



**ENTEL PERÚ**

Av. República de Colombia 791  
San Isidro, Lima 27, Perú  
sostenibilidad@entel.pe

[www.entel.pe](http://www.entel.pe)

2017

**\* 2017**

REPORTE DE SOSTENIBILIDAD

**REPORTE DE SOSTENIBILIDAD**





{ 6 5 1 1 0 7 9  
\_usuaRios }

## CONTACTO

ENTEL

### Sede principal

Avenida República de Colombia 791  
San Isidro  
Lima 27, Perú

Te invitamos a enviar tus comentarios,  
opiniones y consultas a:

[sostenibilidad@entel.pe](mailto:sostenibilidad@entel.pe)

## REPORTE DE SOSTENIBILIDAD 2017

© Entel S.A.

Primera edición: julio de 2018

### Responsable del contenido

Andrea Vargas Tagle  
[avargastagle@gmail.com](mailto:avargastagle@gmail.com)

### Desarrollo editorial

[www.editalo.pe](http://www.editalo.pe)

### Ilustración de cubierta

Ximena Castro

### Fotografía

Diego Montoya  
Maricel Delgado  
Imagen Corporativa Entel  
Shutterstock



# REPORTE DE SOSTENIBILIDAD 2017



# índice

Presentación	_004
Declaración de nuestro gerente general	_006

<b>{ 01 }</b>	<b>SOMOS ENTEL PERÚ</b>	<b>_011</b>
	Nosotros	_012
	Misión y visión	_015
	Estructura accionarial	_016
	Estructura de gobierno	_018
	Servicios	_020
	Cifras importantes del negocio 2017	_022
	Hitos importantes del negocio 2017	_024
	Ética empresarial	_026
	Desempeño económico	_030
	Cadena de suministro	_032
	Asociaciones y membresías Distinciones	_034
	Distinciones	_035

<b>{ 02 }</b>	<b>VISIÓN DE SOSTENIBILIDAD</b>	<b>_037</b>
	Nuestros grupos de interés	_038
	Impactos del negocio	_048
	Temas materiales del negocio	_054
	Objetivos de desarrollo sostenible	_060

<b>{ 03 }</b>	<b>UN PERÚ MEJOR CONECTADO</b>	<b>_067</b>
	Impactos económicos de la conectividad	_068
	Infraestructura y tecnología para la conectividad	_078
	Monitoreo de la calidad	_079
	Cumplimiento regulatorio	_080
	Diálogo con la comunidad	_082
	Programas sociales	_086
	Vinculación con medios de comunicación	_091

<b>{ 04 }</b>	<b>CONECTADOS CON NUESTROS CLIENTES</b>	<b>_095</b>
	Centrados en nuestros clientes	_096
	Canales de atención	_100
	La mejor experiencia	_104
	Satisfacción de nuestros clientes	_108
	Soluciones para empresas	_112

<b>{ 05 }</b>	<b>UN EQUIPO CONECTADO</b>	<b>_115</b>
	Cultura Entel	_116
	Cifras demográficas sobre nuestros colaboradores	_118
	Calidad del empleo	_128
	Capacitación y desarrollo	_134
	Salud y seguridad en el trabajo	_138

<b>{ 06 }</b>	<b>COMPROMISO CON NUESTRO PLANETA</b>	<b>_141</b>
	Gestión ambiental interna	_142
	Iniciativas ambientales	_146

Índice de contenidos GRI	_152
--------------------------	------



# presentación



Reafirmando nuestro compromiso en desarrollar relaciones basadas en la confianza y transparencia con todos nuestros públicos de interés, publicamos nuestro segundo reporte de sostenibilidad.

En esta oportunidad relatamos cómo hemos gestionado los temas relevantes para nuestros stakeholders y para la continuidad de nuestro negocio durante 2017 y que seguiremos compartiendo en los próximos años.

Este informe se ha elaborado de conformidad con los Estándares GRI: opción Esencial. Relatamos cómo Entel contribuye a conseguir los objetivos de desarrollo sostenible (ODS). Además, este reporte representa nuestra primera comunicación de progreso sobre el cumplimiento de los diez Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas al que nos suscribimos en julio de 2017.

El desarrollo de este reporte ha sido posible gracias a la participación y a la colaboración de nuestras vicepresidencias y gerencias centrales de Legal, Regulatorio y Relaciones Institucionales, Redes, Capital Humano y Administración, Mercado Empresas, Mercado Personas, Planeamiento Estratégico y Riesgos, Finanzas y Control de Gestión, Tecnologías de la Información y Procesos.



## DECLARACIÓN DE NUESTRO GERENTE GENERAL

**RAMIRO LAFARGA**  
Gerente General de Entel Perú

007

Trabajar por vivir mejor conectados, contribuyendo a transformar responsablemente el Perú es nuestra misión y una realidad que guía todas las acciones y decisiones de nuestro negocio. Nos enfocamos en construir relaciones de largo plazo honestas y transparentes con nuestros clientes y en ofrecer una propuesta de valor que responda a las necesidades de las personas y empresas.

Por ello publicamos nuestro segundo reporte de sostenibilidad. En él damos a conocer la gestión sobre nuestros impactos económicos, sociales y ambientales de manera abierta y positiva. Este reporte va dirigido a todos nuestros grupos de interés y los temas que abordamos en él son reflejo de sus principales expectativas sobre nuestro negocio.

### NUESTROS USUARIOS

Durante 2017 lideramos la portabilidad numérica y logramos terminar el año con 6 511 079 usuarios. Este crecimiento ha venido acompañado de acciones concretas que reflejan nuestro compromiso con el desarrollo sostenible y fortalecen nuestra presencia en determinados sectores. Por ejemplo, fuimos reconocidos como líderes del sector en el ranking Merco de empresas con Mejor Reputación.

Desde nuestra llegada trabajamos por la democratización de las

telecomunicaciones ofreciendo smartphones a precios disruptivos para que más peruanos accedan a una red móvil con internet de última tecnología. Lo acompañamos con una oferta de datos y servicios de valor agregado para que las personas se conecten mejor y las empresas sean más eficientes. Estos dos pilares, junto a la atención distintiva que brindamos a nuestros clientes en cada punto de contacto, nos permitió recibir el máximo reconocimiento de experiencia del cliente en el sector de telecomunicaciones a nivel de Iberoamérica, según el índice BCX de IZO.

### UN NUEVO PARADIGMA

Hoy la tecnología y las aplicaciones generan nuevos y diferentes comportamientos de consumo y nuevas necesidades en cuanto a los servicios que los operadores de telecomunicaciones ofrecemos. Por ello nos retamos permanentemente y asumimos la necesidad de ponernos al lado de nuestros clientes para escucharlos y entender mejor sus necesidades para interpretarlas y no solo satisfacerlas, sino inclusive para sorprenderlos con algo que exceda sus expectativas.

Ser el primer operador en portabilidad, con 1 541 000 líneas ganadas desde 2014 y liderar la satisfacción con una brecha de hasta 38 puntos porcentuales sobre los demás operadores son factores que nos indican que estamos apuntalando los pilares correctos.

# DECLARACIÓN DE NUESTRO GERENTE GENERAL

## EQUIPO COLABORATIVO

En Entel creemos que el trabajo en equipo, conformado por personas que se sientan realizadas, es indispensable para ofrecer un servicio distintivo. Ello nos permite continuar con el círculo virtuoso de crecimiento del cual somos partícipes desde nuestra llegada.

Nos enfocamos en construir relaciones de largo plazo con nuestros clientes.

Sobre esa línea desarrollamos iniciativas enfocadas en la satisfacción, capacitación y desarrollo profesional de nuestro equipo a todo nivel. Por ejemplo, les ofrecimos 24 913 horas de capacitación y lanzamos el programa de desarrollo de habilidades blandas, Entel Líder, donde participaron 413 de nuestros líderes que ahora cuentan con las herramientas inspirar a sus equipos encaminándolos al éxito.

Así como estos, muchos otros esfuerzos por el desarrollo de nuestro equipo vienen reflejándose en resultados del negocio en sí mismo, pero también en algunos indicadores globales. Por ejemplo, obtuvimos 86.5% de satisfacción general en la encuesta de clima laboral (3.5% más que el año pasado) y hemos escalado 7 puestos en el ranking Great Place to Work de empresas con más de 1000 trabajadores hasta el puesto 8 a nivel nacional.

## RESPONSABLES Y SOSTENIBLES

2017 también fue un año en el que afianzamos nuestra estrategia de sostenibilidad. Nos adherimos al Pacto Mundial de las Naciones Unidas y, con el presente reporte, constituiremos nuestra primera Comunicación de Progreso, con el compromiso real de continuar apoyando sus diez principios y comunicar anualmente cómo los gestionamos.

008

009

También apostamos por contribuir a la consecución de los objetivos de desarrollo sostenible (ODS) establecidos por las Naciones Unidas. Hemos identificado aquellos que impactamos a través de nuestras operaciones primarias y de soporte como negocio.

En cuanto a nuestros programas "bandera" de sostenibilidad, nuevos aliados se sumaron a nuestro programa Reciclemos para Transformar con el que logramos acopiar más de 7 toneladas de residuos de artefactos eléctricos y electrónicos (RAEE). Consolidamos nuestro programa de promoción de uso de energías renovables Conectados con el Planeta, con presencia en 35 campus de universidades e institutos de educación superior de Lima y provincias.

Para reducir la brecha del analfabetismo digital a través de la persecución de una educación de excelencia, renovamos nuestro apoyo a la ONG Enseña Perú. Finalmente, y no por ello menos importante, consolidamos nuestro voluntariado corporativo Héroes Entel, con quienes desarrollamos campañas filantrópicas y de sostenibilidad con objetivos alineados a su desarrollo personal y a los de nuestra compañía.

En lo que respecta a indicadores de sostenibilidad de Entel, por ejemplo, gracias a nuestros colaboradores hemos logrado reducir más de 2

toneladas métricas de carbono (emisiones de gases de efecto invernadero): 742 de ellos compartieron viajes como parte de nuestro programa Entel Pool. Y a propósito de gestionar responsablemente nuestras emisiones, continuamos con la medición de nuestra huella de carbono por segundo año consecutivo.

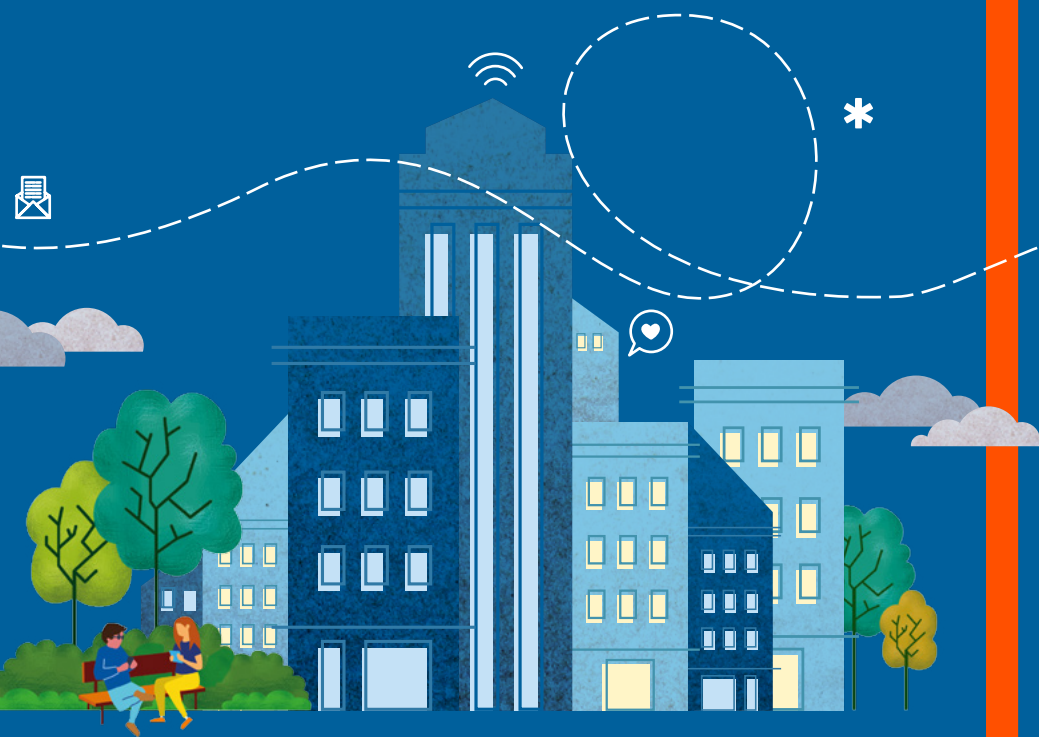
Todos estos esfuerzos se pudieron reflejar en algunos reconocimientos. Por primera vez fuimos reconocidos con el Distintivo de Empresa Socialmente Responsable de Perú 2021 y somos líderes del sector de telecomunicaciones en el ranking Merco de Responsabilidad Social y Gobierno Corporativo.

Sin más preámbulo, los invito a leer y disfrutar de nuestro segundo reporte de sostenibilidad.

**RAMIRO LAFARGA**  
Gerente General de Entel Perú



01



{+}

# SOMOS ENTEL

REPORTE DE  
SOSTENIBILIDAD  
ENTEL / 2017

## 1.1. Nosotros

Somos una empresa especializada en brindar servicios de telecomunicaciones.

Iniciamos operaciones en Perú en octubre de 2014 con una oferta disruptiva y el objetivo de reducir la brecha digital en el país, al acelerar la penetración de smartphones y el uso de datos de alta velocidad y disponibilidad.

Creemos en el desarrollo sostenible y por ello tenemos el compromiso real de hacernos cargo de los impactos que generamos como negocio, a nivel social, económico y ambiental.

012



SOMOS UNA EMPRESA COMPROMETIDA CON

{ **la innovación,  
la disrupción** }

Y CON OFRECER SERVICIOS DE  
**TELECOMUNICACIONES DE  
PRIMERA TECNOLOGÍA Y DE**

{ *la mejor*  
**calidad** }

OFRECER LA MEJOR EXPERIENCIA Y EL  
**MEJOR SERVICIO A NUESTROS CLIENTES Y  
USUARIOS ESTÁ EN NUESTRO ADN.**





## 1.2.Misión y visión

HACER QUE VIVAMOS MEJOR  
CONECTADOS, CONTRIBUYENDO  
A TRANSFORMAR  
RESPONSABLEMENTE EL PERÚ.

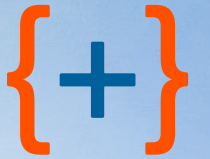
# misión visión

SER UN REFERENTE EN EL SECTOR DE  
LAS TELECOMUNICACIONES, BRINDANDO  
UNA EXPERIENCIA DISTINTIVA, UN LUGAR  
DONDE LAS PERSONAS SE REALIZAN, UNA  
EMPRESA QUE DESAFÍA AL MERCADO Y  
CRECE DE MANERA SOSTENIBLE.



### 1.3. Estructura accionarial

016



## Entel

es una sociedad anónima  
(Entel S.A.)

CON EMPRESA NACIONAL DE  
TELECOMUNICACIONES S.A.

**97.88%**

Y ENTEL INVERSIONES

**2.12%**

COMO ACCIONISTAS.



## 1.4. Estructura de gobierno

Nuestro directorio es la instancia superior responsable de tomar decisiones y administrar el gobierno corporativo de nuestra compañía. Sus integrantes velan por nuestro interés social y crean valor para nuestros accionistas. Para ello dirigen, supervisan y controlan que todas nuestras actividades cumplan con la legislación de los mercados donde operamos y con normas y políticas internas.

Nuestro directorio está conformado por 9 directores —7 dependientes y 2 independientes— elegidos por los accionistas cada 2 años. El directorio actual está vigente desde el primero de enero de 2016. Cuenta con 3 comités enfocados en las actividades primarias del negocio: Comité de Empresas, Comité de Personas y Comité Técnico (evalúa redes y tecnología).

Nuestro gerente general es designado por el directorio y lidera 4 vicepresidencias y 4 gerencias centrales, subdivididas en 51 gerencias. Inició sus labores a inicios de 2017. Nuestros 17 comités internos están conformados por ejecutivos de la alta dirección. Regularmente revisan, discuten y toman decisiones sobre temas estratégicos para nuestra sostenibilidad.

018

019



### NUESTRO GERENTE GENERAL LIDERA

**4** VICEPRESIDENCIAS


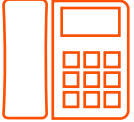




**4** GERENCIAS CENTRALES

SUBDIVIDIDAS EN  
**51** GERENCIAS



## 1.5. Servicios

Brindamos servicios de telecomunicación dirigidos a personas, empresas y corporaciones:

- >
TELEFONÍA MÓVIL  
PREPAGO Y POST PAGO
—●

- >
TELEFONÍA FIJA  
CON TECNOLOGÍA MÓVIL
—●

- >
BANDA ANCHA  
FIJA INALÁMBRICA  
(BAFI) CON  
TECNOLOGÍA MÓVIL
—●

- >
ROAMING  
INTERNACIONAL
—●

- >
MENSAJES  
DE TEXTO  
MASIVOS
—●

- >
SERVICIOS DE  
VALOR AGREGADO  
PARA EMPRESAS
—●


020





1.6. CIFRAS IMPORTANTES DEL NEGOCIO\*



**134 671**

TERABYTES DE DATOS TRANSMITIDOS

**3308**

ANTENAS

\* Actualizadas a diciembre de 2017

**s/ 1 890 824.386**

INGRESOS BRUTOS (valor en miles)

**s/ 1 649 057.00**

PATRIMONIO [valor en miles]

**s/ 116 356 616**

INVERTIDOS EN INFRAESTRUCTURA PARA LAS TELECOMUNICACIONES\*

\* Cifra basado en la suma de centros poblados con cobertura 2G, 3G y 4G



CENTROS POBLADOS CON COBERTURA

2G: **6 916**

3G: **6 893**

4G: **3 400**



**6 511 079**

USUARIOS

**2527**

COLABORADORES



**1 541 000**

LÍNEAS MÓVILES GANADAS EN PORTABILIDAD DESDE 2014.

**714**

PUNTOS DE VENTA EN EL PERÚ



**1.7.** HITOS  
IMPORTANTES  
DEL  
NEGOCIO  
2017



BASE DE SUSCRIPTORES

**6 511 079**

usuarios al cierre de año  
36% más que en 2016



SERVICIOS DE HOGAR

**139 150**

usuarios de telefonía e internet fijos



CUOTA DE MERCADO DE  
TELECOMUNICACIONES EN EL PERÚ

**17.8%**

vs 13.3% de 2016



PACTO MUNDIAL  
DE LAS NACIONES  
UNIDAS  
Nos adherimos  
al pacto.



COMITÉ DE  
EMERGENCIA ANTE  
EL NIÑO COSTERO  
Para responder  
oportunamente al  
fenómeno climático,  
de modo que nuestra  
red funcione de  
manera continua.



PRIMER REPORTE  
DE SOSTENIBILIDAD  
Publicado en mayo  
2017.

DISTINTIVO DE  
EMPRESA  
SOCIALMENTE  
RESPONSABLE  
Obtuvimos el distintivo.



LIDERAZGO DEL  
SHARE OF VOICE  
Mayor cantidad de  
noticias positivas  
en los medios  
de comunicación  
sobre  
sostenibilidad en  
el sector\*



HUELLA DE CARBONO  
Medimos nuestra  
huella por segundo  
año con resultados  
alentadores.



RECICLEMOS PARA  
TRANSFORMAR  
Consolidamos nuestro  
programa de reciclaje.  
Nuevos aliados + 7  
toneladas recolectadas  
de RAEE.



\* Según Noticias Perú e I-Media

## 1.8. Ética empresarial

Estamos comprometidos con hacer negocios de manera ética y responsable. Nuestro Código de Ética —que contiene nuestros valores corporativos— fue revisado y modificado en 2017. Ahora incluye nuevas directrices sobre la prevención del lavado de activos y sobre nuestro relacionamiento con proveedores.

Contamos con un Comité de Ética conformado por nuestro gerente general y por 9 representantes de la alta dirección. Su función es administrar el Código de Ética y supervisar su implementación y cumplimiento.

**CONTAMOS  
CON UN COMITÉ DE  
ÉTICA CONFORMADO  
POR NUESTRO  
GERENTE  
GENERAL Y POR 9  
REPRESENTANTES  
DE LA ALTA  
DIRECCIÓN.**

Nuestros nuevos colaboradores reciben y estudian el Código de Ética en nuestro programa virtual de inducción. Además, ofrecemos cursos regulatorios virtuales para todos los colaboradores. En 2017 ofrecimos un curso sobre nuestro modelo de prevención de delitos al que asistieron 85% de nuestros colaboradores.

### DENUNCIAS Y LÍNEA ÉTICA

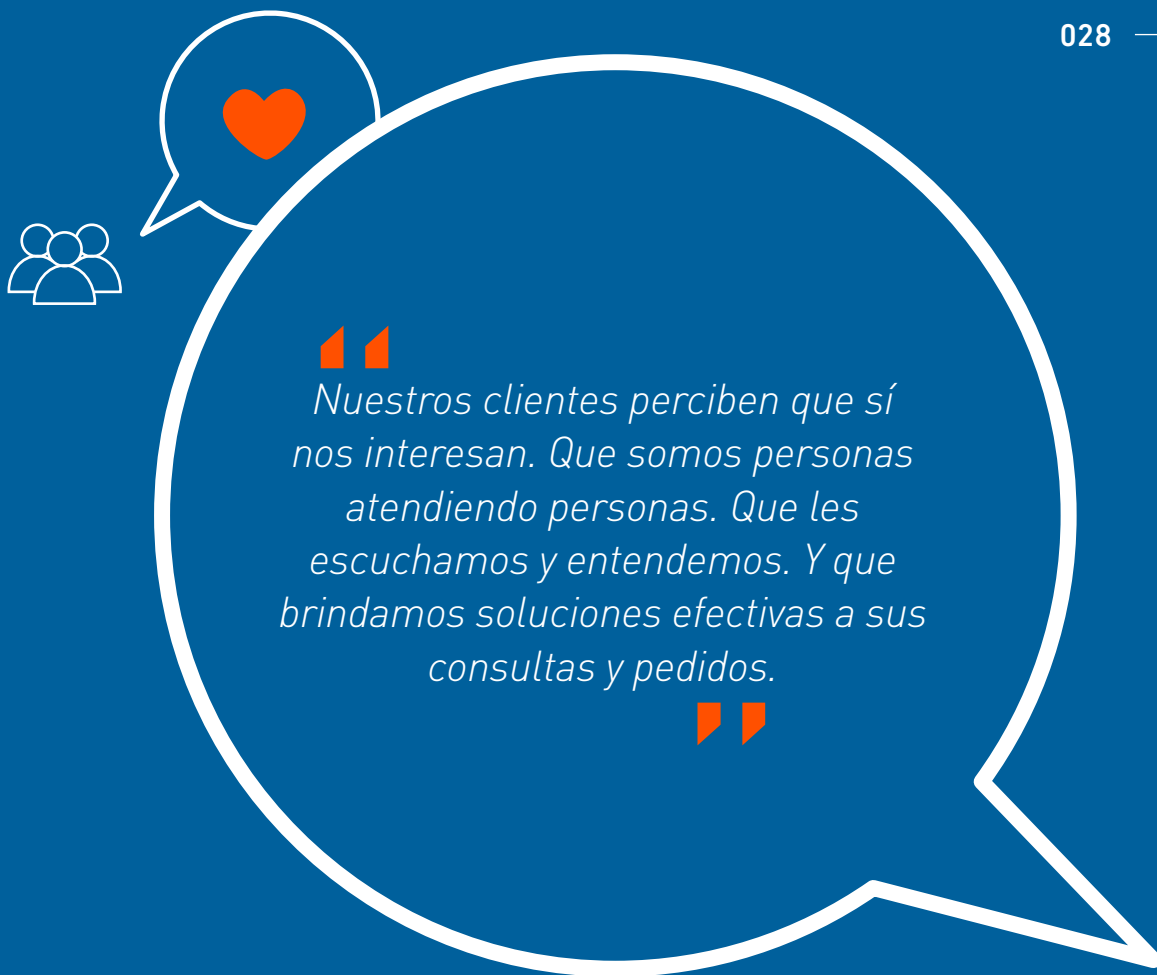
También disponemos de una plataforma en línea de Denuncias y Línea Ética. Cualquier persona — independientemente de su relación con Entel, y de manera anónima o no— puede acceder a ella y denunciar actividades o conductas que puedan implicar una violación a leyes, normativas, Código de Ética, reglamentos, políticas internas o principios éticos en general. Nuestro Comité de Ética es responsable de revisar, investigar y responder los reportes de esta plataforma. Durante 2017, no registramos denuncias.

026



**conectamos  
\_personas**





“  
Nuestros clientes perciben que sí nos interesan. Que somos personas atendiendo personas. Que les escuchamos y entendemos. Y que brindamos soluciones efectivas a sus consultas y pedidos.  
”



Laura Lidia  
**Moscol García**

COORDINADORA  
DE EXPERIENCIA

## 1.9. Desempeño económico

Nuestras gerencias de Finanzas y Control de Gestión y de Planeamiento Estratégico y Riesgos velan por el desempeño económico de la compañía. Elaboramos un Plan Estratégico trianual pero que se revisa anualmente para desarrollar un plan disruptivo, consistente y retador, que incluya elementos estratégicos alineados a nuestros pilares de negocio.

También contamos con un Comité de Inversiones que se reúne semanalmente para asegurarse de que todas nuestras inversiones generen valor más allá del económico y que impacten, por ejemplo, en la satisfacción y la experiencia de nuestros clientes y usuarios. Somos muy rigurosos con nuestras inversiones y buscamos que todas nuestras transacciones tengan una gobernanza responsable.

### NUESTRO ENFOQUE HACIA 2018

Cuando iniciamos nuestras operaciones en Perú, el foco de las inversiones estaba en el despliegue de red para ampliar nuestra cobertura. Este año nos enfocamos en mejorar la calidad de nuestra señal y en la cobertura indoor para responder a una mayor demanda de datos

y brindarles a nuestros usuarios siempre el mejor servicio y la mejor experiencia de conectividad. También nos enfocamos desplegar una gran red de telefonía e internet fijos. De cara al 2018, tenemos como proyecto invertir en fibra óptica para ser más eficientes y rentables.

Un buen desempeño económico es importante para nosotros: nos permite distribuir valor entre nuestros grupos de interés como accionistas, colaboradores y proveedores. Ser exitosos como compañía nos permite seguir invirtiendo en el Perú, conectarlo y generar impactos económicos indirectos.

030 ————— 031

## VALOR ECONÓMICO GENERADO Y DISTRIBUIDO

Ítem	2016	2017
	S/	S/
<b>VALOR ECONÓMICO GENERADO</b>	<b>S/ 1476 512 510.45</b>	<b>S/ 1890 824 364.50</b>
Total ingresos brutos	S/ 1439 845 095.30	S/ 1853 683 336.52
Total otros ingresos	S/ 36 667 415.14	S/ 37 141 027.98
<b>VALOR ECONÓMICO DISTRIBUIDO</b>	<b>S/ 795 039 140.34</b>	<b>S/ 881 231 393.30</b>
Pagos a proveedores de bienes, servicios e insumos	S/ 504 858 597.11	S/ 538 812 536.00
Pagos por alquileres de locales y propiedades inmuebles	S/ 32 145 840.40	S/ 25 900 843.70
Pagos totales por licencias de funcionamiento a municipalidades	S/ 127 576.49	S/ 90 084.53
Pagos por cursos externos de capacitación	S/ 2 254 278.41	S/ 1 323 958.55
Pagos de planilla y beneficios de ley	S/ 249 775 657.46	S/ 251 214 591.55
Pagos totales por indemnizaciones a colaboradores	S/ 5 144 792.17	S/ 5 007 931.04
Total pago de impuestos	S/ 19 338 014.00	S/ 21 780 857.00
Total pago por uso de bandas (espectro)	S/ 39 494 600.00	S/ 56 434 063.00
Total pago de multas	S/ 130 568.30	S/ 2 398 269.03
Total pago por donaciones a ONG	ND	S/ 300 000.00
Total pago por donaciones a las comunidades por actividades de mediación	ND	S/ 139 200.00
<b>VALOR ECONÓMICO RETENIDO</b>	<b>S/ 681 473 370.10</b>	<b>S/ 1009 592 971.20</b>



## 1.10. Cadena de suministro

Contamos con 766 proveedores y contratistas que nos abastecen de la infraestructura de red, tecnología, terminales (equipos) y servicios. 37% son proveedores de bienes y 63% de servicios. Les realizamos compras por S/ 538 812 536.

### GERENCIA DE COMPRAS

Para gestionar la cadena de suministro, nuestra gerencia de Compras que se divide en dos jefaturas: una responsable de adquirir terminales y elementos de marketing; otra responsable de compras técnicas y comerciales (redes, sistemas, servicios generales, infraestructura de tiendas). Ambas trabajan para que las compras generen valor para nosotros y para nuestros proveedores.

### COMITÉS

Un Comité de Decisión evalúa y decide sobre compras superiores a S/ 700 mil. Está conformado por el área usuaria más Compras, Control Financiero y Legal. Y establece las condiciones para que el proceso de compra sea transparente, justo y equitativo con los proveedores.

Un Comité de Compra de Terminales está conformado por las gerencias de Terminales y Compras. Sus decisiones finales se discuten en el directorio. Los terminales o equipos celulares son elementos de valor para nuestro negocio y usuarios. Por ello su adquisición es sumamente rigurosa y cumple con una estricta Política de Inventarios.

### SALUD Y SEGURIDAD DE PROVEEDORES Y CONTRATISTAS

En 2017 homologamos a 146 proveedores y contratistas de instalación, mantenimiento y mejoras de red y sitios, pues son quienes realizan trabajos de riesgo. También comenzamos un proceso de auditoría e inspección a proveedores: auditamos la documentación y los procedimientos de 14 proveedores e inspeccionamos las labores de 21 proveedores.

032



## 1.11. Asociaciones y membresías

034



- Asociación Nacional de Anunciantes
- Consejo Nacional de Autorregulación Publicitaria
- Asociación para el Fomento de la Infraestructura Nacional
- Cámara de Comercio de Lima
- Cámara de Comercio Peruano Chilena
- Patronato Perú 2021
- Pacto Mundial de las Naciones Unidas
- Global System for Mobile Communication Association

035

## 1.12. Distinciones

PUESTO

**8**

**GREAT PLACE TO WORK**

Categoría de empresas con más de 1000 trabajadores

(7 PUESTOS MEJOR QUE EN 2016)

**PREMIOS EFFIE**

Effie Oro, categoría Extensión de Línea, por la campaña Chip Ilimitado / Effie Oro, categoría Internet y Telecom, por la campaña Migra con Mamá / Effie Bronce, categoría Internet y Telecom, por la campaña Conectándote con lo que Más te Gusta / Effie Oro, categoría Promociones de Servicios, por la campaña Migra con Mamá

PUESTO

**1**

**DEL SECTOR**

**RANKING MERCO**

Puesto 16 de empresas con mejor reputación (igual que en 2016)

**10**

**EN IBEROAMÉRICA**

BCX – Best Customer Experience (experiencia del cliente): primeros en el sector telecomunicaciones en el Perú e Iberoamérica

PUESTO

**1**

**DEL SECTOR**

**RANKING MERCO**

Puesto 33 en responsabilidad y gobierno corporativo

PUESTO

**1**

**DEL SECTOR**

**RANKING MERCO DE EMPRESA**

Puesto 17 de empresas más atractivas para trabajar (40 puestos mejor que en 2016)

**PERÚ 2021**

Distintivo de Empresa Socialmente Responsable

**PUESTO 1**

Open Signal en el Perú en disponibilidad de red, latencia 4G y velocidad de descarga 3G

**MEJOR MARCA**

DQT: Dónde Quiero Trabajar, de Arellano: mejor marca empleadora en el sector de telecomunicaciones



02



# VISION DE SOSTENI- BILIDAD

REPORTE DE  
SOSTENIBILIDAD  
ENTEL / 2017

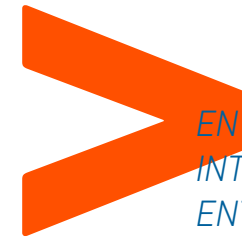
## 2.1. Nuestros grupos de interés

En Entel definimos a nuestros grupos de interés como las personas, los grupos, las entidades y las organizaciones con quienes nos relacionamos en algún punto de nuestra cadena de valor. Nuestras principales gerencias, según su grado de relacionamiento y cercanía hacia nuestros grupos de interés, identificaron 8 grupos de interés que cumplían con estos criterios:

- Ser impactados por nuestras actividades y/o operaciones, positiva o negativamente
- Afectar o impactar nuestras operaciones, positiva o negativamente
- Tener algún tipo de relacionamiento con Entel (legal, comercial, contractual, coyuntural y de cualquier otra clase)
- Tener la capacidad de influir en la continuidad de nuestro negocio

Para nuestro primer reporte de sostenibilidad, nuestras gerencias hicieron una lista de las expectativas de nuestros grupos de interés, recogidas a partir de los mecanismos de diálogo y de los canales de relacionamiento con cada uno. En este reporte, y en busca de una continua mejora, conducimos un proceso de relacionamiento y recolección de expectativas de nuestros grupos de interés, colaboradores (de oficina y tiendas), pequeños proveedores y clientes.

038



*EN ENTEL DEFINIMOS A NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS COMO AQUELLAS PERSONAS, GRUPOS, ENTIDADES Y ORGANIZACIONES CON QUIENES NOS RELACIONAMOS EN ALGÚN PUNTO DE NUESTRA CADENA DE VALOR.*

### REUNIONES CON GRUPOS DE INTERÉS

Grupo de interés	Tipo de diálogo	Participantes
Cientes	Taller	30
Proveedores	Taller	19
Colaboradores tiendas	Entrevistas	50
Colaboradores oficinas	Entrevistas	32

A continuación, definimos a nuestros grupos de interés y detallamos las expectativas que recolectamos.





## Accionistas

Frecuencia de diálogo / Permanente

Definición	Mecanismo de diálogo	Principales expectativas
<ul style="list-style-type: none"> <li>* Nos proveen de capital.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Oficina de Relación con los Inversionistas (Chile)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Rentabilidad y retorno del capital</li> <li>* Estabilidad financiera</li> <li>* Transparencia en la información financiera</li> </ul>



## Colaboradores

Frecuencia de diálogo / Permanente

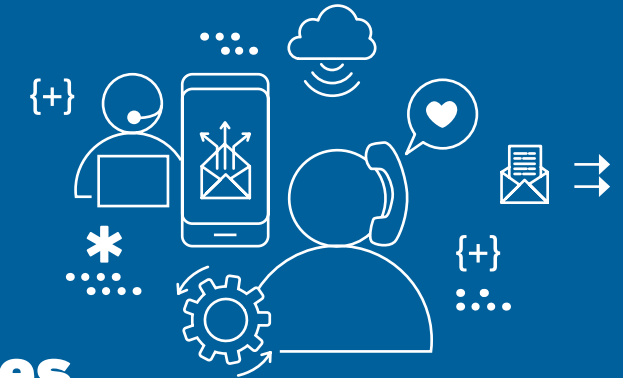
Definición	Mecanismo de diálogo	Principales expectativas
<ul style="list-style-type: none"> <li>* Son personas que mantienen una relación contractual con nosotros y desempeñan labores en la compañía.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Canales de comunicación interna</li> <li>* Reuniones presenciales, reuniones de planeamiento, Comunicate Entel, desayunos con el gerente general</li> <li>* Comité de Empleados</li> <li>* Encuesta de clima laboral</li> <li>* Canal de denuncias</li> <li>* Comunicación directa con líderes y jefes</li> <li>* Intranet, e-mailing, paneles, Skype, grupos de WhatsApp</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Beneficios</li> <li>* Reconocimientos</li> <li>* Sueldos competitivos</li> <li>* Balance trabajo-familia</li> <li>* Transparencia sobre desempeño</li> <li>* Buen clima laboral</li> <li>* <i>Nuevas expectativas identificadas en colaboradores de tiendas:</i></li> <li>* Trato diferente a colaboradores de tiendas</li> <li>* Horario de trabajo</li> <li>* Capacitación</li> <li>* Desarrollo profesional</li> <li>* Línea de carrera</li> <li>* Compromiso con el cuidado del medio ambiente</li> </ul>



## Proveedores y contratistas

Frecuencia de diálogo / Permanente

Definición	Mecanismo de diálogo	Principales expectativas
<ul style="list-style-type: none"> <li>* Nos abastecen de bienes y servicios clave para que el negocio opere.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Licitaciones</li> <li>* Cartas y correos electrónicos</li> <li>* Contacto directo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Cumplimiento en los tiempos de pago</li> <li>* Tiempos de aprobación de las órdenes de compra y actas de conformidad del servicio</li> <li>* Contratación y continuidad de los contratos</li> <li>* Transparencia en los procesos de contratación, evaluación y pago</li> </ul>



## Cientes y usuarios

Frecuencia de diálogo / Permanente

Definición	Mecanismo de diálogo	Principales expectativas
<ul style="list-style-type: none"> <li>* Clientes son las personas que adquieren nuestros servicios y con quienes mantenemos un contrato. Usuarios son quienes utilizan nuestros servicios de telecomunicaciones, independientemente de que sean los titulares de las líneas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Call center</li> <li>* Tiendas</li> <li>* Canales digitales</li> <li>* App Entel</li> <li>* Redes sociales</li> <li>* Libro de reclamaciones</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Beneficios, promociones mejores precios (para equipos y planes)</li> <li>* Calidad del servicio, señal, cobertura (voz y datos)</li> <li>* Buen servicio postventa</li> <li>* Seguridad de las antenas</li> </ul>





044

045

## Comunidad

Frecuencia de diálogo / Regular

\*

Definición	Mecanismo de diálogo	Principales expectativas
<ul style="list-style-type: none"> <li>* Son los centros poblados y los distritos donde ubicamos nuestros sitios (antenas).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Reuniones y espacios de diálogo</li> <li>* Programas sociales</li> <li>* Procesos de negociación para renta de espacios para sitios y antenas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Inversiones en la comunidad (donaciones, ayuda social, infraestructura, colegios, salud)</li> <li>* Diálogo abierto y transparente</li> </ul>



## Estado y reguladores

Frecuencia de diálogo / Permanente

\*

Definición	Mecanismo de diálogo	Principales expectativas
<ul style="list-style-type: none"> <li>* Gobiernos centrales y locales, quienes nos dan un marco legal para operar, nos brindan las licencias de funcionamiento y a quienes rendimos cuentas sobre nuestro cumplimiento regulatorio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Reuniones y espacios de diálogo</li> <li>* Procesos de incidencia pública y negociación</li> <li>* Solicitudes de información periódica</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Calidad del servicio, señal, cobertura</li> <li>* Cumplimiento de normas vigentes y obligaciones legales</li> <li>* Uso de espectro</li> </ul>



## Competencia

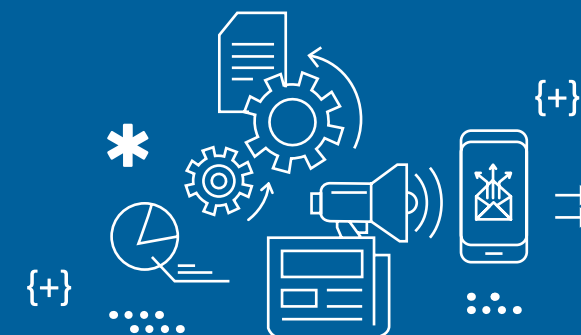
Frecuencia de diálogo / Ocasional

\*

046

047

Definición	Mecanismo de diálogo	Principales expectativas
<ul style="list-style-type: none"> <li>* Son las empresas de telecomunicaciones con las que compartimos el mercado.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Espacios gremiales</li> <li>* Reuniones con reguladores</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Competencia justa</li> <li>* Cumplimiento regulatorio</li> </ul>



## Medios de comunicación

Frecuencia de diálogo / Permanente

\*

Definición	Mecanismo de diálogo	Principales expectativas
<ul style="list-style-type: none"> <li>* Medios de comunicación masivos que tratan temas de interés común para el país y medios de comunicación especializados en tecnología. Con ambos compartimos notas de prensa, entrevistas e información sobre nuestra compañía y sobre la industria.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Conferencias y notas de prensa, comunicados y conversación directa</li> <li>* Eventos dirigidos a prensa organizados por Entel</li> <li>* WhatsApp</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Acceso a información veraz y oportuna</li> </ul>



## 2.2. Impactos del negocio

Somos conscientes de que generamos impactos económicos, ambientales y sociales alrededor de quienes se vinculan con nosotros. Es nuestra responsabilidad potenciar los impactos positivos —que generen un valor compartido para nuestros grupos de interés— y que contribuyan a cubrir las necesidades de desarrollo del Perú y del mundo. También asumimos como nuestra responsabilidad tomar acciones que ayuden a reducir, mitigar o compensar nuestros impactos negativos, potenciales y reales.



ES NUESTRA  
RESPONSABILIDAD  
POTENCIAR LOS  
IMPACTOS POSITIVOS  
—QUE GENEREN UN  
VALOR COMPARTIDO  
PARA NUESTROS  
GRUPOS DE INTERÉS—  
Y QUE CONTRIBUYAN  
A CUBRIR LAS  
NECESIDADES DE  
DESARROLLO DEL  
PERÚ Y DEL MUNDO.

048



roaming  
\_internacional

## 2.2. Impactos del negocio

050

051

### Económicos



**POSITIVOS**

- \* Generamos crecimiento para Entel, proveedores, comunidades y Estado.
- \* Generamos impactos económicos indirectos relacionados con la conectividad.



**NEGATIVOS**

- \* Nuestros accionistas obtienen un lento retorno sobre su inversión.

### Sociales



**POSITIVOS**

- \* Mejoramos la conectividad del país: más peruanos conectados.
- \* Generamos empleo directo e indirecto.
- \* Capacitamos y educamos.
- \* Dirigimos programas de desarrollo en la comunidad.
- \* Dialogamos con la comunidad y les damos acceso a información.
- \* Mejoramos los espacios aledaños a los sitios.
- \* Nuestros clientes y usuarios obtienen la mejor experiencia en telecomunicaciones.
- \* Atendemos necesidades de información por medios de comunicación.



**NEGATIVOS**

- \* Generamos posibles conflictos por la instalación de sitios.
- \* Existe una percepción negativa acerca de las radiaciones no ionizantes.



## 2.2. Impactos del negocio

### Ambientales



#### POSITIVOS

- \* Mejoramos nuestros procesos para reducir el consumo de papel: política paperless.
- \* Medimos y gestionamos nuestra huella de carbono.
- \* Implementamos programas de reciclaje de RAEE e involucramos a la comunidad.
- \* Promovemos el reciclaje de plástico al fabricar merchandising ecoamigable.
- \* Promovemos el uso de energía renovable a través de cargadores solares en centro educativos a nivel nacional.
- \* Instalamos sitios amigables con el paisaje y soluciones de baja altura.



#### NEGATIVOS

- \* Alteramos el paisaje.
- \* Generamos residuos sólidos en nuestras oficinas, residuos sólidos de construcción y RAEE.
- \* Emitimos CO<sub>2</sub>.
- \* Consumimos recursos (electricidad y agua), papel y plástico (materiales publicitarios).



**generamos**  
vínculos



## 2.3. Temas materiales del negocio

Para definir los contenidos de este reporte realizamos un análisis de materialidad. Así identificamos los temas importantes para la sostenibilidad de Entel en los ámbitos económico, social y ambiental.

A continuación, describimos este minucioso proceso y cómo aplicamos los principios de contenido y calidad de los Estándares GRI para la Elaboración de Informes de Sostenibilidad:

### 1. REVISIÓN

Revisamos nuestros objetivos estratégicos con las principales gerencias. Recogimos las expectativas de nuestros principales grupos de interés sobre nuestras operaciones. Analizamos políticas, lineamientos y procedimientos e informes de gestión. Estos nos permitieron evidenciar nuestras acciones para gestionar nuestros principales impactos.

### 2. IDENTIFICACIÓN

Identificamos los principales impactos económicos, sociales y ambientales derivados de nuestros objetivos estratégicos.

### 3. PRIORIZACIÓN

Priorizamos las expectativas de nuestros grupos de interés con la metodología de madurez propuesta por AccountAbility\* y priorizamos nuestros impactos según su probabilidad de ocurrencia y riesgo.

### 4. VALIDACIÓN

Nuestras principales gerencias, lideradas por la gerencia de Relaciones Institucionales y Sostenibilidad, validaron los aspectos de la GRI.



\* AccountAbility es una organización internacional que trabaja por el desarrollo sostenible y la responsabilidad social con organizaciones de todo tipo.

054

055

## PRINCIPIOS DE CONTENIDO Y CALIDAD DE LOS ESTÁNDARES GRI PARA LA ELABORACIÓN DE INFORMES DE SOSTENIBILIDAD

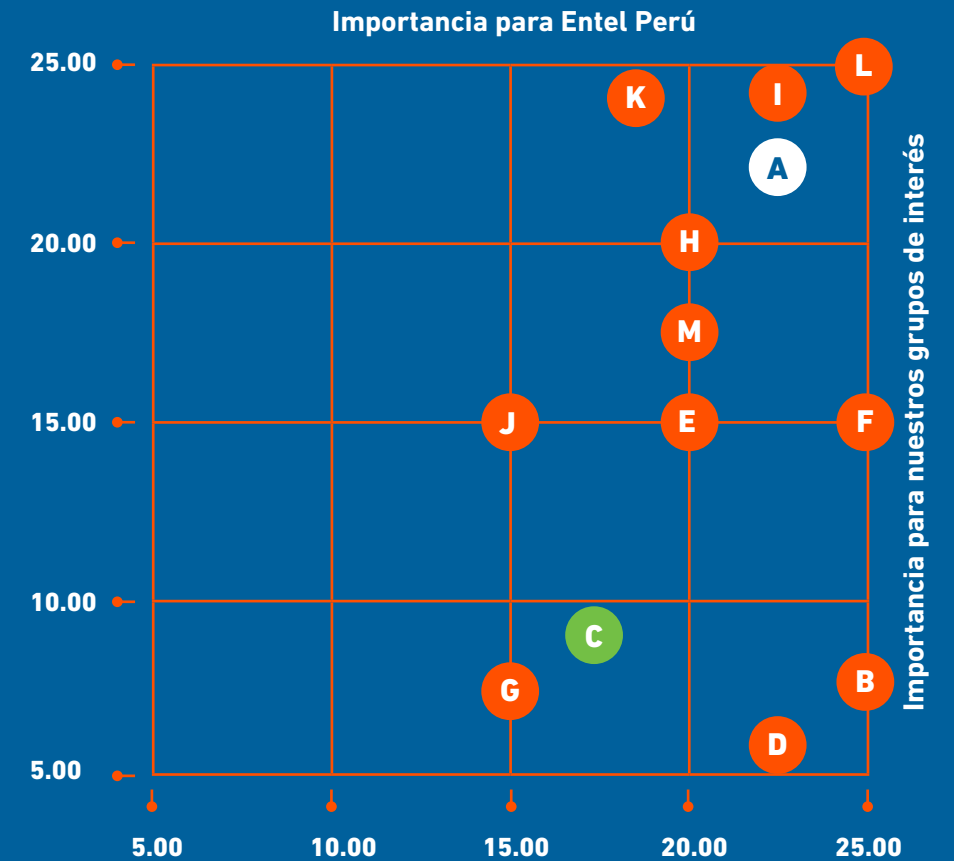
Principios de contenido		Principios de calidad	
Inclusión de los grupos de interés	Información sobre nuestros grupos de interés, recolección expectativas y actividades de relacionamiento	Precisión	Recogemos información a través de nuestros sistemas de gestión de información y reportes de KPI.
Sostenibilidad	Información sobre los impactos del negocio y sobre nuestros grupos de interés	Equilibrio	Brindamos información sobre nuestro desempeño y principales KPI en los enfoques de gestión de cada tema material.
Materialidad	Información sobre temas materiales y alcances	Claridad	Ofrecemos información esquematizada, ordenada y sintetizada.
Exhaustividad	Información sobre nuestra gestión a lo largo del reporte	Comparabilidad	Brindamos información sobre nuestro desempeño en 2016 y 2017.
		Fiabilidad	Revisamos y validamos la información que brindan las gerencias involucradas.
		Puntualidad	Publicamos nuestro reporte de sostenibilidad anualmente.

## TEMAS MATERIALES

Tema material	Estándares GRI	Cobertura	Grupo de interés vinculado
Resultados financieros	201-Desempeño económico	Interna	Accionistas
Aporte al desarrollo del país	203-Impactos económicos indirectos	Interna y externa	Todos
Desempeño ambiental y gestión de impactos ambientales	305-Emisiones	Interna y externa	Todos
Calidad del empleo	No aplica	Interna	Colaboradores
Capacitación de los colaboradores	404-Formación y enseñanza	Interna	Colaboradores
Salud y seguridad de los colaboradores	403-Seguridad y salud en el trabajo	Interna	Colaboradores
Diálogo y relacionamiento con comunidades	413-Comunidades locales	Interna y externa	Comunidad
Satisfacción de los clientes	No aplica	Interna y externa	Clientes
Gestión de las radiaciones no ionizantes	416-Salud y seguridad de los clientes	Interna y externa	Clientes, comunidad, Estado y reguladores
Cumplimiento regulatorio	419-Crecimiento socioeconómico	Interna y externa	Clientes, Estado y reguladores
Calidad del servicio	No aplica	Interna y externa	Clientes, Estado y reguladores
Gestión con medios de comunicación	No aplica	Interna y externa	Medios de comunicación

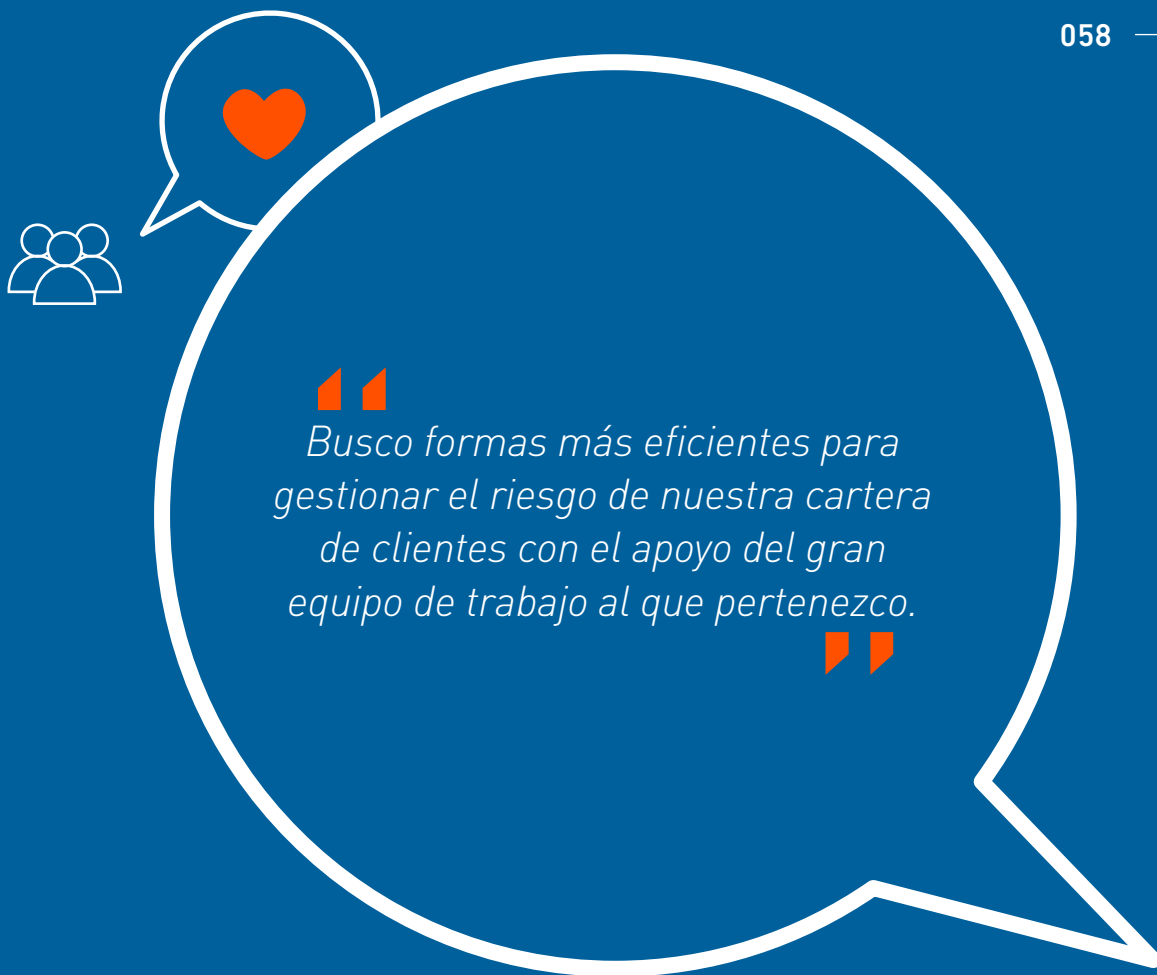
056

## ASPECTOS MATERIALES DE NUESTRO NEGOCIO



A\_ Resultados financieros B\_ Aporte al desarrollo del país C\_ Desempeño ambiental y gestión de impactos ambientales D\_ Generación de empleo E\_ Calidad del empleo F\_ Capacitación de los colaboradores G\_ Salud y seguridad de los colaboradores H\_ Diálogo y relacionamiento con comunidades I\_ Satisfacción de los clientes J\_ Gestión de las radiaciones no ionizantes K\_ Cumplimiento regulatorio L\_ Calidad del servicio M\_ Gestión con medios de comunicación

● dimensión económica ● dimensión ambiental ● dimensión social



“  
*Busco formas más eficientes para  
gestionar el riesgo de nuestra cartera  
de clientes con el apoyo del gran  
equipo de trabajo al que pertenezco.*  
”



*Manuel*  
**Tello Solano**

JEFE DE  
PLANEAMIENTO  
DE RIESGOS



## 2.4. Objetivos de desarrollo sostenible

Como empresa responsable y comprometida con la sostenibilidad, apoyamos y trabajamos para contribuir con los objetivos de desarrollo sostenible (ODS) promovidos por las Naciones Unidas.

Los OSD son objetivos universales que promueven medidas para poner fin a la pobreza, enfrentar el cambio climático y asegurar que las personas gocen de paz y prosperidad. También establecen una agenda de desarrollo mundial.

060 ————— 061




**COMO EMPRESA RESPONSABLE Y COMPROMETIDA CON LA SOSTENIBILIDAD APOYAMOS Y TRABAJAMOS PARA CONTRIBUIR A LA CONSECUCIÓN DE LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS) PROMOVIDOS POR LAS NACIONES UNIDAS.**

### NUESTRO POTENCIAL EN MARCHA

Tenemos el potencial para generar un cambio positivo en el Perú. Por ello, analizamos minuciosamente los 17 ODS e identificamos aquellos a los que podemos contribuir a través de nuestro core de negocio y de nuestras iniciativas de sostenibilidad. Como resultado, determinamos que podemos apoyar 8 de los 17 objetivos y trabajar directamente en 13 metas específicas.

Durante 2018 promoveremos los ODS internamente y reportaremos nuestros avances a través de los indicadores para el Perú establecidos por el Centro Nacional de Planeamiento Estratégico.

## LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE QUE APOYAMOS



ODS	Metas	Cómo contribuimos
<b>FIN DE LA POBREZA</b> 	Garantizar que las mujeres y los hombres tengan acceso a servicios básicos.	Trabajamos para democratizar las telecomunicaciones y conectar al Perú a través de nuestra red móvil y de nuestros servicios de telefonía e internet fijos. Contamos con 6 511 079 usuarios de telefonía móvil, 84 078 conexiones de internet fijo y 55 072 líneas de telefonía fija en servicio*.  <i>* Data reportada a Osiptel al cierre de 2017</i>
<b>EDUCACIÓN DE CALIDAD</b> 	Asegurar que las niñas y niños terminen la enseñanza primaria y secundaria, y producir resultados de aprendizaje pertinentes y efectivos.	Gracias a nuestra alianza con la ONG Enseña Perú, más de 800 niños han recibido apoyo en recursos económicos, conectividad, acceso a internet y actividades de voluntariado corporativo. Desde 2014 hemos beneficiado a 5 colegios y logrado 18 mil horas de educación de excelencia.
<b>EDUCACIÓN DE CALIDAD</b> 	Aumentar el número de jóvenes y adultos con las competencias necesarias para acceder al empleo, al trabajo decente y al emprendimiento.	Con nuestro Plan de Capacitación Anual hemos ofrecido 24 913 horas de capacitación a nuestros colaboradores en habilidades blandas y temas técnicos; entre ellos 1600 horas de capacitación en temas específicos de TIC.

LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE  
QUE APOYAMOS

ODS	Metas	Cómo contribuimos
<b>EDUCACIÓN DE CALIDAD</b> 	<p>Construir y adecuar instalaciones educativas que tengan en cuenta las necesidades de los niños.</p>	<p>Facilitamos el aprendizaje de 500 niños en Cajamarca, Satipo y Arequipa, a quienes brindamos conectividad gratuita a través de módems wifi. Además, entregamos 4 computadoras con conexión a internet en el caserío El Lirio en Cajamarca a través de nuestras actividades de mediación.</p>
<b>IGUALDAD DE GÉNERO</b> 	<p>Mejorar el uso de la tecnología de la información y las comunicaciones para promover el empoderamiento de las mujeres.</p>	<p>Creemos que la telefonía móvil trae independencia para las mujeres porque les provee de la libertad para comunicarse, pedir ayuda, emprender y acceder a educación y a servicios financieros. En nuestros próximos reportes comunicaremos cuántas mujeres cuentan con una línea móvil de Entel.</p>
<b>TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO</b> 	<p>Lograr niveles más elevados de productividad económica mediante la diversificación, la modernización tecnológica y la innovación.</p>	<p>La democratización de las telecomunicaciones contribuye al crecimiento económico del país. Ofrecemos servicios de valor agregado para nuestros clientes empresas; así mejoramos la eficiencia y agilidad de sus negocios. Al final de 2017 contamos con 63 clientes con servicios M2M (machine to machine) para automatizar sus procesos. Durante 2018 seguiremos explorando soluciones innovadoras a través del IoT (internet of things).</p>

062 ————— 063

LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE  
QUE APOYAMOS

ODS	Metas	Cómo contribuimos
<b>TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO</b> 	<p>Lograr el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todas las mujeres y los hombres, así como la igualdad de remuneración por trabajo de igual valor.</p>	<p>Empleamos a 2527 colaboradores, de los cuales el 48% son mujeres. Contamos con una Política de Remuneraciones transparente, justa y equitativa para hombres y mujeres. Además, generamos empleo indirecto para unas 10 mil personas* a través de nuestros contratistas (call center, servicios de limpieza y seguridad y proveedores de instalación y mantenimiento de red).</p> <p><i>*Esta cifra es aproximada. Comunicaremos la cifra exacta en futuros reportes.</i></p>
<b>TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO</b> 	<p>Proteger los derechos laborales y promover un entorno de trabajo seguro y sin riesgos para todos los trabajadores</p>	<p>Nuestro Plan Anual de Salud y Seguridad en el Trabajo es aplicable a nuestros colaboradores y supervisado por un comité. En 2017 tuvimos 0.2% de índice de frecuencia de accidentes y 0% de tasa de incidencia de enfermedades ocupacionales. 15 mujeres gestantes fueron evaluadas por un médico ocupacional para asegurarles una gestión segura y sin riesgos. Y nuestros colaboradores recibieron 5579 horas de capacitación en salud y seguridad en el trabajo.</p>

LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE  
QUE APOYAMOS

ODS	Metas	Cómo contribuimos
<p>INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA</p> 	<p>Utilizar los recursos con mayor eficacia y promover la adopción de tecnologías y procesos industriales limpios y ambientalmente racionales.</p>	<p>Gestionamos el consumo de recursos y emisiones de GEI. De 2016 a 2017 redujimos nuestra huella de carbono en 12.5%*.</p> <p><i>* Tomando las emisiones de nuestras sedes ubicadas en Plaza República (sede principal) y San Borja.</i></p>
<p>INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA</p> 	<p>Aumentar significativamente el acceso a las TIC y esforzarse por proporcionar acceso universal y asequible a internet.</p>	<p>Al cierre de 2017 tuvimos cobertura 2G, 3G y 4G en 21 387 centros poblados de los 24 departamentos del país. Nuestras ofertas disruptivas y propuestas comerciales han hecho que 6 511 079 usuarios se sumen a Entel y que ganemos 1 541 000 líneas en portabilidad neta desde que iniciamos operaciones.</p>
<p>PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES</p> 	<p>Reducir considerablemente la generación de desechos mediante actividades de prevención, reducción, reciclado y reutilización.</p>	<p>Nuestro programa Reciclemos para Transformar ha recolectado y reciclado 7.7 toneladas de RAEE.</p>
<p>ACCIÓN POR EL CLIMA</p> 	<p>Mejorar la educación, la sensibilización respecto de la mitigación del cambio climático.</p>	<p>Participamos en campañas ambientales para sensibilizar a la sociedad en el cuidado del medio ambiente. Nos enfocamos en los jóvenes y por ello hemos instalado 54 cargadores solares en universidades e institutos.</p>

064 ————— 065

LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE  
QUE APOYAMOS

ODS	Metas	Cómo contribuimos
<p>ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS</p> 	<p>Aumentar la utilización de tecnologías instrumentales, en particular la tecnología de la información y las comunicaciones.</p>	<p>Transmitimos 134 671 terabytes de datos a nuestros 6 511 079 usuarios de red móvil. Construimos alianzas para ofrecer conectividad gratuita a través de Free Basics y Facebook Flex. Ofrecemos planes ilimitados y liberamos el consumo de datos de algunas aplicaciones como Spotify, Waze, e-mail y WhatsApp.</p>



03



# UN PERÚ MEJOR CONEC- TADO

REPORTE DE  
SOSTENIBILIDAD  
ENTEL / 2017

### 3.1. IMPACTOS ECONÓMICOS DE LA CONECTIVIDAD

Nos esforzamos en

**identificar los impactos —directos e indirectos—**

que generamos para orientar su potencial hacia el desarrollo del país.

NUESTRAS ACCIONES VAN MÁS ALLÁ DE GENERAR EMPLEO PARA NOSOTROS Y NUESTROS PROVEEDORES.

# 1

Trabajamos por la democratización de las telecomunicaciones en el país para reducir la brecha digital. Nuestro espíritu disruptivo nos hizo revolucionar el mercado de telecomunicaciones en el Perú ofreciendo por primera vez *smartphones* desde S/ 9. Nuestra oferta comercial posibilita que más peruanos accedan a tecnología de calidad a un menor precio. Así reducimos las barreras de ingreso a los servicios de telecomunicaciones.

# 2

Buscamos promover normativas que impulsen la competencia justa entre los operadores. Impulsamos la portabilidad en un día y promovimos el desbloqueo de equipos celulares. Logramos impulsar la eliminación de las redes privadas y reducir los cargos de interconexión entre operadores, para que todos los usuarios de todos los operadores puedan

**HABLAR ENTRE SÍ CON LIBERTAD.**

# 3

Nuestro modelo de negocio está centrado en brindar la mejor experiencia de conectividad y el mejor servicio al cliente. Se le suman nuestras ofertas disruptivas y la liberación del consumo de datos en algunas aplicaciones. Así logramos estimular la competitividad entre las empresas de telecomunicaciones y dinamizar y mejorar nuestro mercado y que sea

**MÁS JUSTO Y COMPETITIVO PARA LOS PERUANOS.**

3.1. IMPACTOS  
ECONÓMICOS  
DE LA  
CONECTIVIDAD

070 ————— 071

4

Brindamos herramientas gratuitas para promover la conectividad, aliados con otras organizaciones como

**FREE BASICS Y FACEBOOK FLEX.**

5

Introducimos la tecnología 4G en el país y en todas nuestras antenas. Con ello mejoramos las telecomunicaciones e impulsamos a otros operadores a modernizar su tecnología.

**HOY CONTINUAMOS INNOVANDO Y EVOLUCIONANDO EN CUANTO A LAS SOLUCIONES TECNOLÓGICAS QUE SOPORTAN NUESTRA RED.**

6

Somos aliados de nuestros clientes empresas, escuchamos sus necesidades y ofrecemos soluciones tecnológicas a la medida que mejoran la eficiencia de sus negocios y los agiliza.

**TAMBIÉN OFRECEMOS CHARLAS CON CONTENIDOS DE CALIDAD PARA NUESTROS CLIENTES PYME.**

7

Contribuimos al desarrollo de mercados de reciclaje de residuos sólidos electrónicos. Establecemos un precedente en nuestra industria en cuanto a la **GESTIÓN DE ESTOS RESIDUOS.**



3.1. IMPACTOS  
ECONÓMICOS  
DE LA  
CONECTIVIDAD

072 ————— 073

8

Mejoramos las condiciones de salud y seguridad de nuestros proveedores y contratistas.

Comenzamos un proceso de homologación, auditoría e inspección para

**PROMOVER LA SALUD LA Y SEGURIDAD EN ESTAS EMPRESAS.**

9

Impulsamos programas sociales

**EN NUESTRO ÁMBITO DIRECTO E INDIRECTO DE INFLUENCIA.**

10

Buscamos diversificar nuestro negocio y traer nuevas alternativas para el desarrollo de las TIC en el país.

Por ello impulsamos el servicio de internet y telefonía fija y **DURANTE 2018 INVERTIREMOS EN FIBRA ÓPTICA.**

11

Propusimos alternativas para mejorar la eficiencia en el uso de espectro que tenemos asignado.

**ASÍ AMPLIAMOS EL ALCANCE DE NUESTROS SERVICIOS.**

### 3.2. Infraestructura y tecnología para la conectividad

Nuestra vicepresidencia de Redes se divide en 7 gerencias responsables del desarrollo y operación de nuestro core de negocio: la conectividad. Gestionan aspectos como planificación, diseño de la red, instalación de sitios (antenas), mejoras tecnológicas, monitoreo y operación y mantenimiento de la red.

Para que nuestra red opere necesitamos espectro. Es nuestro principal recurso para transmitir nuestra señal y brindar nuestros servicios. Tenemos asignado espectro en 6 bandas con diferentes frecuencias. Las más importantes son las de 700MHz, 1700/2100 Hz y 1900 Hz que usamos para servicios móviles y que nos han sido asignadas a nivel nacional.

#### DESPLIEGUE DE SITIOS Y MEJORAS

Nuestro Plan de Despliegue o *Roll-Out* tiene una vigencia bianual (2017-2019). En nuestros primeros años de operación el foco del Plan estaba en el despliegue o en la instalación de sitios nuevos para consolidar nuestra red en los 24 departamentos. En 2016 y 2017, nos enfocamos en mejorar la cobertura indoor (en interiores) y en atender el crecimiento de la demanda de datos que va de la mano con nuestro crecimiento en usuarios Entel y con una creciente necesidad de conectividad.

En 2017 implementamos el Crecimiento de Red Automática (CRA). Este sistema predictivo activa alarmas con 3 meses de anticipación cuando identifica que un sitio está próximo a cumplir su límite de capacidad. Su objetivo es no afectar la experiencia y ni satisfacción de nuestros usuarios.

Aunque nuestra estrategia de despliegue ya no es tan agresiva, este año instalamos 261 sitios nuevos; algunos en zonas turísticas de Lima (Canta, Ollón y Santa Rosa de Quives), otros en provincias como extensiones de cobertura de ciudades principales (Cajamarca, Trujillo).

074

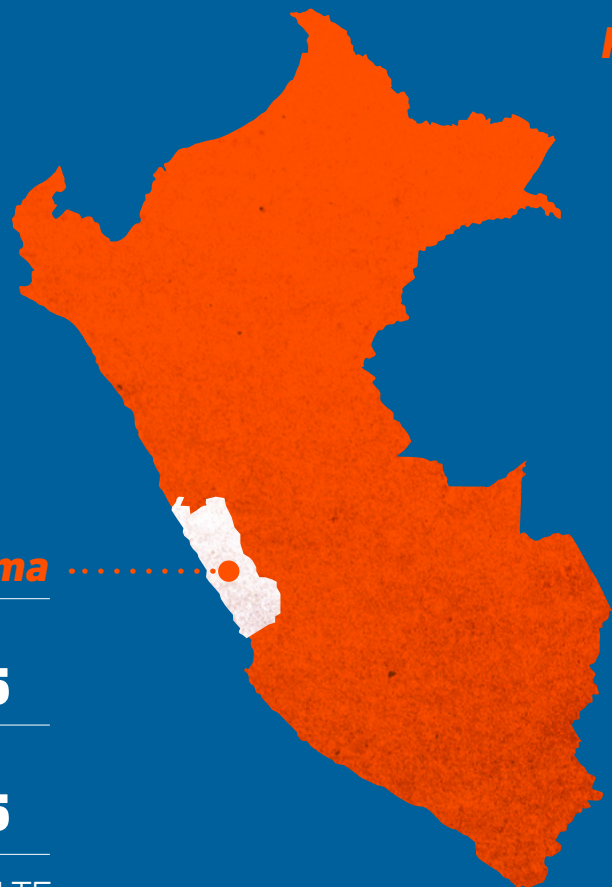
075

### CENTROS POBLADOS CON COBERTURA



# NUEVOS CENTROS POBLADOS CON COBERTURA 2017

076



## Lima

2G  
**75**

3G  
**75**

4GLTE  
**60**

## Provincias

2G  
**586**

3G  
**586**

4GLTE  
**1356**



## Total

2G  
**661**

3G  
**661**

4GLTE  
**1416**



**cobertura**  
\_total



## 3.2. Infraestructura y tecnología para la conectividad

### SOLUCIONES DE BAJA ALTURA

En 2017 también continuamos con la instalación de soluciones de baja altura (easy macro y microceldas). Estas antenas de menor altura (de 6 a 8 metros) generan menos impacto visual, mejoran nuestra capacidad y, con ello, la calidad de la señal en zonas densamente pobladas, de alta demanda de tráfico y de difícil despliegue para la red macro. Ejemplo de estas zonas son las galerías de Gamarra en La Victoria y algunos paraderos del Metropolitano y del tren eléctrico. A fines de 2017 habíamos instalado 96 soluciones de baja altura.

### PIONEROS EN TECNOLOGÍA

En 2017 activamos la funcionalidad VoLTE (Voice Over LTE). Esta función realiza llamadas de voz en 4G\*, reduce el tiempo de conexión a 2 o 3 segundos (de los anteriores 4 o 5 segundos) y ofrece mejor nitidez o alta definición (HD). 109 208 usuarios ya usan este sistema y el 14.33% del tráfico de voz cursa en HD.

Fuimos los pioneros en probar una nueva tecnología, la Massive MIMO o Pre-5G, que permite multiplicar la velocidad de descarga de datos de megabytes por segundo a gigabytes por segundo. En 2018 continuaremos con las pruebas e innovando con esta y otras tecnologías.



\* A pesar de que la velocidad de descarga de datos es 4G, las llamadas de voz se desarrollan en la red 3G. Con VoLTE las llamadas ahora se llevan a cabo en la red 4G.

078 ————— 079

## 3.3. Monitoreo de la calidad

Nuestra gerencia de Aseguramiento de la Calidad y NOC (Network Operation Center) tiene el compromiso de mantener la red 100% operativa. Es responsable de 4 pilares que apoyan a la calidad y continuidad del negocio y los servicios:

1. Monitoreo de la red 24/7 por un equipo de ingenieros que detectan cualquier problema en la red y reaccionan en el menor tiempo posible para que nuestros clientes no se vean perjudicados. Correlacionamos alarmas para anticipar problemas en la red y planificar el despliegue de mejoras.
2. Control de las intervenciones diarias en la operación —como actividades de mantenimiento— para que sean coordinadas y no afecten la red.
3. Medición de KPI sobre la calidad de la red y servicios de voz y datos. Un Comité de Calidad de Redes conformado por las gerencias y vicepresidencia de Redes se reúne semanalmente a revisar los KPI.

4. Atención de los tickets o quejas de los clientes. Hemos automatizado nuestros procesos para reducir los tiempos de atención de tickets de 20 minutos a 5 minutos. En 2017 atendimos exitosamente 46 686 tickets. Para ello desarrollamos una herramienta de geolocalización que nos permite identificar el lugar exacto en donde se genera una queja. Con esta información planificamos la instalación de antenas y determinamos su prioridad. Así damos valor a las quejas de nuestros clientes y las convertimos en un insumo de información para mejorar la capacidad de nuestra red.

### DESEMPEÑO

Tenemos el compromiso de que nuestros clientes y usuarios estén conectados todo el tiempo y que tengan la mejor experiencia posible. Por ello somos tan cuidadosos con nuestro desempeño. Nuestra tasa promedio de accesibilidad a voz y datos 2G, 3G y 4G durante 2017 fue de 99.77%. Y nuestra tasa promedio de llamadas caídas sobre llamadas realizadas en 2G y 3G fue de 0.46%.

## 3.4. Cumplimiento regulatorio

En Entel somos sumamente respetuosos con la regulación. Nuestras gerencias de Legal y Regulación son responsables de gestionar las relaciones con las entidades reguladoras y entidades del Estado (Ministerio de Transportes y Comunicaciones, Ministerio del Interior, Ministerio de Justicia), de brindar la información que estas requieren de manera oportuna y de tratar cualquier asunto que nos competa regulatoriamente con clientes y competidores.

La gerencia de Regulación se divide en 2 jefaturas encargadas de interactuar con el organismo regulador y con las entidades del Estado:

- Regulación de Usuarios se encarga de los asuntos regulatorios que tienen una vinculación directa con el cliente (contratación del servicio, atención en tiendas, oferta comercial y portabilidad).
- Regulación Mayorista ve asuntos relacionados a la interconexión con otros operadores, concesiones de espectro, cobertura y requerimientos de información periódica.

### PROPUESTAS REGULATORIAS

Regulación también es responsable de impulsar propuestas regulatorias ante al MTC y el OSIPTEL. Nuestro equipo investiga normas y prácticas internacionales y tendencias del sector que puedan ser adoptadas por el Perú para mejorar el mercado de las telecomunicaciones y la conectividad. Estas iniciativas buscan eliminar las barreras para la conectividad, impulsan la competencia sana entre operadores y benefician al mercado y a los usuarios. Discutimos y analizamos las propuestas y la nueva regulación durante nuestro Comité de Regulación —compuesto por la gerencia de Regulación, por todas las vicepresidencias excepto la de Capital Humano y por el gerente general— que se reúne mensualmente.

080 ————— 081

### MULTAS Y PROCESOS

Durante 2017 pagamos al OSIPTEL S/ 931 930.25 en multas. Además, nos impusieron 6 sanciones no monetarias. Contamos 5 procesos sometidos a mecanismos de resolución de litigios ante el Poder Judicial. El Indecopi no nos multó.

Sí pasamos por 11 procesos sometidos a mecanismos de resolución de litigios ante el Indecopi y el Poder Judicial por aspectos negativos de nuestras comunicaciones y la información que ofrecemos. Pero aprendemos de nuestros errores y trabajamos constantemente para que nuestra publicidad y nuestras comunicaciones sean más transparentes.

### RADIACIONES NO IONIZANTES

Nuestras antenas emiten radiaciones no ionizantes. Aunque se ha demostrado que no ocasionan daños a la salud, existen normativas nacionales e internacionales que establecen límites máximos de radiación de las antenas y distancias mínimas entre ellas y la población.

Al montar e instalar nuestras antenas, nuestro equipo técnico revisa estos parámetros y se asegura de que cumplan con la normativa nacional dispuesta por el OSIPTEL y con la normativa internacional. Luego emite un expediente técnico que es entregado al OSIPTEL. Si un municipio o una autoridad los solicita, también medimos los parámetros y compartimos los resultados con ellos.



## 3.5. Diálogo con la comunidad

En Entel nos relacionamos de manera cercana con las comunidades donde instalamos antenas. La jefatura de Mediación de nuestra gerencia de Construcción e Infraestructura de Red se dedica a dialogar, resolver dudas y ejecutar programas sociales con las comunidades.

Nuestro sistema de gestión de conflictos sociales trabaja con un esquema preventivo. Diseña un mapa "semaforizado" con zonas donde pueden surgir conflictos. Antes de operar en una zona conflictiva, hacemos un trabajo previo de sensibilización sobre las antenas y las radiaciones no ionizantes. También asesoramos a nuestros proveedores y contratistas para que actúen de la mejor manera posible. Ellos emplean a personas de las comunidades y contribuyen así a generar empleo y crecimiento económico.

Durante 2017 generamos 1572 puestos de trabajo indirecto en los 24 departamentos del país. Llevamos a cabo 91 charlas informativas, participamos en 65 eventos de negociación y mediación, y desarrollamos 10 charlas sobre salud y mujer.

### EL LIRIO: UNA EXPERIENCIA EXITOSA

Del 2017 destacamos el caso del caserío El Lirio, en Cajamarca, con cuya población negociamos la instalación de una antena. Recién pudimos instalarla tras 5 meses de mediación. Para ello diseñamos una estrategia de comunicación basada en los beneficios de contar con conectividad y desarrollamos el slogan "Tu antena amiga". En esta ocasión, 10 mujeres de la ronda campesina local vigilaron voluntariamente la construcción del sitio. Les brindamos charlas sobre violencia contra la mujer.



DURANTE 2017 GENERAMOS

**1572**

PUESTOS DE TRABAJO  
INDIRECTO EN LOS

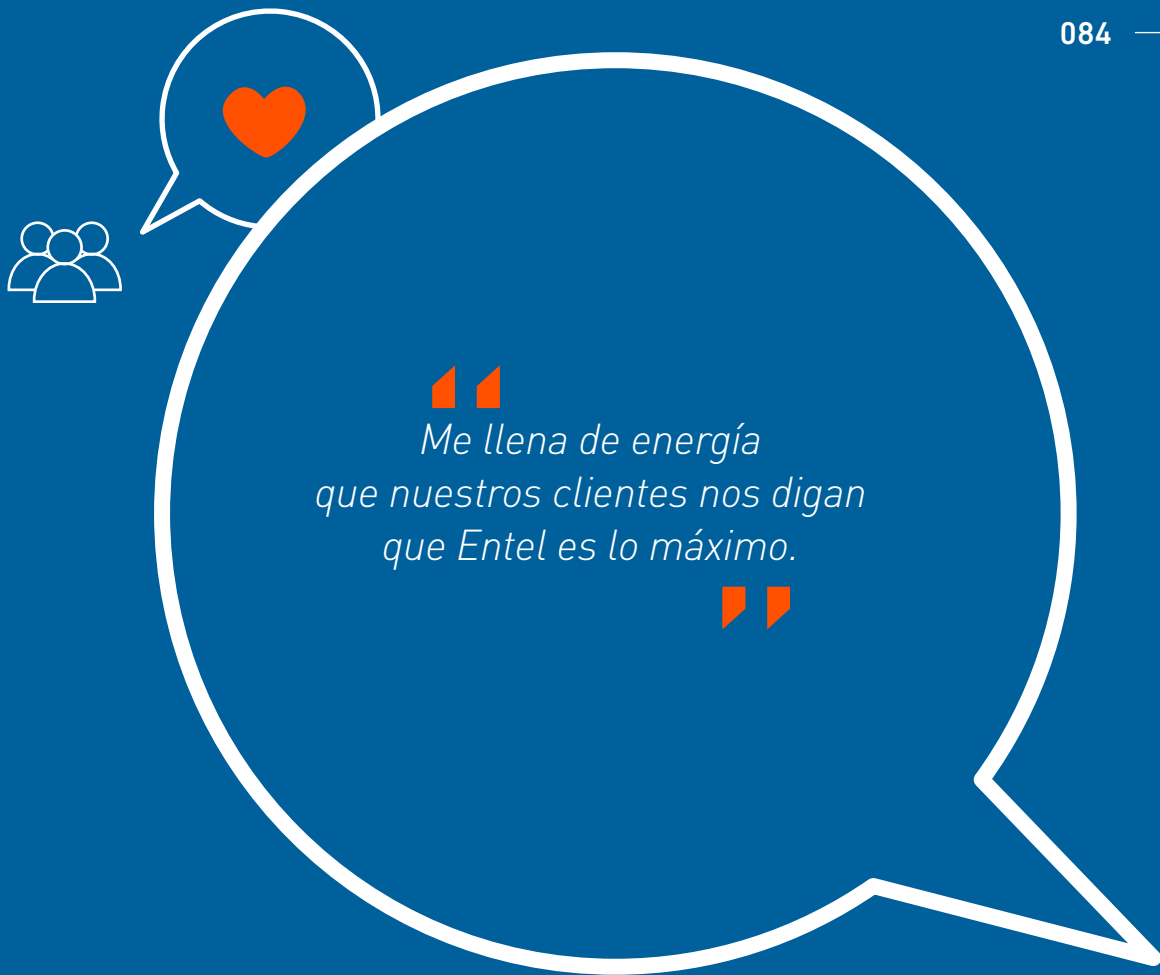
**24**

DEPARTAMENTOS DEL PAÍS.

082







“  
*Me llena de energía  
que nuestros clientes nos digan  
que Entel es lo máximo.*  
”



*Lucho*  
**Bustinza Espinoza**

ASESOR  
INTEGRAL TIENDA  
SAN JUAN DE  
MIRAFLORES

### 3.6. Programas sociales

Nuestros programas se ejecutan en coordinación con las autoridades y vecinos de las zonas donde instalamos antenas para asegurar el éxito de cada proyecto y afianzar la relación con las comunidades.

#### TELETÓN

Desde 2015 somos auspiciadores y el operador oficial de la Teletón. Nuestro personal y nuestra plataforma de telecomunicaciones a nivel nacional brindan soporte de conectividad y telefonía para que los peruanos puedan donar a través de llamadas y mensajes de texto locales, nacionales e internacionales.

También aseguramos la cobertura y la difusión ininterrumpida de las 23 horas en vivo de Teletón que transmiten los canales de televisión a través de nuestro servicio de banda ancha.

Además, donamos S/ 250 mil a la Teletón como aporte propio. Y nuestros colaboradores, reflejando su gran sensibilidad social, recolectaron S/ 68 183 adicionales.

#### SUMAQ LLAQTA

Sumaq Llaqta significa 'pueblo hermoso'. Este programa ejecuta campañas escolares, de salud y festividades culturales. Durante 2017 beneficiamos a 2320 personas en 6 departamentos e invertimos S/ 139 200 en donaciones y mejoras para las comunidades. Destacamos el Sumaq Llaqta de El Lirio, en Cajamarca, donde entregamos 4 computadoras con acceso gratuito a internet para el centro educativo local.

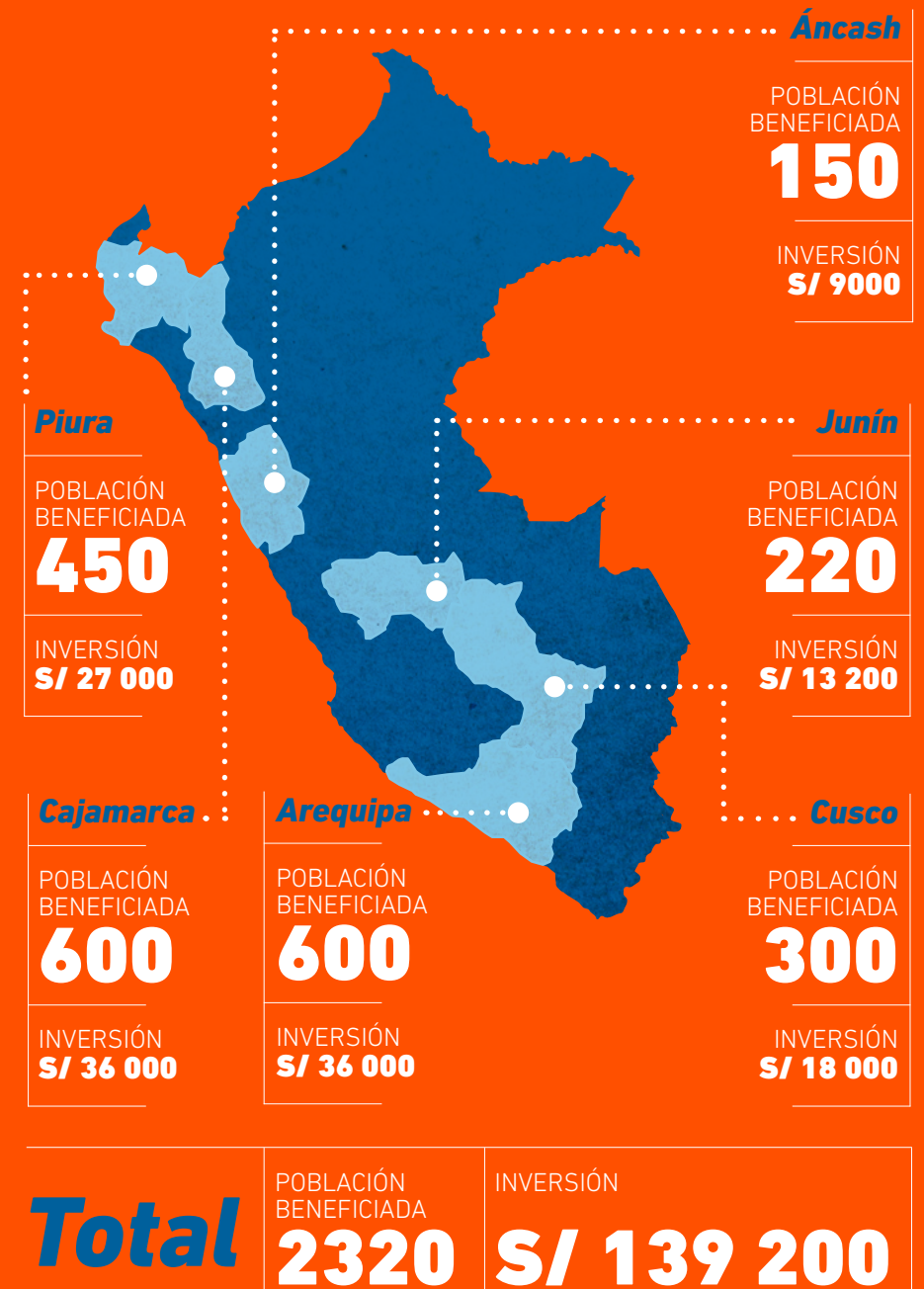
#### HÉROES ENTEL

El compromiso y el interés de nuestros colaboradores por participar en acciones de apoyo social forma parte de nuestra cultura. Héroes Entel reúne acciones solidarias lideradas por nuestros colaboradores e impulsadas por nuestra alta dirección. En 2017, contó con 100 colaboradores voluntarios de manera recurrente.

086

087

## ALCANCE DE SUMAQ LLAQTA





## 3.6. Programas sociales

### ENSEÑA PERÚ

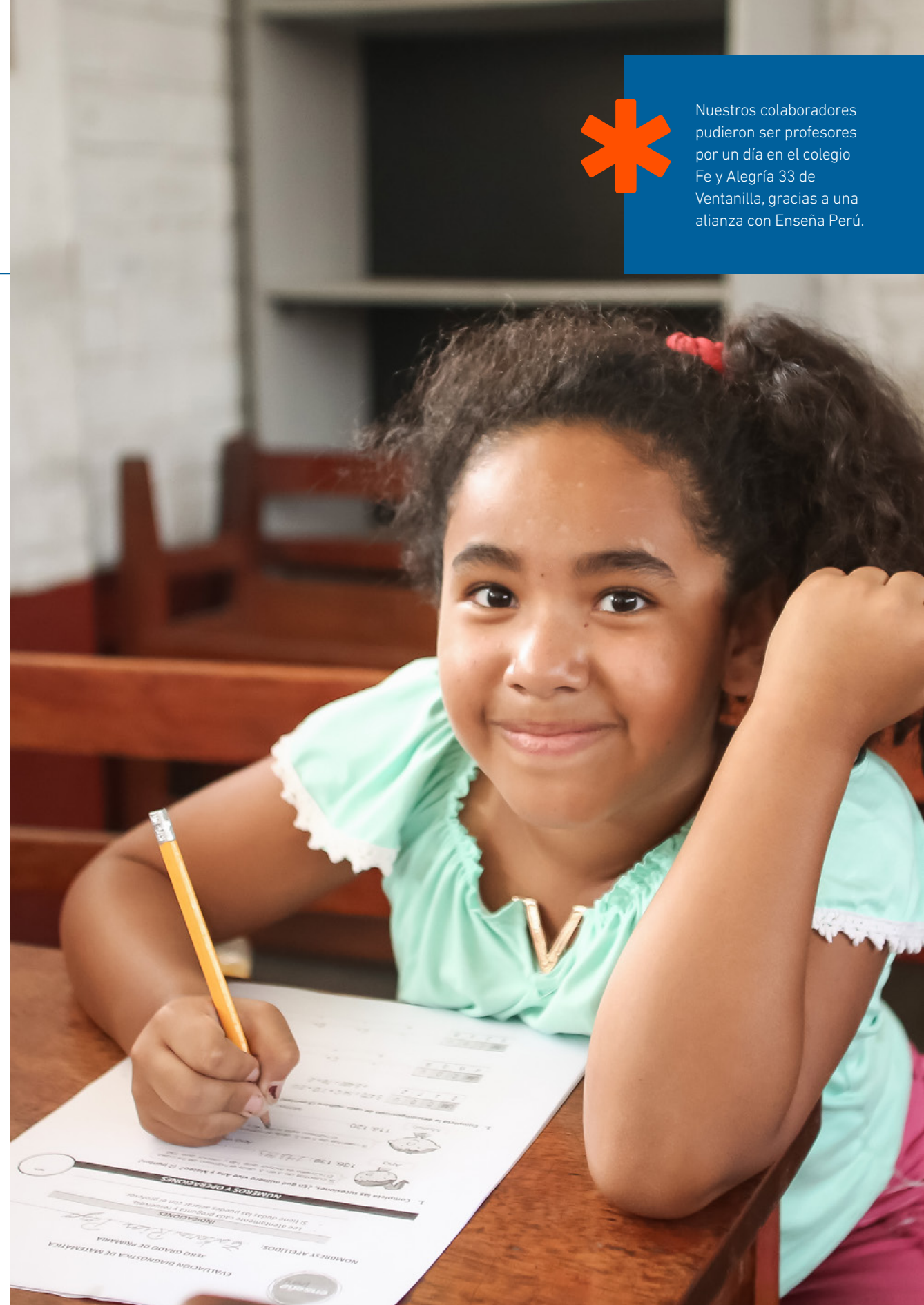
En Entel creemos en el poder de la educación como la principal herramienta de transformación hacia el desarrollo sostenible de nuestro país. También representa un buen camino para promover las TIC y desarrollar una cultura digital. Con ello en mente, formamos una alianza con Enseña Perú. Y gracias a ella más de 800 niños han recibido nuestro apoyo expresado en recursos económicos, conectividad, acceso a internet y voluntariado corporativo.

En 2017 llevamos a cabo 2 voluntariados. Durante el primero participó un socio de Enseña Perú y buscamos solucionar un problema de la comunidad. En el segundo, La Escuelita Entel, 3 de nuestros gerentes fueron profesores por un día. En total, más de 200 colaboradores y 500 niños han participado en estos voluntariados.

También organizamos, junto con Enseña Perú y el Colegio San Agustín, un encuentro para inspirar sobre la educación. Asistieron 1200 personas y participaron aliados de la red Teach For All para hablar sobre cómo educar de manera distinta.

Desde el año 2014 trabajamos con 5 colegios y ofrecimos 18 mil horas de impacto. Además, facilitamos el aprendizaje de 500 niños en Cajamarca, Satipo y Arequipa, a quienes brindamos conectividad gratuita a través de módems de internet.

088



Nuestros colaboradores pudieron ser profesores por un día en el colegio Fe y Alegría 33 de Ventanilla, gracias a una alianza con Enseña Perú.



DESDE EL AÑO

**2014**

TRABAJAMOS CON 5  
 COLEGIOS Y OFRECIMOS

**18**  
 MIL HORAS

DE IMPACTO.



## 3.6. Programas sociales

### EL NIÑO COSTERO

Nuestro compromiso con conectar mejor a los peruanos nos moviliza a estar preparados frente a posibles emergencias locales.

Contamos con una red con respaldo. Esto significa que, ante cualquier evento fortuito —como un desastre natural— que desestabilice la señal, activamos conexiones alternativas para asegurar la continuidad de nuestra red.

Durante El Niño Costero, nuestra gerencia de Monitoreo de Red y NOC activó oportunamente un Comité de Emergencia y pudo entablar los enlaces necesarios para que la red no se viera afectada por los huaycos. Nuestro riguroso sistema de monitoreo pudo identificar y priorizar las zonas más críticas.

También respondimos con estas acciones:

- Activamos llamadas gratuitas en Piura. Habilitamos SMS y Facebook Chat gratuito desde Áncash hasta Tumbes.
- Regalamos 1500 chips prepago con una pequeña carga. Activadores en cada estación de radio y la prensa fueron nuestros aliados para entregarlos.
- Junto con los demás operadores colaboramos con la Telefón, un sistema que centralizaba las donaciones y las derivaba al INDECI.
- Habilitamos puntos de acopio en algunas tiendas de Entel para recolectar víveres y donaciones.
- Difundimos SMS con mensajes oficiales del presidente de la república. Además, mantuvimos una coordinación constante con el viceministro de Comunicaciones.
- Ejecutamos la política de no-corte de servicio por falta de pago en zonas de desastre y amnistía de un mes de servicio.

090

091

## 3.7. Vinculación con medios de comunicación

Desarrollamos relaciones honestas y de largo plazo con medios de comunicación, periodistas y líderes de opinión. Basamos estas relaciones en los pilares de transparencia, veracidad y rapidez en la información que brindamos. Nos mostramos como una empresa abierta y disponible para brindar la información que los medios de comunicación requieran.

Nuestra gerencia de Relaciones Institucionales y Sostenibilidad es responsable de gestionar estas relaciones. Hoy es una fuente de información exclusiva, confiable y legítima para la prensa.

### PREMIO PERIODISMO RESPONSABLE

El Premio Periodismo Sustentable (PESU) premia trabajos periodísticos que contribuyan a construir una sociedad más inclusiva y sustentable, que promuevan el debate público y que sensibilicen a la opinión pública sobre la importancia de sostenibilidad y tecnología, iniciativas comunitarias y urbanas, innovación y medio ambiente. Para esta distinción nos patrocinan Entel Chile, creador de esta iniciativa, y la Universidad Católica de Milán.

### 3.7. Vinculación con medios de comunicación

092

#### APARICIONES EN PRENSA

En 2017 la prensa nos mencionó en 2074 publicaciones directas sobre Entel. 92% de estas publicaciones fueron positivas y neutras. También registramos 145 publicaciones sobre temas de sostenibilidad. En promedio, esto equivale a 12 apariciones mensuales en plataformas. Es importante resaltar que las notas enfocadas a sostenibilidad son limitadas ya que los medios especializados escasean.



04



# CONECTA- DOS CON NUESTROS CLIENTES

REPORTE DE  
SOSTENIBILIDAD  
ENTEL / 2017



## 4.1. Centrados en nuestros clientes

Desde que llegamos al Perú nuestra estrategia estuvo centrada en brindar a nuestros clientes y usuarios la mejor experiencia, desde su primer contacto con nosotros y durante toda la interacción y la relación con Entel.

Nuestras vicepresidencias de Mercado Personas y Mercado Empresas investigan todos los aspectos de la experiencia integral. Personas concentra el 88% de usuarios de Entel y Empresas el 12%.

Al cierre de 2017, registramos 6 511 079 usuarios\*. Estas cifras se traducen en un crecimiento del 36% en usuarios frente a 2016. El crecimiento responde en gran medida a la portabilidad en líneas telefónicas, a nuestra manera de comunicar nuestra oferta disruptiva desde nuestra llegada y a nuestra creciente consolidación como empresa de telecomunicaciones que ofrece una alternativa diferente.



AL CIERRE DE 2017 REGISTRAMOS

**6 511 079**  
USUARIOS\*

096 ————— 097

### MIGRACIONES A ENTEL 2016-2017

Mercado	2016	2017
Personas	544 616	214 930
Empresas	162 988	196 176
<b>Total</b>	<b>707 604</b>	<b>411 106</b>

#### PORTABILIDAD

Agilizamos los trámites de portabilidad y redujimos los plazos de 7 días a 1 día, de acuerdo a ley. Esto nos ha permitido ganar 1 541 000 líneas de usuarios que migraron a Entel entre 2014 y 2016, con un crecimiento total del 36% frente a 2016.

#### MERCADO PERSONAS

En 2017 continuamos aumentando nuestra base de clientes y usuarios en Personas, con un crecimiento de 21% en clientes prepago y 38% en postpago versus 2016. Con ello, los ingresos por el sector han presentado un crecimiento del 34%.

#### MERCADO EMPRESAS

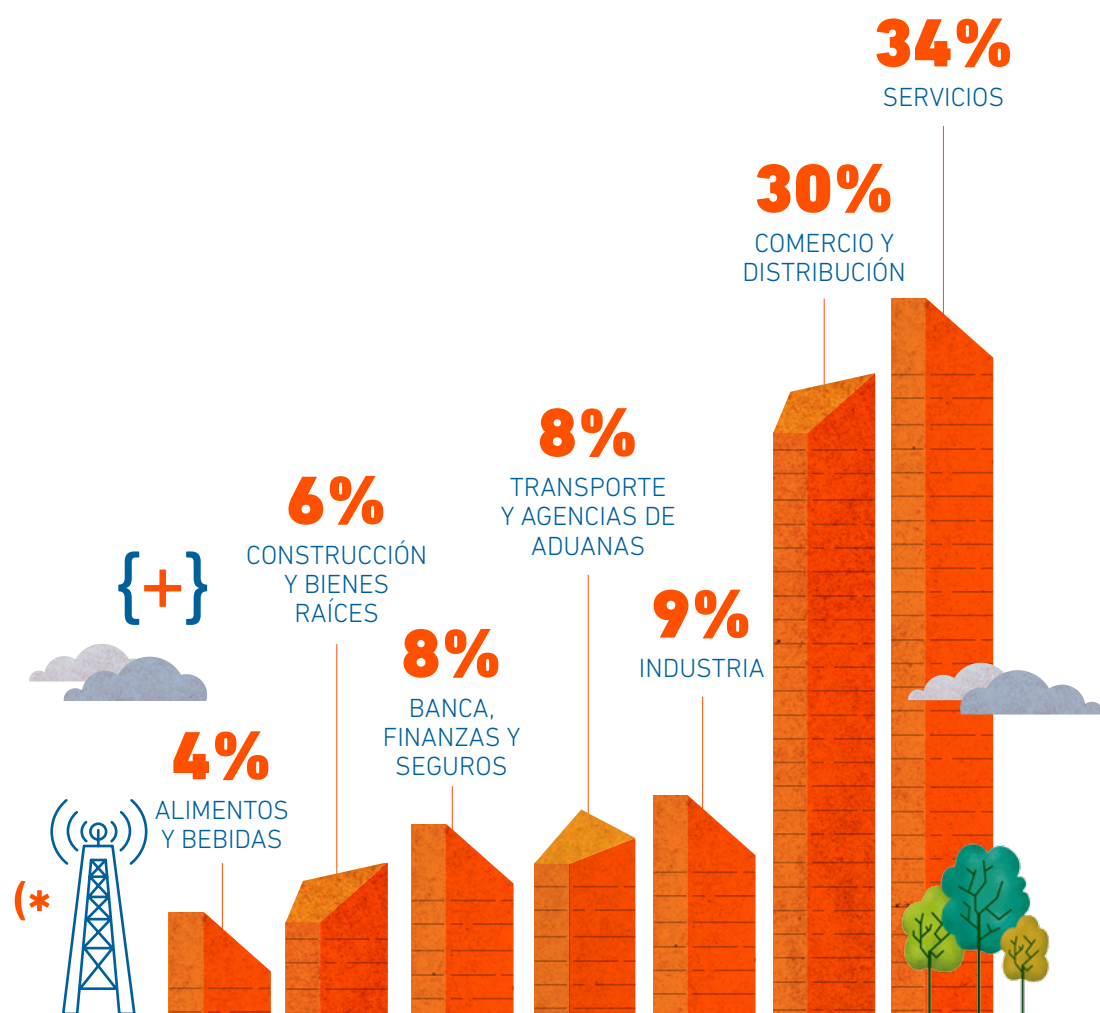
Al cierre de 2017 contamos con 246 421 clientes y con 810 995 usuarios de Empresas, distribuidos entre corporaciones, grandes empresas, pymes y SOHO (Small Office Home Office). Esta cifra representa un crecimiento de 35% en la base de clientes y de 16% en la base de usuarios frente a 2016. En cuanto a ingresos, Empresas es responsable de un crecimiento de 17% con respecto a 2016.

La siguiente tabla resume cómo se distribuyen los principales sectores de negocio a los que atendemos con nuestros servicios:

## DISTRIBUCIÓN DE LÍNEAS POR SECTOR

Porcentaje de líneas sobre el total de clientes

098



## 4.2. Canales de atención

Para estar más cerca de nuestros clientes tenemos los canales de atención de call center, puntos de venta (tiendas y agentes autorizados), canales en línea (entel.pe y App Entel) y redes sociales. Las personas encargadas de la atención al cliente reciben una compleja inducción de 25 días porque deseamos que estén alineados con nuestros parámetros de atención. Tenemos 714 centros de atención en los 24 departamentos del Perú.

### TIENDAS DE ENTEL

Tipo	Definición	Puntos en 2017
Tiendas propias	Son centros de atención que nos pertenecen y donde tenemos colaboradores Entel.	25
Tiendas franquiciadas	Son centros de atención cuya administración está a cargo de terceros y donde no contamos con colaboradores Entel.	140
Agentes autorizados	Son módulos de venta dentro de centros comerciales, administrados por terceros.	549
<b>Total</b>		<b>714</b>

### CANALES EN LÍNEA

Nuestro objetivo es ofrecer la mejor experiencia a través de canales fáciles de entender y que los usuarios encuentren lo que quieren con la menor cantidad posible de clics. Queremos que nuestros canales en línea representen una potente vía de autogestión, con 2 plataformas principales: App Entel y entel.pe.

Hemos mejorado la trazabilidad de los viajes de nuestros clientes en estos canales. Y con ello hemos identificado brechas y mejorado las funcionalidades y los procesos internos que permiten a nuestros usuarios tener la mejor experiencia mientras que se autoatienden. Definimos las mejoras mediante un proceso de cocreación y validación con los usuarios y que consistió en elaborar prototipos, probarlos, retroalimentarlos y hacerles los ajustes necesarios.

### ENTEL.PE

Nuestra web se compone de la web pública y la web privada para clientes y usuarios de Entel. Un logro importante en la web privada es que hemos definido flujos más amigables y ahora se pueden hacer transacciones (comprar bolsas, recargar, consultar de saldos) sin necesidad de iniciar sesión. Por su parte, la web pública se ha establecido como un canal de ventas interesante para la compañía. En ambas webs hemos ampliado nuestra pasarela de pagos y ahora aceptamos varios operadores de tarjetas de crédito.

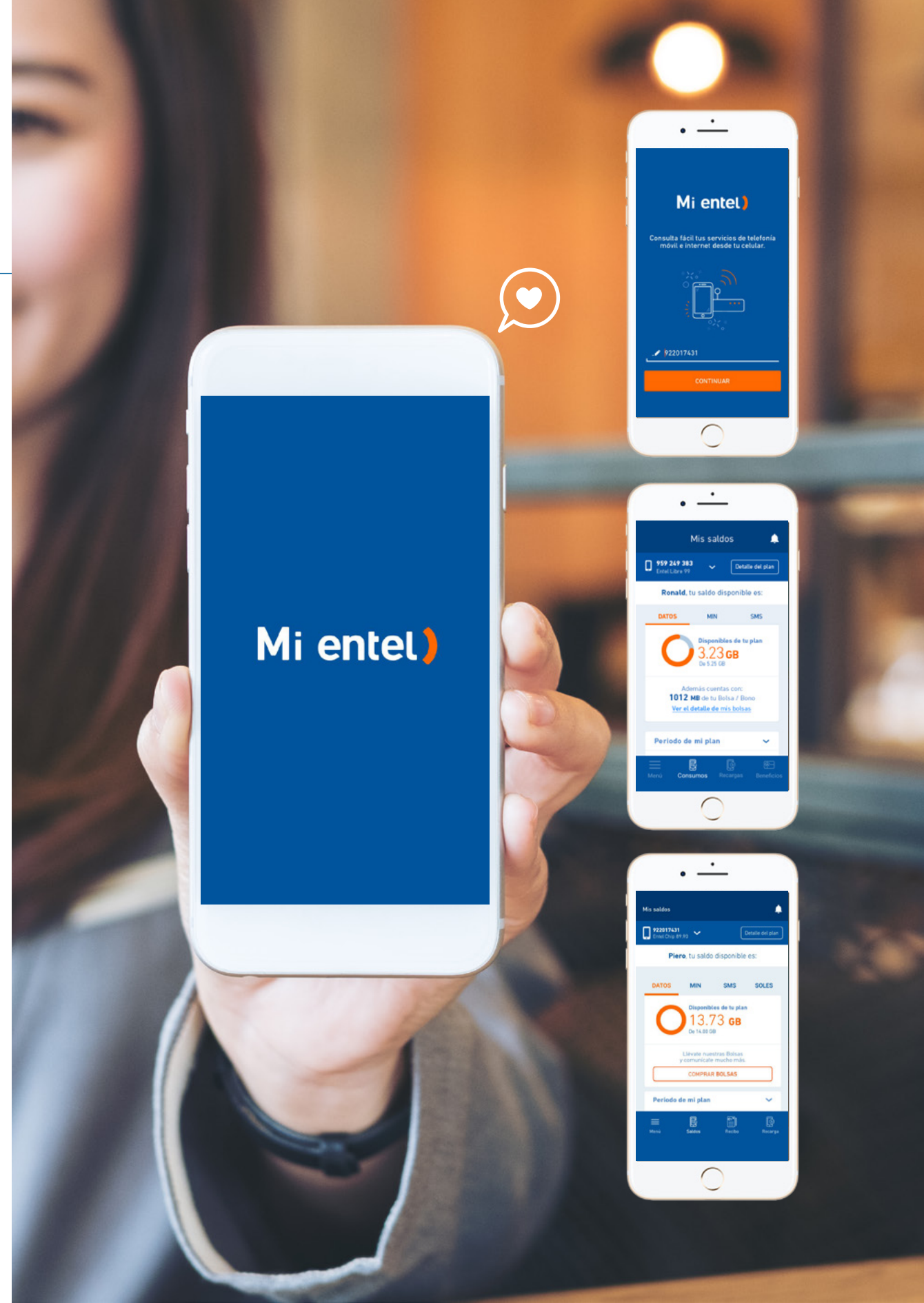


## 4.2. Canales de atención

### APP ENTEL

Para consolidar la App Entel como un canal de autoatención nos trazamos —y cumplimos con éxito— el objetivo de actualizarla todos los meses y así ampliar sus funcionalidades. Incorporamos el inicio de sesión automático (sin necesidad de contar con usuario y contraseña), ampliamos la pasarela de pagos y, escuchando las sugerencias de nuestros usuarios, incluimos la función de comprar recargas con cargo al recibo para clientes postpago. Todas estas mejoras nos han llevado a incrementar los usuarios de la App Entel en 333%.

**{+}**  
**333%**  
 DE INCREMENTO EN LOS  
 USUARIOS DE LA APP ENTEL



## 4.3. La mejor experiencia

Tenemos como compromiso ofrecer a nuestros clientes y usuarios la mejor experiencia no solo en conectividad sino en todas las interacciones y transacciones que realicen con Entel.

Dos gerencias y dos comités de Experiencia atienden nuestros sectores de Mercado Personas y Mercado Empresas. Los comités de Experiencia están conformados por el gerente general, la vicepresidencia de Mercados y los gerentes de Sistemas, Redes y Planificación. Se reúnen quincenalmente y discuten los temas y las acciones que impactan en la experiencia y en la satisfacción de nuestros usuarios. Las áreas de Experiencia son responsables de gestionar sus decisiones, junto con otras áreas de la compañía.

### VIAJES Y EXPERIENCIAS

Nos alimentamos con información de nuestras redes sociales, de los canales de atención, de encuestas y de focus groups. Así identificamos los llamados "viajes": procesos internos que acompañan a cada transacción de clientes y usuarios, o sea lo que viven nuestros clientes en su interacción con nosotros.

También identificamos los procesos que debemos cambiar para mejorar la experiencia de nuestros clientes y usuarios. Nuestro objetivo es que los clientes se esfuercen lo menos posible y se puedan autoatender.

Durante 2017 revisamos y modificamos 13 viajes de servicio técnico, procesos de ventas, facturación y cobranzas, reclamos y renovación de equipos. También destacamos nuestra política paperless: nuestros clientes deben firmar la menor cantidad de documentos. Así simplificamos nuestra atención y reducimos los impactos ambientales derivados del consumo de papel.

104 ————— 105

### ENTEL LOVERS

En 2018 ejecutaremos Entel Lovers, un proyecto para consolidar internamente la cultura de experiencia y satisfacción del cliente. Se compone de 23 iniciativas que buscan que la satisfacción sea un objetivo transversal en toda nuestra organización.

### EVENTOS Y MARKETING

Llegamos con la promesa de conectar al Perú de manera sostenible y con un compromiso a largo plazo no solo hacia nuestros clientes y usuarios, sino hacia todos los peruanos. Una forma de acercarnos más a ellos es organizando y auspiciando eventos innovadores que, además de posicionar nuestra marca, promuevan la tecnología, el deporte y la gastronomía.

### ENTEL MEDIA FEST

Dirigido a un público de 13 a 18 años, reúne a importantes youtubers que brindan seminarios y presentaciones sobre tecnología, datos y conectividad. En 2016 y 2017 participaron 8 mil y 12 mil asistentes respectivamente.

{+}  
**2800**  
PERSONAS PARTICIPARON EN EL FESTIVAL ENTEL TIENE FILO

### ENTEL TIENE FILO

Comenzó en 2017 en Piura y Chiclayo. Es un festival gastronómico que promueve el sentido de pertenencia de la cocina local. Participan restaurantes y picanterías seleccionadas por el público. Asistieron 2800 personas.



### 4.3. La mejor experiencia

#### ENTEL 10

Desde 2014, este evento alinea nuestra marca con el deporte, con estilos de vida saludables y con la salud. Es una carrera de muy largo aliento: 10 kilómetros que se correrán todos los años durante una década. Así queremos transmitir nuestro compromiso de permanencia en el país conectando mejor a los peruanos. Cada edición convoca a 9 mil personas y termina con un vistoso show musical. En 2023 premiaremos a los participantes de todas las ediciones y a quienes hayan obtenido los mejores resultados.



Cada año, la Carrera Entel 10 apoya a la Fundación Peruana de Cáncer. Con los aportes, financian el albergue Heller.



## 4.4. Satisfacción de nuestros clientes

La satisfacción de nuestros clientes y usuarios es un objetivo estratégico y transversal para toda nuestra compañía. Buscamos consolidar el liderazgo en la satisfacción de nuestros clientes.

Para monitorear este objetivo, cada mes llevamos a cabo estudios de la satisfacción donde medimos la percepción de aspectos y procesos como calidad del servicio, precios, cobranza, facturación y reclamos. También encuestamos a nuestros usuarios para evaluar la atención que reciben en nuestros canales. Nuestros segmentos de Empresas y Personas disponen de estudios y encuestas independientes.

Al cierre de 2017 logramos una satisfacción de 74% para el mercado de Personas y de 83% para el mercado Empresas. Esto representa un aumento del 3% para Personas y una disminución de 1% para Empresas en relación con los resultados de diciembre de 2016. Con ello tenemos una brecha de hasta 36% sobre la competencia en el sector personas y de hasta 38% sobre el sector empresas\*.

También llevamos a cabo estudios de tracking de marca. En mercado de Empresas se realiza una vez al año. En este período incluimos 3 regiones más que en 2016 y nos extendimos a la región selva.

108

### INDICADORES DE TRACKING DE MARCA

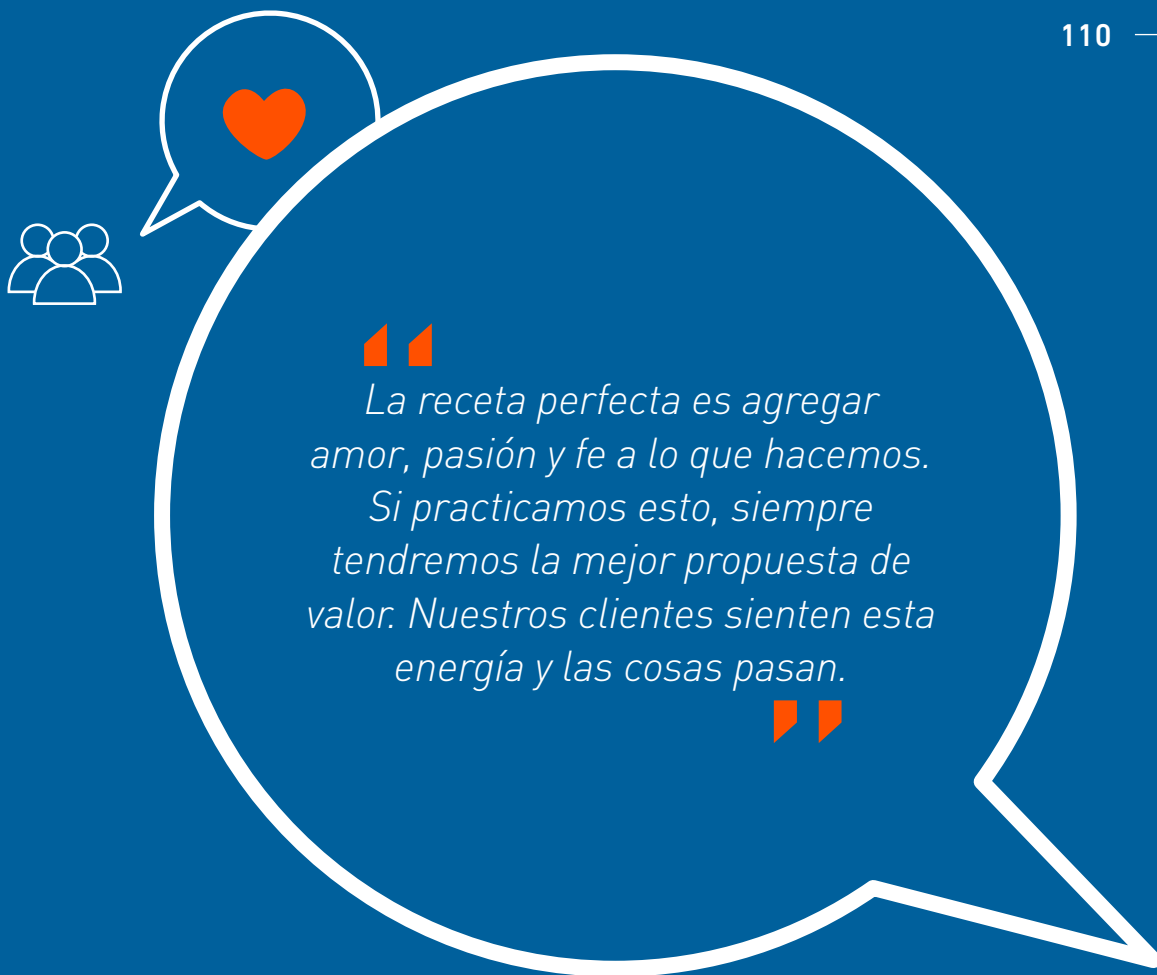
Indicador	Mercado Personas		Mercado Empresas	
	2016	2017	2016	2017
Top of mind	14%	17%	17%	22%
Consideración	39%	34%	52%	46%



\* Calculada sobre el menor resultado obtenido por las empresas competidoras.







“  
*La receta perfecta es agregar amor, pasión y fe a lo que hacemos. Si practicamos esto, siempre tendremos la mejor propuesta de valor. Nuestros clientes sienten esta energía y las cosas pasan.*  
”



Natalia  
**Carranza Mauricio**

EJECUTIVO  
DE NEGOCIOS  
CORPORACIONES

## 4.5. Soluciones para empresas

Llevamos a cabo estudios especializados sobre la realidad del mercado y estamos al tanto de las tendencias en TIC para ofrecer soluciones que hagan más ágiles, eficientes y productivos los negocios de nuestros clientes.

Valoramos el entendimiento de sus negocios y nutrimos su confianza al ofrecer más servicios acordes a sus necesidades. Estas acciones están soportadas y desarrolladas por las gerencias de Mercado y Marketing y Producto.

Además de ofertas flexibles con muchos minutos y gigas, para que siempre estén conectados a sus correos, WhatsApp y Waze, y además de nuestros servicios de internet fijo y móvil, ofrecemos estos servicios para mejorar la productividad de los negocios:

### SOLUCIONES MÓVILES

- **G-Suite, Office 356.** Agiliza la toma de decisiones de nuestros clientes al permitirles compartir archivos con facilidad, colaborar rápidamente y reunir a sus empleados de distintas ubicaciones.
- **Mobile Device Management (MDM).** Les permite gestionar de forma segura sus dispositivos.
- **Roaming**
- **M2M (machine to machine).** Controla aparatos electrónicos a través de un equipo celular. Es la base para las soluciones de IoT (Internet of Things). 63 clientes nuestros ya usan estas soluciones.

112 ————— 113

### APLICACIONES PARA CAMPO

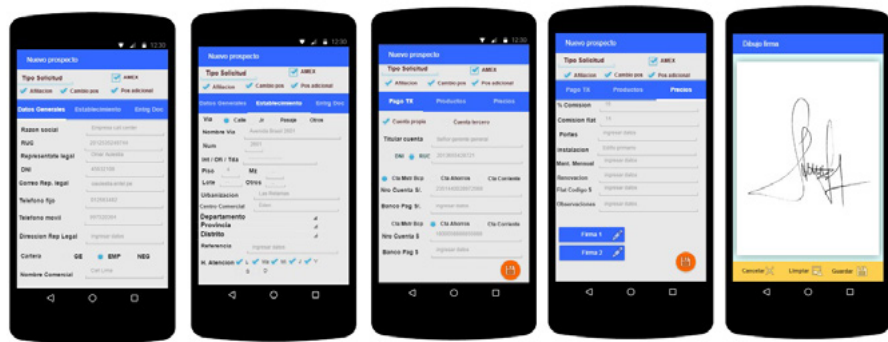
- **Toma Pedidos.** Toma pedidos y envía información en línea para distribuidoras de abarrotes, alimentos y bebidas. Cuenta con un GPS para rastrear las órdenes.
- **Actividades de Campo.** Controla actividades para empresas de servicios. Esta aplicación flexible permite generar flujos de trabajo según el servicio que prestan. También incluye un GPS.
- **Seguimiento en Ruta.** Rastrea personal durante labores de transporte.
- **Servicio de Localizador.** En 2018 hemos lanzado el servicio de localizador, que permite ubicar un equipo mediante una plataforma de red. Gracias a su potencia, ubica los terminales sin necesidad de un GPS.

### EVENTOS PARA EMPRESAS

Pensando en nuestros clientes Pyme, en 2017 lanzamos nuestra plataforma Ruta del Éxito en Lima, Piura, Trujillo, Chiclayo, Arequipa y Huancayo. La Ruta del Éxito ofreció charlas sobre emprendimiento, panorama económico y herramientas comerciales, con buenos conferencistas y contenidos desarrollados específicamente para sus mercados y segmentos. Participaron 1656 empresarios.

También realizamos por segundo año la Gira Entel: reuniones con especialistas importantes dirigidas al segmento de corporaciones y grandes empresas. Estuvimos en Cusco, Arequipa, Chimbote, Ica, Piura, Chiclayo y Trujillo. Desarrollamos 11 eventos donde 983 empresarios hablaron sobre conectividad, trabajo en equipo y negociaciones efectivas. También organizamos 2 desayunos durante los que presentamos nuestras soluciones tecnológicas para agilizar los negocios.

Auspiciamos 16 eventos y ferias empresariales para corporaciones, grandes empresas y pymes. Destacaron CADE, NED, Yo Constructor e INNAGRO.





05



# UN EQUIPO CONECTADO

REPORTE DE SOSTENIBILIDAD  
ENTEL / 2017

## 5.1. Cultura Entel

Nos reinventamos constantemente para profundizar nuestro rol de liderazgo a través de las personas que conforman nuestro equipo. Estamos comprometidos con su desarrollo y aprendizaje: buscamos ser un lugar donde las personas puedan realizarse y crecer integralmente. Trabajamos bajo la premisa de que somos un equipo comprometido, centrado en el cliente y con vocación de servicio.

Seis pilares culturales determinan y guían nuestro comportamiento diario:

116

117

## NUESTROS PILARES CULTURALES

1



### **Trabajo en equipo colaborativo**

Trabajamos con espíritu de equipo. Privilegiamos la visión global sobre la propia para alcanzar un fin común. Establecemos relaciones de cooperación transversal y compartimos conocimiento y experiencia.

2



### **Personas realizadas**

Promovemos y compartimos un ambiente exigente pero estimulante y entretenido, que les permite a las personas realizarse y crecer integralmente.

3



### **Pasión y perseverancia**

Trabajamos con energía y entusiasmo para exceder las expectativas de nuestros clientes. Nos motiva tanto alcanzar nuestros objetivos como transitar el camino para alcanzarlos.

4



### **Innovación y adaptación**

Buscamos nuevas formas de crear valor para la compañía con ideas que mejoren nuestros procesos y nuestra oferta. Aceptamos los errores como oportunidades de aprendizaje y somos capaces de adaptarnos a los cambios.

5



### **Centrados en el cliente**

Trabajamos con energía, actitud positiva e interés genuino para exceder las expectativas de nuestros clientes. Tomamos decisiones pensando en ellos y aspiramos a establecer relaciones de confianza a largo plazo.

6



### **Cumplimiento, calidad y excelencia**

Nos hacemos cargo responsablemente de nuestras decisiones y acciones. Nos comprometemos a cumplir con altos estándares de eficiencia y calidad. Mostramos una preocupación genuina por nuestros resultados.

## 5.2. Cifras demográficas sobre nuestros colaboradores

118

Hasta fines de 2017 contamos con un equipo humano de 2527 colaboradores, 5% más que en 2016. De ellos, 42% son mujeres. Esto se mantiene igual frente año pasado. 93% de nuestros colaboradores tiene contratos indefinidos. Esta cantidad se ha incrementado en 4% con respecto a 2016. 99.6% de colaboradores tiene contratos a tiempo completo.

### COLABORADORES POR REGIÓN, EDAD Y SEXO

86% de nuestros colaboradores trabaja en Lima. El número de colaboradores de provincias incrementó en 2%.

24% de nuestros colaboradores es menor de 30 años, mientras que 74% tiene entre 30 y 50 años. La población mayor de 50 años corresponde al 2%. La población de colaboradores entre 30 y 50 años se ha incrementado en 4%, ya que contratamos más colaboradores de este grupo etario como respuesta a una demanda de conocimientos más específica y experimentada.

### COLABORADORES POR CATEGORÍA LABORAL, REGIÓN Y SEXO

14% de nuestras colaboradoras mujeres ocupa puestos de alto mando o con personal a su cargo. Esta proporción se ha mantenido igual con respecto al año pasado. Esta cifra corresponde al 21% para la población masculina; también se mantiene vigente.

El total de nuevas contrataciones es similar al de 2016. Pero las contrataciones en provincias han incrementado en 10%. La proporción de mujeres contratadas en provincias también ha incrementado en 5%.

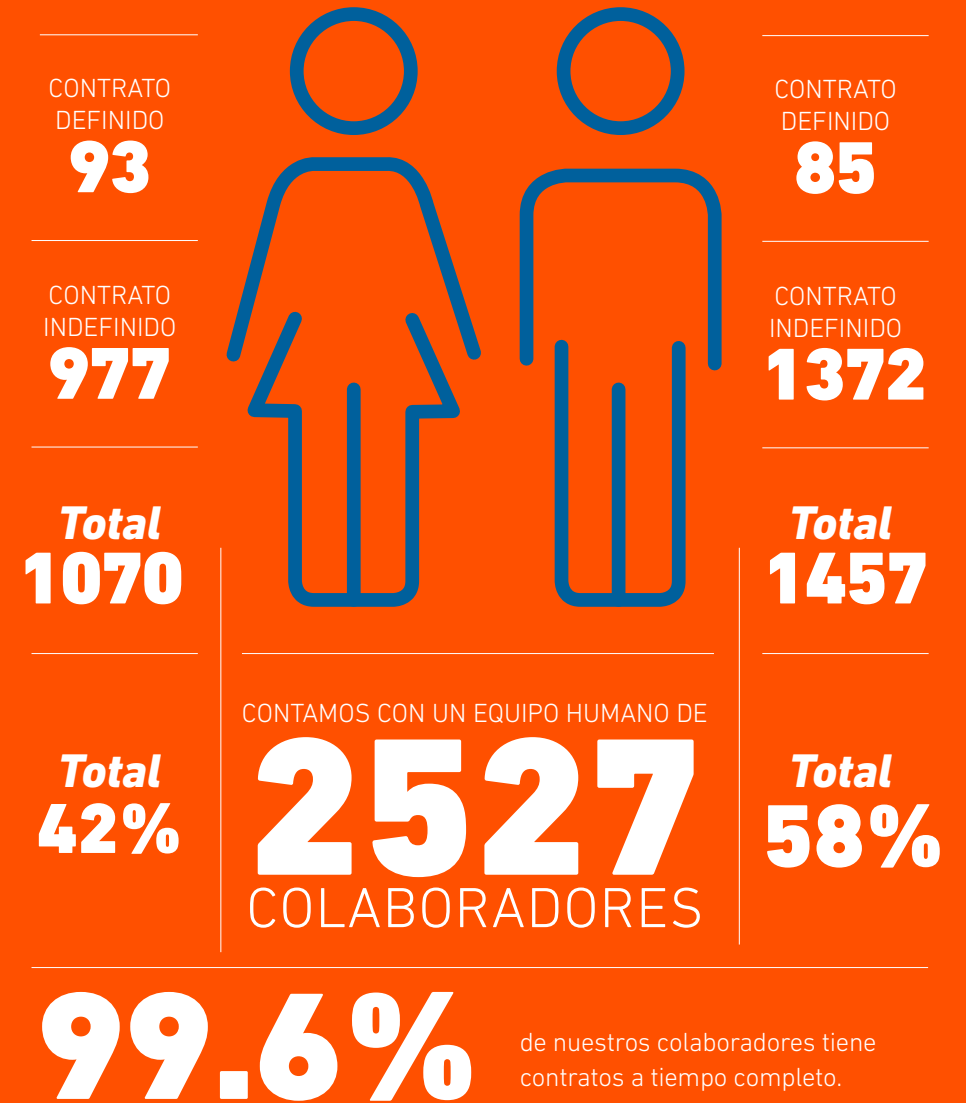
### CONTRATACIONES Y ROTACIÓN

En 2017 tuvimos 465 desvinculaciones de personal. De ellas, 68% fueron desvinculaciones voluntarias. La tasa de rotación voluntaria global es de 12%. En hombres es de 13% y en mujeres de 12%. Nuestra tasa de rotación global (voluntaria e involuntaria) es de 18%, similar al año anterior.

119

## COLABORADORES POR TIPO DE CONTRATO Y SEXO

Hasta fines de 2017

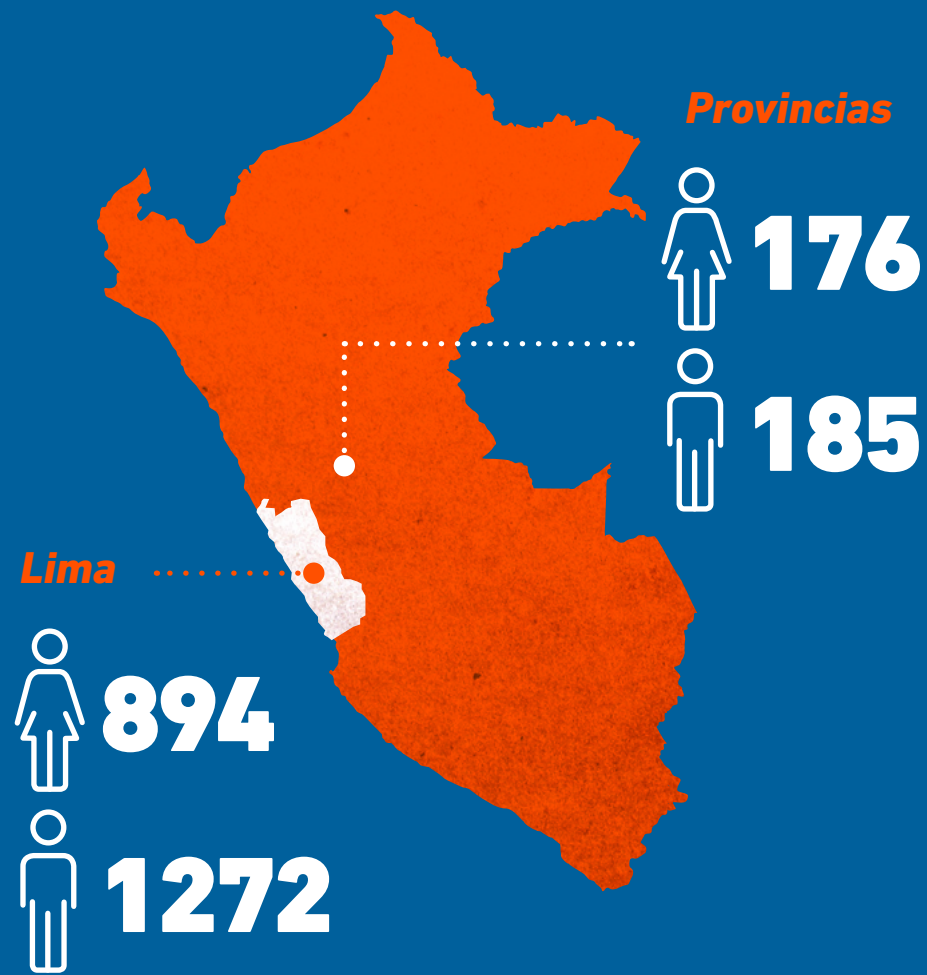




## COLABORADORES POR REGIÓN Y SEXO

Hasta fines de 2017

120



**Total**

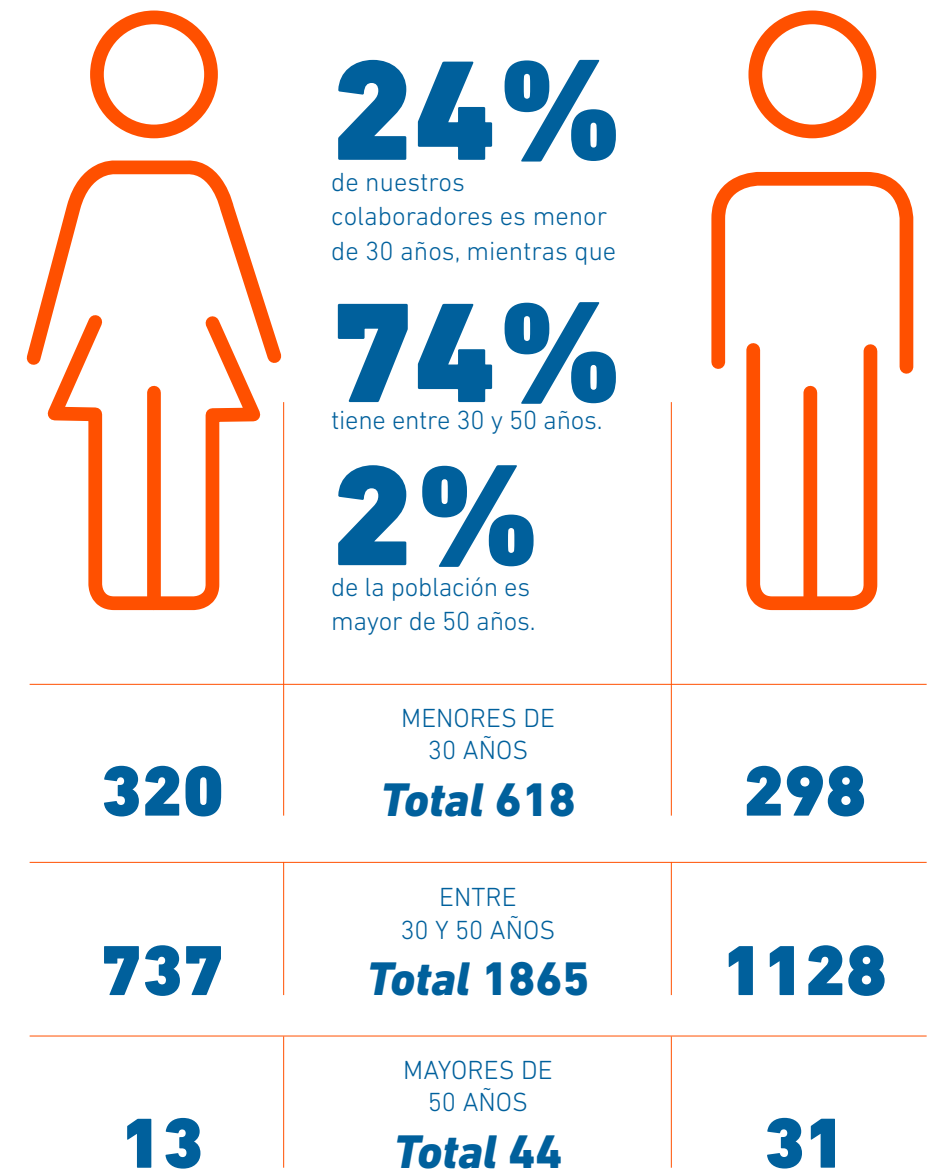
MUJERES  
**1070**

HOMBRES  
**1457**

## COLABORADORES POR EDAD Y SEXO

Hasta fines de 2017

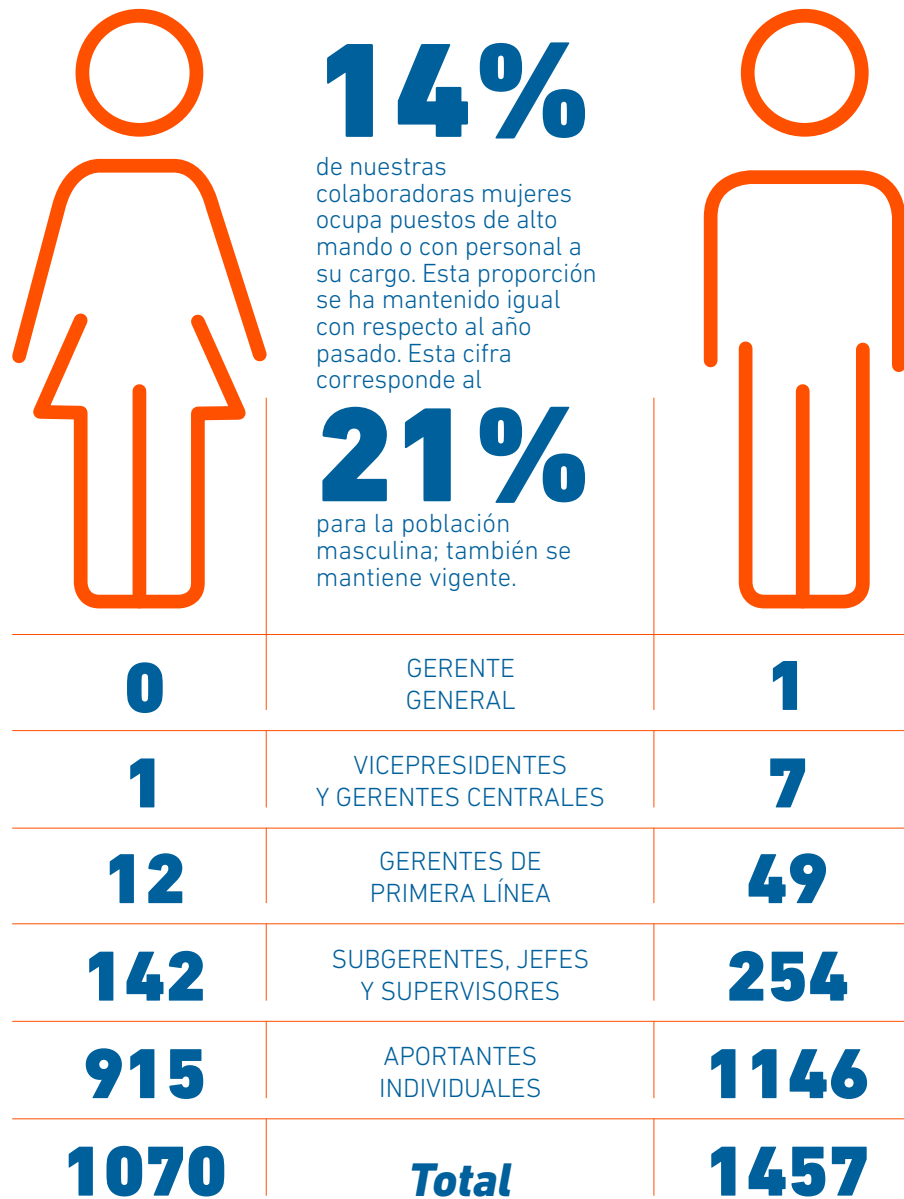
121



## COLABORADORES POR CATEGORÍA LABORAL Y SEXO

Hasta fines de 2017

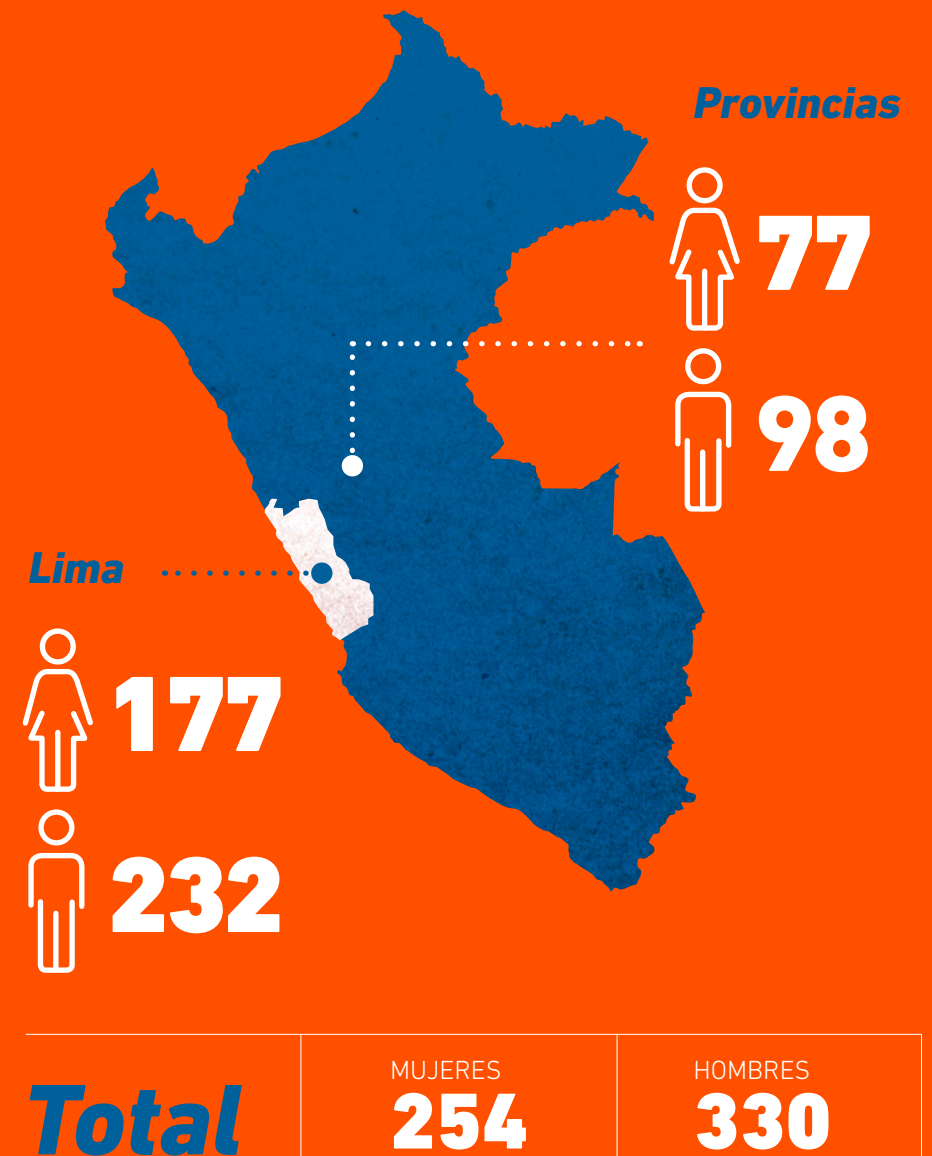
122



## NUEVAS CONTRATACIONES POR REGIÓN Y SEXO

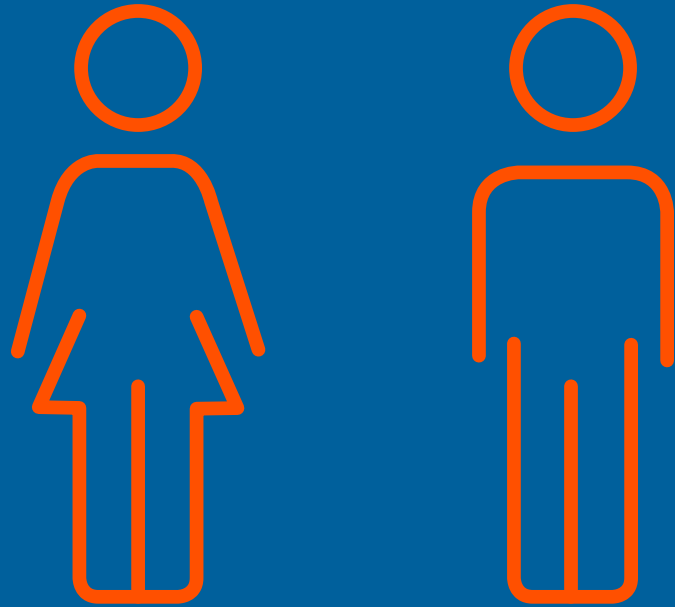
Hasta fines de 2017

123



# NUEVAS CONTRATACIONES POR EDAD Y SEXO

Hasta fines de 2017



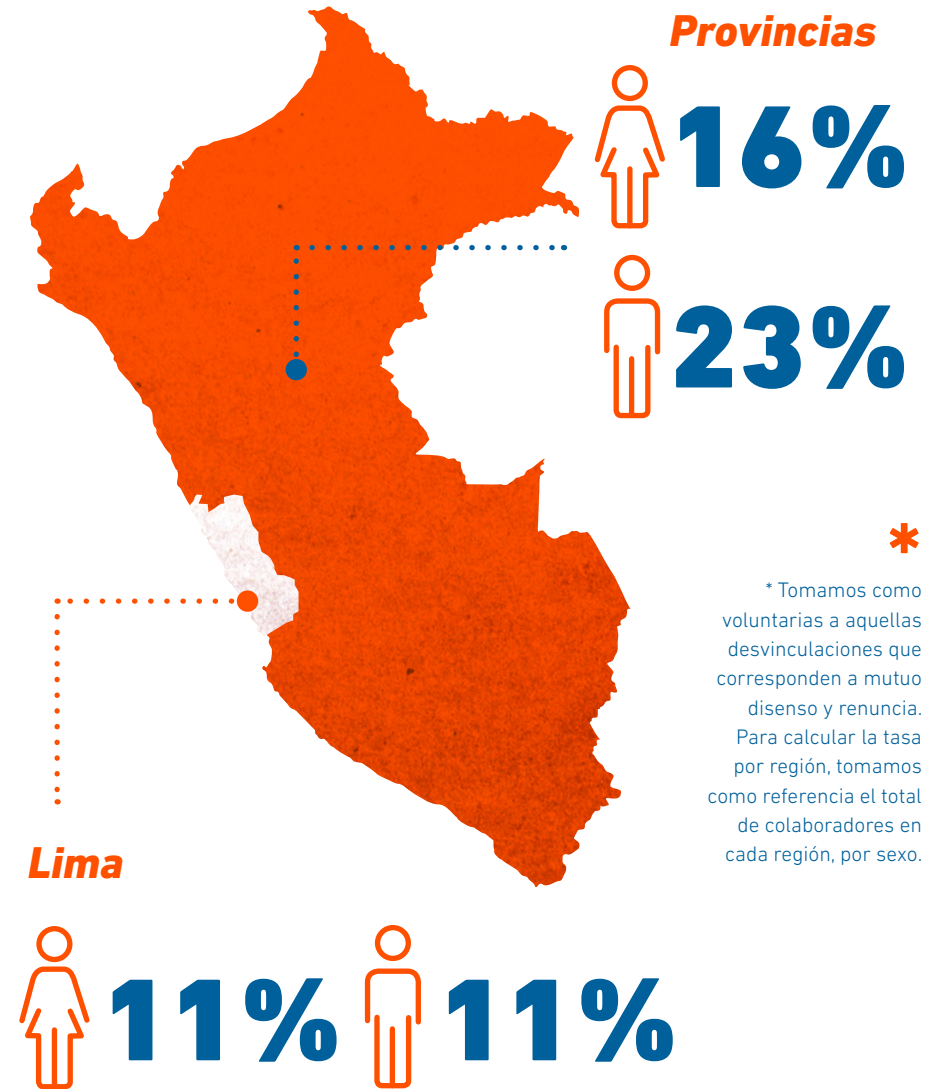
124

<b>151</b>	MENORES DE 30 AÑOS <b>Total 314</b>	<b>163</b>
<b>102</b>	ENTRE 30 Y 50 AÑOS <b>Total 268</b>	<b>166</b>
<b>1</b>	MAYORES DE 50 AÑOS <b>Total 2</b>	<b>1</b>

# ROTACIÓN VOLUNTARIA POR REGIÓN Y SEXO\*

Hasta fines de 2017

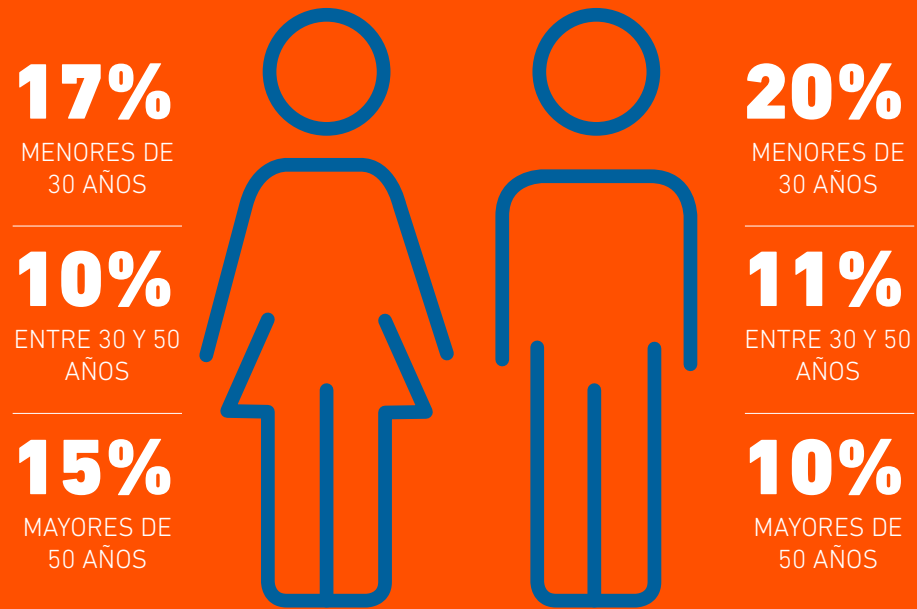
125





# ROTACIÓN VOLUNTARIA POR RANGO DE EDAD Y SEXO

Hasta fines de 2017



EN 2017 TUVIMOS

# 465

DESVINCULACIONES DE PERSONAL.

# 68%

fuero desvinculaciones voluntarias. La tasa de rotación voluntaria global es de 12%. En hombres es de 13% y en mujeres de 12%. Nuestra tasa de rotación global (voluntaria e involuntaria) es de 18%, similar al año anterior.



## 5.3. Calidad del empleo

Queremos velar por la estabilidad de todos nuestros colaboradores y hacer de Entel el mejor lugar para trabajar. Nuestro compromiso es que nuestros colaboradores se sientan realizados, felices y conectados con la compañía. Buscamos que se desempeñen en lo que quieren hacer y les brindamos las herramientas y recursos para que así sea.

### CLIMA LABORAL

Una Mesa de Clima conformada por personal de diferentes áreas de la gerencia de Capital Humano discute mensualmente todos los factores que influyen en el clima laboral. Como resultado, durante 2017 implementamos 22 iniciativas transversales y mejoras. Tenemos planes de acción enfocados en el clima laboral en 43% de nuestras gerencias.

Evaluamos el clima laboral a mitad de año con el llamado Termómetro. Su objetivo es medir si las acciones propuestas a inicio de año han cumplido con los resultados esperados. Después llevamos a cabo la Encuesta Anual de Clima Laboral bajo la metodología de Great Place To Work. Este año la encuesta tuvo una participación del 96.5% y obtuvimos un 86.5% de satisfacción general, 3.5 puntos por encima de 2016. Además, en 84% de las preguntas obtuvimos un puntaje por encima del rango deseable (mayor o igual a 75%).

### BENEFICIOS

El 100% de nuestros colaboradores en Lima y provincias han accedido a algún tipo de beneficio. Una iniciativa importante de 2017 fue ampliar el permiso por paternidad en 4 días adicionales a los que dispone la ley. Asimismo, replicamos los eventos de integración en provincias para tener una mayor presencia con nuestros colaboradores regionales.

## BENEFICIOS PARA NUESTROS COLABORADORES

Tema	Beneficio
Salud y promoción de hábitos saludables	Seguro de vida, médico en planta, programa nutricional, reto e-wellness, talleres in-house (zumba y entrenamiento funcional), canchitas deportivas, Relájate Entel, campañas de vacunación y de salud, web Vive Re-Bien, regalos saludables
Balance trabajo-familia	Medio día libre por cumpleaños, permiso por fallecimiento de familiar, 3 días libres por matrimonio, horario flexible, horario de verano, días libres de paternidad y maternidad fuera de los que establece la ley
Regalos por días especiales	Día de la Madre y del Padre, canasta navideña, cumpleaños, matrimonio, nacimiento
Actividades de integración y esparcimiento	Eventos de integración y celebración
Préstamos y beneficios personales	Telefonía, líneas para familiares a tarifas preferenciales, descuentos corporativos en establecimientos, Cooperativa Entel
Activaciones	Espacios dinámicos para comunicar temas





## RECONOCIMIENTOS

Todos nuestros colaboradores pueden recibir cualquiera de estos dos reconocimientos:

### Top Entel

Reconocimiento a quienes tienen un desempeño sobresaliente y que aportan a alcanzar los objetivos de sus áreas. Lo otorgamos al 2% de cada gerencia cada 3 meses. En 2017, 193 colaboradores recibieron este reconocimiento: 50% hombres y 50% mujeres.

### Años de Compromiso

Premia a quienes logran una trayectoria laboral en nuestra compañía al cumplir 5, 10, 15 y 20 años con nosotros. En 2017, 231 colaboradores recibieron este reconocimiento: 56% hombres y 44% mujeres.



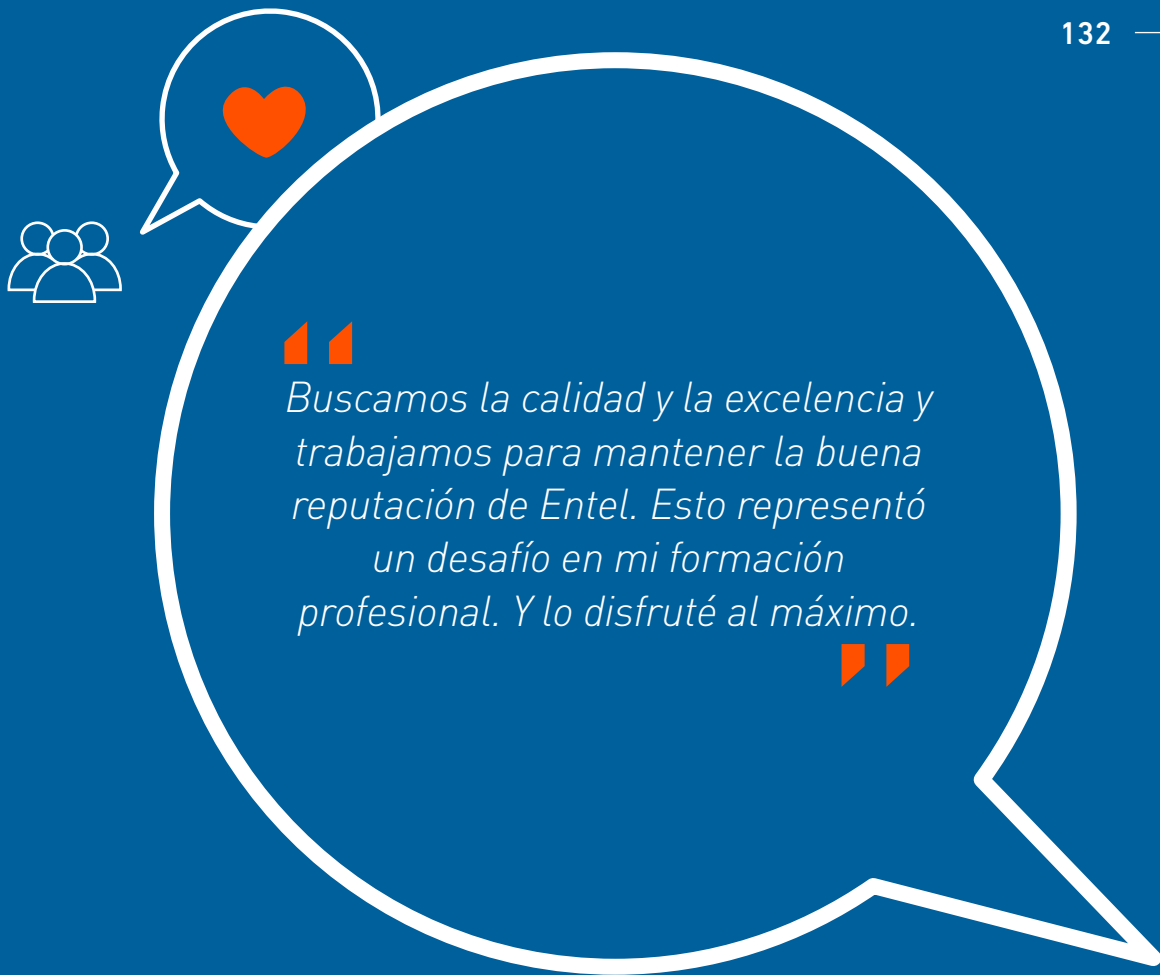
EN EL 2017,

# 193

COLABORADORES RECIBIERON EL RECONOCIMIENTO TOP ENTEL







“  
*Buscamos la calidad y la excelencia y trabajamos para mantener la buena reputación de Entel. Esto representó un desafío en mi formación profesional. Y lo disfruté al máximo.*  
”



*Luis Enrique*  
**Castro del Río**

JEFE DE  
REGULACIÓN DE  
USUARIOS

## 5.4. Capacitación y desarrollo

Nuestra jefatura de Capacitación tiene el compromiso de brindar la mejor experiencia de capacitación y ofrecer contenidos prácticos que se puedan aplicar en el trabajo diario. Es responsable de capacitar sobre los temas transversales del negocio: liderazgo, cultura organizacional, servicio, marca y el modelo comercial.

Ejecuta un Plan Anual de Capacitación elaborado sobre la base de la encuesta de clima laboral, la evaluación del desempeño, retroalimentación diaria de los colaboradores y análisis de competencias con cada gerencia. Gestiona dos presupuestos: uno para capacitación técnica —que cubre temas necesarios para que los colaboradores desempeñen su puesto de trabajo a cabalidad— y uno para habilidades blandas.

### LOGROS DE 2017

En 2017 modificamos nuestra Política de Capacitación y estandarizamos el apoyo sobre los cursos con financiamiento conjunto entre Entel y los colaboradores. También ampliamos la oferta de convenios hacia todas las regiones donde tenemos personal. Además, mejoramos la visibilidad de la oferta de cursos y convenios en el intranet.

Registramos una asistencia de 98% a los cursos que ofrecimos y alcanzamos 86% de satisfacción general. En total, invertimos S/ 1 539 830 en capacitaciones. Nuestros colaboradores recibieron 24 913 horas de capacitación en cursos especializados para sus puestos de trabajo y empleabilidad\*. Esto representa un incremento de 36% sobre 2016.



\* Esta cifra no considera los cursos virtuales ni regulatorios.

134 ————— 135

### PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN

Diseñamos programas y productos para que nuestros colaboradores crezcan en la organización y sean cada vez mejores personas:

#### Fondo Individual de Estudios (FIE)

Nuestros colaboradores pueden acceder a cursos y/o programas de capacitación de acuerdo a su ámbito de interés. Cualquiera puede obtener un fondo de estudios si es reconocido en el programa Top Entel. Hoy, 42 colaboradores disponen de estos fondos que sumaron S/ 25 mil en 2017.

#### Entel Líder

Lanzado en 2017, este programa homologa, potencia y desarrolla a los líderes para que sean personas ejemplares que ayuden a conseguir los objetivos y que la gente los siga. En 2017 participaron 413 líderes: 32% mujeres y 68% hombres.

#### Campus Entel

Es una plataforma de cursos en línea disponible para todos los colaboradores. Cubren habilidades blandas, gestión de proyectos e informática. 506 colaboradores los cursaron en 2017. Desafío Entel

Busca formar una cultura innovadora, de colaboración y proponer ideas y soluciones. A lo largo de 2017, cada jefe subió a la plataforma un reto relacionado a una problemática del negocio. Acumularon 214 desafíos. 2060 colaboradores se organizaron en equipos y presentaron 526 ideas. El Desafío Entel sigue en proceso y las ideas ganadoras serán seleccionadas en 2018.

#### Entel Talks

Es un evento de aprendizaje al que invitamos a 4 emprendedores para que narren sus historias. 400 participantes se inscribieron libremente.

#### Otros cursos

Ofrecemos una serie de cursos complementarios. Algunos regulatorios son de carácter obligatorio y buscan fortalecer conceptos sobre las normas y los valores de Entel (ética, salud y seguridad en el trabajo y prevención de delitos). Otros son culturales y sobre el negocio, y tocan temas como marca o gestión de redes.

# HORAS DE CAPACITACIÓN POR CATEGORÍA LABORAL

136

137



<b>Total</b>	MUJERES	HOMBRES
	<b>8849</b>	<b>16 063</b>

**Total integral 24 913**

## LÍNEA DE CARRERA

Mejoramos nuestros procedimientos de atracción del talento para promover convocatorias laborales internas. Buscamos que nuestros colaboradores puedan desempeñarse en otras labores y favorecer así su desarrollo y crecimiento profesionales dentro de la compañía. Las convocatorias internas aumentaron de 26% en 2016 a 55.8% en 2017.

Los colaboradores o las personas externas que no seleccionamos para un puesto reciben retroalimentación. El reporte es más detallado para el personal interno, pues buscamos destacar las competencias necesarias para mejorarlas en el futuro. Un sólido Plan de Capacitación nos orienta en este camino.

### Ascensos

En 2017 ascendimos a 242 colaboradores. 48% son mujeres. Esta cifra fue de 43% en 2016. 20% de las mujeres ascendidas ocupa puestos gerenciales o con personal a su cargo.

## COLABORADORES ASCENDIDOS

Categoría	Mujeres	Hombres
Gerentes de primera línea	1	1
Subgerentes, jefes y supervisores	23	39
Aportantes individuales	94	84
<b>Total</b>	<b>118</b>	<b>124</b>



## 5.5. Salud y seguridad en el trabajo

Nuestra gerencia de Seguridad identifica e implementa medidas para gestionar los diferentes riesgos del negocio. Dentro de esta contamos con una jefatura de Salud y Seguridad en el Trabajo que se ocupa de la integridad y la salud de nuestros colaboradores y proveedores y les asegura condiciones de trabajo seguras. Su principal compromiso es promover una cultura de prevención de riesgos y evitar accidentes y riesgos a la salud.

Tenemos una Política de Salud y Seguridad en el Trabajo (SST) — revisada y validada en 2017— y un Reglamento Interno de SST. Ambos establecen nuestra posición y nuestros compromisos sobre estos temas. También contamos con un Plan Anual de Capacitación de SST y con un Comité de SST, que se reúne mensualmente para revisar y discutir las acciones en esta materia. Durante 2017 cambiamos la vigencia del Comité de SST de 1 año a 2 años para que sus miembros dispongan de más tiempo para adaptarse a sus funciones y responsabilidades.

### PRINCIPALES ACCIONES 2017

- Cumplimos con nuestro Plan Anual de Capacitación al ofrecer capacitaciones virtuales y presenciales. Nuestros colaboradores recibieron 5579 horas de capacitaciones en temas como Ley de SST, sistema de gestión de SST, manejo defensivo, manejo de EPP, manejo de sustancias químicas, primeros auxilios, supervisión eficaz, riesgos psicosociales e higiene postural, y pausas activas.
- Ejecutamos el Programa de Prevención de Enfermedades Osteomusculares. Condujimos una evaluación a cargo de un médico ocupacional y entregamos 673 kits ergonómicos.
- Ofrecimos 2084 evaluaciones médicas ocupacionales.
- Implementamos matrices de riesgo en todas nuestras tiendas propias. Gracias a ello identificamos 7 colaboradores que desempeñan trabajos de alto riesgo.

### INDICADORES SST

Indicador	Resultado 2017
Tasa de frecuencia de accidentes	0.2%
Tasa de incidencia de enfermedades ocupacionales	0
Muertes por accidente laboral	0
Días perdidos	8201
Tasa de absentismo en hombres	0.6%
Tasa de absentismo en mujeres	1.3%

### DÍAS PERDIDOS Y TASA DE ABSENTISMO POR SEXO Y REGIÓN

Región	Días perdidos		Tasa de absentismo	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Lima	4199	2789	1.3%	0.6%
Provincias	710	503	1.1%	0.8%

- Iniciamos el Programa de Pausas Activas en nuestras sedes y en 3 tiendas propias, con 81 activaciones durante 2017. Este programa continuará el próximo año en nuestras demás tiendas propias.
- Implementamos el programa de Manejo de Riesgos en Mujeres Gestantes. Un médico ocupacional evaluó a 15 colaboradoras gestantes para identificar riesgos y procurarles una gestación segura.

06



# COM- PROMISO CON NUESTRO PLANETA

REPORTE DE  
SOSTENIBILIDAD  
ENTEL / 2017



## 6.1. Gestión ambiental interna

Nuestro compromiso de crecer de manera sostenible nos moviliza a crear programas que permitan a las generaciones futuras tener las mismas oportunidades que las nuestras. Reconocemos que generamos impactos ambientales que deben ser gestionados, mitigados, compensados y, de ser posible, eliminados.

Aún nos falta un largo trayecto por recorrer, pero estamos comprometidos en llevar a cabo las medidas adecuadas, no solo internamente sino también promoviendo conductas responsables con el medio ambiente en nuestro entorno y en la sociedad. Por ello participamos en campañas de sensibilización ambiental como la Hora de Planeta o el Día del Reciclaje.

En 2017, organizamos 8 eventos de sensibilización ambiental en los que participaron 3100 personas.

142

**NUESTRO**  
COMPROMISO DE  
CRECER DE MANERA  
SOSTENIBLE **NOS**  
**MOVILIZA A CREAR**  
**PROGRAMAS** QUE  
PERMITAN A LAS  
GENERACIONES  
FUTURAS TENER  
LAS MISMAS  
OPORTUNIDADES QUE  
LAS NUESTRAS.



Uno de los programas más importantes de nuestra área de Sostenibilidad es el de reciclaje de aparatos electrónicos y eléctricos (RAEE) Reciclemos para Transformar.





## 6.1. Gestión ambiental interna

### EMISIONES Y HUELLA DE CARBONO

En 2017 medimos nuestra huella de carbono por segunda vez. A diferencia del año 2016, la medición cubrió las sedes de Miraflores, Plaza República (sede principal de San Isidro) y San Borja. Cada año buscamos mejorar y perfeccionar la identificación y medición de nuestros impactos ambientales más críticos.

### Resultados 2017

Nuestra huella de carbono para 2017 registró 11 984.52 toneladas de CO<sub>2</sub> equivalente y un consumo per cápita global de 6.58 toneladas de CO<sub>2</sub> equivalente por colaborador. Comparando los resultados de nuestras emisiones en la sede principal y la sede de San Borja, notamos que nuestra huella de carbono se ha reducido en 12.5% frente a 2016. De igual modo, el consumo per cápita de CO<sub>2</sub> se ha reducido en 27% en nuestra sede principal y en 17% en la sede de San Borja.

Las principales fuentes de emisión son el consumo de electricidad, el transporte en vehículos propios y el consumo de papel. Concentraremos en ellos nuestros esfuerzos de gestión, pues también son más fáciles de atacar.

Nuestra sede principal genera la mayor cantidad de emisiones. Las fuentes de emisión más representativas por sede provienen del consumo de papel y cartón para Plaza República, el transporte de vehículos propios para San Borja y el consumo de electricidad para Miraflores.

### Medidas exitosas

Las medidas que implementamos para consumir menos papel y menos agua han ayudado mucho a reducir nuestras emisiones. Por ejemplo, 62% de nuestros clientes se han afiliado al recibo electrónico y ahorramos 187 kilos de papel al migrar a recibos y boletas de pago electrónicas. El programa de Gestión de Agua 360° también nos permitió ahorrar 1795.67 metros cúbicos de este valioso recurso.

144

145

## RESUMEN DE EMISIONES 2017\*

### ALCANCE 1 DIRECTAS

**3154.62**

#### Incluye

Generadores eléctricos, vehículos propios y extintores

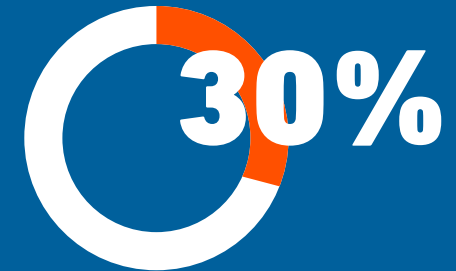


### ALCANCE 2 CONSUMO DE ELECTRICIDAD

**3446.15**

#### Incluye

Consumo de electricidad



### ALCANCE 3 INDIRECTAS

**4896.87**

#### Incluye

Consumo de papel, desplazamiento de personal, viajes y transporte tercerizado, consumo de agua, generación de residuos



\*Adicionalmente, se reportan 402.4 toneladas de CO<sub>2</sub> equivalentes de biomasa y 84.5 toneladas de CO<sub>2</sub> equivalentes de gas R22.

## 6.2. Iniciativas ambientales



### RECICLEMOS PARA TRANSFORMAR

Acopia y recicla residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEE). Tenemos 60 puntos de acopio en Lima y provincias y 11 organizaciones aliadas que se sumaron y prestan sus instalaciones para acopiar RAEE. Durante 2017 se sumaron las municipalidades de Miraflores y Chiclayo; nos aliamos con *Publimetro* en una campaña por el Día Mundial del Reciclaje para contar con 100 puntos itinerantes en Lima; y recolectamos y reciclamos 7.7 toneladas de RAEE.

### ANTENAS SOSTENIBLES

En 2017 lanzamos Puquial, un programa piloto para instalar condensadores de agua en 2 antenas. Con él buscamos promover el concepto de que las antenas dan vida y contribuir a la gestión sostenible del agua al reusarla.

146

147

## ENTEL POOL

\*Hasta fines de 2017

Con nuestro programa interno Entel Pool, nuestros colaboradores comparten sus vehículos para ir y venir de la oficina.

## ESTE INNOVADOR PROGRAMA HA EVITADO LA EMISIÓN DE

2,2 toneladas de

**CO<sub>2</sub>**



**785** RUTAS ACTUALMENTE VISGENTES

**181** USUARIOS SIGUIENDO VIAJES

**753** VIAJES COMPARTIDOS

**742** USUARIOS VALIDADOS



ENTEL POOL HA ACUMULADO

**7199**

USUARIOS

KILÓMETROS COMPARTIDOS

**2115**



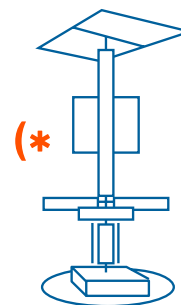
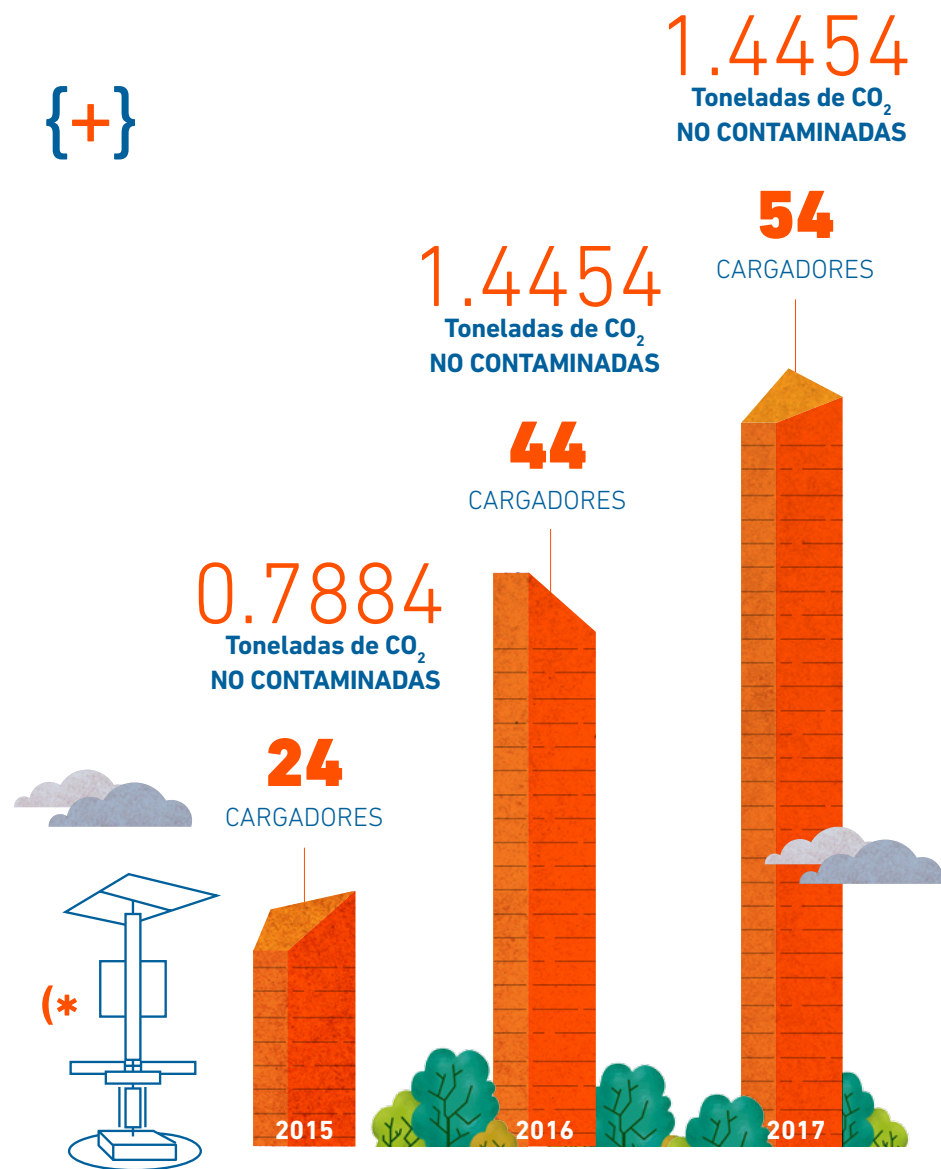


**CARGADORES SOLARES**

Colocamos 54 cargadores solares de celulares en 35 universidades e institutos en Lima, Piura, Chiclayo, Ica e Iquitos para sensibilizar a la población sobre el uso de fuentes de energía no renovable. Estos cargadores ahorraron 2752 kW de energía eléctrica, lo que equivale a 1.1 toneladas métricas de CO<sub>2</sub> que no fueron liberadas a la atmósfera.

ENERGÍA RENOVABLE

Comparativo 2015 - 2017



(\*)





Me motiva saber que en todos los niveles de la compañía hay un genuino interés por hacer las cosas bien: por dar cada vez mejores ofertas, por dar un buen servicio al cliente, y por tratar a los colaboradores con respeto y dándoles oportunidades de crecimiento.



*Gustavo  
Ramos*

GERENTE DE  
CONTROL DE  
GESTIÓN Y  
PLANIFICACIÓN  
FINANCIERA



ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PACTO MUNDIAL	PÁGINA
GRI 101:	Fundamentos 2016		
<b>PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN</b>			
	<b>102-1</b>	Nombre de la organización	Retira
	<b>102-2</b>	Actividades, marcas, productos y servicios	020
	<b>102-3</b>	Ubicación de la sede	Retira
	<b>102-4</b>	Ubicación de las operaciones	012
	<b>102-5</b>	Propiedad y forma jurídica	016
	<b>102-6</b>	Mercados servidos	096-098
	<b>102-7</b>	Tamaño de la organización	022-023
	<b>102-8</b>	Información sobre empleados y otros trabajadores	Principio 5 y 6 118-122
	<b>102-9</b>	Cadena de suministro	032

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PACTO MUNDIAL	PÁGINA
	<b>102-10</b>	Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro	El principal cambio en la organización fue la entrada de nuestro nuevo gerente general Ramiro Lafarga en enero de 2017. No se han presentado cambios significativos en la cadena de suministro.
GRI 102:	Contenidos Generales 2016		
	<b>102-11</b>	Principio o enfoque de precaución	142, 146-149
	<b>102-12</b>	Iniciativas externas	034
	<b>102-13</b>	Afiliación a asociaciones	034

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PACTO MUNDIAL	PÁGINA
<b>E S T R A T E G I A</b>			
GRI 102: Contenidos Generales 2016	<b>102-14</b>	Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones	007-009
<b>É T I C A E I N T E G R I D A D</b>			
GRI 102: Contenidos Generales 2016	<b>102-16</b>	Valores, principios, estándares y normas de conducta	Principio 1, 4, y 10 026
<b>G O B E R N A N Z A</b>			
GRI 102: Contenidos Generales 2016	<b>102-18</b>	Estructura de gobernanza	018-019

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PACTO MUNDIAL	PÁGINA
<b>PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS</b>			
	<b>102-40</b>	Lista de grupos de interés	040-047
	<b>102-41</b>	Acuerdos de negociación colectiva	Principio 3 Al no contar con un sindicato de trabajadores no se han presentado acuerdos de negociación colectiva.
GRI 102: Contenidos Generales 2016	<b>102-42</b>	Identificación y selección de grupos de interés	038
	<b>102-43</b>	Enfoque para la participación de los grupos de interés	038, 039, 040-047
	<b>102-44</b>	Temas y preocupaciones clave mencionados	040-047



ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PACTO MUNDIAL	PÁGINA
--------------	-----------	---------------	--------

## PRÁCTICAS PARA LA ELABORACIÓN DE INFORMES

GRI 102: Contenidos Generales 2016	<b>102-45</b>	Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	Entel Perú S.A.
GRI 102: Contenidos Generales 2016	<b>102-46</b>	Definición de los contenidos de los informes y las coberturas del tema	054-056
GRI 102: Contenidos Generales 2016	<b>102-47</b>	Lista de temas materiales	056-057

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PACTO MUNDIAL	PÁGINA
--------------	-----------	---------------	--------

GRI 102: Contenidos Generales 2016	<b>102-48</b>	Reexpresión de la información	No se han presentado cambios en los temas materiales listados respecto al periodo anterior. La migración del GRI G4 al Estándar GRI deja fuera de la terminología al tema material satisfacción de los clientes (antes G4-PR5). Este ha pasado a considerarse un tema material propio de Entel y se sigue reportando.
---	---------------	-------------------------------	---

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PACTO MUNDIAL	PÁGINA
			En este periodo realizamos una validación de expectativas con algunos representantes de nuestros colaboradores administrativos, de tiendas, con proveedores y clientes. Ver página 039.
GRI 102: Contenidos Generales 2016	<b>102-49</b>	Cambios en la elaboración de informes	
	<b>102-50</b>	Periodo objeto del informe	005
	<b>102-51</b>	Fecha del último informe	005
	<b>102-52</b>	Ciclo de elaboración de informes	005
	<b>102-53</b>	Punto de contacto para preguntas sobre el informe	Retira
<b>102-54</b>	Declaración de la elaboración del informe de conformidad con los estándares GRI		005

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PACTO MUNDIAL	PÁGINA
	<b>102-55</b>	Índice de contenidos GRI	152-167
GRI 102: Contenidos Generales 2016	<b>102-56</b>	Verificación externa	El reporte no ha pasado por procesos de verificación ni auditoría externa.
<b>DESEMPEÑO ECONÓMICO</b>			
	<b>103-1</b>	Explicación del tema material y sus coberturas	030, 056
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	<b>103-2</b>	Enfoque de gestión y sus componentes	030
	<b>103-3</b>	Evaluación del enfoque de gestión	030
GRI 201: Desempeño económico 2016	<b>201-1</b>	Valor económico directo generado y distribuido	031

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PACTO MUNDIAL	PÁGINA
<b>IMPACTOS ECONÓMICOS INDIRECTOS</b>			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	<b>103-1</b>	Explicación del tema material y sus coberturas	056, 068-073
	<b>103-2</b>	Enfoque de gestión y sus componentes	068-073
	<b>103-3</b>	Evaluación del enfoque de gestión	068-073
GRI 203: Impactos económicos indirectos 2016	<b>203-2</b>	Impactos económicos indirectos significativos	068-073, 082

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PACTO MUNDIAL	PÁGINA
<b>EMISIONES</b>			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	<b>103-1</b>	Explicación del tema material y sus coberturas	Principio 7, 8 y 9 056, 142, 144
	<b>103-2</b>	Enfoque de gestión y sus componentes	Principio 7, 8 y 9 142, 144, 146-149
	<b>103-3</b>	Evaluación del enfoque de gestión	Principio 7, 8 y 9 142, 144, 145
GRI 305: Emisiones 2016	<b>305-1</b>	Emisiones directas de GEI (alcance 1)	Principio 7, 8 y 9 145
	<b>305-2</b>	Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	Principio 7, 8 y 9 145
	<b>305-3</b>	Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	Principio 7, 8 y 9 145



ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PACTO MUNDIAL	PÁGINA
<b>E M P L E O</b>			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	<b>103-1</b>	Explicación del tema material y sus coberturas	Principio 6 056, 116-122
	<b>103-2</b>	Enfoque de gestión y sus componentes	Principio 6 116-122
	<b>103-3</b>	Evaluación del enfoque de gestión	Principio 6 116-122
GRI 401: Empleo 2016	<b>401-1</b>	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	Principio 6 123-126

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PACTO MUNDIAL	PÁGINA
<b>S A L U D Y S E G U R I D A D E N E L T R A B A J O</b>			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	<b>103-1</b>	Explicación del tema material y sus coberturas	056, 138, 139
	<b>103-2</b>	Enfoque de gestión y sus componentes	138, 139
	<b>103-3</b>	Evaluación del enfoque de gestión	138, 139
GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo 2016	<b>403-1</b>	Representación de los trabajadores en comités formales trabajador-empresa de salud y seguridad	138
	<b>403-2</b>	Tipos de accidentes y tasas de frecuencia de accidentes, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de muertes por accidente laboral o enfermedad profesional	139

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PACTO MUNDIAL	PÁGINA
<b>FORMACIÓN Y ENSEÑANZA</b>			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	<b>103-1</b>	Explicación del tema material y sus coberturas	Principio 6 056, 134
	<b>103-2</b>	Enfoque de gestión y sus componentes	Principio 6 135
	<b>103-3</b>	Evaluación del enfoque de gestión	Principio 6 134, 137
GRI 404: Formación y enseñanza 2016	<b>404-1</b>	Media de horas de formación al año por empleado	Principio 6 136
	<b>404-2</b>	Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	Principio 6 135

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PACTO MUNDIAL	PÁGINA
<b>COMUNIDADES LOCALES</b>			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	<b>103-1</b>	Explicación del tema material y sus coberturas	Principio 1 056, 082
	<b>103-2</b>	Enfoque de gestión y sus componentes	Principio 1 082
	<b>103-3</b>	Evaluación del enfoque de gestión	Principio 1 082
GRI 413: Comunidades locales 2016	<b>413-1</b>	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones de impacto y programas de desarrollo	Principio 1 086-088, 090

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PACTO MUNDIAL	PÁGINA
<b>SALUD Y SEGURIDAD DE LOS CLIENTES</b>			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	<b>103-1</b>	Explicación del tema material y sus coberturas	056, 080
	<b>103-2</b>	Enfoque de gestión y sus componentes	080
	<b>103-3</b>	Evaluación del enfoque de gestión	080, 081
GRI 416: Salud y seguridad de los clientes 2016	<b>416-1</b>	Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de los productos y servicios	081

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PACTO MUNDIAL	PÁGINA
<b>CUMPLIMIENTO SOCIOECONÓMICO</b>			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	<b>103-1</b>	Explicación del tema material y sus coberturas	056, 080
	<b>103-2</b>	Enfoque de gestión y sus componentes	080
	<b>103-3</b>	Evaluación del enfoque de gestión	080
GRI 419: Cumplimiento socioeconómico 2016	<b>419-1</b>	Incumplimiento de las leyes y normativas en los ámbitos social y económico	081
Temas materiales propios de Entel Perú	<b>Entel 1</b>	Calidad del empleo	128, 129, 131
	<b>Entel 2</b>	Calidad del servicio	074-079
	<b>Entel 3</b>	Gestión con medios de comunicación	Principio 1, 2 y 4 091
	<b>Entel 4</b>	Satisfacción de nuestros clientes	108



# AGRADECIMIENTOS

## **Gerencia General**

---

Ramiro Lafarga  
Gina Arista

## **Vicepresidencia de Redes**

---

Gonzalo Veas  
Rafael Angulo  
Luis La Torre  
Abraham Mariñas  
Diego Narváez  
Fernando García  
Jorge Luis Herrera  
Juan Manuel Alor  
Jorge Montenegro  
Mabel Suarez  
Evelyn Garate  
Lizette Leiva

## **Gerencia Central de Legal, Regulatorio y Relaciones Institucionales**

---

Nino Boggio  
Sebastián Villegas  
Luis Enrique Castro  
Miguel Cassinelli  
Rosa Bonilla  
Alejandra Talavera  
María Claudia Tang

## **Gerencia Central de Capital Humano y Administración**

---

Karina Kamisato  
Alejandra Matos  
Diego Menacho  
Santiago Almenara  
Gladys Andía  
Miguel de la Cruz  
Diego Cuentas  
Roxana Ramos  
Alejandro Chung  
Grecia Vícuña  
Bryan Camacho  
Mariana Torres  
Diana Castillo  
Sheyla Rojas  
Javier Zúñiga

## **Vicepresidencia de Mercado Personas**

---

Ignacio Nores  
Cinthya Gamboa  
Andrea Maldonado  
Claudia Castillo  
Francesca Goytizolo  
Sergio Serván  
Isabella Vera  
Vanessa Trigoso  
Carlos Acuña  
Valeria Madueño  
Ronald Bustamante  
Carlos Pilares  
Alonso Lazo

## **Vicepresidencia de Mercado Empresas**

---

Jose Antonio Olivares  
Jorge Mariátegui  
Sergio Ljubicic  
Erich Galarza  
Ayling Miano  
Richard Aricoche  
Tamsyn Conroy  
Martha Quispe

## **Gerencia Central de Planeamiento y Riesgos**

---

Federico Balarezo  
Fernando Vergaray  
Erika Huertas  
Gonzalo Saco  
Juan Denegri  
Emanuel Peña

## **Gerencia Central de Finanzas y Control de Gestión**

---

Luis Zapata  
Gustavo Ramos  
Renzo Campos



24913

horas de capacitación para nuestros  
*colaboRadores*

