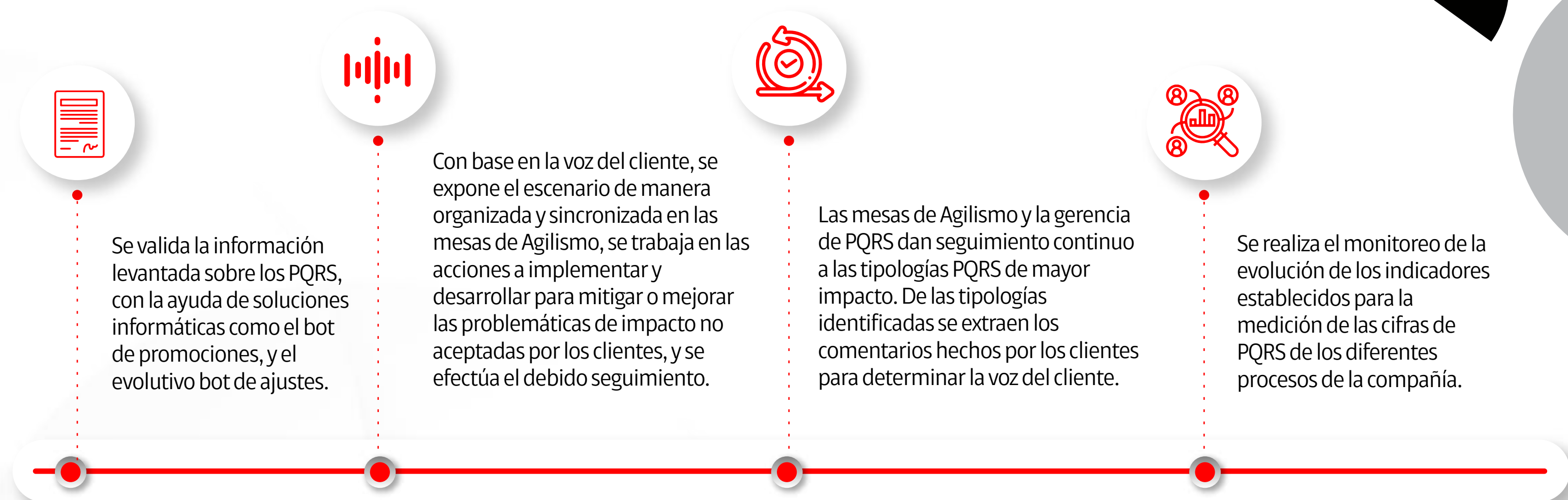
El tiempo promedio de atención del equipo (Back de solución primer contacto) consolidado es de 5:30 minutos por caso, mejorando con ello la experiencia del cliente.

Para los canales front (agentes de atención de Call Center y CAV) existen instructivos y árboles de tipificación actualizados con los que se registran los posibles motivos de reclamo de los clientes. Estos instructivos guían a los asesores que atienden a nuestros clientes sobre el procedimiento a seguir en cada caso, la forma de tipificarlo y la manera de escalar el reclamo, en caso de requerirse.

Los canales autorizados para la atención de preguntas, quejas, reclamos y sugerencias (PQRS) son: Call Center (telefónico), CAV (Centros de atención y ventas), web (www.claro.com.co), correo electrónico o físico, y redes sociales (Facebook).

Con el objetivo de solucionar problemáticas de impacto hacia el cliente, se implementaron mesas de Agilismo de Legalización y Ventas, Facturación, Recaudo, Contact Rate, y Ajustes, conformadas por equipos interdisciplinarios.

A continuación se resume este proceso:



LOGROS

Durante el año 2023 reportamos a los entes de control que, conseguimos un menor volumen de quejas respecto al año 2022 en los segmentos móvil y fijo, como se describe a continuación:

CATEGORÍA QUEJAS	RESULTADO AÑO 2023 V/S AÑO 2022	
FACTURACIÓN / GESTIÓN DE SALDOS	REDUCCIÓN DE	-24%
INFORMACIÓN / CONTRATO Y CONDICIONES PRESTACIÓN DEL SERVICIO	REDUCCIÓN DE	-17%
MEDIOS DE ATENCIÓN AL USUARIO	REDUCCIÓN DE	-23%

Hemos reducido de manera consolidada en 13,3% la cantidad de quejas reportadas. **(GRI 2-25, 3-3)**

4.5



ACCIONES POR REALIZAR EN EL AÑO 2024



- 1** Programas e iniciativas que permitan impulsar el logro de los objetivos de mercados maximizando la productividad de las comisiones y garantizando el análisis de los incentivos lanzados.
- 2** Generar ahorros en las iniciativas de contribución para nuestros objetivos estratégicos de Recomendación y Crecimiento, que se capturen dentro de los KPIs, con la contribución que se requiere, desde la estructura de los líderes de la compañía.
- 3** Digitalización de trámites. A través del presente proyecto se contribuye a la adopción digital de los usuarios pospago y hogar generando acciones para que usen nuestros canales digitales y puedan atender sus solicitudes y requerimientos sin tener que desplazarse y en cualquier momento que lo requieran. Este proyecto apoya al indicador estratégico de aumentar la permanencia de nuestros clientes, brindándoles la mejor experiencia.

- 4** Lograr llegar con nuestros servicios a más clientes, apoyando la transformación digital de las empresas colombianas.
- 5** Lanzamiento 5G con la disponibilidad de terminales 5G a precios asequibles para garantizar el acceso a toda la población.
- 6** Potencializar la generación de nuevos ingresos a través de los nuevos campos de juego.
- 7** Formación Claro: Unificación de información desde la plataforma Conectados con uso de IA que busca proporcionar información en tiempo real que ayude a los aliados y consultores a solucionar sus dudas en el primer contacto y optimizando el tiempo.

4.6

INNOVACIÓN Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

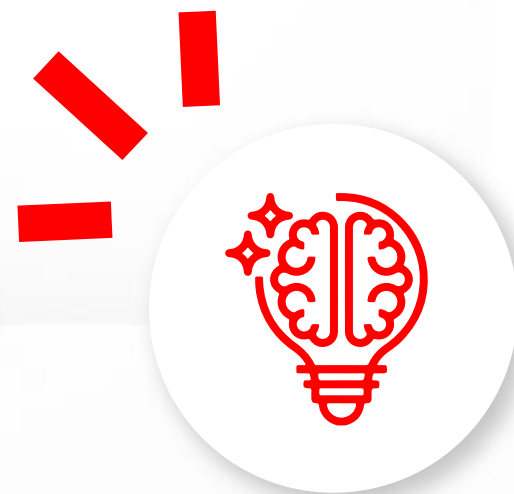
● GRI 3-3: *Innovación y transformación digital* ODS 9

La creatividad y la innovación son valores esenciales para nosotros, equiparables en importancia a la eficiencia y la productividad. Buscamos continuamente nuevas ideas en nuestro entorno, colaborando estrechamente con clientes, proveedores y emprendedores. Internamente nuestras relaciones se fundamentan en la confianza, en la cooperación y en el impulso a equipos multidisciplinarios que valoran la diversidad. Contamos con líderes innovadores que inspiran a los colaboradores a generar ideas novedosas.



Mediante la innovación creamos productos y servicios que satisfagan las demandas de los usuarios y mejoren su experiencia. La transformación digital optimiza nuestros procesos internos, aumenta la eficiencia y proporciona un servicio más ágil y personalizado.

Brindamos un constante respaldo a nuestros equipos en la adopción de nuevas tecnologías y formas de trabajo, con el objetivo de convertirnos en un referente en la aplicación de modelos ágiles. Comunicamos una visión clara a toda la organización, enfocada en la importancia del cambio para el éxito y la sostenibilidad de la empresa. **(GRI 3-3)**



4.6.1. INNOVACIÓN INTERNA

Hicimos una evaluación exhaustiva de nuestras necesidades y objetivos tecnológicos, por medio de la cual identificamos áreas de mejora y establecimos metas claras. Distinguimos oportunidades en nuevos campos o mercados adyacentes, respaldados por un plan detallado que asigna recursos, plazos, espacios físicos y responsabilidades. Capacitamos y desarrollamos habilidades en nuestro personal para que se adapte eficientemente a las nuevas tecnologías, y fomentamos la colaboración en equipos multidisciplinarios mediante la participación en células ágiles que aplican el ciclo de mejora continua PIVA.

La innovación nos ha llevado a diferenciarnos de la competencia y adaptarnos a un mercado cambiante de manera más efectiva. Acoger nuevas tecnologías y procesos más eficientes ha conducido a aumentar nuestra productividad.

Hemos entendido que las organizaciones que fomentan la innovación suelen ser más atractivas para profesionales talentosos



que buscan un entorno estimulante y desafiante. Construir un mindset (mentalidad) innovador en nuestros colaboradores nos ha preparado para enfrentar y adaptarnos a los cambios del entorno empresarial de manera más ágil y efectiva, e incursionar en la identificación de nuevos campos de juego, más allá de nuestro core business (negocio principal).

Así mismo, fomentamos una cultura de innovación mediante programas para los colaboradores y de concursos o reconocimiento de proyectos innovadores en el interior de la empresa. Tenemos una estructura flexible, que tiene entre sus miembros, movilizados, líderes o gestores de innovación. **(GRI3-3)**



4.6.2. CREACIÓN DE NUEVOS PRODUCTOS Y SERVICIOS

Durante el año 2023 se destinaron aproximadamente COP 240 millones para iniciativas de innovación, de los cuales se logró el siguiente porcentaje de cumplimiento:

CÉLULA: MI CLARO IOT

LOGROS:

- Desarrollo de una nueva categoría de equipos inteligentes para el hogar.
- Despliegue de 55 zonas de experiencia de Hogar Conectado en 22 ciudades.
- Equipos de diferentes marcas pueden ser administrados desde una sola aplicación AppMiClaro facilitando la experiencia de nuestros usuarios.
- Desarrollo de canales de venta como e-commerce, CAVS y telemercadeo.



CÉLULA: SEGUROS Y ASISTENCIAS

LOGROS:

- Lanzamiento del Plan de asistencias en Salud.
- Lanzamiento canal WhatsApp 100% digital



CÉLULA: MOBILE MARKETING

LOGROS:

- Lanzamiento de campañas de Data rewards, que busca recompensar a los usuarios con un paquete prepago por ver publicidad de terceros.
- Consolidación de clientes de Rating y lanzamiento de medición de OTT.
- Lanzamiento del Gestor de Audiencias como el nuevo Data Management Platform DMP de Claro Colombia.





CÉLULA: REGTECH

LOGROS:

- Montaje del stack dedicado de E&N.
- Entrega a la Operación Biometría de Voz.
- Disponibilidad del producto de Analítica de Movilidad.
- Contratos con tres entidades para desarrollar score.



CÉLULA: BILLETERA MÓVIL CLARO PAY

LOGROS:

- Nos vinculamos como medio de pago en las cadenas más importantes (Alkosto, Jumbo y Éxito).
- Automatización del cashback a usuarios.
- Mejoras en la experiencia de servicio como días Claro Pay (regalo gigas por transacciones).
- Disponibilidad de microcréditos productivos en alianza con Quipu.
- Mejora del canal de soporte atendiendo por medio de MyIT.
- Lanzamiento paquete exclusivo prepago Claro Pay.

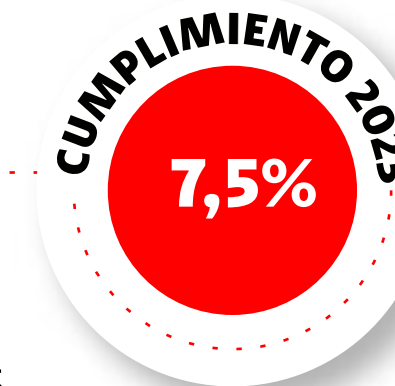


CÉLULA: CLARO GAMING

LOGROS:

- Implementación de la primera solución Cloud Gaming en Colombia.
- Nuestros usuarios no requieren hacer una gran inversión en una consola de última generación o un computador potente y robusto. Con la plataforma, celulares y tablets, computadores de escritorio, laptops, y hasta televisores inteligentes pueden correr los juegos sin inconvenientes.
- Disminución de la latencia y jitter por parte de los gamers en el momento de jugar.

- Aunque algunos de estos juegos tienen altos requisitos técnicos, la tecnología de Claro Gaming Cloud permite ejecutar el juego en la nube, el usuario final transmite los comandos y recibe las gráficas con alta calidad, pero sin sobrecargar su dispositivo con los procesos y almacenamiento del juego.
- La suscripción no incluye un límite de tiempo, por lo que el usuario puede jugar sin interrupciones, y al correr el programa en la nube no se necesita instalar, descargar o actualizar juegos.



CÉLULA: TRANSPORTE INTELIGENTE

LOGROS:

- Lanzamiento del canal de venta #400.
- Certificación del producto por parte de la ensambladora y fabricante AUTEKO.
- Apertura de negociación con las principales marcas de motos del mercado, HERO, AKT y UMA (enfoque Pareto).





CÉLULA: CLARO BOX TV

CÉLULA: COMERCIALIZACIÓN AUDIENCIAS



CÉLULA: ASISTENTE DE VOZ

CÉLULA: INSTALADORES



CÉLULA: CRÉDITO DIGITAL

CÉLULA: TIENDA CLARO



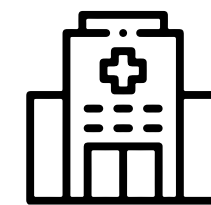
CÉLULA: HOGAR SEGURO

CÉLULA: CORREO CONECTADO GM



CÉLULA: CLARO ADS

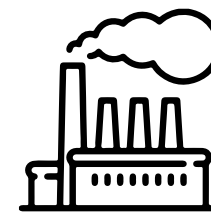
Diseñamos soluciones innovadoras según las necesidades de diferentes sectores económicos:



SALUD: Geolocalización de personas, gestión de actividades, videovigilancia móvil.



FINANCIERO: Gestión vehicular, seguimiento de valores, Contact Center como servicio, geolocalización de personas.



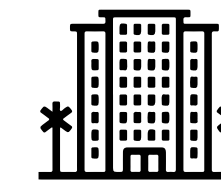
INDUSTRIA: Gestión de actividades, geolocalización de personas, gestión vehicular, Industrial IoT.



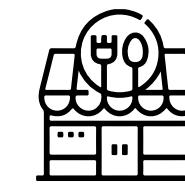
GOBIERNO: Gestión de actividades, geolocalización de personas, videovigilancia móvil, ciudades conectadas.



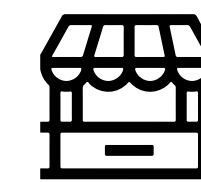
RETAIL: Marketing WiFi, gestión vehicular, gestión de actividades, medición de audiencias.



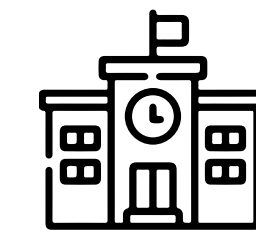
HOTELES: TV multipunto, canal propio, Internet fibra óptica, líneas telefónicas, larga distancia.



RESTAURANTES Y BARES: Televisión, Internet cable, líneas telefónicas.



NEGOCIOS DE BARRIO: Televisión, Internet cable, líneas telefónicas, planes reventa negocios, planes móviles.



INSTITUCIONES EDUCATIVAS: Internet fibra óptica, PBX virtual, Internet seguro, repetidores WiFi. (GRI 3-3)

4.7

NUESTRA CADENA DE VALOR

- **GRI 3-3:** Desarrollo de la cadena de valor sostenible, **GRI 2-6** (b. ii. y b.iii.), **GRI 413-1** (a. i, a.ii, a.iii) ODS 8, ODS 10, PG1, PG 2

Para Claro Colombia es fundamental garantizar que nuestros procesos productivos son óptimos y eficientes, mientras generan el menor impacto ambiental y mientras impulsan el desarrollo social del país. En este sentido, el área encargada de la cadena de valor desarrolló diferentes iniciativas en el año 2023 enmarcadas en 4 macroprocesos que exponemos a continuación con sus respectivos logros

INNOVACIÓN

- a. Creamos e implementamos el Modelo de evaluación de desempeño para proveedores y gestores/administradores de los contratos.
- b. Desarrollamos el Modelo de medición de NPS para aliados y proveedores.

El avance en Innovación frente a las metas trazadas para este año es de

96%

OPERACIÓN SOSTENIBLE

- a. Publicamos la Política de Compras Sostenibles que busca incluir criterios de sostenibilidad en la selección de proveedores.
- b. Capacitamos a 80% de nuestros proveedores en temas de sostenibilidad.
- c. Consolidamos los procesos de logística inversa para usar de manera adecuada los recursos.

El avance en Operación sostenible frente a las metas trazadas para este año es de

88%

OPERACIÓN ÁGIL

- a. Optimizamos procesos como E2E, Riesgos y controles SOX, Riesgos y controles operativos.

- b. Automatizamos procesos de trazabilidad, reportes, indicadores de gestión, entre otros.
- El avance en Operación ágil frente a las metas trazadas para este año es de

85%

EQUIPOS CONECTADOS

- a. Tuvimos formaciones en Automatización Office 365, Fundamentos de Redes, Abastecimiento Estratégico y Compras sostenibles para los equipos de la Dirección de Supply Chain.

El avance en Equipos conectados frente a las metas trazadas para este año es de

100%

Por otro lado, las áreas de ingeniería están efectuando el rediseño de nuestra red para migrar a energías limpias que minimizan el consumo de combustibles fósiles por energías solares, lo que complementa la estrategia de Sostenibilidad 360.

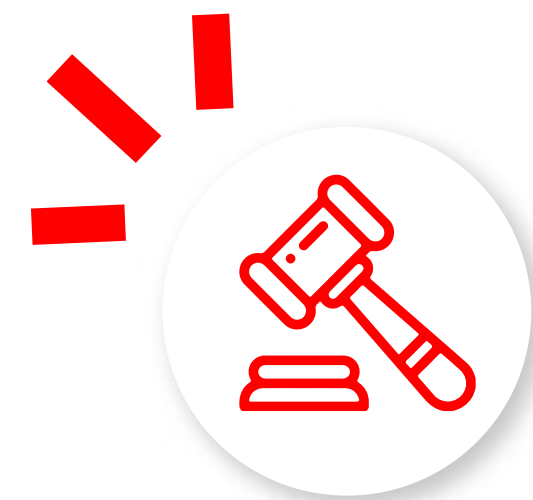
Los principales cambios que hemos implementado a lo largo de nuestra cadena de valor se basan en la logística y en la economía circular; sin embargo, también hemos hecho esfuerzos notables en:

1. Monitoreo de consumo de energía eléctrica y migración a híbrida solar.
2. Aprovechamiento de residuos.
3. Reducción de consumo de combustibles fósiles.
4. Uso de equipos fotovoltaicos.
5. Programas estratégicos de movilidad.

A través de nuestros proveedores hemos logrado la reducción de consumo de agua, de las emisiones de CO₂, así como el correcto tratamiento de RAEE. En la siguiente tabla se muestran los resultados:

CATEGORÍA	2023
EMISIONES DE CO ₂ EVITADAS (TONELADAS)	1.845
CONSUMO DE AGUA EVITADO (M3)	1.054.193
RAEE EVITADO (TONELADAS)	1.054
PLÁSTICO REUTILIZADO (TONELADAS)	527

GRI 2-6, 3-3, 413-1



4.7.1. NUESTRA POLÍTICA DE COMPRAS SOSTENIBLES

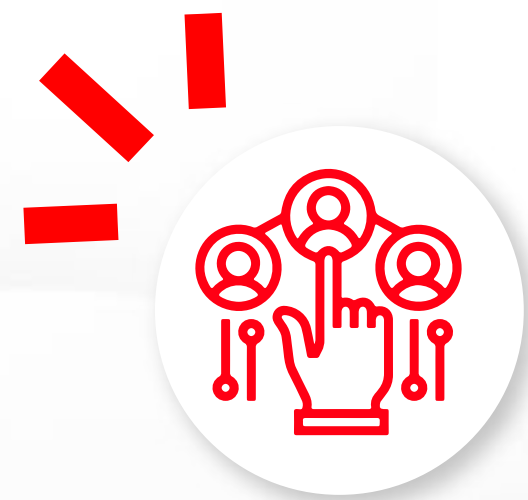
● GRI 204-1

Para el año 2023 y encaminados a fortalecer la Política de Compras sostenibles se creó el programa “Cadena de Valor más sostenible” con un énfasis especial en los objetivos ESG y la reducción de huella de carbono.

La distribución de nuestras compras por tipo de proveedor evidencia nuestro compromiso con el desarrollo de la economía local:

TIPO DE PROVEEDORES	CANTIDAD	COMPRAS (USD)	PORCENTAJE
Proveedores locales*	949	1.921.653,62	86,83%
Proveedores internacionales	144	200.422,42	13,17%
Total	1093	2.122.076,04	100%

GRI 204-1



4.7.2. SELECCIÓN Y EVALUACIÓN DE PROVEEDORES

- **GRI 2-6 (b. ii. y b.iii.), GRI 308-1, 308-2, 414-1, 414-2**

Durante el año 2023, el 100% de nuestros nuevos proveedores y 96% de nuestros proveedores locales fueron evaluados bajo criterios de sostenibilidad, que incluyen la gestión ambiental de la organización, la gestión integral de los residuos sólidos peligrosos y los impactos del proveedor. En este proceso se identificaron 3 proveedores con impactos ambientales negativos significativos, potenciales y reales, y en estos casos logramos acordar mejoras para evitar la materialización de los impactos identificados. **(GRI 308-1, 308-2)**

Así mismo, en este año alineamos nuestro proceso de evaluación con el proceso de debida diligencia de AMX en el que se contemplan

criterios como: anticorrupción, protección de datos, riesgo ambiental, derechos humanos, y salud y seguridad. A través de un modelo clasificamos a los aliados mediante panoramas de riesgo alto, medio o bajo.

El porcentaje de nuevos proveedores evaluados y seleccionados de acuerdo con criterios sociales fue de 100%. **(GRI 414-1)**

A 96% del total de proveedores locales se le practicó la evaluación de impacto social. Ningún proveedor registró impactos sociales negativos significativos, potenciales y reales. **(GRI 2-6, 414-2)**





NUESTRO INFORME
DE SOSTENIBILIDAD



NUESTRA CULTURA
SOSTENIBLE



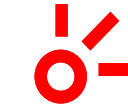
NUESTRO ENFOQUE EN
EN MEDIO AMBIENTE



CONECTANDO A COLOMBIA
CON UNA MEJOR EXPERIENCIA



FORTALECIENDO
EL TALENTO



LO QUE SOMOS EN
CLARO COLOMBIA



5. FORTALECIENDO EL TALENTO

CONSTRUYENDO UN MEJOR LUGAR DE TRABAJO

5.1



NUESTRO EQUIPO HUMANO

- **GRI 2-7** (b, c, d, e), **GRI 2-8** (a, b y c), **GRI 2-30**, **GRI 401-1**, *ODS 8, Principio 6 de Pacto Global*

En Claro Colombia el recurso humano es el activo más valioso. La salud, seguridad y bienestar de nuestros colaboradores son prioridades institucionales.

Trabajamos para que las condiciones de trabajo tengan un impacto positivo sobre ellos y para que los espacios en los que se desenvuelven sus actividades contribuyan al desarrollo de su potencial.

En 2023 nos planteamos objetivos para impulsar mejoras en materia de salud, seguridad y ambiente. Estos se cumplieron satisfactoriamente. Entre los proyectos realizados se destacan los siguientes:

- 1 Construcción e implementación de protocolos para la salud mental
- 2 Creación de la célula de ausentismo
- 3 Formación de colaboradores en trabajo en alturas a través de las Unidades Vocacionales de Aprendizaje en Empresa (UVAES)
- 4 Activación del Centro de Gestión
- 5 Gestión con aliados
- 6 Acciones de movilidad sostenible
- 7 Disminución de huella de carbono
- 8 Implementación de la política de compras sostenibles

Los resultados de esta gestión se reflejan en indicadores que nos permiten medir la disminución del ausentismo y de factores interpretados como estresantes, así como en el aumento de la motivación, las capacidades y el empoderamiento en los equipos de trabajo.

Nos aseguramos de que todos nuestros grupos de interés conozcan las acciones que llevamos a cabo y participen de manera activa en pro de la suficiencia del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el trabajo. Para esto, hemos implementado espacios de formación, estrategias de comunicación, acompañamiento técnico, generación de reportes estándar y la conformación de grupos especiales de acuerdo con las condiciones de exposición al riesgo laboral y otras variables que promueven la participación. Los resultados se comunican a través de los informes de revisión por la Dirección de Gestión Humana, en espacios de comunicación y participación definidos para tal fin. **(GRI 3-3)**



EMPLEABILIDAD ¹¹

En el 2023, el equipo de Claro Colombia estuvo conformado por 8.536 colaboradores directos. Cerca del 89% cuenta con un contrato indefinido, práctica que es reflejo de nuestro compromiso con la estabilidad laboral.



42%
mujeres

Fijos **3.123**

Temporales **494**

Total **3.617**



58%
hombres

Fijos **4.472**

Temporales **447**

Total **4.919**

TOTAL
FIJOS 7.595

TOTAL
TEMPORALES 941

TOTAL
COLABORADORES 8.536

(GRI 2-7)

¹¹La recopilación de los datos se realiza en la herramienta de gestión de talento SuccessFactors, que nos permite administrar toda la información del colaborador, desde la estructura organizativa, estructuras de puesto e información personal.



DISTRIBUCIÓN DE LOS COLABORADORES FIJOS Y TEMPORALES POR REGIÓN ¹²

Para facilitar una adecuada organización de los equipos comerciales realizamos una división de las regiones de acuerdo con la distribución del territorio nacional:



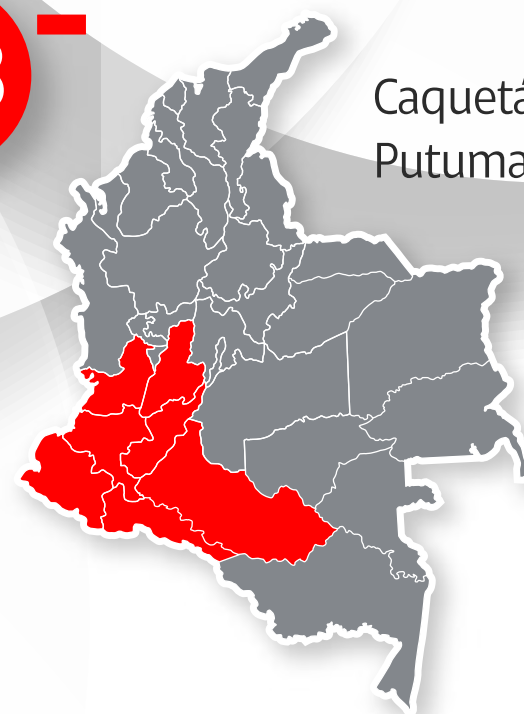
Atlántico, Bolívar, Cesar, Córdoba, La Guajira, Magdalena y Sucre

Fijos	866
Temporales	104
Total	970



Antioquia, Caldas, Quindío, Risaralda, y Chocó

Fijos	961
Temporales	219
Total	1.180



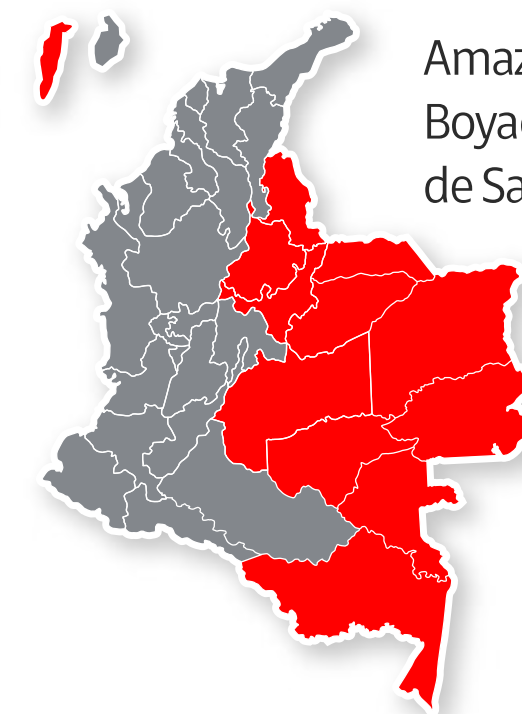
Caquetá, Cauca, Huila, Nariño, Putumayo, Tolima, y Valle del Cauca

Fijos	934
Temporales	208
Total	1.142



Bogotá y Cundinamarca

Fijos	4.089
Temporales	269
Total	4.358



Amazonas, Arauca, Archipiélago de San Andrés, Boyacá, Casanare, Guainía, Guaviare, Meta, Norte de Santander, Santander, Vaupés y Vichada.

Fijos	745
Temporales	141
Total	886

(GRI 2-7)

El 85% de nuestros colaboradores está cubierto por los pactos de negociación colectiva. Los beneficios no salariales contemplados dentro de este aplican tanto para quienes forman parte del convenio, como para los que no pertenecen a él **(GRI 2-30)**.

¹²Todos los empleados tienen contrato a tiempo completo.


NUESTRO INFORME
DE SOSTENIBILIDAD


NUESTRA CULTURA
SOSTENIBLE


NUESTRO ENFOQUE EN
EN MEDIO AMBIENTE


CONECTANDO A COLOMBIA
CON UNA MEJOR EXPERIENCIA


FORTALECIENDO
EL TALENTO


LO QUE SOMOS EN
CLARO COLOMBIA



DISTRIBUCIÓN DE LOS COLABORADORES INDIRECTOS POR ÁREA

En 2023 contamos con el apoyo de 58.539 colaboradores indirectos distribuidos de la siguiente manera:



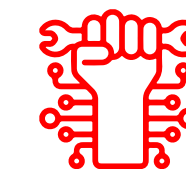
Área: Dirección Ejecutiva Unidad de Mercado Masivo

Agentes comerciales en calle, en pymes y agentes telemercadeo: Comercialización, venta, ofrecimiento y, en general, la realización de todas las actividades necesarias para promover la contratación de servicios que presta y/o comercializa Comunicación Celular S.A. - COMCEL S.A., gestión digitación contratos Gerencia ventas corporativa .

Soporte y servicio telefónico: Servicios de contact center para implementar la operación de la línea de atención de servicio al cliente nacional residencial.

Gestión de marca: Manejo de agencias de publicidad.

COLABORADORES¹³
31.342



Área: Dirección Corporativa Tecnología

Data Center: Servicios de administración de infraestructura para sistemas operativos y aplicativos.

IT: Servicio de soporte, monitoreo, mantenimiento de plataformas administración, pruebas de software y configuración de aplicativos de la compañía.

Ingeniería: Construcción y/o instalación y/o mantenimiento de canalización y/o postería, equipos, materiales, elementos para el establecimiento o restablecimiento de redes de Fibra Óptica en proyectos con entidades públicas o privadas; construcción de acometidas y obras civiles internas; implementación y adecuación en estaciones bases en obras civiles; diseño de redes híbrido de Fibra Óptica y coaxial; elaboración y entrega del dibujo del diseño; digitación de base de datos, planos y documentación técnica, control de materiales, construcción, mantenimiento e instalación de redes.

COLABORADORES¹
20.632

¹³Las variaciones de las cifras por Dirección corresponden principalmente a la reestructuración de procesos de la organización.


NUESTRO INFORME
DE SOSTENIBILIDAD


NUESTRA CULTURA
SOSTENIBLE


NUESTRO ENFOQUE EN
EN MEDIO AMBIENTE


CONECTANDO A COLOMBIA
CON UNA MEJOR EXPERIENCIA


FORTALECIENDO
EL TALENTO


LO QUE SOMOS EN
CLARO COLOMBIA



Área: Dirección Corporativa Financiera

Cobranzas: Servicios de gestión de cobranza sobre los productos que comercializa y presta Claro.
PQRS: Gestión de reclamación de clientes y de entidades de control.
CGV: Centro de digitalización de ventas
Logística: Recolección, transporte diagnóstico y reparación de equipos y materiales.
Supply Chain y recaudo: Apoyo de proyectos en compras y recaudos de cajeros en los CAV.

COLABORADORES
3.370



Área: Dirección Corporativa Planeación Estratégica

Aseguramiento, fraude, analítica y Experiencia al Cliente: Personal apoyo para análisis y gestión de información.

COLABORADORES
501



Área: Dirección Ejecutiva Unidad de Mercado Corporativo

Agentes comerciales en calle, en pymes y agentes telemercadeo: Comercialización, venta, ofrecimiento y, en general, la realización de todas las actividades necesarias para promover la contratación de servicios que presta y/o comercializa Comunicación Celular S.A. - COMCEL S.A., gestión digitación contratos Gerencia ventas corporativa.
Soporte y servicio telefónico: Servicios de contact center para implementar la operación de la línea de atención de servicio al cliente nacional Pymes.

COLABORADORES
1.799




NUESTRO INFORME
DE SOSTENIBILIDAD


NUESTRA CULTURA
SOSTENIBLE


NUESTRO ENFOQUE EN
EN MEDIO AMBIENTE


CONECTANDO A COLOMBIA
CON UNA MEJOR EXPERIENCIA


FORTALECIENDO
EL TALENTO


LO QUE SOMOS EN
CLARO COLOMBIA



Área: Dirección Gestión Humana y Administrativa

Manejo de ausentismos; apoyo en nómina; formación y desarrollo; apoyo en la administración de riesgos laborales (ARL); servicios administrativos; custodios y seguridad.

Universidad Claro: procesos de formación a los terceros comercial, Centro de Atención telefónica TMK y técnicos.

COLABORADORES
738



Área: Dirección Corporativa Jurídica y sostenibilidad

Procesos jurídicos y legales.

COLABORADORES
7



Área: Dirección Auditoría

Consultoría en Auditoría.

COLABORADORES
5



Área: Dirección Corporativa Relaciones Institucionales

Dirección Corporativa Relaciones Institucionales

Prestación de servicios en tecnologías de la información y comunicación, operación técnica de los equipos en producción, edición y emisión de obras audiovisuales.

COLABORADORES
145



(GRI 2-8)




NUESTRO INFORME
DE SOSTENIBILIDAD


NUESTRA CULTURA
SOSTENIBLE


NUESTRO ENFOQUE EN
EN MEDIO AMBIENTE


CONECTANDO A COLOMBIA
CON UNA MEJOR EXPERIENCIA


FORTALECIENDO
EL TALENTO


LO QUE SOMOS EN
CLARO COLOMBIA



INGRESOS POR REGIÓN

	R1	R2	R3	R4	R5	TOTAL
NÚMERO DE INGRESOS	59	104	80	268	67	578
TASA INGRESOS	6,81%	10,82%	8,57%	6,55%	8,99%	7,61%

INGRESOS POR EDAD

	ENTRE 30 Y 50	MAYOR DE 50	MENOR DE 30	TOTAL
NÚMERO DE INGRESOS	377	8	193	578
TASA DE INGRESOS	6,00%	1,00%	41,00%	8,00%



Número de ingresos **265**

Tasa de ingresos **8,49%**



Número de ingresos **313**

Tasa de ingresos **7,00%**

TOTALES

DE INGRESOS **578**

TASA DE INGRESOS **8,00%**



Número de retiros **330**

Tasa de retiros **10,57%**



Número de retiros **319**

Tasa de retiros **7,13%**

TOTALES

DE RETIROS **649**

TASA DE RETIROS **8,55%**

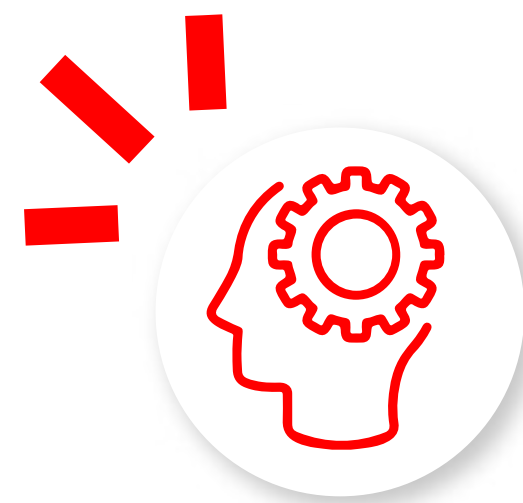
RETIROS POR REGIÓN

	R1	R2	R3	R4	R5	TOTAL
NÚMERO DE RETIROS	51	79	104	340	75	649
TASA RETIROS	5,89%	8,22%	11,13%	8,31%	10,07%	8,55%

RETIROS POR EDAD

	ENTRE 30 Y 50	MAYOR DE 50	MENOR DE 30	TOTAL
NÚMERO DE RETIROS	490	87	72	649
TASA DE RETIROS	8,00%	9,00%	15,00%	8,55%

(GRI 401-1)



5.1.1. DESARROLLO Y FORMACIÓN

● **GRI 3-3:** *Salud y bienestar de los colaboradores*, **GRI 401-1, 401-2**

Para Claro Colombia el talento humano es su recurso más importante, por ello los principales objetivos de la Dirección de Gestión Humana y Administrativa son maximizar la experiencia del colaborador y cuidar su bienestar, salud física y mental para aumentar su compromiso y productividad. Para llevar a cabo su labor esta dirección tiene como referentes a la Misión, la Visión y los Valores Corporativos que se encuentran estipulados en el Código de Ética y el Código de Conducta.

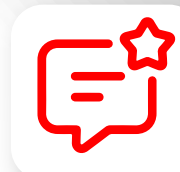
Con el fin de cumplir con estos objetivos, la Dirección Corporativa de Gestión Humana y Administrativa, definió cuatro frentes estratégicos:



GESTIÓN DE TALENTO

Fortalecer el recurso humano de la organización con las capacidades requeridas para enfrentar los retos presentes y futuros, y así garantizar los resultados y la sostenibilidad del negocio.

PROYECTO	DETALLES
ESTRATEGIA DE TALENTO DIGITAL	Creación y formación de semilleros para varias tecnologías que permitan habilitar el talento en roles que tendrán impacto en el futuro para la compañía.
FORTALECIMIENTO DE ALIANZAS	Reforzamos nuestras asociaciones con las instituciones educativas más reconocidas del país, lo que nos ha convertido en un referente para la aplicabilidad de proyectos, planes de estudio y prácticas universitarias.
IDENTIFICACIÓN DE TALENTOS	Ampliación del pool (grupo) de talentos, identificando sucesores, altos potenciales y expertos del negocio.
PLANES DE DESARROLLO	Creación de planes de desarrollo para las audiencias identificadas, que permitan cerrar brechas y gestionar el talento.
EXPERIENCIA DEL USUARIO (UX)	Automatización y mejora de la experiencia de usuario de información de consulta en el portal CONECTADOS.
CICLOS DE MEJORA CONTINUA	Implementación de ciclos de mejora continua en el Call Center de la Unidad de Mercado Masivo (UMM).
FORMACIÓN INTEGRAL	Implementación de metodologías innovadoras para la formación integral de los canales de venta y servicio (habilidades blandas).



EXPERIENCIA DEL COLABORADOR

Atraer, desarrollar y fidelizar el mejor talento a través de la ejecución de la estrategia definida.

PROYECTO

IMPLEMENTACIÓN DE LA GUÍA DE EXPERIENCIA CLARO COLOMBIA/ HITSS

Detalle:

Establecer los pilares y atributos que definan la Visión de Experiencia del Colaborador, será clave para fidelizar, retener y atraer al mejor talento que la compañía necesita para alcanzar sus objetivos y asegurar la sostenibilidad del negocio.

PROYECTO

IMPLEMENTACIÓN DE LA CÉLULA DE GESTIÓN LABORAL

Detalle:

Garantizar procesos que cuiden la salud física y mental de los colaboradores, creando espacios sanos que les permitan desarrollar su potencial.

PROYECTO

IMPLEMENTACIÓN DE LA CÉLULA DEL TALENTO

Detalle:

Identificar y desarrollar al mejor talento, conectándolos con nuestro Propósito Superior y facilitando la autogestión de los líderes, colaboradores y equipos para asegurar la sostenibilidad de la empresa y contribución a los resultados.

PROYECTO

IMPLEMENTACIÓN DE LA CÉLULA DE TRANSFORMACIÓN

Detalle:

Optimizar los procesos de la Dirección de Gestión Humana y Administrativa para acelerar la obtención de los resultados y reducir de forma significativa la carga operativa, lo que derivará en la mejora de la eficiencia y la productividad de la compañía.

PROYECTO

RECONO-SER

Detalle:

Se implementó el modelo de reconocimiento que nos permite potencializar la cultura organizacional, el bienestar y el compromiso de nuestros colaboradores.

PROYECTO

NEGOCIACIÓN COLECTIVA

Detalle:

Durante el año 2023 se cerraron tres acuerdos colectivos: el primero, con la organización sindical Utraclaro; el segundo, con las organizaciones Sinaltrasete y Sinaltrapyp, y el tercero, el pacto colectivo.





TRANSFORMACIÓN Y DIGITALIZACIÓN

Automatizar procesos para mejorar la experiencia del colaborador y tener siempre disponible la información relacionada con el talento humano para tomar decisiones más acertadas y en tiempo real.

PROYECTO

AGILISMO

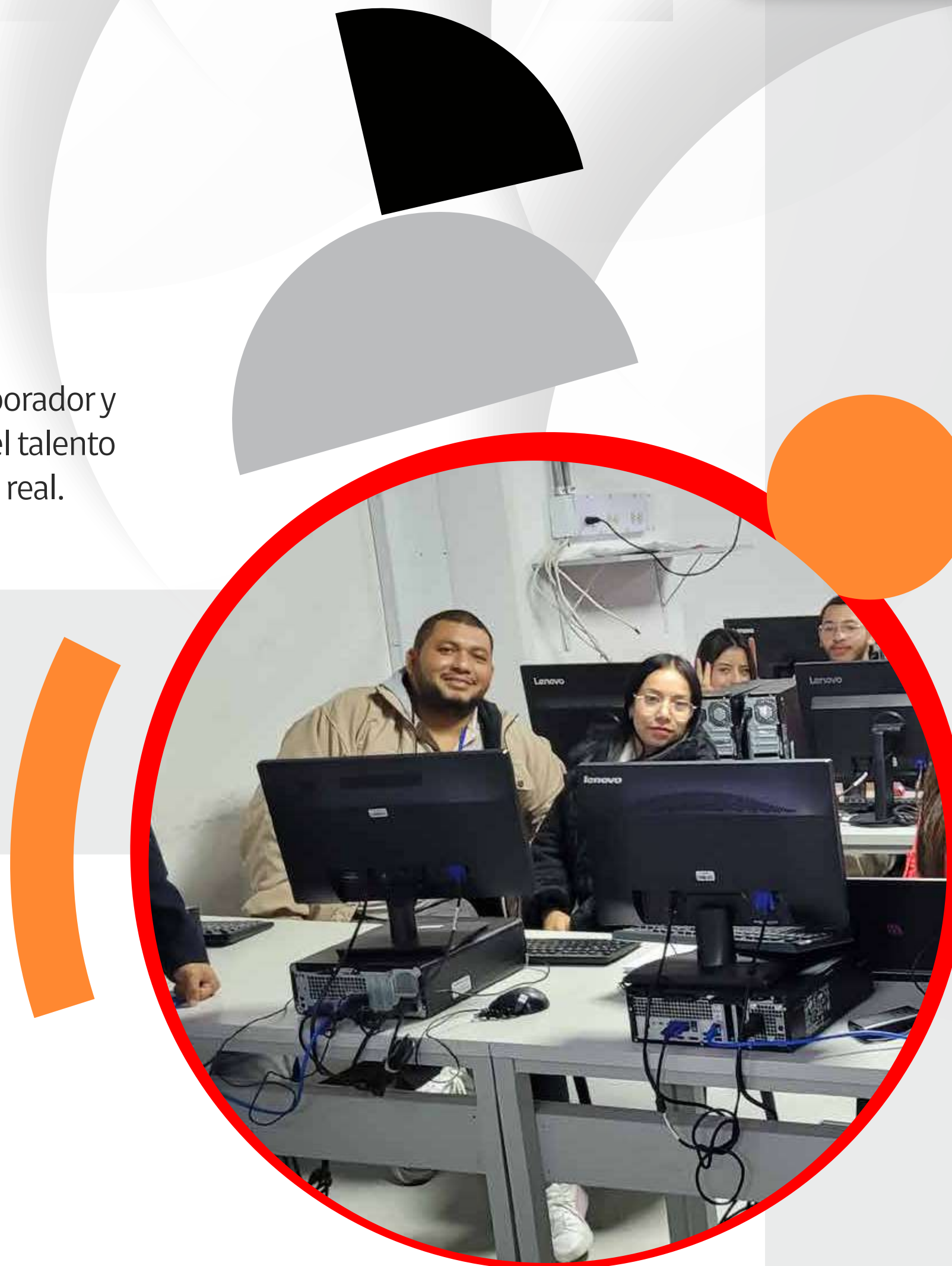
Detalle:

Implementación de journey de apropiación a través de la habilitación del talento, la mentalidad ágil y las habilidades que contribuyen con la adopción de las nuevas formas de trabajo.

INTEGRACIÓN DE LA INFORMACIÓN ENTRE SUCCESS FACTORS Y CONTROL ACCESS

Detalle:

Garantiza la asignación y el retiro oportunos de accesos a los sistemas de la compañía, con la finalidad de minimizar riesgos.



CULTURA

Todo lo anterior está apalancado sobre los frentes de cultura y el aseguramiento e implementación del Agilismo.

PROYECTO

IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS PARA MOVILIZAR Y GENERAR LA APROPIACIÓN DE LOS ATRIBUTOS CULTURALES CEC (CONFIANZA, EMPODERAMIENTO Y COLABORACIÓN)

Detalle:

Los habilitadores de indicadores clave de negocio, desde su rol de liderazgo en la operación diaria, lograron cambios en el comportamiento versus los procesos, con lo cual contribuyeron a la mejora de los indicadores de operación.

Gracias a nuestra mejora continua, hemos alcanzado los siguientes logros:

Nos mantuvimos entre las sesenta empresas más atractivas para trabajar en Colombia, según la encuesta de Merco Talento.

Ampliación de **40%** de la base de talento clave en familias de analítica de datos, tecnología y gestión de proyectos.

Se implementaron en la herramienta Qualtrics las mediciones de tres puntos de contacto relacionados con las fases de búsqueda e ingreso en el journey del colaborador, con el objeto de identificar posibles oportunidades de mejora en su experiencia durante el proceso de incorporación (onboarding) y entrevista de retiro.

Aproximadamente **62%** de los cargos críticos tienen sucesores identificados.

Implementación de dos fábricas nuevas de desarrollo y proyectos digitales (Manizales y Bucaramanga).

Definición y apropiación de las nuevas capacidades del talento Claro (Soy Líder, Soy Ágil y Soy Digital).



91% de personas tomaron los programas institucionales, que garantizan los contenidos regulatorios corporativos.

La totalidad de los colaboradores cuenta con acceso a alguna de nuestras plataformas de aprendizaje, lo que permite una formación continua.

Logramos llegar a **100%** (90/90) de los CAV con una intervención cultural para mover positivamente indicadores de negocio, como lo son el tiempo promedio de atención (TPA) y la gestión comercial.

Logramos intervenir a **90%** de los aliados de Call Center en el proceso de soporte, mejorando el indicador de Nivel de Satisfacción del Usuario (NSU).

Avance en formación enfocada a metodologías ágiles y agile mindset de los colaboradores que participan en el desarrollo de las células.

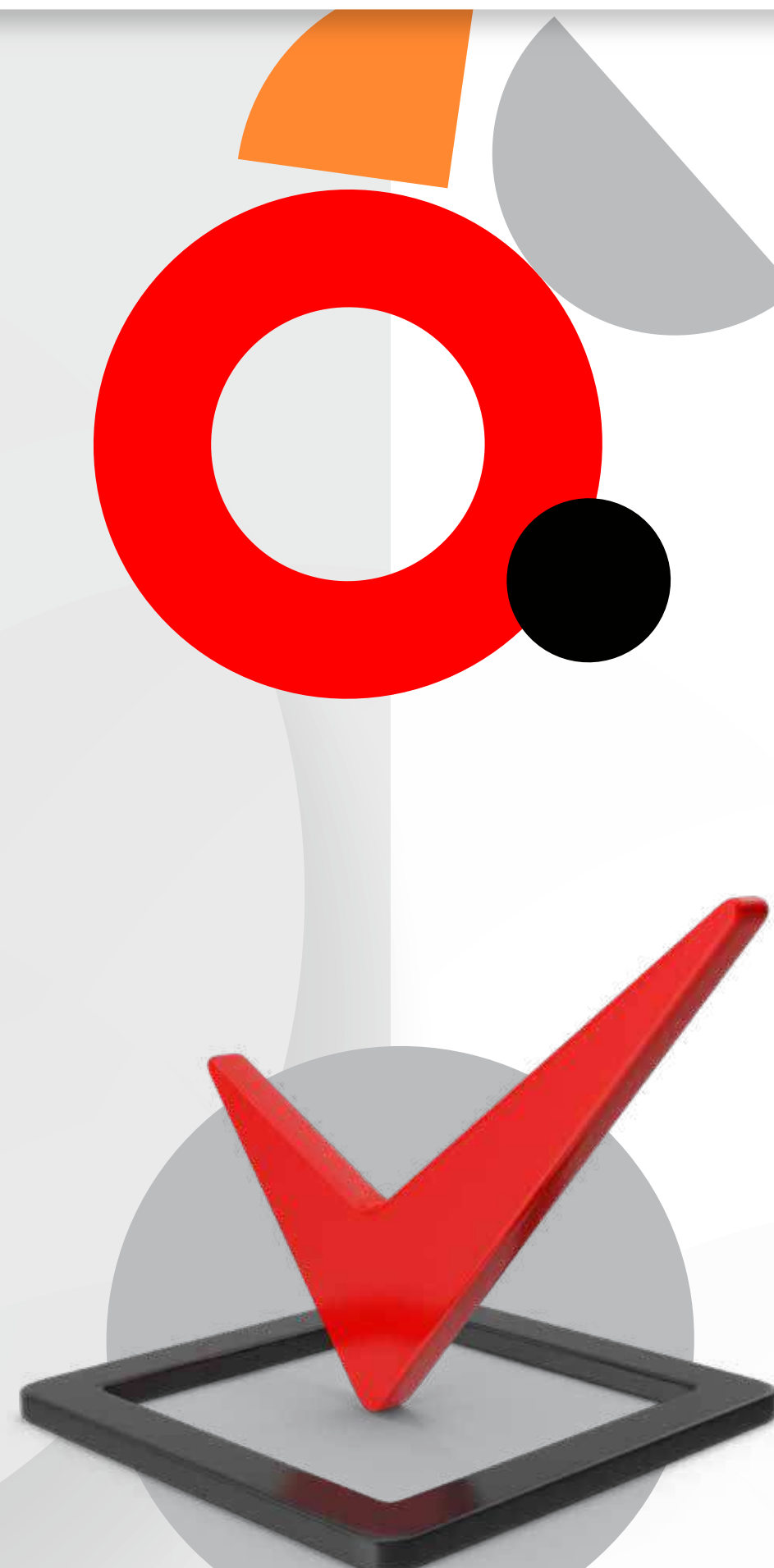
De un total de 22 tableros analíticos, en 2023 se pusieron a disposición ocho para consumo de información y toma de decisiones.

Con el objeto de mejorar los indicadores de desempeño, efectuamos una intervención cultural con la que llegamos a un total de **2.500** participantes de 116 CAV. En lo que respecta al indicador de cumplimiento de la formación, alcanzamos 90% de una meta de 93%. En cuanto al indicador de disminución de errores de escalamiento, logramos 40% (anteriormente 45%), frente a una meta de 37%.

Efectuamos una intervención a 7 aliados técnicos con 897 participantes impactados en el proceso de mejora del desempeño del técnico. Pasamos de 4,1 a 4,7 en amabilidad y cercanía en nuestro índice Net Promoter Score (NPS), de 4,3 a 4,6 en interés para atender y de 4,2 a 4,4 en instrucciones dadas.

75% de los colaboradores estuvieron activos en acciones de reconocimiento. Es así como cerramos el año con 34.070 reconocimientos.

Obtuvimos una calificación de 8,8/10 en la medición del nivel de apropiación de las nuevas formas de trabajo. Para lograr este resultado contamos con la intervención de 700 participantes en las nuevas estructuras ágiles.



Mediante la célula de ausentismo generamos acciones y planes que, durante el segundo semestre de 2023, impactaron favorablemente en la disminución del ausentismo y son base para los planes de 2024.

Nos convertimos en Operador Económico Autorizado (OEA.) Bajo el liderazgo de la Dirección Corporativa de Gestión Humana y Administrativa cumplimos todos los requisitos que contribuyeron a la recertificación ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN).

En este año registramos un significativo aumento del número de sesiones por usuario al mes en el Portal CONECTADOS. Pasamos de 18,4 a 20,7 sesiones por usuario al mes entre enero y noviembre de 2023.

Tuvimos un aumento de usuarios únicos en el Portal CONECTADOS. Crecimos de un total de 11.700 usuarios en enero a 12.377 en diciembre de 2023.

Apalancar los indicadores clave de desempeño (KPI) de negocio a través de la identificación de oportunidades de mejora en temas formativos. El indicador de resolución en el primer contacto FCR (First Contact Resolution) de las operaciones incrementó de 85% en mayo de 2023 a **90%** en diciembre de 2023.

Aumento en la adhesión del conocimiento de las operaciones. Pasó de un nivel de conocimiento 1-4 en marzo de 2023 a un nivel de 5-6 en noviembre.

El canal CAV experimentó un sólido crecimiento en los indicadores de Net Promoter Score (NPS) en 2023. Pasó de 79,77% a **84,68%** entre marzo y noviembre, lo que constituye un alza de 4,91%. Simultáneamente, por su parte el modelo GANA también mostró un incremento de 8,72%, al aumentar de 80,50% en marzo a 89,22% en noviembre. Este se atribuye a la estrategia de Entrenamiento Poderoso, que proporcionó a todos los roles operativos las herramientas necesarias para abordar objeciones, gestionar emociones, mejorar habilidades comerciales, reconocer contribuciones individuales y promover el desarrollo del equipo de trabajo.

Con la puesta en marcha de programas formativos especializados en habilidades comerciales, fortalecimos la gestión de ventas del canal Tienda A Tienda (TAT) en pro de apalancar indicadores de negocio. De esta manera contribuimos en el desarrollo del canal en lo que respecta a la venta de nuevos productos. Iniciamos el primer trimestre con 40% de altas y finalizamos el tercero con 63%.

(GRI 3-3)



FORMACIÓN

En Claro Colombia somos conscientes del papel de la formación a la hora de responder a las necesidades del negocio y tomar decisiones de talento basadas en datos, correlaciones y patrones de comportamiento para incrementar la productividad y el compromiso de los colaboradores.

En 2023, se destinaron cerca de 1,1 millón de horas, de las cuales cerca del 49% corresponde a mujeres que son ejecutivas, gerentes y que hacen parte del resto del personal:

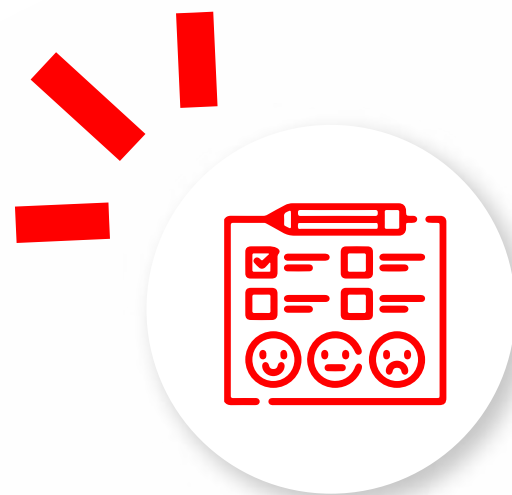
CATEGORÍA LABORAL	HOMBRE	MUJER	TOTAL
EJECUTIVOS	1.700,50	735,00	2.435,50
GERENTES	11.698,50	5.358,20	17.056,70
RESTO DE PERSONAL CON MANDO	131.802,85	94.462,00	226.264,85
PERSONAL SIN MANDO	409.282,13	439.908,62	849.190,74
TOTAL	554.483,97	540.463,82	1.094.947,79

En este sentido, evidenciamos un promedio de horas de 117 por cada colaborador de Claro Colombia, en el caso de las mujeres se evidencia un promedio más alto de 133 horas en comparación a los hombres que dedicaron 105 horas.

(GRI 404-1, 404-2)

CATEGORÍA LABORAL	PROMEDIO HOMBRE	PROMEDIO MUJER	TOTAL
EJECUTIVOS	49	41	46
GERENTES	60	63	61
RESTO DE PERSONAL CON MANDO	118	138	126
PERSONAL SIN MANDO	104	135	118
TOTAL	105	133	117





5.1.2. EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO

● GRI 404-3

La medición de la contribución individual en la consecución de los objetivos estratégicos permite hacer un seguimiento al plan de desarrollo de cada colaborador. Esto facilita su crecimiento profesional y personal. Anualmente los líderes de la compañía evalúan el desempeño de los colaboradores a cargo, mediante seguimientos y retroalimentación a los avances en períodos trimestrales.

La evaluación de desempeño está compuesta por tres secciones:

1 OBJETIVOS DE RESULTADO 80%

Apalancan la consecución de las metas estratégicas de la compañía mediante la contribución individual del colaborador desde su rol, que está asociado individualmente a cada uno los indicadores del área a la que pertenece.

2 OBJETIVOS DE DESARROLLO 20%

Hacen posible mejorar las competencias del colaborador en la función que desempeña en la compañía.

3 EVALUACIÓN DE COMPETENCIA 0%

Permite identificar oportunidades de mejora en las competencias de nuestros colaboradores.

Objetivos de resultado (80%) + Objetivos de desarrollo (20%) + Evaluación de competencias (0%) = 100%

Durante 2023 se evaluó a 98,45% de la compañía de la siguiente manera:

EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO Y DESARROLLO PROFESIONAL EN 2023

CATEGORÍA	M(%)	F(%)	TOTAL GENERAL
EJECUTIVOS	79,31%	86,67%	81,82%
GERENTES	98,92%	98,67%	98,95%
RESTO DE PERSONAL CON MANDO	99,71%	99,68%	99,70%
PERSONAL SIN MANDO	98,44%	97,92%	98,21%

TOTALES M **98,62%** F **98,21%** GENERAL **98,45%**

Este año la evaluación involucró a nuestros aliados y las iniciativas de sostenibilidad ambiental que estos mantienen. Además, incorporamos criterios ambientales en los requisitos de evaluación, selección y operaciones de actividades o servicios contratados con aliados y terceros. **(GRI 404-3)**

5.2



BIENESTAR



5.2.1.

SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO Y AMBIENTE (SSTA)

- GRI 403-1, 403-2, 403-3,
GRI 403-4, 403-5, 403-7

Nuestro sistema de gestión de salud y seguridad en el trabajo se encuentra diseñado e implementado bajo la normativa legal del Decreto 1072 de 2015 y la Resolución 0312 de 2019 y certificado bajo los requisitos de la Guía RUC del Consejo Colombiano de Seguridad. Por tanto, involucra aspectos de gestión de seguridad y salud en el trabajo y en el ambiente. Así mismo, cumple con los requisitos de la NTC ISO 45001. **(GRI 403-1)** El sistema de gestión de Claro Colombia aplica para todos los colaboradores. Inicia con el análisis de contexto de la organización, el cual incluye a las partes interesadas, continúa con la definición de políticas y lineamientos del sistema y después finaliza con la medición y mejora del desempeño. **(GRI 403-7).**

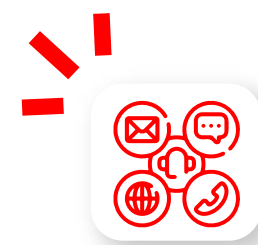
El sistema de gestión de Claro Colombia se apoya en las políticas de: Seguridad y Salud en el Trabajo y Ambiente; Prevención de Consumo de Sustancias Psicoactivas, y Seguridad Vial y Gestión del Riesgo de Emergencias y Desastres, dentro de las cuales se establecen los compromisos de la alta gerencia y los definidos para los colaboradores, con el objetivo de asegurar el propósito de la



seguridad y salud en el trabajo: prevenir accidentes, preservar la salud y proporcionar sitios seguros para efectuar las labores.

Nuestro Manual para Identificar Peligros y Evaluar los Riesgos en SSTA define la Guía Técnica Colombiana (GTC 45) como la metodología por utilizar para el manejo de SSTA. Nuestro manual también establece que una vez identificados los peligros y valorados los riesgos, se deben determinar los controles y su jerarquía de acuerdo con lo descrito por la Norma ISO 45001 y GTC 45. Nuestros procesos cuentan con un sello de calidad por el cumplimiento tanto de los requisitos normativos aplicables al sector como de los métodos de trabajo aceptados internacionalmente.

Las personas responsables de llevar el asunto en Claro Colombia cuentan con programas de formación profesional y, en algunos casos, están especializadas en seguridad y salud en el trabajo. Verificamos su aptitud con la debida comprobación de los títulos y licencias correspondientes, así como de la aprobación al módulo de 50 horas sobre el Sistema de Gestión cursado en una entidad autorizada.



CANALES DE COMUNICACIÓN

En caso de que un colaborador considere necesario reportar una situación de riesgo tiene a su disposición los canales de comunicación digitales o directos, y los comités correspondientes. Para esto se encuentra disponible un enlace en el banner de Servicios Virtuales de nuestra Intranet que permite reportar actos, incidentes y accidentes de trabajo. Así mismo tiene como otra opción de reporte de condiciones de peligro, la sección de Servicios Virtuales, en el área de Infraestructura.



Los colaboradores pueden reportar cualquier evento en los canales definidos de emergencias y mediante los correos electrónicos: saludeneltrabajo@claro.com.co y seguridadeneltrabajo@claro.com.co

En Claro Colombia contamos también con el portal de denuncias anónimas y el Comité Paritario de Seguridad y Salud en el Trabajo (COPASST) que atiende las inquietudes acerca del tema.

Una vez realizada la evaluación de la situación de riesgo se toman las medidas que corresponda, de conformidad con lo dispuesto en nuestro Manual para Reportar e Investigar Incidentes y Accidentes Laborales en Seguridad y Salud en el Trabajo, que considera la

normatividad legal vigente aplicable (Resolución 1401 del 2007). Esta establece que para un proceso de investigación deben estar involucrados el colaborador, los testigos, el jefe inmediato, el representante del COPASST y un integrante del equipo de SSTA. Se revisan los hechos, se buscan las causas inmediatas y las causas básicas, se generan lecciones aprendidas y planes de acción. Posteriormente se actualiza la matriz de peligros con los nuevos controles que permiten adoptar un enfoque preventivo en situaciones futuras. **(GRI 403-2)**





CONTROLES

1

Comité Paritario de Seguridad y Salud en el Trabajo (COPASST): Está integrado por representantes de los directivos y de los colaboradores. Ante este Comité, los colaboradores pueden transmitir a sus representantes los requerimientos que tengan para ser tratados y resueltos en las reuniones mensuales del equipo. El COPASST tiene como funciones y responsabilidades:



Proponer a la administración la adopción de medidas y el desarrollo de actividades que procuren y mantengan la salud en los lugares y ambientes de trabajo.



Colaborar con los funcionarios de entidades gubernamentales de salud ocupacional en las actividades que estos realicen en la empresa y recibir los informes correspondientes.



Colaborar en el análisis de las causas de los accidentes de trabajo y enfermedades profesionales y proponer al empleador las medidas correctivas a que haya lugar para evitar su ocurrencia. Evaluar los programas que se hayan realizado.



Proponer y participar en actividades de capacitación relativas a salud ocupacional, dirigidas a colaboradores, supervisores y directivos de la empresa o establecimientos de trabajo.



Vigilar el desarrollo de las actividades que en materia de medicina, higiene y seguridad industrial debe efectuar la empresa de acuerdo con el Reglamento de Higiene y Seguridad Industrial y las normas vigentes; promover su divulgación y observancia.



Visitar periódicamente los lugares de trabajo e inspeccionar los ambientes, máquinas, equipos, aparatos y las operaciones realizadas por el personal de trabajadores en cada área o sección de la empresa e informar al empleador sobre la existencia de posibles factores de riesgo y sugerir las medidas correctivas y de control.



Estudiar y considerar las sugerencias que presenten los colaboradores en materia de medicina, higiene y seguridad industrial.



Solicitar periódicamente a la empresa informes sobre accidentalidad y enfermedades profesionales con el objeto de dar cumplimiento a lo estipulado.



Servir como organismo de coordinación entre el empleador y los colaboradores en la solución de los problemas relativos a la salud ocupacional. Tramitar los reclamos de los trabajadores relacionados con la Salud Ocupacional.



Elegir al secretario del comité.



Mantener un archivo de las actas de cada reunión y demás actividades que se desarrollen, el cual estará en cualquier momento a disposición del empleador, los trabajadores y las autoridades competentes.

2

Comité de Convivencia Laboral: Es el encargado de la gestión de casos de presunto acoso laboral y sus respectivos procedimientos.

3

Otros mecanismos: Formato para el reporte de Actos y Condiciones Inseguras, Intranet Claro Colombia al día, correos genéricos por temas para el reporte de requerimientos y necesidades de los colaboradores. **(GRI 403-4)**



A fin de contar con la percepción del grupo de interés más importante en este asunto, en Claro Colombia usamos mecanismos de consulta a los colaboradores sobre los peligros a los que se encuentran expuestos en los lugares de trabajo. Realizamos reportes de actos y/o condiciones inseguras, con base en los resultados de las evaluaciones e investigaciones periódicas de los accidentes e incidentes de trabajo. Revisamos y gestionamos los hallazgos de las auditorías internas y externas, así como de las inspecciones. Además, hacemos la identificación de nuevos requisitos legales, teniendo en cuenta los resultados de las reuniones del COPASST. Posteriormente se definen los controles por implementar que son integrados al programa de riesgo, los sistemas de vigilancia epidemiológica y a los planes de trabajo. **(GRI 403-3)**

FORMACIÓN EN SEGURIDAD, SALUD Y AMBIENTE EN EL TRABAJO (SSTA)

Durante el año 2023 ofrecimos varios cursos de formación sobre seguridad y salud:

ÁMBITO

PROGRAMA SISTEMA DE GESTIÓN SSTA

CURSO

Unidad 1: Generalidades del Sistema de Gestión en Seguridad, Salud en el Trabajo y Ambiente.

Unidad 2: Peligros y Riesgos en el Trabajo.

Unidad 3: Sistema de Gestión, Funciones y Responsabilidades en SSTA.

Unidad 4: Programas de Gestión en Seguridad, Salud en el Trabajo y Ambiente.

ÁMBITO

SISTEMA DE GESTIÓN AMBIENTAL

CURSO

Refuerza tu Conocimiento Gestión Ambiental.

ÁMBITO

SALUD

CURSO

Actívate – Cuida tus Extremidades Superiores.

Actívate – Cuida tus Extremidades Inferiores.

Actívate y Cuida tu Espalda.

Trabaja Seguro y Saludable, Módulo I y II (Ergonomía).

Trabaja Seguro y Saludable, Módulo III (Ergonomía).

Reglas de Seguridad para la Prevención de Caídas.

Herramientas para Controlar la Fatiga Laboral.

Curso Política No Alcohol, Drogas y Tabaco.

Riesgo Ofídico.

ÁMBITO

SEGURIDAD

CURSO

Reporte de Incidentes y/o Accidentes de Trabajo.

Conducción Segura de Vehículos Livianos.

Conducción Segura para Motociclistas.

Seguridad Vial - Conducción Segura

Volumen 1: Manual Seguro para Peatones.

Volumen 2: Manual Seguro para Pasajeros.

Volumen 3: Manual Seguro para Motociclistas.

Volumen 4: Manual Seguro para Conductores de Vehículo.

Reglas de Seguridad para el Desplazamiento Seguro en Ingeniería.

ÁMBITO

REENTRENAMIENTO PARA TRABAJO EN ALTURAS

CURSO

Certificación: Nivel Reentrenamiento para Trabajo en Alturas.

ÁMBITO

ADMINISTRATIVO PARA TRABAJO EN ALTURAS

CURSO

Certificación: Nivel Administrativo para Trabajo en Alturas.

ÁMBITO

AVANZADO PARA TRABAJO EN ALTURAS

CURSO

Certificación: Nivel Avanzado para Trabajo en Alturas.

ÁMBITO

COORDINADOR PARA TRABAJO EN ALTURAS

CURSO

Certificación: Riesgo en Alturas Perfil Coordinador.

Curso de Prevención de Riesgo Eléctrico.

Módulo 1: Conceptos Básicos.

Certifica tu Conocimiento Prevención de Riesgo Eléctrico.

Módulo 2: Riesgo Eléctrico Completo.

Actividad Evaluativa Riesgo Eléctrico Completo.

(GRI 403-5)



NUESTRO INFORME DE SOSTENIBILIDAD



NUESTRA CULTURA SOSTENIBLE



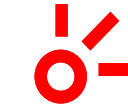
NUESTRO ENFOQUE EN EN MEDIO AMBIENTE



CONECTANDO A COLOMBIA CON UNA MEJOR EXPERIENCIA



FORTALECIENDO EL TALENTO



LO QUE SOMOS EN CLARO COLOMBIA



SERVICIOS DE SALUD

● GRI 403-6, 403-8, 403-9, 403-10

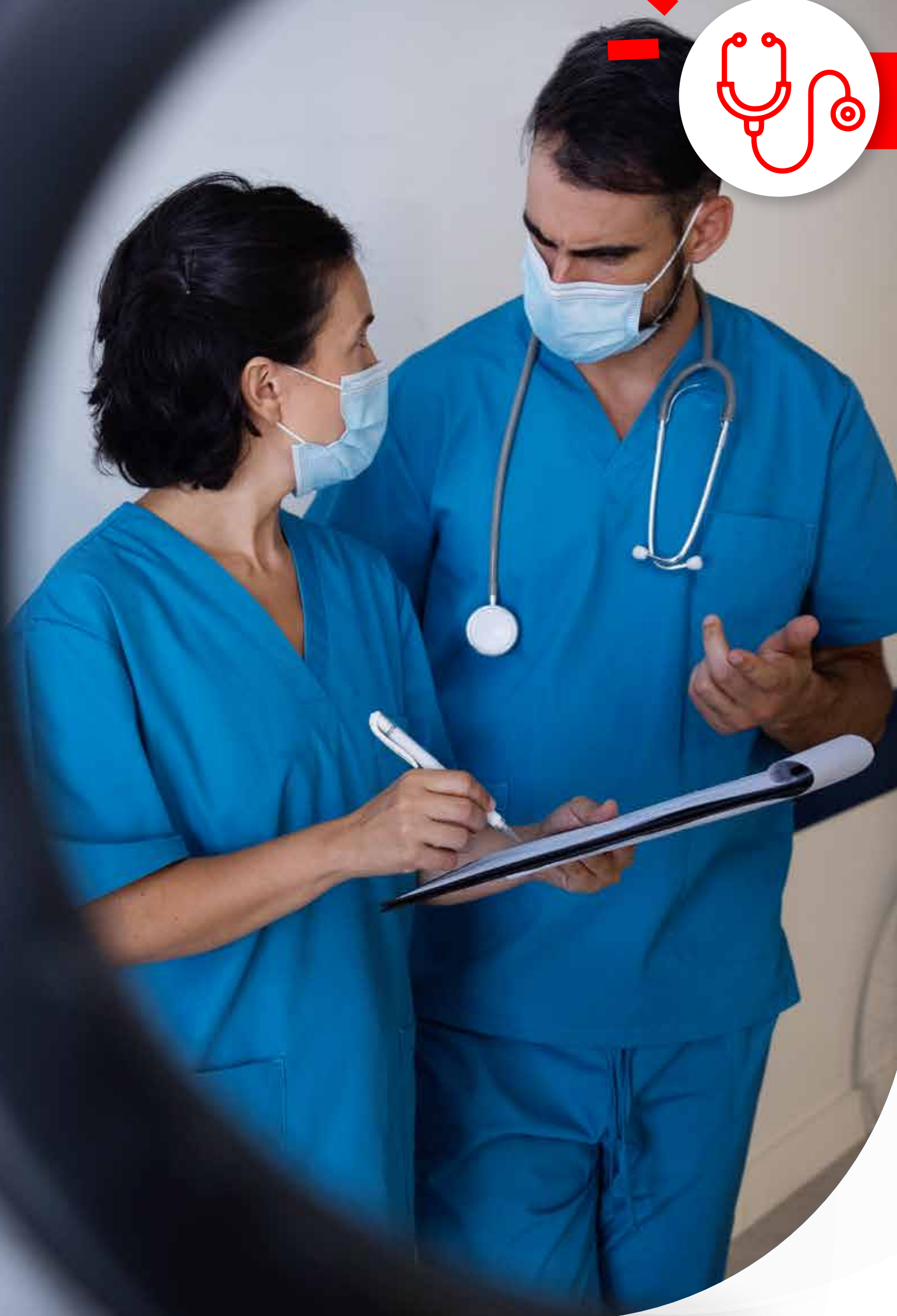
Todos nuestros colaboradores son afiliados a la Entidad Promotora de Salud (EPS) para que cuenten con el servicio médico general que consta en el plan obligatorio de salud. Disponen de acceso a los servicios asistenciales y de prevención, así como a las prestaciones económicas que se deriven por procesos incapacitantes o de pérdida de capacidad funcional. Además, en Claro Colombia ofrecemos planes de medicina prepagada y planes complementarios a los colaboradores, que superan en calidad y oportunidad a aquellos a los que por normatividad tienen derecho.

Sumado a esto, contamos con un servicio de consulta médica gratuita en la sede principal y con los servicios de ambulancia, consulta telefónica y presencial para colaboradores y clientes en todas las sedes. Ofrecemos espacios de capacitación y una aplicación que permite a los colaboradores tener acceso a información personalizada sobre su estado de salud y recomendaciones para mantenerla y mejorar.

(GRI 403-6)

Los trabajadores indirectos también reciben cobertura de salud en Claro Colombia. En este año fueron cubiertos un total de 51.550 colaboradores. 88.06% del total de los trabajadores de las empresas contratistas fueron apoyados mediante evaluaciones documentales; inspecciones en campo; divulgación de lecciones aprendidas de accidentes de trabajo; capacitaciones en SST, visitas a sedes; seguimiento de planes de acción, y reuniones periódicas grupales e individuales con los líderes de SST de cada empresa aliada. **(GRI 403-8)**

La tabla siguiente recoge los datos recopilados en el documento maestro del sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo; de las bases de registro de incidentes, accidentes y enfermedades laborales; informes de inspecciones; matrices de peligros; investigaciones de accidentes y enfermedades laborales, entre otros. A partir de esta información construimos el tablero de indicadores que permite tener una visión global de todos los temas de SST para la toma de decisiones pertinente.



NÚMERO Y TASA DE ACCIDENTES RELACIONADOS CON EL TRABAJO EN EL AÑO 2023

	PERSONAL DIRECTO	PERSONAL INDIRECTO CUYO TRABAJO O LUGAR DE TRABAJO ES CONTROLADO POR LA COMPAÑÍA
Número de fallecimientos resultantes de una lesión por accidente laboral	1	2
Tasa de fallecimientos resultantes de una lesión por accidente laboral	0,06	0,018
Número de lesiones por accidente laboral con grandes consecuencias	4	19
Tasa de lesiones por accidente laboral con grandes consecuencias	0,20	0,19
Número de lesiones por accidente laboral registrables	58	1.475
Tasa de lesiones por accidente laboral registrables	3,49	13,29
Principales tipos de accidentes presentados	Los principales tipos de lesión por accidentes laborales están relacionados con golpes, contusiones, esguinces, heridas, traumas superficiales, fracturas y luxación.	Los principales tipos de lesión por accidentes laborales están relacionados con contusiones y lesiones internas, seguido de heridas abiertas.
Número total de horas hombre ¹⁴	16.617.120	110.903.200

(GRI 403-8, 403-9, 403-10)

¹⁴El número de horas trabajadas se calcula de acuerdo con el promedio de trabajadores (7.975) en 2023, con jornada de 8 horas diarias, por 5 días trabajados a la semana, por 52 semanas laborales.

IDENTIFICACIÓN DE RIESGOS

● GRI 403-2

De acuerdo con la información analizada en 2023 bajo la metodología GTC 45, los peligros que han contribuido a la ocurrencia de accidentes con grandes consecuencias corresponden a condiciones de seguridad por riesgos locativos; caídas a diferente nivel (caída en zona rural, exposición a terreno irregular); uso de transporte y manipulación de vehículo; atropello a peatón; caída desde moto en movimiento, y caída al mismo nivel por piso húmedo. Conscientes de nuestro compromiso con la salud y seguridad de nuestros colaboradores, hemos tomado acciones para minimizar los riesgos.

Además, siguiendo la jerarquía de control, fijamos medidas de carácter administrativo entre las cuales establecimos programas de riesgos prioritarios bajo metodología PIVA (Planear, Implementar, Verificar, Actuar): plan estratégico de seguridad vial; riesgo eléctrico; prevención de caídas al mismo nivel, y prevención en trabajo en alturas. Dichos programas

incluyen actividades de formación, capacitación, inspección y entrega de elementos de protección personal (EPPS). De igual manera, se determinó la necesidad de actualización de políticas y estándares de seguridad para las actividades deportivas organizadas en la empresa y el uso de transportes no convencionales.

Por otro lado, se instauró el programa de gestión en riesgos menores que abarca: actividades de prevención; generación y control de procedimientos seguros de protección y prevención contra caídas; implementación del programa de cultura de seguridad (CREA Seguridad: Compromiso, Responsabilidad, Empatía y Autocuidado); riesgo biológico en zonas endémicas por picadura de animales; mordedura de animales, y suministro, mantenimiento e inspección de elementos de protección personal. **(GRI 403-2)**





NUESTRO INFORME
DE SOSTENIBILIDAD



NUESTRA CULTURA
SOSTENIBLE



NUESTRO ENFOQUE EN
EN MEDIO AMBIENTE



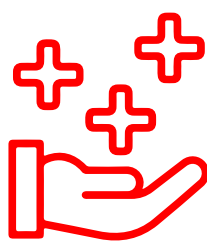
CONECTANDO A COLOMBIA
CON UNA MEJOR EXPERIENCIA



FORTALECIENDO
EL TALENTO



LO QUE SOMOS EN
CLARO COLOMBIA



BENEFICIOS

● GRI 401-2, 401-3

En Claro Colombia nuestros colaboradores que trabajan en jornada completa reciben el siguiente paquete de beneficios:



Póliza de vida: en caso de muerte o incapacidad total o permanente por un valor de 18 salarios mensuales del trabajador por muerte natural y 36 salarios mensuales del trabajador por muerte accidental. Dado el caso, la cobertura nunca será inferior a COP 50.000.000.



Medicina prepagada: dos convenios con las compañías Medisanitas y Colsanitas. Para el primer caso, Claro Colombia asume 50% del valor total de la póliza mensual y el otro 50% lo asume el empleado. Para el segundo caso la empresa asume 30% y el otro 70% lo asume el empleado. También cuenta con un convenio de plan complementario de salud con EPS Sanitas, en el que la compañía asume 50% del valor y el otro 50% lo asume el empleado.



Cobertura por incapacidad e invalidez: Claro Colombia pagará la diferencia que exista entre el pago que realiza la EPS y su salario base antes de la incapacidad hasta, como máximo 180 días. Posteriormente a este tiempo y una vez la administradora de pensiones reconozca y pague el subsidio por incapacidad, Claro Colombia se compromete a pagar la diferencia que entre este subsidio y el IBC (Ingreso Base de Cotización) que reconozca la administradora de fondo de pensiones.



NUESTRO INFORME
DE SOSTENIBILIDAD



NUESTRA CULTURA
SOSTENIBLE



NUESTRO ENFOQUE EN
EN MEDIO AMBIENTE



CONECTANDO A COLOMBIA
CON UNA MEJOR EXPERIENCIA



FORTALECIENDO
EL TALENTO



LO QUE SOMOS EN
CLARO COLOMBIA



Además de los beneficios antes mencionados, Claro Colombia cuenta con auxilios de diferente índole como los siguientes:



AUXILIO DE LENTES O MONTURA
COP 239.300 – 1 VEZ AL AÑO



AUXILIO EDUCATIVO PARA HIJOS
COP 356.300 – 1 VEZ AL AÑO



AUXILIO EDUCATIVO
(EDUCACIÓN ESPECIAL, HIJOS)
COP 402.100 – 2 VECES AL AÑO



AUXILIO DE MATRIMONIO
**COP 200.000 + 3 DÍAS DE
DESCANSO REMUNERADO**



AUXILIO DE NACIMIENTO
2 SMMLV¹⁵



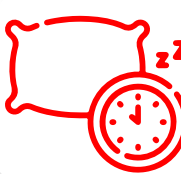
AUXILIO DE GASTOS FUNERARIOS
DEL TRABAJADOR
4 SMMLV PARA SUS BENEFICIARIOS



AUXILIO POR FALLECIMIENTO DE
FAMILIARES (PADRES, HIJOS O CÓNYUGE)
2 SMMLV



BONIFICACIÓN NO SALARIAL
**22 DÍAS DE SALARIO PAGADOS EN LA
NÓMINA DE DICIEMBRE**



DESCANSO POR GRAVE
CALAMIDAD DOMÉSTICA
**HASTA 3 DÍAS DE DESCANSO
REMUNERADO**



DESCANSO REMUNERADO ESPECIAL
2 DÍAS DE DESCANSO REMUNERADO



BENEFICIO TARIFA SERVICIO HOGAR
**SIN COSTO PARA EL COLABORADOR 50 MEGAS
INTERNET, TV HD CON UN DECODIFICADOR Y
TELEFONÍA LOCAL ILIMITADA**



BENEFICIO TARIFA SERVICIO MÓVIL
**ACCESO A PLANES PREFERENCIALES FRENTE A
LOS HABITUALES DEL MERCADO**



HORA ADICIONAL DE LACTANCIA



FONDOS ROTARIOS DESTINADOS PARA COMPRA O
REMODELACIÓN DE VIVIENDA, COMPRA DE
VEHÍCULO Y EDUCACIÓN DE PREGRADO O
POSGRADO PARA EL COLABORADOR. **(GRI 401-2)**

¹⁵SMMLV hace referencia al Salario Mínimo Mensual Legal Vigente.

PERMISO PARENTAL

En Claro Colombia ofrecemos a nuestros colaboradores el beneficio de permiso parental. Sumado al beneficio de ley, nos comprometemos a pagar la diferencia del valor de la licencia en caso de que la EPS no reconozca 100%.

BENEFICIARIOS DEL PERMISO PARENTAL	HOMBRE	MUJER
Colaboradores con derecho a permiso parental	118	91
Colaboradores que han regresado al trabajo en el período objeto del informe después de terminar el permiso parental	118	91
Colaboradores que han regresado al trabajo después de terminar el permiso parental y que seguían siendo empleados 12 meses después de regresar al trabajo	108	73
Colaboradores que se han acogido al permiso parental	104	68
Tasa de regreso al trabajo y retención de empleados	90%	78%

(GRI 401-3)





NUESTRO INFORME
DE SOSTENIBILIDAD



NUESTRA CULTURA
SOSTENIBLE



NUESTRO ENFOQUE EN
EN MEDIO AMBIENTE



CONECTANDO A COLOMBIA
CON UNA MEJOR EXPERIENCIA



FORTALECIENDO
EL TALENTO



LO QUE SOMOS EN
CLARO COLOMBIA



EQUIDAD, INCLUSIÓN Y DIVERSIDAD

● GRI 3-3: *Equidad, inclusión y diversidad*, 405-1, ODS 5

En Claro Colombia trabajamos para crear una sociedad más incluyente y equitativa. Creemos en el talento y desarrollo profesional de las personas; por ello dedicamos nuestros esfuerzos para garantizar el mejor clima laboral mediante acciones que contribuyan al aumento del compromiso y la lealtad por parte de los colaboradores.

Nos regimos bajo parámetros internacionales establecidos por organizaciones como Naciones Unidas, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), la Organización Internacional del Trabajo (OIT), y requerimientos globales como los del Índice de Sostenibilidad del Dow Jones. Esto nos ha convertido en un referente en temas de diversidad, equidad e inclusión. Nuestras iniciativas aportan al cumplimiento de los ODS al disminuir las brechas de género, y además generaron un impacto positivo en la población vulnerable al reflejar el respeto a la diversidad del país en cada paso que damos.

Así mismo recibimos el reconocimiento como un muy buen lugar para trabajar de acuerdo con la metodología de

Great Place to Work, en donde los colaboradores destacaron el trabajo que realiza la compañía para ser más incluyente y equitativa.

Los proyectos e iniciativas más destacados del año en materia de equidad, inclusión y diversidad se señalan a continuación:

1 Publicación de la Guía de Atracción Digital y publicación de vacantes con lenguaje inclusivo.

2 Lanzamiento de entrevistas sin sesgos de género y manejo de lenguaje inclusivo.

3 Actualización de perfiles en los que se evidencian competencias y habilidades de manera objetiva.

4 Implementación de la Matriz de Evaluación Equipares.

5 Identificación de cargos altamente feminizados o masculinizados.

6 Continuidad de Semilleros (Madres cabeza de hogar, Jóvenes primer empleo, Soñadores, Generación XXI).

7 Realización del conversatorio Mujeres Poderosas en Claro Colombia.

8 Inclusión de temáticas de no discriminación en los procesos de inducción, con lo que socializamos nuestra política de equidad, diversidad e inclusión.

9 Construcción de temáticas de género (cursos no tradicionales para hombres y mujeres).

10 Disminución y cierre de brechas en cada una de las ocho dimensiones y la adopción del Sistema de Gestión de Igualdad de Género (SGIG)-Equipares.

11 Adhesión a la Cámara de la Diversidad y contratación de una consultoría para el diagnóstico y caracterización de equidad, diversidad e inclusión.

12 Realización del Comité de Equidad, Diversidad e Inclusión en forma bimensual, para la articulación e implementación de iniciativas.

13 Realización de la campaña Mes de la Diversidad, diseñando espacios de sensibilización y movilización para colaboradores, la cadena de valor y las comunidades.

14 Mes de la equidad, mes de marzo 2023.

15 Adhesión a los 7 Principios de las Naciones Unidas para el Empoderamiento de las Mujeres (WEPS, por sus iniciales en inglés).



16 Continuación de la Ruta de Inclusión Laboral y Social dirigida a la mitigación de barreras para el acceso a empleo formal por parte de población que está en condición de vulnerabilidad.

17 Talleres de alfabetización y apropiación digital, así como de proyecto de vida y empoderamiento con niñas de grados 9, 10 y 11, con el apoyo de la Fundación Inspiring Girls.

18 Vinculación de población que se halla en situación de discapacidad intelectual, mediante la iniciativa Soñadores como anfitriones en los Centros de Atención y Ventas (CAV) de Bogotá, Barranquilla, Cali y Cartagena.

19 Oferta y atención especializada a población sorda.

20 La Alcaldía de Bogotá y su Secretaría de Desarrollo Económico reconocieron a Claro Colombia por su contribución al ecosistema de empleo incluyente.

Gracias a estas iniciativas llegamos a más de 1.379 personas vulnerables vinculadas al empleo formal a través de nuestros aliados de cooperación internacional, y los sectores público y privado. Además, logramos generar un ambiente laboral libre de violencia y que propende a la conciliación de la vida laboral, familiar y personal con responsabilidad. **(GRI 3-3)**



Ratificamos nuestro compromiso corporativo de contribuir a la equidad de género y el empoderamiento de las mujeres y personas vulnerables a lo largo de toda nuestra cadena de valor.



DIVERSIDAD PARA COLABORADORES DIRECTOS Y TEMPORALES POR EDAD

	ENTRE 30 Y 50		MAYOR DE 50		MENOR DE 30		TOTAL
EJECUTIVOS	31	67%	15	33%	0	0%	46
GERENTES	192	73%	71	27%	0	0%	263
RESTO DE PERSONAL CON MANDO	1.436	85%	227	13%	27	0%	1.690
PERSONAL SIN MANDO	4.521	81%	632	11%	443	8%	5.596

DIVERSIDAD PARA COLABORADORES DIRECTOS Y TEMPORALES POR SEXO

	 HOMBRES	 MUJERES	TOTAL
EJECUTIVOS	31	15	46
GERENTES	187	76	263
RESTO DE PERSONAL CON MANDO	1.048	642	1.690
PERSONAL SIN MANDO	3.206	2.390	5.596

GRI 405-1



NUESTRO INFORME DE SOSTENIBILIDAD



NUESTRA CULTURA SOSTENIBLE



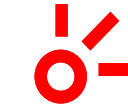
NUESTRO ENFOQUE EN EN MEDIO AMBIENTE



CONECTANDO A COLOMBIA CON UNA MEJOR EXPERIENCIA



FORTALECIENDO EL TALENTO



LO QUE SOMOS EN CLARO COLOMBIA



Desde Claro Colombia, reconocemos la importancia de identificar, trabajar y corregir diferentes situaciones de discriminación y/o sesgos inconscientes que se pueden presentar en el lugar de trabajo. Por esto, durante el 2023 recibimos 37 denuncias de casos de discriminación, de las cuales 28 concluyeron su proceso de investigación y 9 continúan en proceso. De las denuncias investigadas y finalizadas, para 5 se implementaron planes de mejora y 23 no fueron sujetas de acciones adicionales por que no se evidenciaron hallazgos en el proceso de investigación. (GRI 406-1)





NUESTRO INFORME DE SOSTENIBILIDAD



NUESTRA CULTURA SOSTENIBLE



NUESTRO ENFOQUE EN EN MEDIO AMBIENTE



CONECTANDO A COLOMBIA CON UNA MEJOR EXPERIENCIA



FORTALECIENDO EL TALENTO



LO QUE SOMOS EN CLARO COLOMBIA



6.

LO QUE SOMOS EN

CLARO

COLOMBIA


NUESTRO INFORME
DE SOSTENIBILIDAD


NUESTRA CULTURA
SOSTENIBLE


NUESTRO ENFOQUE EN
EN MEDIO AMBIENTE


CONECTANDO A COLOMBIA
CON UNA MEJOR EXPERIENCIA


FORTALECIENDO
EL TALENTO


LO QUE SOMOS EN
CLARO COLOMBIA



APORTANDO A UN MEJOR ENTORNO EMPRESARIAL

● GRI 2-23, 2-25

Estamos comprometidos con el desarrollo de Colombia, partiendo del respeto al usuario en materia de protección de datos personales; de brindar conectividad en los sitios más apartados del país, y del trabajo con pasión para entregar a nuestros clientes soluciones innovadoras y asequibles de comunicación, información y entretenimiento.

A través de todos estos frentes aseguramos la sostenibilidad de la empresa y mejoramos la calidad de vida de los colombianos. **(GRI 2-25)**

Para cumplir nuestro compromiso, contamos con un Código de Ética que, junto con las leyes aplicables, acuerdos y buenas prácticas internacionales, constituye el pilar del Programa de Integridad y Cumplimiento. Este representa los valores empresariales y señala el estándar de conducta interno ante nuestros clientes y ante la comunidad. De este se derivan diversas políticas necesarias para gestionar un gobierno corporativo responsable:



Política
Anticorrupción



Política de
Conflicto de Interés



Política de
Derechos Humanos



Política de
Donativos



Política de Regalos, Gastos de
Entretenimiento y Hospitalidad



Política de
Patrocinios

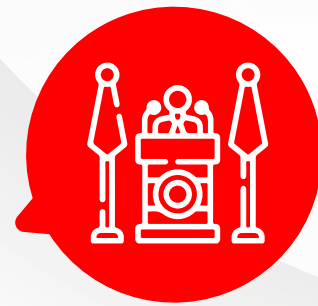


Protocolo de Debida
Diligencia a Terceros.



Política de Derechos Humanos, derivada del Código de Ética, que busca establecer los principios y lineamientos que nos permitan garantizar que todas nuestras actividades estén alineadas con los estándares de Claro Colombia. Esta contempla, entre otros aspectos, la prohibición del trabajo infantil y del trabajo forzoso; la protección de los colaboradores ante cualquier forma de discriminación y acoso laboral, y la libertad de asociación. Así, se pone en conocimiento las conductas y actividades que como colaboradores y/o terceros se deben observar. **(GRI 2-23)**

6.1



NUESTRO MÁXIMO ÓRGANO DE GOBIERNO

- GRI 2-9, 2-10, 2-11, 2-13, 2-15, 2-16, 2-17, 2-18, 2-19, 2-20, 2-21, 2-26, 2-27

El Comité Ejecutivo es nuestro máximo órgano de gobierno. Está conformado por once ejecutivos independientes y es encabezado por el presidente de la compañía. Su función consiste en diseñar y ejecutar la planeación estratégica que nos lleve a cumplir el Propósito Superior de la compañía, en un entorno de trabajo positivo que busque el bienestar y el desarrollo personal y profesional de todos sus colaboradores.

Su compromiso es liderar con el ejemplo, con ética y honestidad; empoderando y motivando a nuestros colaboradores para trabajar con pasión y alineación; construyendo una cultura de comunicación, confianza, coherencia y colaboración; brindando soluciones oportunas y asegurando la ejecución de las decisiones adoptadas.



COMPOSICIÓN DEL COMITÉ EJECUTIVO

**CARLOS
HERNÁN
ZENTENO DE LOS
SANTOS**
Presidente¹⁶

WALTER JAVIER BORDA FERRO
Director Corporativo Planeación Estratégica e Innovación

NÉSTOR GUSTAVO BERGERO FAUSTINELLI
Director Corporativo Tecnología

GERMÁN LEONARDO BUSTOS SUÁREZ
Director Corporativo Gestión Humana y Administrativo

MARÍA LUISA ESCOLAR SUNDHEIM
Directora Ejecutiva Unidad Mercado Corporativo

GLADYS PATRICIA PEÑALOZA PEREIRA
Directora Corporativa Auditoría

SANTIAGO PARDO FAJARDO
Director Corporativo Jurídica y Sostenibilidad

FERNANDO GONZÁLEZ APANGO
Director Corporativo Financiero

JUAN CARLOS ARCHILA CABAL
Director Corporativo Relaciones Institucionales

JAIME ANDRÉS TOLE CLAVIJO
Director Corporativo Producto e Innovación

RODRIGO DE GUSMAO RIBEIRO
Director Ejecutivo Unidad Negocio Masivo

¹⁶Carlos Hernan Zenteno de los Santos fue presidente de la compañía hasta enero de 2024 y el rol fue asumido posteriormente por Rodrigo De Gusmao.


**NUESTRO INFORME
 DE SOSTENIBILIDAD**


**NUESTRA CULTURA
 SOSTENIBLE**






**NUESTRO ENFOQUE EN
 EN MEDIO AMBIENTE**


**CONECTANDO A COLOMBIA
 CON UNA MEJOR EXPERIENCIA**


**FORTALECIENDO
 EL TALENTO**


**LO QUE SOMOS EN
 CLARO COLOMBIA**



MIEMBRO	ANTIGÜEDAD (AÑOS)	GÉNERO	COMPETENCIAS RELEVANTES PARA LOS IMPACTOS DE LA ORGANIZACIÓN
 <p>CARLOS HERNÁN ZENTENO DE LOS SANTOS Presidente Ejecutivo</p>	 <p>7,5</p>	 <p>M</p>	<p>Ejercer la representación de Claro Colombia ante los grupos de interés y garantizar la correcta ejecución del plan corporativo para cumplir con los objetivos estratégicos de: crecimiento, rentabilidad y recomendación.</p> <p>Crear, manejar e implementar las políticas y estrategias comerciales, financieras operativas, las relativas a la dirección y el manejo de personal, que garanticen el crecimiento institucional y los concernientes a la penetración de mercado.</p> <p>Cumplir con las obligaciones legales que le corresponden en su calidad de presidente, velar por la oportuna toma de decisiones por parte de los órganos de dirección y así mismo, solventar todos los requerimientos de América Móvil. (GRI 2-11)</p>
 <p>WALTER JAVIER BORDA FERRO Director Corporativo Planeación Estratégica e Innovación Ejecutivo</p>	 <p>20</p>	 <p>M</p>	<p>Diseñar, implementar y garantizar la planeación estratégica de la compañía para asegurar el cumplimiento de los objetivos institucionales.</p> <p>Asegurar una adecuada formulación de metas y objetivos que permitan a Claro Colombia desarrollar sus estrategias organizacionales garantizando un liderazgo competitivo dentro del mercado de las telecomunicaciones.</p> <p>Garantizar el desarrollo de proyectos que permitan innovar en los distintos mercados en que se encuentra.</p>
 <p>GERMÁN LEONARDO BUSTOS SUÁREZ Director Corporativo Gestión Humana y Administrativo Ejecutivo</p>	 <p>20</p>	 <p>M</p>	<p>Diseñar, administrar y garantizar el cumplimiento de las políticas corporativas, estrategias y procesos locales de gestión humana, para facilitar el desarrollo personal, profesional y el desempeño productivo del talento humano, agregando valor a través de las personas para alcanzar los objetivos institucionales.</p>
 <p>GLADYS PATRICIA PEÑALOZA PEREIRA Directora Corporativa Auditoría Ejecutiva</p>	 <p>0,6</p>	 <p>F</p>	<p>Dirigir y controlar la elaboración y ejecución de la planeación de auditoría conforme a los principios aceptados, los objetivos de los accionistas y la Auditoría Corporativa de América Móvil, para evaluar de manera independiente el sistema de control interno, identificando los riesgos y controles existentes en los procesos y emitiendo recomendaciones tendientes a eliminar, mitigar los riesgos y hacer que los procesos sean eficaces, eficientes y económicos.</p>

MIEMBRO	ANTIGÜEDAD (AÑOS)	GÉNERO	COMPETENCIAS RELEVANTES PARA LOS IMPACTOS DE LA ORGANIZACIÓN
 <p>NÉSTOR GUSTAVO BERGERO FAUSTINI Director Corporativo Tecnología Ejecutivo</p>	<p>1,3</p>	<p>M</p>	<p>Definir las estrategias requeridas para proporcionar una base tecnológica de primer nivel, que soporte la prestación de servicios de excelente calidad, mediante el desarrollo y explotación de las redes y servicios a nivel nacional, garantizando los recursos asociados a los procesos de la operación, monitoreando y asegurando los niveles de disponibilidad del servicio para los diferentes frentes como son: BackBone, Ingeniería, Operaciones y Mantenimiento, como para todo el negocio de Data Center.</p> <p>Brindar soluciones innovadoras y asequibles de comunicación, información y entretenimiento satisfaciendo las expectativas de nuestros usuarios y el mercado, apoyados en una infraestructura, redes, aplicaciones y tecnología robusta, para brindar más y mejores servicios que apalanquen los objetivos de rentabilidad, crecimiento y recomendación de nuestros usuarios.</p>
 <p>SANTIAGO PARDO FAJARDO Director Corporativo Jurídica y Sostenibilidad Ejecutivo</p>	<p>11</p>	<p>M</p>	<p>Interactuar con las distintas áreas para dar cumplimiento a la normatividad, seguimiento a los proyectos legales y regulatorios que tengan impacto en la operación, y la promoción de los objetivos estratégicos de Claro Colombia.</p> <p>Socializar la nueva regulación y el proceso de implementación. Actuar como conducto para el relacionamiento con las autoridades del sector, entes de control, agremiaciones, autoridades nacionales y locales.</p>
 <p>FERNANDO GONZÁLEZ APANGO Director Corporativo Financiero Ejecutivo</p>	<p>14</p>	<p>M</p>	<p>Planificar y dirigir el plan financiero y controlar el correcto registro de las transacciones financieras a fin de proporcionar información puntual y confiable para la toma de decisiones tanto administrativas como financieras, custodiando los recursos económicos y físicos que conforman el patrimonio de los accionistas.</p> <p>Dirigir las operaciones comerciales de la compañía para contribuir de manera adecuada a la consecución de los objetivos estratégicos de las unidades de negocio.</p>
 <p>MARÍA LUISA ESCOLAR SUNDHEIM Directora Ejecutiva Unidad Mercado Corporativo Ejecutiva</p>	<p>9</p>	<p>F</p>	<p>Dirigir e implementar estrategias de ventas y mercadeo de los diferentes planes, productos, servicios y soluciones tecnológicas que ofrece la compañía para el segmento corporativo (pequeñas, medianas y grandes empresas), generando permanente innovación, asegurando la implementación y mantenimiento, mejorando la calidad, precio y garantía, con el fin de lograr los objetivos a nivel de ingresos, rentabilidad y posicionamiento.</p>


NUESTRO INFORME DE SOSTENIBILIDAD


NUESTRA CULTURA SOSTENIBLE


NUESTRO ENFOQUE EN EN MEDIO AMBIENTE


CONECTANDO A COLOMBIA CON UNA MEJOR EXPERIENCIA


FORTALECIENDO EL TALENTO


LO QUE SOMOS EN CLARO COLOMBIA



MIEMBRO	ANTIGÜEDAD (AÑOS)	GÉNERO	COMPETENCIAS RELEVANTES PARA LOS IMPACTOS DE LA ORGANIZACIÓN
 <p>JUAN CARLOS ARCHILA CABAL Director Corporativo Relaciones Institucionales Ejecutivo</p>	14	M	Responsable por el diseño e implementación de políticas y asuntos jurídicos de la compañía relacionados con lo contencioso, lo societario corporativo y los contratos que se requiere implementar, mantener y controlar, mediante el relacionamiento con las entidades gubernamentales que permitan a la compañía el cumplimiento de la normatividad legal en todos los frentes mencionados y que se encuentre alineado con los objetivos estratégicos de la organización.
 <p>JAIME ANDRÉS TOLE CLAVIJO Director Corporativo Producto e Innovación Ejecutivo</p>	10	M	Su alcance es aumentar la base y el valor de los clientes, a través del desarrollo y la gestión de producto, incluyendo las estrategias de lanzamientos, fidelización y rentabilización, asegurando el crecimiento y la participación en el mercado e ingresos de todo el portafolio, inicialmente para clientes de unidad de mercado masivo.
 <p>RODRIGO DE GUSMAO RIBEIRO Director Ejecutivo Unidad Negocio Masivo Ejecutivo</p>	5	M	<p>Ejecutar estrategias de ventas y mercadeo de los diferentes planes, productos y servicios de la compañía para el segmento masivo (fijo y móvil), en los diferentes canales que se tienen definidos.</p> <p>Asegurar niveles adecuados de inventarios acordes con las necesidades del mercado, asegurando la implementación, mantenimiento y permanente innovación, y mejorando la calidad, precio y garantía, con el fin de lograr los objetivos a nivel de ingresos, rentabilidad y posicionamiento.</p>

(GRI 2-9, 2-11)¹⁷



PROCESO DE SELECCIÓN

Mantener nuestra ventaja competitiva en el mercado local y su sostenibilidad supone contar con una estrategia de talento clara que comienza y está determinada por sus máximos líderes, quienes deben estar preparados para: asumir retos frente a nuevos modelos de negocio y formas de crear valor; a dirigir fuerzas laborales multigeneracionales y diversas; a impulsar los cambios que el negocio requiere, y a maximizar el desempeño de los equipos mediante la innovación y la agilidad organizacional. **(GRI 2-10)**

¹⁷Todos los miembros del Comité son independientes, ninguno pertenece a grupos vulnerables.



NUESTRO INFORME DE SOSTENIBILIDAD



NUESTRA CULTURA SOSTENIBLE



NUESTRO ENFOQUE EN EN MEDIO AMBIENTE



CONECTANDO A COLOMBIA CON UNA MEJOR EXPERIENCIA



FORTALECIENDO EL TALENTO

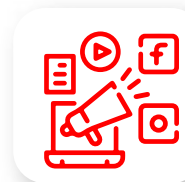


LO QUE SOMOS EN CLARO COLOMBIA



Los procesos de selección de los miembros del Comité Ejecutivo se basan en la identificación y valoración de las personas que tengan una trayectoria sólida y las más altas competencias ajustadas a las necesidades del negocio y del mercado, así como a las características culturales y de liderazgo definidas por Claro Colombia. Las competencias requeridas se actualizan continuamente. Este proceso es participativo, ya que el líder del máximo órgano de gobierno busca consenso con los demás miembros del comité. **(GRI 2-10)**

Durante el proceso se valida que el candidato no tenga ningún conflicto de interés y que sus motivaciones e intereses estén alineados con los de Claro Colombia. Gracias al sistema SuccessFactors, con el que contamos para reportar y mitigar cualquier eventualidad, podemos garantizar la independencia de los postulantes y, en consecuencia, la transparencia del proceso. **(GRI 2-15)**



FUNCIONES Y COMUNICACIONES

La adecuada gestión sobre los impactos económicos, ambientales y sociales está a cargo del Comité Ejecutivo, en su calidad de decisor, y de los Comités de Eficiencia, de Gestión Estratégica, de Clientes UMC (Unidad de Mercado Corporativo), de Clientes UMM (Unidad Mercado Masivo) y Rondas de Inversión. Para la ejecución de todas las actividades, se apoya en la matriz de autorizaciones. **(GRI 2-12)**

En Claro Colombia contamos con sistemas de monitoreo de indicadores previamente acordados con el órgano de gobierno a los que se les hace un seguimiento mensual o trimestral según se haya definido. A través de este sistema de mejora continua, todos los colaboradores incluidos los altos ejecutivos informan a los diferentes niveles de la organización entre ellos el máximo órgano de gobierno acerca de la gestión de los impactos institucionales. Los resultados son revisados con enfoque prospectivo y se toman decisiones tendientes a cumplir con los objetivos planteados. **(GRI 2-13)**

El Comité Ejecutivo se reúne una vez al año en un proceso denominado Informe de Revisión por la Dirección, en el que se tratan diversas temáticas relacionadas con la salud, la seguridad y el medio ambiente en la organización. Además, Claro Colombia presenta cada año su Informe de Sostenibilidad, en el que se informa al órgano de gobierno acerca de diversos temas de la economía, el medio ambiente y las personas. **(GRI 2-16)**





FORMACIÓN EN SOSTENIBILIDAD

Apalancamos el crecimiento de los líderes de Claro Colombia mediante un programa de desarrollo que durante el año 2023 permitió seguir transmitiendo el modelo de liderazgo institucional y otorgando herramientas de autoconocimiento, equipos de alto desempeño y metodologías en las nuevas formas de trabajar. Estas habilidades son valiosas para adaptar nuestra gestión y estrategia al entorno. **(GRI 2-17)**

Las medidas que se adoptaron para incrementar conocimientos, habilidades y la experiencia del máximo órgano son:



Implementamos el plan maestro para los directivos, con 3 niveles de conocimiento con sus respectivas rutas de aprendizaje en metodologías ágiles y nuevas formas de trabajo.



Sesiones individuales de acompañamiento enfocadas al desarrollo, con herramientas de autoconocimiento para cerrar brechas de liderazgo.



Contribuimos a afianzar una cultura del desarrollo del talento y liderazgo en el comité ejecutivo que facilita la consecución de objetivos de negocio y su competitividad.





DETALLE PLAN MAESTRO, SE DIVIDE EN DOS FASES CRUCIALES PARA CADA NIVEL

FASE I

Hemos creado una ruta que hemos denominado Plan Maestro de los 300, el cual está compuesto por 5 momentos:

1 Playbook de Agilidad. Temas: Agilidad ¿Por qué la agilidad como filosofía? El corazón de la agilidad, pensamiento ágil, ¿Como se implementa la agilidad? Certifica tu conocimiento en agilidad.

2 Agilidad Organizacional: Características que definen un líder claro.

3 Sonidos que transforman (Comunicación).

4 Taller metodológico.

5 Decálogo del líder ágil.

FASE II

“Plan Maestro de los 300”, el cual tiene como objetivo contextualizar, alinear y nivelar los conocimientos básicos acerca de la agilidad en nuestra organización.

Dando continuidad al programa, queremos reconocer la importancia de la buena comunicación, y por ello se dio disponibilidad al recurso de nuestra plataforma Getabstract denominado “Comunicar es la onda”, que consta de 4 resúmenes de libros:

a. Libro ¿Qué dijo?

Las dificultades en comunicación, como interrumpir, reaccionar sin planificar o no saber qué decir, pueden estar impidiendo tu avance profesional, esto le resta valor a tu imagen y dificulta la percepción clara del mensaje que quieres transmitir. Aprende cuáles son los 16 errores más comunes en la comunicación y cómo corregirlos.

b. Libro Comunicación en crisis

Hoy, más que nunca, las empresas deben estar preparadas para la crisis y su manejo. En el mundo actual de conexiones instantáneas, las malas noticias recorren el mundo en minutos y la gente te juzga a ti y a tu compañía en un segundo. Es necesario que entiendas las expectativas del público y el ambiente en que te mueves.

c. Libro Descubre el arte de la comunicación eficaz:

Es verdad que la comunicación nos distingue como humanos; sin embargo, no siempre conseguimos comunicarnos de manera efectiva. Aprende las principales teorías de la comunicación y 44 enfoques aplicados al mundo moderno para resolver problemas, aprender a persuadir, negociar, escuchar y hacernos cargo de lo que decimos, cómo lo decimos y a quién se lo decimos.

d. Libro Dicho con sencillez

Aprende cómo comunicarte mejor en el trabajo y más allá.



EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO

El Comité Directivo es evaluado trimestralmente, de manera individual. La evaluación está conformada por dos componentes:

80%

Análisis de los resultados estratégicos de los indicadores de negocio como la rentabilidad, recomendación y crecimiento, a través del ciclo de gestión

· Planificar · Hacer · Verificar · Actuar (PHVA).

20%

Consultorías externas, mediante las cuales se formulan planes de desarrollo de habilidades gerenciales y liderazgo para el crecimiento individual. (GRI 2-18)



REMUNERACIONES

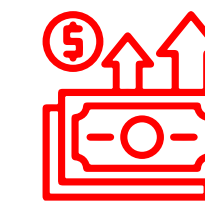
Para el comité directivo y todos los niveles de la organización, el valor de la remuneración fija está definido por la valoración de cargo efectuada bajo la metodología HAY, que considera criterios de equidad y competitividad e información de mercado, y es aprobada por presidencia. El primer nivel de la compañía cuenta con un bono no salarial trimestral, acorde con los resultados de la compañía, y a cumplimiento de indicadores de área. En los siguientes niveles puede utilizarse el mismo modelo de remuneración variable o uno de comisión/pago variable por cumplimiento de indicadores asociados al rol desempeñado.

Las políticas de remuneración variable vía bonificación están asociadas al plan estratégico que se encuentra atado al cumplimiento de las metas financieras de Claro Colombia y a los indicadores de cada dirección corporativa. **(GRI 2-19)**

La determinación de la remuneración es efectuada por la Jefatura de Compensación y Beneficios, que es la única área que maneja, diseña y propone incrementos y modelos de remuneración acordes con los ajustes estructurales. A su vez estas propuestas son avaladas por el gerente de Gestión Humana Negocio y Transversales, el director corporativo de Gestión Humana y Administrativo y por Presidencia. Además, Claro Colombia cuenta con información externa referente a encuestas salariales que permiten una competitividad adecuada en el momento de definir salarios. **(GRI 2-20)**



1



La persona mejor pagada de la organización tiene un ingreso total anual **2,261% superior** a la mediana del resto del personal.

2



El incremento de la persona mejor pagada en la organización fue **38% menor** que la mediana del incremento del resto de personal. **(GRI 2-21)**

6.2 GOBIERNO CORPORATIVO



● GRI 3-3: Gobierno corporativo, rentabilidad y competitividad

Conforme a lo dispuesto en el Plan Estratégico, nuestro Gobierno Corporativo diseña, desarrolla y pone en práctica las estrategias necesarias para el desenvolvimiento eficiente del negocio, para el crecimiento y preservación de la reputación de la marca, y para la generación de valor a todos los grupos de interés.

En Claro Colombia definimos el enfoque estratégico con base en el cumplimiento de tres objetivos:



Recomendación

Ser la empresa de telecomunicaciones más recomendada por los colombianos.



Crecimiento

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



Rentabilidad

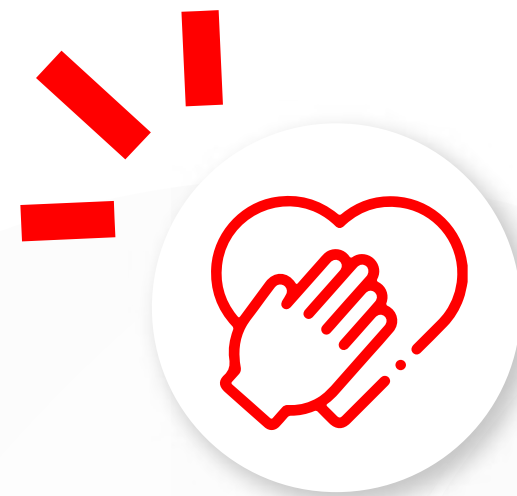
Aumentar la rentabilidad, ingresos y EBITDA¹⁸ de la compañía.

Cumplir estos objetivos hace posible obtener un ciclo virtuoso que hace sostenible el negocio. Este flujo inicia con el liderazgo en experiencia, que hace posible alcanzar un crecimiento continuo en el mercado, con lo que se obtiene una mayor generación de ingresos hasta llegar a aumentar la rentabilidad. Esto permite desarrollar nuevos negocios que a su vez ayudan a la construcción de nuevas capacidades para garantizar el mejor rendimiento de servicio, lo que da inicio nuevamente al ciclo.

En Claro Colombia nos centramos en atender oportunamente las necesidades y requerimientos de

nuestros clientes, adoptando nuevas formas de trabajo a través de los flujos de valor que permiten tener eficiencia en la optimización de procesos, la mejora de la experiencia y rentabilidad del negocio, y el logro de una ventaja competitiva en el mercado. Para facilitar ese trabajo, en Claro Colombia empleamos el PIVA (**Planear** **Implementar** **Verificar** **Actuar**), un método de mejora continua adoptado en la organización, que facilita una adecuada gestión para estos flujos de valor y para las áreas que operan en actividades recurrentes del core (centro) de nuestro negocio. **(GRI 3-3)**

¹⁸Earnings Before Interest Taxes Depreciation and Amortization, en español Ganancias antes de interés, impuestos, depreciación y amortización.

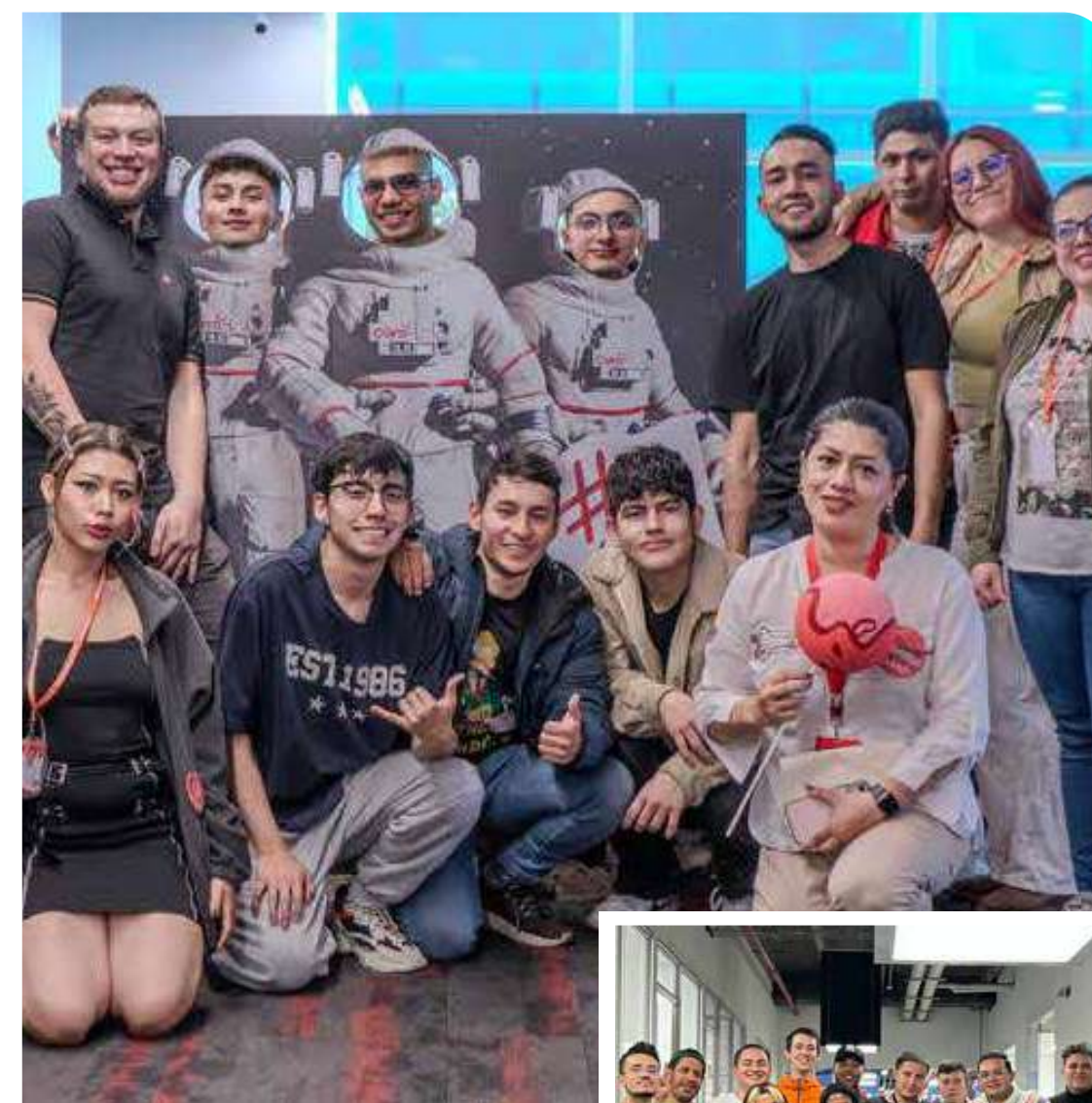


6.2.1. GESTIÓN ÉTICA, ÍNTEGRA Y TRANSPARENTE

● GRI 2-23, 2-24

El Código de Ética de Claro Colombia, que rige la conducta empresarial, es de aplicación general para todos nuestros empleados, directivos y terceros vinculados. Este es revisado y remitido por el director general de AMX a todas sus subsidiarias. Las normas básicas de ética y conducta son esenciales, debido a que un gran número de personas deposita su confianza en nosotros. El incumplimiento de los principios contemplados constituye una violación a las leyes aplicables, que podría derivar en sanciones administrativas, civiles o penales.

La asimilación de estos principios cuenta con diferentes etapas: inducción, formación, comunicaciones internas, certificaciones periódicas y sanciones ante posibles incumplimientos. Estos se integran a las estrategias organizativas, políticas y los procedimientos. El oficial de



cumplimiento brinda su apoyo constante, mediante la ejecución del Programa de Transparencia y Ética Empresarial. **(GRI 2-24)**

Los compromisos y políticas para trabajadores, socios comerciales y otras partes pertinentes se comunican de diferentes formas: publicación en página web, en la intranet corporativa, micrositio de cumplimiento, cursos y piezas de comunicación.

El Código de Ética se encuentra publicado en la página de:



y en la página de Claro Colombia en la Sección Legal y Regulatorio



En la página de AMX también se encuentran publicadas las diferentes Políticas que se desprenden del Código de Ética. **(GRI 2-23)**



NUESTRO INFORME DE SOSTENIBILIDAD



NUESTRA CULTURA SOSTENIBLE



NUESTRO ENFOQUE EN EN MEDIO AMBIENTE



CONECTANDO A COLOMBIA CON UNA MEJOR EXPERIENCIA



FORTALECIENDO EL TALENTO



LO QUE SOMOS EN CLARO COLOMBIA



De nuestros proyectos en el ámbito, destacamos:



Visita administrativa seguimiento a la implementación del Programa de Transparencia y Ética Empresarial (PTEE):

El 25 de abril de 2023 la Superintendencia de Sociedades nos hizo una visita de verificación y seguimiento a la implementación del PTEE, del Capítulo XIII de la Circular Básica Jurídica 100-000011 emitida el 9 de agosto de 2021, producto de la cual se generaron unos compromisos que se atendieron oportunamente, al igual que un primer requerimiento de información posterior a la visita que se atendió dentro de los tiempos estipulados; para posteriormente recibir la carta de cierre y cumplimiento a satisfacción de parte de la Entidad.



Visita administrativa de seguimiento al Sistema de Autocontrol y Gestión Integral del Riesgo de Lavado de Activos, Financiamiento del Terrorismo y Financiamientos de la Proliferación de Armas de Destrucción Masiva (SAGRILAFT):

El 25 de abril de 2023 la Superintendencia de Sociedades nos hizo una visita de verificación y seguimiento a la implementación del PTEE, del Capítulo XIII de la Circular Básica Jurídica 100-000011 emitida el 9 de agosto de 2021, producto de la cual se generaron unos compromisos que se atendieron oportunamente, al igual que un primer requerimiento de información posterior a la visita que se atendió dentro de los tiempos estipulados; para posteriormente recibir la carta de cierre y cumplimiento a satisfacción de parte de la Entidad: «Sobre el particular, le informamos que damos por recibidos de manera satisfactoria dichos documentos y acciones, lo cual no obsta para que más adelante, si así se considera, esta Entidad continúe su labor de supervisión respecto a la aplicación del mencionado programa de prevención».



Implementación de auditorías ágiles:

Orientadas a los resultados y a la generación de valor, mediante la participación en los procesos clave, como observadores, y aportando ideas y recomendaciones que permiten informar, anticipar, evaluar y mitigar el impacto de cualquier situación de riesgo que pudiera afectar nuestras operaciones. Asimismo, se implementaron métodos de comunicación continua, colaborativa y efectiva con todas las áreas relevantes, gracias a los cuales alcanzamos resultados de alto valor en toda la empresa.



Gestión de Riesgos de Cumplimiento, Prevención de Lavado de Activos, Financiamiento del Terrorismo y Financiamientos de la Proliferación de Armas de Destrucción Masiva (LA/FT/FDAPM)

En 2023 continuamos con el fortalecimiento del Sistema Autocontrol y Gestión Integral del Riesgo de Lavado de Activos, Financiamiento del Terrorismo y Financiamiento de la Proliferación de Armas de Destrucción Masiva. Como parte de este programa, se impartieron capacitaciones a colaboradores y terceros, además de realizar seguimiento a los controles asociados a los diferentes procesos. El sistema SAGRILAFT/SARLAFT, se ha convertido en un aliado fundamental en la toma de decisiones y fuente en los procesos de la compañía, lo que se traduce en un relacionamiento transparente y seguro con nuestros grupos de interés. 6.481 fue el total de colaboradores y 632 de proveedores locales capacitados en las políticas y los procedimientos de la organización para combatir el lavado de activos, el financiamiento del terrorismo y el financiamiento de la proliferación de armas de destrucción masiva. Oficial de Cumplimiento SAGRILAFT: cuya función principal es el diseño, dirección, implementación, verificación del cumplimiento y monitoreo del sistema SAGRILAFT, como de promover, desarrollar y velar por el cumplimiento de las políticas y procedimientos específicos de prevención y mitigación del riesgo de Lavado de Activos, Financiamiento del Terrorismo y Financiamientos de la Proliferación de Armas de Destrucción Masiva. Todo empleado, proveedor, contratista o tercero que se relacione con Claro Colombia puede realizar un ROI (Reporte de Operación Inusual) al correo oficialdecumplimiento@claro.com.co.



Reporte de Operaciones Inusuales:

Todo empleado, proveedor, contratista o tercero que se relacione con Claro Colombia puede realizar un ROI (Reporte de Operación Inusual) al correo oficialdecumplimiento@claro.com.co.



6.2.2. CANALES DE DENUNCIA

● GRI 2-26

En el procesamiento de las reclamaciones y quejas que recibimos ponemos mucho énfasis en el cuidado de los datos personales o sensibles de nuestros usuarios, en la prevención de acciones anticompetitivas por parte de los agentes de mercado y de igual manera, velamos por el uso adecuado de los recursos naturales.

Para atender las preocupaciones, Claro Colombia cuenta con un portal para que empleados, socios comerciales y terceros en general, puedan denunciar cualquier acto que vaya en contra de la ley o de nuestro Código de Ética, sin temor a represalias puesto que protege el anonimato del denunciante.

Además, tenemos a disposición tres canales para reportar cualquier acto ilícito o que atente contra nuestro Código de Ética:

Portal de denuncias de América Móvil:



Disponible para empleados, proveedores, contratistas o terceros que se relacionen con Claro Colombia, se tiene habilitado el portal de denuncias de América Móvil,

<https://denuncias.americamovil.com>

con el propósito de recibir reportes sobre hechos o sospechas de conductas ilegales, no éticas o en violación a los principios establecidos en los Códigos de Ética.

Consultas respecto al manejo de datos personales:



A fin de brindar protección a los datos personales de nuestros clientes mediante la correcta aplicación de los lineamientos descritos al respecto en el Código de Ética, se habilitó un canal de asesoría y asistencia a través del correo electrónico:

privacidad@americamovil.com

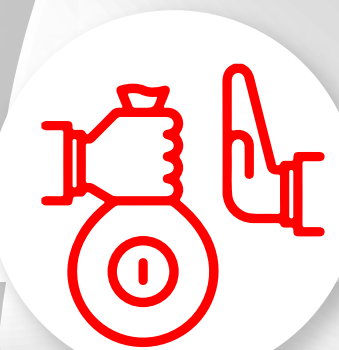
Oficialía de Cumplimiento, local y de América Móvil:



Con el objeto de garantizar el cumplimiento de los valores corporativos contamos con la Oficialía de Cumplimiento a nivel local y corporativa (América Móvil), encargada de prevenir, detectar y/o responder a las faltas legales en materia de políticas corporativas y éticas. El canal de comunicación habilitado es el correo electrónico:

yocumplo@americamovil.com

(GRI 2-26)



6.2.3. ANTICORRUPCIÓN

● GRI 205-1, 205-2, 205-3

Efectuamos evaluaciones independientes en temas de anticorrupción, sobre procesos relevantes para la operación. Mediante el trabajo colaborativo con las demás Direcciones Corporativas, generamos oportunidades de mejora en toda la cadena de valor. En cuanto a capacitación de proveedores locales, la meta que nos planteamos fue alcanzar en este año 80%. Al cierre de 2023 conseguimos 667 proveedores entrenados, de un total de 794 proveedores, lo que equivale a 84%. **(GRI 205-1)**

En 2023 no se identificó ningún riesgo significativo relacionado con corrupción en las operaciones de Claro Colombia. No obstante, se registraron 26 casos relativos a asuntos de corrupción, fraude, conflicto de interés, disposición inadecuada de recursos y uso o divulgación de información de carácter restringido o limitado. Del total de casos, 6 se resolvieron con medidas disciplinarias contra el colaborador (despido). En ninguno de los casos se rescindió o dejó de renovarse un

contrato con algún socio estratégico. Finalmente, en ninguno de esos casos interpusimos denuncia penal contra algún tercero, persona indeterminada o en averiguación de responsables. **(GRI 205-3)**

Para promover la lucha contra la corrupción, en este año se dirigió una campaña de comunicación a 100% del equipo directivo, en la que se informó y difundió aspectos y/o funciones de anticorrupción, transparencia y ética empresarial.

El Código de Ética se encuentra disponible en la página de Claro y las Políticas relacionadas con el Programa de Transparencia y Ética Empresarial de carácter local se hallan a disposición de todos los empleados en la intranet corporativa y también estas con las Políticas del Corporativo sobre Programa de Integridad y Cumplimiento están en el Micrositio de Compliance, consultables una vez se lleve a cabo el registro por parte del empleado en la página:

<https://www.complianceamx.com/>

a corte 31 de diciembre de 2023, según la información que nos ha sido reportada, un total de 6.851 empleados se han registrado en dicho sitio, lo cual equivale aproximadamente a 90,01% de la base de empleados directos de Comcel.



COBERTURA Y ALCANCE: PARTICIPANTES 2023

CURSO	POBLACIÓN OBJETIVO	CURSOS COMPLETADOS	CURSOS PENDIENTES POR COMPLETAR	PORCENTAJE DE AVANCE
CÓDIGO DE ÉTICA	7.595	7.459	136	98%
CONTROL EFECTIVO DE LA CORRUPCIÓN		7.151	444	94%
REINDUCCIÓN		6.911	684	91%
CONFLICTO DE INTERESES		6.928	667	91%
CÓDIGO DE CONDUCTA		7.126	469	94%

(GRI 205-2).

En este año la Dirección de Compras y Abastecimiento capacitó en prácticas para el control de la corrupción a 760 de los 949 proveedores, distribuidores y aliados, es decir, a 80% del total. Este porcentaje superó el objetivo de cumplimiento de 30%. Además, la Dirección compartió las políticas de ética y antisoborno con 100% de sus aliados y proveedores. También se ha comunicado y puesto a disposición la realización de cursos a través de la Plataforma Carso.





6.2.4. CONTROLES E INTEGRIDAD

● GRI 2-27, 416-2, 417-2, 417-3

En Claro Colombia garantizamos la generación de información financiera de manera oportuna y confiable asegurando la mayor precisión posible y apoyando la toma de decisión por parte de la alta dirección. Apoyamos la permanencia de un ambiente de control adecuado, esto mediante una vigilancia permanente de las cifras financieras y de los procesos internos.

Buscamos asegurar el cumplimiento oportuno y preciso de todas las obligaciones, tanto las fiscales con la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, las Tesorerías Distritales y el Ministerio de Comunicaciones, como las financieras de

acuerdo con lo pactado en los contratos con proveedores y aliados.

Durante el año 2023, en materia de investigaciones administrativas recibimos una notificación sobre ocho casos de incumplimiento¹⁹ de la legislación y las normativas, que derivó en multa o sanción de carácter monetario de la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) y/o del Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicaciones de Colombia (MinTIC). **(GRI 2-27)**

Durante el año 2023, en materia de investigaciones administrativas se presentó notificación sobre 8 casos de incumplimiento de la legislación y las normativas, los cuales derivaron en multa o sanción de carácter monetario de la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) y/o del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MINTIC), con cuatro casos, respectivamente. De aquellos se presenta lo siguiente, con los recursos de reposición y en subsidio apelación -según corresponda- resueltos por la Entidad.

INVESTIGACIONES SIC SANCIONADAS CON MULTA

INVESTIGACIÓN

PORTABILIDAD
Bajo el radicado 21-103882

Objeto: Se omitió acatar los plazos máximos previstos en la regulación para adelantar las actividades a su cargo dentro del proceso de portación, entre ellas la de enviar y/o entregar las SIMCARD de manera previa a la activación del número portado; ii) irregularidades durante el proceso de portabilidad numérica, relativas, a rechazos sin el soporte y la justificación probatoria requerida en la regulación; iii) presentar o allegar información inexacta y/o incompleta a la Entidad.

Decisión: Se logró desestimar uno de los cargos alegados por Claro.



\$2.491.000.000
VALOR DE LA SANCIÓN

¹⁹Ninguno de estos casos se considera significativo en la medida en que no afecta la capacidad operativa de la empresa ni sus títulos habilitantes de funcionamiento.

INVESTIGACIÓN

PUBLICIDAD ENGAÑOSA Bajo el radicado 20-182764

Objeto: En el concepto de la campaña: "DÍA SIN IVA" se lanzaron piezas publicitarias que no contaban con la inclusión de la frase "El descuento que aplica a la presente venta corresponde a la exención establecida en el Decreto Legislativo No. 682 del 21 de mayo de 2020".

Decisión: Sanción confirmada.



\$45.000.000
VALOR DE LA SANCIÓN

Bajo el radicado 20-376371

Objeto: La Dirección de Protección de Usuarios impuso una multa por publicidad engañosa del proyecto MINTIC "Incentivos a la demanda estratos 1y2".

Decisión: Apelación resuelta, se logró reducir la multa en dos ocasiones.



\$1.263 MILLONES
VALOR DE LA SANCIÓN

Bajo el radicado 19-112493

Objeto: Caso denominado "Calidad en el servicio posventa", se centró en los siguientes 4 cargos: (i) falta de calidad en la prestación del servicio de posventa; (ii) Falta de información en relación con el precio informado de un equipo; (iii) no se informó de manera correcta la vigencia del incentivo en una pieza publicitaria; y, (iv) cobro de tasas de interés sin atender los límites legales.

Decisión: Apelación resuelta bajo la Resolución 61046 de 2023, se desestimó el cargo (iv).



\$110.000.000
VALOR DE LA SANCIÓN

INVESTIGACIONES MINTIC SANCIONADAS CON MULTA

INVESTIGACIÓN

INTERCONEXIÓN Bajo el radicado 4037-2022

Objeto: Claro no atendió las solicitudes de necesidad de tráfico en cuanto a la ampliación de las capacidades requeridas por PTC en la interconexión.

Decisión: Sanción confirmada.



\$1.659.877.002 VALOR DE LA SANCIÓN





NUESTRO INFORME DE SOSTENIBILIDAD



NUESTRA CULTURA SOSTENIBLE



NUESTRO ENFOQUE EN EN MEDIO AMBIENTE



CONECTANDO A COLOMBIA CON UNA MEJOR EXPERIENCIA



FORTALECIENDO EL TALENTO



LO QUE SOMOS EN CLARO COLOMBIA



INVESTIGACIÓN

CALIDAD – SONDAS

Bajo el radicado 4077-2022

Objeto: Incumplir indicadores de medición en 3 trimestres distintos de 2019.

Decisión: Sanción confirmada.



\$1.209.041.079
VALOR DE LA SANCIÓN

Bajo el radicado 4083-2022

Objeto: CARGO PRIMERO: reporte inexacto de la “TABLA 1B. TRÁFICO DE INTERNET POR FUENTE”, CARGO SEGUNDO: incumplir la metodología de medición y reporte del indicador de disponibilidad de elementos de red de acceso para los meses de enero, febrero y marzo de 2020, CARGO TERCERO: no mantener actualizada la información existente en todas las bases de datos, ni garantizar correspondencia de la información contenida en las BDA y las BDO, para el período comprendido entre los meses de febrero a mayo de 2020.

Decisión: Apelación resuelta al primer cargo bajo la Resolución 3740 del 25 de octubre de 2022.



\$93.858.000
VALOR DE LA SANCIÓN

Bajo el radicado 4001-2022

Objeto: No alcanzar el valor objetivo de velocidad de transmisión de datos VTD en velocidades mínimas según oferta comercial en cuarto trimestre de 2019.

Decisión: Apelación resuelta, se redujo la sanción de 600 a 200 SMLMV de 2020.



\$351.200.000
VALOR DE LA SANCIÓN

(GRI 2-27) (GRI 416-2) (GRI 417-2) (GRI 417-3)

Ninguno de estos casos se considera significativo, en la medida en que no afecta la capacidad operativa de la empresa ni sus títulos habilitantes de funcionamiento.

6.3

GESTIÓN FINANCIERA

● **GRI 3-3: Gobierno corporativo, rentabilidad y competitividad, 2-2, 201-1, ODS 8**

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

Los indicadores de liquidez miden los recursos disponibles para operar a corto plazo. Al cierre de 2023 los activos corrientes disminuyeron en 8,9% respecto al año anterior, principalmente por la reducción en la cuenta deudores comerciales y otras cuentas por cobrar, neto y en el rubro de partes relacionadas. La porción corriente de los pasivos también decreció en 20,3%, principalmente por la disminución de las cuentas por pagar y pasivos acumulados. Por su parte, los indicadores de endeudamiento muestran la proporción de la inversión de la empresa que ha sido financiada con deuda. El nivel de endeudamiento pasó de



62,6% en 2022 a 57,7% en 2023; la concentración del endeudamiento está en el largo plazo y representa 63,9%.

El total de los pasivos disminuyó en 5,6% respecto del año anterior.

Finalmente, el indicador de rentabilidad refleja los resultados de la gestión operativa del año. El margen operacional de 2023 fue de 13,5% y el margen neto de 9,5%, equivalente a \$1,4 billones de pesos.

En este año se registraron ingresos por COP 14,9 billones de pesos. Por su parte, la utilidad operativa fue de \$2,0 billones de pesos y la utilidad neta registró una cifra cercana a los COP1,4 billones de pesos. **(GRI 3-3)**

INDICADORES DE LIQUIDEZ

CAPITAL DE TRABAJO
(ACTIVO CORRIENTE - PASIVO CORRIENTE)

2021	748.776.079	2022	599.368.254	2023	1.263.264.30
-------------	--------------------	-------------	--------------------	-------------	---------------------

RAZÓN CORRIENTE
(ACTIVO CORRIENTE - PASIVO CORRIENTE)

2021	1,13	2022	1,10	2023	1,25
-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

INDICADORES DE ENDEUDAMIENTO

NIVEL DE ENDEUDAMIENTO
(TOTAL PASIVO / TOTAL ACTIVO)

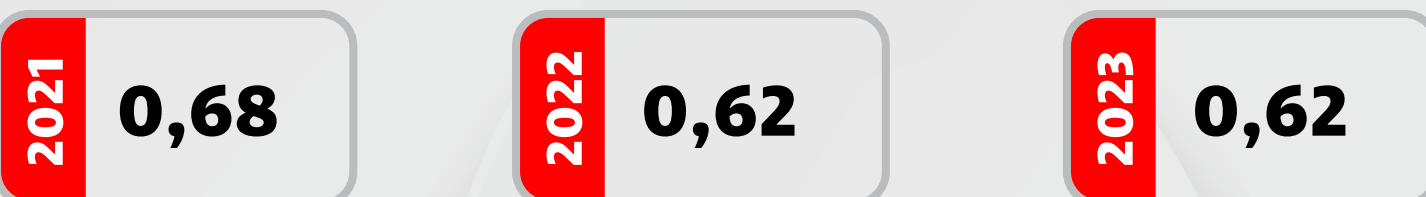
2021	58,52%	2022	62,62%	2023	57,7%
-------------	---------------	-------------	---------------	-------------	--------------

APALANCAMIENTO FINANCIERO
(TOTAL PASIVO / PATRIMONIO)

2021	141,07%	2022	167,54%	2023	136,2%
-------------	----------------	-------------	----------------	-------------	---------------

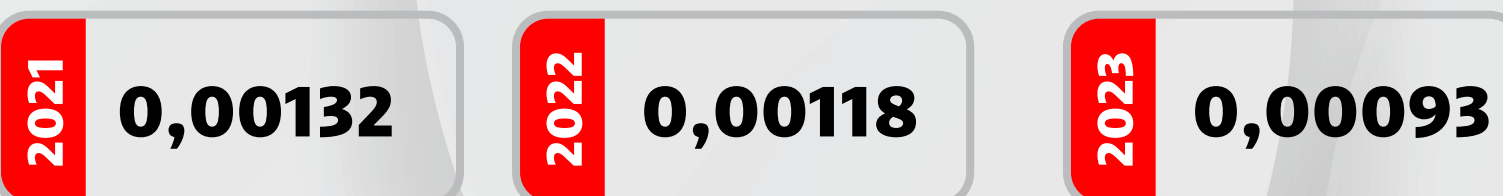
INDICADORES DE ACTIVIDAD

ROTACIÓN DEL ACTIVO TOTAL
(INGRESOS / ACTIVO TOTAL)



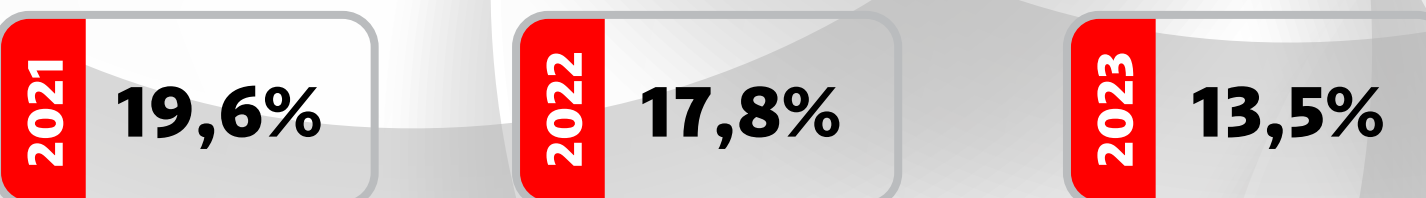
INDICADORES DE UTILIDAD

UTILIDAD POR ACCIÓN
(PESOS)



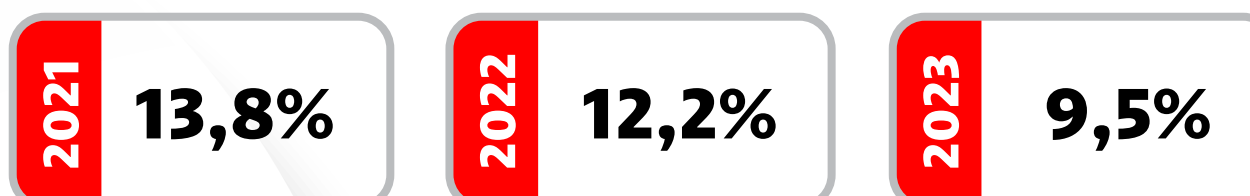
INDICADORES DE RENTABILIDAD

MARGEN OPERACIONAL
(UTILIDAD OPERACIONAL / INGRESOS)



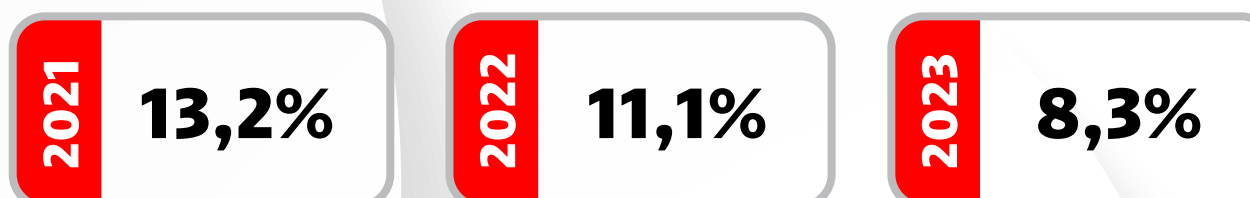
MARGEN NETO

(UTILIDAD NETA / INGRESOS)



RENDIMIENTO SOBRE ACTIVOS ROA

(UTILIDAD OPERACIONAL / ACTIVOS TOTALES)



RENDIMIENTO OPERACIONAL SOBRE PATRIMONIO ROE

(UTILIDAD OPERACIONAL / PATRIMONIO)



RENDIMIENTO SOBRE PATRIMONIO ROE

(UTILIDAD NETA / PATRIMONIO)



(GRI 201-1)



*Esta información proviene de los estados financieros consolidados de Claro Colombia correspondientes al año 2023.

Claro Colombia publica estados financieros anuales como parte del grupo Comcel, que incluye las siguientes empresas: Comunicación Celular S.A. - COMCEL S.A., Infraestructura Celular Colombiana S.A. - Infracel S.A. y Operadora de pagos móviles S.A.S.

Sus estados financieros consolidados, de acuerdo con las normas de contabilidad y de información financiera aceptadas en Colombia (NCIF). (GRI 2-2)

6.4

SEGURIDAD DIGITAL Y CONFIDENCIALIDAD DE LA INFORMACIÓN

● **GRI 3-3:** Seguridad y confidencialidad de la información ,418-1

La seguridad y la confidencialidad de la información es un asunto extremadamente relevante para el giro de negocio de Claro Colombia. La evolución de la tecnología, así como la exigencia de los clientes, han dado lugar a que las empresas se enfoquen día a día en fortalecer sus Políticas de Seguridad de la Información y de Protección de Datos Personales.

El crecimiento y desarrollo de tecnologías como la inteligencia artificial y el machine learning han remarcado la necesidad de contar con protocolos y procedimientos que garanticen que no se presenten fugas de información o tratamientos indebidos que afecten a nuestros clientes a través de frentes como:



Protección de datos del cliente: Claro Colombia maneja y almacena una gran cantidad de información personal y sensible de los clientes, como detalles de contacto, información financiera y datos de uso de servicios. La seguridad de esta información es esencial para proteger su privacidad.

Claro Colombia lleva a cabo el tratamiento de la información de sus bases de datos con fines relacionados con la prestación del servicio, la relación contractual, la prevención del fraude y lavado de activos, la financiación del terrorismo, corrupción y otras actividades ilegales; así mismo con fines comerciales y/o publicitarios de opciones y productos propios o de terceros ofrecidos al público a través de cualquier medio electrónico, entre ellos WhatsApp.



Confianza del cliente: Este es un aspecto fundamental en la industria de las telecomunicaciones. Garantizar la seguridad y confidencialidad de la información refuerza la confianza del cliente en Claro Colombia y en nuestra capacidad para manejar sus datos de manera segura.



Cumplimiento legal y regulatorio: Las leyes y regulaciones relacionadas con la privacidad de la información, como la Ley de Protección de Datos Personales o Ley 1581 de 2012, imponen requisitos estrictos sobre su seguridad y manejo. El cumplimiento de estas normativas es esencial para evitar sanciones legales y proteger nuestra reputación.



Prevención de ciberataques: En el entorno digital actual es constante la amenaza de ciberataques como el robo de datos y el ransomware (secuestro de datos). La seguridad de la información es fundamental para prevenir y mitigar los riesgos asociados con estos ataques.



Integridad de la red: La seguridad de la información contribuye a la integridad de la red de Claro Colombia. Contar con protecciones contra accesos no autorizados y actividades maliciosas asegura que nuestros servicios de telecomunicaciones se mantengan confiables y sin interrupciones.



Protección de la propiedad intelectual: En Claro Colombia desarrollamos y utilizamos tecnologías y soluciones propias. La seguridad de la información es esencial para proteger nuestra propiedad intelectual y prevenir el robo de ideas, algoritmos y tecnologías.



Gestión de incidentes de seguridad: La implementación de prácticas de seguridad y la preparación para la gestión de incidentes son fundamentales para responder de manera efectiva a cualquier violación de seguridad, minimizar el impacto y restaurar la normalidad lo antes posible.



Continuidad del negocio: La pérdida o compromiso de datos críticos puede afectar la continuidad del negocio. La seguridad de la información contribuye a la resiliencia operativa y a la capacidad de recuperación después de incidentes.



Imagen y reputación de la marca: Las violaciones de seguridad pueden tener un impacto significativo en la imagen de una marca. Garantizar la seguridad de la información refuerza nuestra reputación como un proveedor confiable y comprometido con la protección de datos.



Confidencialidad de acuerdos comerciales: La confidencialidad de la información también es crucial en acuerdos comerciales, contratos y negociaciones. Proteger la información confidencial asegura la integridad de las relaciones comerciales.

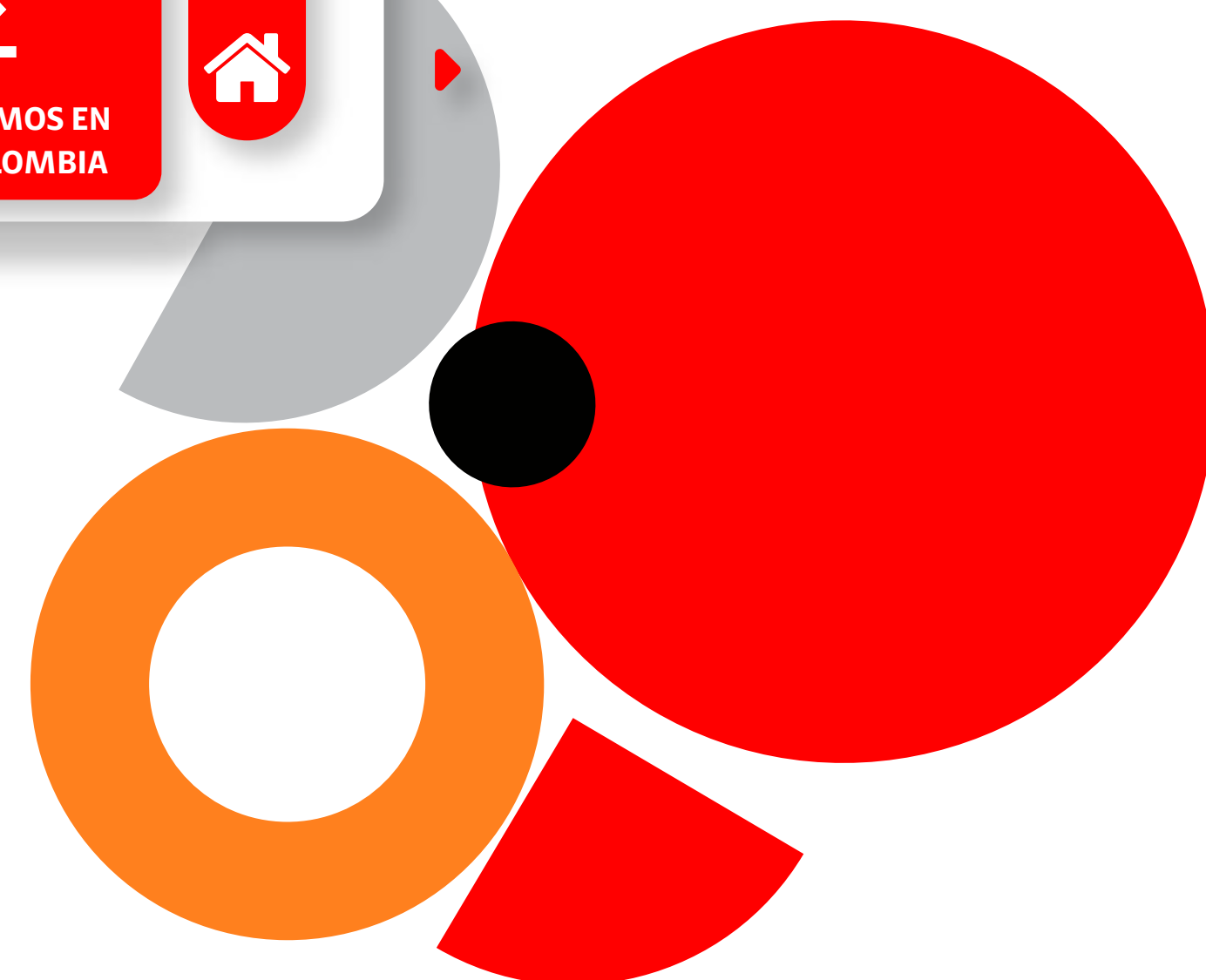
En el año 2023 se ejecutó el proyecto Verificación del Cumplimiento Bases de Datos Personales de Comunicación Celular S.A. - Comcel S.A., cuya meta fue revisar las 21 bases de datos registradas por nosotros en el Registro Nacional de Bases de Datos de la Superintendencia de Industria y Comercio, para comprobar su composición y medidas de seguridad, a fin de garantizar el cumplimiento de la regulación.

Además, avanzamos en varios frentes:

- ✓ Monitoreo de la Deep Web y blog del atacante para detectar la comercialización de los archivos exfiltrados.

- ✓ Construcción adicional de tableros de correlación de negocio (casos de uso).
- ✓ Revisión recurrente de líneas base de seguridad.
- ✓ Campañas de concientización que incluyan pruebas de ingeniería social a todos los empleados y proveedores.
- ✓ Aumento de pruebas de Ethical Hacking a servicios críticos del negocio.
- ✓ Actualización de contraseñas de administrador y usuarios, con mayor frecuencia.
- ✓ Migración de EDR de Symantec – Framework Mitre ATT&CK.
- ✓ 2FA (Two Factor Authentication, en español Verificación en dos pasos) en todas las VPN, Citrix y aplicaciones más críticas de negocio.
- ✓ Utilización de reglas para controlar las aplicaciones críticas de negocio.

- ✓ Implementación de next-generation FW que tiene seguridad avanzada integrada. Se cubrió las necesidades de IP, Web filtering, Antivirus y fortiguard en cada sede.
- ✓ Fortalecimiento de los procesos de diagnóstico y monitoreo apoyados por esquemas de seguridad defensiva, seguridad ofensiva y ciberinteligencia.
- ✓ Comunicación de las mejoras sobre el entorno de la seguridad de la información a través de nuestros TSM (Technical Service Manager).



La gestión adecuada de la seguridad de la información no solo previene ataques cibernéticos, robos de datos y otros delitos en línea, sino que también resguarda la salud financiera del negocio y evita pérdidas económicas considerables. Un enfoque consciente en la seguridad informática se alinea con el compromiso ambiental de la empresa. Al facilitar la implementación de sistemas y procesos más eficientes y sostenibles, contribuimos a la reducción del consumo de energía y, consecuentemente, a la disminución de las emisiones de gases de efecto invernadero. Así, promovemos la confianza y seguridad de nuestros clientes en el entorno digital. **(GRI 3-3)**

6.5

INFORME DE TRANSPARENCIA

Desde Claro Colombia, reconocemos la importancia de la transparencia para garantizar la seguridad de la información de la compañía y de nuestros clientes. Por esta razón, buscamos comunicar y reportar los incidentes que se puedan presentar, revisar la naturaleza de este y su gestión por parte del área correspondiente. En este sentido, hemos implementado acciones para garantizar que nuestra Política de Protección de Datos Personales permee cada decisión y acción que llevamos a cabo.



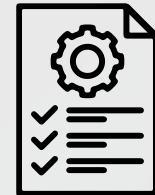


6.5.1

SOLICITUDES DE INFORMACIÓN

- **GRI 3-3:** *Seguridad y confidencialidad de la información*

Los operadores de telecomunicaciones estamos obligados a responder las peticiones de las autoridades competentes, entre estas las relativas a la entrega de datos personales (tanto aquellas sobre la totalidad de la base como sobre casos particulares). En Claro Colombia evaluamos individualmente cada solicitud de acuerdo con la normativa pertinente, luego de lo cual procedemos a dar la respectiva respuesta.

La entrega de información vinculada con datos personales por requerimiento de autoridad judicial o procesos coactivos tiene lugar a continuación de la validación pormenorizada del área especializada. Las peticiones provenientes de otras entidades gubernamentales son revisadas detalladamente por el área de Cumplimiento Regulatorio, de conformidad con la Ley 1581 de 2012, en el marco de la protección del derecho fundamental a la protección de datos personales. En el caso de que los requerimientos no se sujeten a las disposiciones legales, no procedemos a la entrega de la información. No efectuamos entregas de la totalidad de la base de datos de nuestros usuarios.

TIPO DE REQUERIMIENTO	SOLICITUDES DE BLOQUEO O RESTRICCIÓN DE CONTENIDO	INTERCEPTACIÓN LEGAL	ENTREGA DE DATOS PERSONALES DE USUARIOS
 Descripción	<p>Solo podrá limitarse y/o prohibirse el acceso a contenidos y aplicaciones cuando exista una prohibición legal o cuando medie orden judicial. En consecuencia, Claro Colombia 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.</p>	<p>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).</p>	<p>La ley colombiana describe de manera específica situaciones en las que 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.</p>
 Normas que sustentan la solicitud	<p>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.</p>	<p>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.</p>	<p>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).</p>
 Autoridad competente	<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. 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 esta. 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). La Fiscalía General de la Nación en Colombia, realiza las interceptaciones de manera directa sobre las líneas móviles, por tanto no se cuenta con estadísticas sobre las mismas.</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>

**BENEFICIARIOS DEL
PERMISO PARENTAL**

Material de Abuso Sexual Infantil N.º URL denunciadas. Denunciado o restringido por la Policía Nacional.

2021
16.681

2022
18.757

2023
18.904

Juego de suerte y azar, N.º URL denunciadas. Denunciado o restringido por Coljuegos.

2021
7.518

2022
9.687

2023
12.883

Solicitudes recibidas por otras autoridades

2021
13

2022
0

2023
0

Orden de autoridad judicial

2021
2

2022
0

2023
0

Casos de emergencia, conmoción o calamidad (Art. 8º de la Ley 1341 de 2009)

2021
0

2022
0

2023
0



- En 2023 recibimos 36.371 solicitudes de información de datos personales por parte de entidades públicas, de las cuales 4.718 fueron rechazadas.
- Cabe destacar que Claro Colombia no realiza bloqueos contractuales de contenidos.
- Al realizar los bloqueos de material de abuso sexual infantil (MASI) y de apuestas ilegales (Coljuegos), se informa al usuario el motivo, mediante un banner.

OTRAS AUTORIDADES COMPETENTES QUE PUEDEN SOLICITAR BLOQUEO

La Fiscalía General de la Nación, la Superintendencia de Industria y Comercio, la Dirección Nacional de Derecho de Autor y la Superintendencia de Sociedades, dentro del proceso de investigación, solicitan al Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicaciones que comunique a los Proveedores de Redes y Servicios de Telecomunicaciones (PRST) las URL cuyo acceso debe bloquear.

NEUTRALIDAD

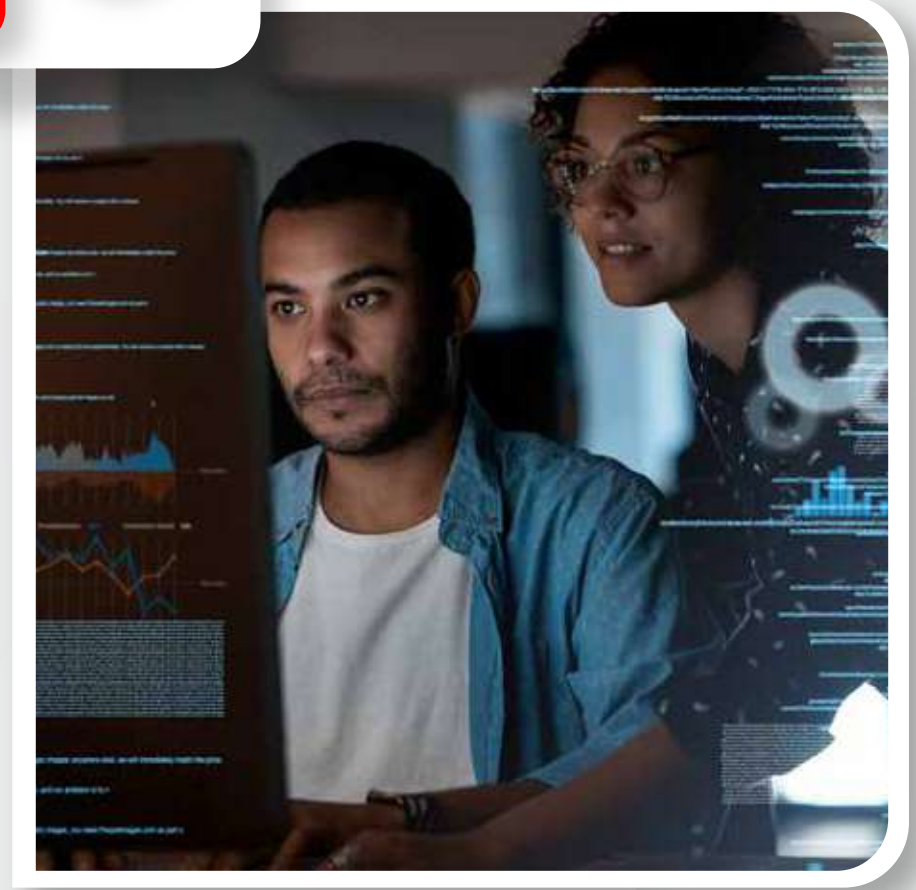
En Claro Colombia implementamos una gestión de tráfico que garantiza la no discriminación respecto de algún proveedor, servicio, contenido o protocolo específico, en el marco del respeto al principio de neutralidad.

Por otra parte, aplicamos procedimientos de detección y mitigación de los efectos de la congestión sobre la red, así como mecanismos enfocados en mantener su seguridad e integridad y el aseguramiento de la calidad del servicio.



6.5.2. CUMPLIMIENTO

● GRI 418-1



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 nuestros diferentes procesos hasta su almacenamiento.



Auditorías internas.



Visitas de seguridad a aliados y proveedores.



Revisión periódica de los **riesgos** identificados.



Análisis periódicos de **vulnerabilidades**.



Seguimiento al plan estratégico de seguridad de la información en el Comité Ejecutivo.



Indicadores de gestión y culminación de proyectos enfocados al programa estratégico de seguridad de la 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.

Tenemos un protocolo de notificación de fuga de datos, cuyo proceso de 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.

Seguimos 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:

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

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

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

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

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

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



7 Herramientas de seguridad perimetral. Herramientas de gestión y control de accesos, como IDM58 y PAM.

8 Herramientas antimalware.

9 Herramienta de gestión de logs y monitoreo de comportamientos anómalos mediante plataforma SIEM.

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

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

12 Capacitación al talento humano directo e indirecto de Claro Colombia 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 cumplimiento de la Ley 1581 de 2012, el Decreto 1377 de 2013 y la Circular Única de la Superintendencia de Industria y Comercio, actualizamos nuestras bases de datos inscritas en el Registro Nacional de Bases de Datos. Además, presentamos ante dicha entidad los reportes semestrales de los reclamos presentados por los usuarios ante nosotros.



PETICIONES, QUEJAS Y RECURSOS

Durante el año procesamos 45 peticiones, quejas y recursos fundamentados respecto a violaciones de la privacidad del usuario. Estas representaron 0,10% del total de las interacciones recibidas (45.490) y fueron menores a las de 2022 en 28%.

Claro Colombia no ha recibido de los entes de control investigaciones y/o denuncias relativas a violaciones de la privacidad del cliente o pérdida de datos, ni del año en curso ni de años anteriores. **(GRI 418-1)**



CONSERVACIÓN DE DATOS PERSONALES

En CLARO recolectamos, almacenamos, usamos y circulamos los datos personales durante el tiempo que sea razonable y necesario, de acuerdo con las finalidades que justificaron el tratamiento, atendiendo a las disposiciones aplicables a la materia de que se trate y a los aspectos administrativos, contables, fiscales, jurídicos e históricos de la información. No obstante, lo anterior, CLARO conserva los datos personales, cuando así se requiera, para el cumplimiento de una obligación legal o contractual.

Frente a la retención de los datos, nuestros procesos responden a lo establecido 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.

PROTECCIÓN A MENORES Y ACCESIBILIDAD



En Claro Colombia estamos comprometidos con el respeto a los derechos de los niños, niñas y adolescentes. Cumplimos con la normativa expedida y facilitamos el control parental en la prestación de los servicios, tomando responsabilidad frente a los contenidos que se ofrecen a menores de edad. Procesos de auditoría constante nos permiten afirmar que no existe ningún hallazgo o investigación en este aspecto, evitando multas y sanciones por parte de la autoridad.



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:

1

MECANISMO 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.

2

MECANISMO MATERIAL DE ABUSO SEXUAL INFANTIL

Cumplimos con la normativa expedida y facilitamos el control parental en la prestación de los servicios.

3

MECANISMO LO TENGO CLARO

Nuestra 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/servicioshogar/television/paquetes/control-parental/>

4

MECANISMO BLOQUEO DE URL

Las acciones asociadas al bloqueo de direcciones URL relacionadas con explotación de menores de edad, se describen en el informe de transparencia.

5

MECANISMO 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 y acceso directo a los canales infantiles.



APENDICES

GRI

OMISIÓN

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	UBICACIÓN (PÁGINA)	ODS	META ODS	PRINCIPIOS DE PACTO GLOBAL	REQUERIMIENTOS OMISIÓN	MOTIVO	EXPLICACIÓN
CONTENIDOS GENERALES								
GRI 2: Contenidos Generales 2021	2-1 Detalles organizacionales	19						
	2-2 Entidades incluidas en la presentación de informes de sostenibilidad	4, 5, 159, 160						
	2-3 Período objeto del informe, frecuencia y punto de contacto	4						
	2-4 Actualización de la información	4, 5						
	2-5 Verificación externa	4, 5			10			
	2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales	70, 71, 104, 105, 106						
	2-7 Empleados	8, 9, 108, 109, 110	8	8.5	3			
	2-8 Trabajadores que no son empleados	108, 113						
	2-9 Estructura de gobernanza y composición	139, 142	5, 16	5.5, 16.7				
	2-10 Designación y selección del máximo órgano de gobierno	142, 143	5, 16	5.5, 16.7				

OMISIÓN

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	UBICACIÓN (PÁGINA)	ODS	META ODS	PRINCIPIOS DE PACTO GLOBAL	REQUERIMIENTOS OMISIÓN	MOTIVO	EXPLICACIÓN
CONTENIDOS GENERALES								
GRI 2: Contenidos Generales 2021	2-11 Presidente del máximo órgano de gobierno	139 140 142	16	16.6				
	2-12 Función del máximo órgano de gobierno en la supervisión de la gestión de los impactos	20 22 23 143	16	16.7				
	2-13 Delegación de la responsabilidad de gestión de los impactos	139 143						
	2-14 Función del máximo órgano de gobierno en la presentación de informes de sostenibilidad	4 5 22 23						
	2-15 Conflictos de interés	139 143	16	16.6	10			
	2-16 Comunicación de inquietudes críticas	139 143			4 6			
	2-17 Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno	139 144						
	2-18 Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno	139 146						
	2-19 Políticas de remuneración	139 147				4 6		
	2-20 Proceso para determinar la remuneración	139 147				4 6		

						OMISIÓN		
ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	UBICACIÓN (PÁGINA)	ODS	META ODS	PRINCIPIOS DE PACTO GLOBAL	REQUERIMIENTOS OMISIÓN	MOTIVO	EXPLICACIÓN
CONTENIDOS GENERALES								
GRI 2: Contenidos Generales 2021	2-21 Ratio de compensación total anual	139 147			4 6			
	2-22 Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible	6						
	2-23 Compromisos y políticas	22 23 138 149	16	16.3	10			
	2-24 Incorporación de los compromisos y políticas	149						
	2-25 Procesos para remediar los impactos negativos	97 138						
	2-26 Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes	139 151	16	16.3	2 10			
	2-27 Cumplimiento de la legislación y las normativas	154 156						
	2-28 Afiliación a asociaciones	28						
	2-29 Enfoque para la participación de los grupos de interés	27			3 4			
	2-30 Convenios de negociación colectiva	108 110	8	8.8				

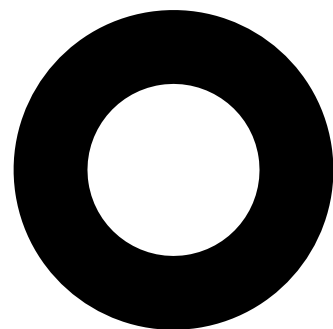
OMISIÓN

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	UBICACIÓN (PÁGINA)	ODS	META ODS	PRINCIPIOS DE PACTO GLOBAL	REQUERIMIENTOS OMISIÓN	MOTIVO	EXPLICACIÓN
TEMAS MATERIALES								
GRI 3: Temas materiales 2021	3-1 Proceso de determinación de los temas materiales	24 26						
	3-2 Lista de temas materiales	24 26						
GOBIERNO CORPORATIVO, RENTABILIDAD Y COMPETITIVIDAD								
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	135 157						
GRI 201: Desempeño económico 2016	201-1 Valor económico directo generado y distribuido	8 157 158	8 9	8.1, 8.2 9.1, 9.4, 9.5	6			
GRI 205: Anticorrupción 2016	205-1 Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción	152	16	16.5	10			
	205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	152 153	16	16.5	10			
	205-3 Incidentes de corrupción confirmados y medidas tomadas	152	16	16.5	10			
GRI 416: Salud y seguridad de los clientes 2016	416-2 Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios	154 156	16	16.3	10			
GRI 417: Marketing y etiquetado 2016	417-2 Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios	154 156	16	16.3	10			



OMISIÓN

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	UBICACIÓN (PÁGINA)	ODS	META ODS	PRINCIPIOS DE PACTO GLOBAL	REQUERIMIENTOS OMISIÓN	MOTIVO	EXPLICACIÓN
GOBIERNO CORPORATIVO, RENTABILIDAD Y COMPETITIVIDAD								
GRI 417: Marketing y etiquetado 2016	417-3 Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing	154 156	16	16.3	10			
DESARROLLO DE LA CADENA DE VALOR SOSTENIBLE								
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	104 106	8 10	8.3 10.2				
GRI 204: Prácticas de abastecimiento 2016	204-1 Proporción de gastos en proveedores locales	8 9 105						
GRI 308: Evaluación ambiental de proveedores 2016	308-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con criterios ambientales	106	12	12.6	8			
	308-2 Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	106	12	12.6	8			
GRI 413: Comunidades locales 2016	413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo (Porcentaje de operaciones con programas de)	37 104 105	10	10.2				
GRI 414: Evaluación social de proveedores 2016	414-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con criterios sociales	106	5 8 12	5.2 8.8 12.6	2 4 5 6			
	414-2 Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	106	5 8 16	5.2 8.8 16.1	2 4 5 6			



OMISIÓN

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	UBICACIÓN (PÁGINA)	ODS	META ODS	PRINCIPIOS DE PACTO GLOBAL	REQUERIMIENTOS OMISIÓN	MOTIVO	EXPLICACIÓN
CARBONO NEUTRAL, CAMBIO CLIMÁTICO Y ECONOMÍA CIRCULAR								
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	49 64						
GRI 302: Energía 2016	302-1 Consumo de energía dentro de la organización	57 58	7 8 12 13	7.2 7.3 8.4 12.2 13.1	7 8 9			
	302-4 Reducción del consumo energético	57 58	7 8 12 13	7.2 7.3 8.4 12.2 13.1	7 8 9			
GRI 303: Agua y efluente 2018	303-5 Consumo de agua	59	6	6.4	7 8 9			
GRI 305: Emisiones 2016	305-1 Emisiones directas (alcance 1) de GEI	62 64	3 12 13 14 15	3.9 12.4 13.1 14.3 15.2	7 8 9			
	305-2 Emisiones indirectas de GEI asociadas a la energía (alcance 2)	62 64	3 12 13 14 15	3.9 12.4 13.1 14.3 15.2	7 8 9			
	305-3 Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	62 64	3 12 13 14 15	3.9 12.4 13.1 14.3 15.2	7 8 9			
	305-5 Reducción de emisiones de GEI	62 64	13 14 15	13.1 14.3 15.2	7 8 9			

OMISIÓN

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	UBICACIÓN (PÁGINA)	ODS	META ODS	PRINCIPIOS DE PACTO GLOBAL	REQUERIMIENTOS OMISIÓN	MOTIVO	EXPLICACIÓN	
CARBONO NEUTRAL, CAMBIO CLIMÁTICO Y ECONOMÍA CIRCULAR									
GRI 306: Residuos 2020	306-2 Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos	60 61	3 6 8 11 12	3.9 6.3 8.4 11.6 12.4 12.5	7 8 9				
	306-3 Residuos generados	60 61	11		8				
	306-4 Residuos no destinados a la eliminación	61	3 12	3.9 12.4	7 8 9				
TECNOLOGÍA, CONECTIVIDAD, COBERTURA Y EXPERIENCIA AL CLIENTE									
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3 Gestión de temas materiales	62 98							
	INNOVACIÓN Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL								
	3-3 Gestión de temas materiales	99 102							
	REDUCCIÓN DE LA BRECHA DIGITAL								
	3-3 Gestión de temas materiales	29 37							
SALUD Y BIENESTAR DE LOS COLABORADORES									
	3-3 Gestión de temas materiales	122 136							

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	UBICACIÓN (PÁGINA)	ODS	META ODS	PRINCIPIOS DE PACTO GLOBAL	REQUERIMIENTOS OMISIÓN	MOTIVO	EXPLICACIÓN
SALUD Y BIENESTAR DE LOS COLABORADORES								
GRI 401: Empleo 2016	401-1 Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	108 114 115	5 8 10	5.1 8.5 8.6 10.3	4 5 6			
	401-2 Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	115 129 130 131	3 5 8	3.2 5.4 8.5				
	401-3 Permiso parental (Número total de)	130 132	5 8	5.1 5.4 8.5				
GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo 2018	403-1 Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	122	8	8.8				
	403-2 Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes	122 123 129	8	8.8				
	403-3 Servicios de salud en el trabajo	122 125	8	8.8				
	403-4 Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo	122 125	8 16	8.8 16.7				
	403-5 Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo	122 126	8	8.8				
	403-6 Fomento de la salud de los trabajadores	127	3	3.3 3.5 3.7 3.8				
	403-7 Prevención y mitigación de los impactos en la salud y la seguridad de los trabajadores directamente vinculados mediante relaciones comerciales	122	8	8.8				
	403-8 Trabajadores cubiertos por un sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	127 128	8	8.8				
	403-9 Lesiones por accidente laboral para empleados y trabajadores	127 128	3 6 16	3.6 3.9 8.8 16.1				

OMISIÓN

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	UBICACIÓN (PÁGINA)	ODS	META ODS	PRINCIPIOS DE PACTO GLOBAL	REQUERIMIENTOS OMISIÓN	MOTIVO	EXPLICACIÓN
SALUD Y BIENESTAR DE LOS COLABORADORES								
GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo 2018	403-10 Dolencias y enfermedades laborales	127 128	3 6 16	3.4 3.9 8.8 16.1				
GRI 404: Formación y educación 2016	404-1 Media de horas de formación al año por empleado	120	4 5 8 10	4.3 4.4 4.5 5.1 8.2 8.5 10.3				
	404-2 Programas para desarrollar las competencias de los empleados y programas de ayuda a la transición	120						
	404-3 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas de su desempeño y del desarrollo de su carrera	121	5 8 10	5.1 8.5 10.3				
EQUIDAD, INCLUSIÓN Y DIVERSIDAD								
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3 Gestión de temas materiales	133 135						
GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades 2016	405-1 Diversidad de órganos de gobierno y empleados	133 135	5 8	5.1 5.5 8.5				
GRI 406: No discriminación 206	406-1 Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	136	5 8	5.1 5.5 8.5				
SEGURIDAD Y CONFIDENCIALIDAD DE LA INFORMACIÓN								
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3 Gestión de temas materiales	159 169						
GRI 418: Privacidad del cliente 2016	418-1 Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	159 165 167	16	16.3 16.10	10			