



Entel Perú

(GRI 102-1, 102-3, 102-53)

Invitamos a nuestros grupos de interés a compartir sus opiniones, consultas y/o sugerencias referentes a nuestro Reporte de Sostenibilidad 2018 a:

Dirección: Av. República de Colombia 791, San Isidro, Lima - Perú

Correo: sostenibilidad@entel.pe

Para revisar las últimas noticias sobre Entel Perú, visite www.entel.pe

Este reporte fue elaborado con la asesoría de Caravedo Tejada y Cuba Consultores - CTC Consultores. www.ctc.la

ÍNDICE

1.	Introducción	6
2.	Sobre nosotros	7
2.1.	Principales cifras	7
2.2.	Nosotros	7
2.3.	Misión y visión	8
2.4.	Nuestros servicios.....	8
2.5.	Estructura de gobierno	9
2.6.	Gestión ética.....	10
2.7.	Asociaciones y membresías	11
2.8.	Reconocimientos y distinciones.....	11
3.	Nuestro desempeño económico	12
3.1.	Nuestra gestión 2018	13
3.2.	Valor económico generado, distribuido y retenido	15
3.3.	Gestión con proveedores	16
4.	Nuestra gestión con los colaboradores	17
4.1.	Principales cifras de colaboradores	18
4.2.	Clima laboral.....	22
4.3.	Formación y desarrollo de talento.....	26
4.4.	Salud y seguridad en el trabajo.....	30
5.	Nuestra gestión con los clientes	32
5.1.	Crecimiento continuo	32
5.2.	Canales de atención.....	34
5.3.	Nuestro espíritu Entel Lovers	34
5.4.	Satisfacción.....	35
5.5.	Infraestructura de calidad	37
5.6.	Cumplimiento regulatorio	38
5.7.	Gestión de las radiaciones no ionizantes	39
6.	Nuestra gestión socioambiental	39
6.1.	Iniciativas sociales	40

6.2. Iniciativas ambientales	43
7. Sobre este reporte	47
7.1. Nuestros grupos de interés	47
7.2. Temas materiales del negocio	50
8. Índice GRI	53

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 4.2.1. Valor económico generado, distribuido y retenido	15
Tabla 4.2.2. Ingresos por tipo de mercado	16
Tabla 4.3.1. Número de proveedores y contratistas	16
Tabla 4.3.2. Monto de compras a proveedores.....	16
Tabla 4.3.3. Número de proveedores homologados	17
Tabla 5.1.1. Número total de colaboradores desglosado por tipo de contrato y género	19
Tabla 5.1.2. Número total de colaboradores desglosado por región y género	19
Tabla 5.1.3. Número total de colaboradores desglosado por jornada laboral	19
Tabla 5.1.4. Número total de colaboradores desglosado por edad y género.....	19
Tabla 5.1.5. Número total de colaboradores desglosados por categoría laboral y género	20
Tabla 5.1.6. Número total de nuevas contrataciones desglosado por región y género	20
Tabla 5.1.7. Número total de nuevas contrataciones desglosado por edad y género.....	21
Tabla 5.1.8. Tasa de rotación del personal desglosado por región y género	21
Tabla 5.1.9. Tasa de rotación voluntaria desglosado por edad y género	21
Tabla 5.1.10. Tasa de rotación global	21
Tabla 5.2.1. Resultados de la encuesta de clima laboral	22
Tabla 5.2.2. Lista de beneficios para nuestros colaboradores	24
Tabla 5.3.1. Horas de capacitación por colaborador en 2018	27
Tabla 5.3.2. Número de colaboradores ascendidos por categoría laboral y género	29
Tabla 5.4.1. Indicadores en SST	31
Tabla 5.4.2. Días perdidos y tasas de absentismo desglosado por región y género	31
Tabla 6.1.1. Usuarios por mercado.....	32
Tabla 6.1.2. Número de clientes.....	32
Tabla 6.1.3. Migraciones a Entel	32
Tabla 6.1.4. Clientes en mercado personas.....	33
Tabla 6.1.5. Clientes y usuarios en mercado empresas	33
Tabla 6.1.6. Distribución de líneas por sector en mercado empresas	33
Tabla 6.2.1. Tiendas Entel por tipo.....	34
Tabla 6.4.1. Satisfacción del Cliente	36
Tabla 6.4.2. Indicadores de tracking de marca	36
Tabla 6.5.1. Centros poblados con cobertura.....	37
Tabla 6.5.2. Nuevos centros poblados en Lima con cobertura.....	37

Tabla 6.5.3. Nuevos centros poblados con cobertura en otras ciudades	37
Tabla 6.5.4. Tickets atendidos correctamente por la Gerencia de Aseguramiento de la Calidad y NOC.....	38
Tabla 6.5.5. Tasa promedio de accesibilidad	38
Tabla 6.5.6. Tasa promedio de llamadas caídas sobre llamadas realizada	38
Tabla 7.2.1. Huella de Carbono 2018 desglosado por alcance y emisiones.....	44
Tabla 7.2.2. Evolución de las emisiones entre 2017 y 2018	44
Tabla 8.1.1. Grupos de interés, diálogo y expectativas	48
Tabla 8.2.1. Temas materiales.....	51
Tabla 8.2.2. Cuadro de materialidad	52

1. INTRODUCCIÓN

(GRI 102-1, 102-10, 102-48, 102-49, 102-50, 102-51, 102-52, 102-54, 102-56)

En Entel Perú estamos muy contentos de compartir con todos nuestros grupos de interés y sociedad nuestro tercer reporte de sostenibilidad. Este documento reúne el desempeño económico, social y ambiental de nuestra organización. En este nuevo reporte de sostenibilidad damos cuenta de esta gestión, comunicando nuestro desempeño durante el período comprendido entre el 1 de enero al 31 de diciembre del 2018 para las operaciones de Perú. El contenido ha sido elaborado de conformidad con los estándares de la Global Reporting Initiative (GRI) en su opción Esencial. La GRI es una organización internacional e independiente, cuya misión es promover una estandarización en las prácticas de elaboración de memorias de sostenibilidad, proporcionando orientación y soporte a las organizaciones. De esta manera comunicamos nuestras acciones más importantes dentro de un mensaje alineado a nuestros objetivos estratégicos.

Para garantizar que los contenidos respondan a las necesidades de información de nuestros grupos de interés, ejecutamos diversas acciones de relacionamiento y un análisis de materialidad para consultar a nuestros colaboradores, clientes y proveedores sobre los temas que consideran relevantes en su relación con nuestra compañía. El proceso y la elaboración de este reporte fue liderado por el equipo de Relaciones Institucionales y Sostenibilidad con la asesoría de consultores externos, quienes aportaron imparcialidad en el análisis de materialidad, la recopilación de datos y la redacción.

Queremos agradecer a todas las áreas involucradas en este proceso. De manera especial queremos reconocer a los colaboradores quienes nos han brindado su tiempo y excelente disposición:

- Fernando Ahrens
- Javier Zúñiga
- Jessica Jesús
- Julio Bartens
- Marisol Hidalgo
- Mariella Campoverde
- Martín Rodríguez
- Sergio Ramírez
- Álvaro Pinasco
- Cynthia Gamboa
- Fernando Vergaray
- Luis Enrique Castro
- Sergio Gonzalez
- Rosa Bonilla

Esperamos que la lectura de este reporte transmita el compromiso continuo de todos los colaboradores de Entel por impulsar la sostenibilidad y el desarrollo de nuestro país.

2. SOBRE NOSOTROS

2.1. Principales cifras

Número de colaboradores: 2355

Número de suscriptores en telefonía móvil: 7,776,523

Cuota del mercado: 19.8%

Satisfacción de los clientes personas: 73%

Satisfacción de los clientes empresas: 85%

Ventas: S/ 2,509,177,058.23

2.2. Nosotros

Somos Entel Perú una empresa del grupo Entel Chile que inicia operaciones en nuestro país en 2014 ofreciendo diversos servicios de telecomunicaciones. Hacer que vivamos mejor conectados, contribuyendo a transformar responsablemente al Perú es nuestra misión como empresa.

Somos reconocidos como líderes de telecomunicaciones en Latinoamérica con más de 50 años de experiencia. Contamos, como grupo, con el soporte y las mejores prácticas de nuestro aliado estratégico Vodafone, el segundo operador móvil más grande del mundo.

En Chile brindamos servicios integrados de telecomunicaciones y servicios de Tecnologías de la Información (TI) dirigido a los mercados de Personas, Empresas y Corporaciones. Esta operación cuenta con una posición líder en la industria y participa en el Perú a través de sus filiales Entel Perú, Americatel Perú y Servicios de Call Center del Perú. Y ofrece servicios de arriendo de redes a mayoristas, *call center*, contacto remoto y mesas técnicas de ayuda en ambos países

Nuestro comportamiento como organización y empresa socialmente responsable se caracteriza por estos pilares:

- **Trabajo en equipo colaborativo:** Trabajamos con espíritu de equipo privilegiando la visión global sobre la propia, para así alcanzar un fin común. Establecemos relaciones de cooperación transversal y compartimos conocimiento y experiencia.
- **Personas realizadas:** Promovemos y compartimos un ambiente exigente pero estimulante y entretenido que permite a las personas realizarse y crecer integralmente.

- **Pasión y perseverancia:** Trabajamos con energía y entusiasmo para exceder las expectativas de los clientes. Nos motiva, tanto lograr los objetivos de la Compañía, como el camino para alcanzarlos.
- **Innovación y adaptación:** Buscamos nuevas formas de crear valor para la Compañía, proponiendo ideas que conlleven a mejoras en procesos y oferta al mercado. Aceptamos los errores como oportunidades de aprendizaje y somos capaces de adaptarnos a los cambios.
- **Centrado en el cliente:** Trabajamos con energía, actitud positiva e interés genuino. Y buscamos exceder las expectativas del cliente. Tomamos decisiones pensando en él y aspiramos a establecer relaciones de confianza a largo plazo.
- **Cumplimiento, calidad y excelencia:** Nos hacemos cargo responsablemente de nuestras decisiones y acciones y; nos comprometemos a cumplir con altos estándares de eficiencia y calidad. Mostramos una preocupación genuina por los resultados de la Compañía.

Como empresa de telecomunicaciones entendemos y ponemos en práctica acciones que impulsan el desarrollo sostenible aportando al desarrollo y bienestar social. Estamos comprometidos con la construcción de una sociedad más integral, armónica e inclusiva. Por ello, la Responsabilidad Social es la forma en la que los intereses sociales, ambientales y económicos se integran con los pilares, cultura y toma de decisiones en la manera en que trabajamos.

2.3. Misión y visión

Misión

Hacer que vivamos mejor conectados, contribuyendo a transformar responsablemente el Perú.

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.

2.4. Nuestros servicios

(GRI 102-2)

Contamos con una amplia oferta de servicios dirigidos a personas, familias, organizaciones, empresas de todos los tamaños y corporaciones. Nuestros servicios se dividen en dos grandes categorías diseñadas para cubrir diferentes necesidades: Personas y Empresas.

- Telefonía móvil, prepago y postpago
- Telefonía fija con tecnología móvil
- Banda ancha fija inalámbrica (BAFI) con tecnología fija
- Roaming internacional
- Mensajes de texto masivos

De igual manera, brindamos diversas soluciones a la medida para empresas. En 2018 hemos consolidado una variedad de servicios que optimizan procesos del negocio de nuestros clientes empresa. Como resultado pudimos alcanzar los S/ 14.8 millones en ventas de esta categoría. Entre los servicios podemos destacar:

- Licencias de Microsoft Office y Google incluyendo correo, herramientas de colaboración y espacio en la nube.
- Servicio de Localizador Entel: nuestro sistema de localización por triangulación de antenas.
- Aplicaciones móviles desarrolladas por Entel: atención de pedidos, actividades de campo, seguimiento de ruta y alerta de seguridad, entre otras. Además del desarrollo de soluciones a la medida.
- Control remoto de celulares para evitar mal uso de datos, borrado de información, entre otras.
- Facturación electrónica.

2.5. Estructura de gobierno

Entel Perú tiene la figura legal de una sociedad anónima. Sus accionistas son la Empresa Nacional de Telecomunicaciones S.A. con 97.88% de las acciones y Entel Inversiones con una participación de 2.12%.

Contamos con una sólida estructura de gobierno con procedimientos y responsabilidades claramente definidos. Nuestra gestión se desarrolla en el marco de las políticas y procedimientos del grupo Entel. Todo ello se encuentra reflejado en nuestro código de ética, políticas corporativas y políticas locales. Esta estructura nos permite contar con un marco de acción ante cualquier riesgo o falta ética que afecte nuestras operaciones.

Nuestro Directorio es el máximo órgano de gobierno responsable de la dirección a nivel país. Es la máxima autoridad en la toma de decisiones, exceptuando aquellas decisiones reservadas por ley a la Asamblea General de Accionistas. Nuestro Directorio es informado de manera continua sobre los resultados operativos y financieros de gestión. En la actualidad está conformado por:

- Juan José Hurtado. Ingeniero Civil, Universidad de Chile
- José Luis Poch. Ingeniero Comercial, Pontificia Universidad Católica de Chile
- Alfredo Parot. Ingeniero Civil, Pontificia Universidad Católica de Chile
- Antonio Büchi. Ingeniero Civil, Pontificia Universidad Católica de Chile
- Richard Büchi. Ingeniero Civil, Universidad de Chile. MBA en la Escuela Wharton de Negocios en la Universidad de Pennsylvania
- Felipe Ureta. Ingeniero Comercial, Pontificia Universidad Católica de Chile
- Luis Felipe Gazitúa. Ingeniero Comercial, Universidad de Chile
- Carmen Rosa Graham. MBA en la Sede de postgrados de la Universidad Adolfo Ibañez, Adolfo Ibañez School of Management of Miami
- Martín Pérez Monteverde. Administrador, empresario y político, Universidad del Pacífico, Ex Ministro de Comercio Exterior y Turismo

La Gerencia General de Entel Perú es designada por nuestro Directorio. Desde abril de 2017 a la actualidad esta posición es liderada por Ramiro Lafarga, máster en economía y administración de empresas con especialidad en telecomunicaciones. Reportan a la Gerencia General las vicepresidencias de Mercado Empresas; Mercado Personas; Redes; y TI y Procesos. Además de las gerencias centrales de Planeamiento Estratégico y Riesgos; Legal, Regulatorio y Relaciones Institucionales; Capital Humano y Administración; y Finanzas y Control de Gestión. En el siguiente nivel se encuentran 73 gerencias.

2.6. Gestión ética

(GRI 102-17)

En Entel cuidamos la puesta en marcha de acciones que aseguren una gestión transparente y ética. A través del envío constante de comunicación, capacitación y medidas de control interno buscamos prevenir, detectar y corregir cualquier actividad o riesgo de conducta ilícita.

Canal de denuncias

Contamos con una plataforma que permite realizar denuncias, anónimas o no, de cualquier forma, actividad o situación indeseable llevada a cabo por algún colaborador de la empresa, proveedores o terceros. Aquellos colaboradores o líderes que necesiten tratar directamente algún tema y solicitar consejos sobre cómo manejarlos también pueden reportarlos directamente con el gerente de personal.

Comité de ética

Estas denuncias son revisadas por nuestro Comité de Ética. Este es el órgano responsable de la administración de nuestro Código de Ética y su manual de aplicación, encargándose de su implementación y cumplimiento. Ante evidencias de una violación del código, se procede según nuestra política. Este comité se reúne mensualmente para evaluar los casos que sea relevantes. El mismo está conformado por el Gerente Central de Capital Humano y Administración, el Gerente Central de Legal, Regulatorio y Relaciones Institucionales y el Gerente de Auditoría Interna. De manera opcional pueden participar el Auditor Interno Corporativo y el Gerente General.

Capacitación

La Gerencia central de Capital Humano y Administración es la responsable de capacitar y difundir los mensajes clave en lo referido al cuidado de la ética y transparencia. En 2018 destacan los cursos ofrecidos a los colaboradores sobre prevención de delitos y la aplicación del código de ética.

2.7. Asociaciones y membresías

(GRI 102-12, 102-13)

Formamos parte activa de las siguientes asociaciones empresariales:

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

2.8. Reconocimientos y distinciones

Durante el 2018 nuestra gestión recibió diferentes reconocimientos en sostenibilidad, reputación, calidad, publicidad y clima laboral. Entre estas distinciones podemos resaltar:

- 1° lugar en el premio Mejor Experiencia de Cliente del estudio *Best Customer Experience* (BCX), en el sector Telecomunicaciones.
- Distintivo Empresa Socialmente Responsable de Perú 2021, obtenido por segundo año consecutivo.
- 1° lugar en empresas con mejor reputación corporativa Merco Empresas 2018 en el sector de telecomunicaciones, así como el puesto 9° en el resultado global, habiendo subido 16 posiciones en comparación al año anterior.
- Puesto 31 en el ranking Merco Responsabilidad y Gobierno Corporativo 2018 habiendo subido dos posiciones con respecto al 2017.
- Puesto 10 en el ranking *Great Place to Work*.
- Ingresamos al ranking Empresas Más Admiradas (EMA 2018) por Price Waterhouse Coopers. Nos convertimos en la primera operadora de telecomunicaciones en ingresar al ranking en sus siete años de existencia.
- Puesto 13 en el ranking Merco Talento 2018, habiendo subido 4 ubicaciones con respecto al 2017.

Effies Categoría Internet y Telecom

- Effie Oro: Entel Perú – McCann. Campaña “Disculpas ilimitadas”.
- Effie Plata: Entel Perú – McCann. Campaña “Migra y recárgate”.

Effie Categoría Promociones de servicios

- Effie Oro: Entel Perú – Alegría Buenos Aires. Campaña “Migra con mamá, tu fan n°1”.
- Effie Plata: Entel Perú – McCann. Campaña “Disculpas ilimitadas”.
- Effie Bronce: Entel Perú – McCann. Campaña “Migra y recárgate”.

3. NUESTRO DESEMPEÑO ECONÓMICO

(GRI 102-45, 201-1)

Nuestra posición de liderazgo entre las empresas de telecomunicaciones lleva consigo una gran responsabilidad por los impactos económicos positivos que podemos generar para nuestro entorno. Un desempeño financiero responsable nos permite beneficiar a nuestros diferentes grupos de interés; ya sean: nuestros colaboradores, a los que brindamos puestos de trabajo; nuestros proveedores, mediante mejores y mayores relaciones comerciales; nuestros clientes, brindando soluciones de calidad; el Estado, con el pago de tributos y; nuestra comunidad, mediante la contratación local, proyectos sociales y donaciones, entre otros beneficios.

El desempeño económico de Entel es gestionado por la gerencia central de finanzas y control de gestión. Esta cuenta con cuatro áreas: una dedicada al planeamiento estratégico, otra es la responsable de la evaluación de los proyectos estratégicos (incluyendo compra y venta de empresas, venta de activos y nuevos negocios). La tercera tiene como función el control de las

inversiones. Finalmente, contamos con el área de Business Intelligence (BI) de analítica, la que trabaja en modelos de prospección de negocios.

3.1. Nuestra gestión 2018

Nuestro desempeño económico en 2018 se puede resumir en la obtención de uno de los hitos más importantes del negocio: alcanzar el EBITDA¹ positivo. Desde el inicio de operaciones, de nuestra empresa hemos avanzado en el margen EBITDA. Período tras período hasta el cuarto trimestre de 2018 cuando alcanzamos el positivo. Este es un resultado que debe ser analizado con el otro objetivo financiero relevante: la cuota de mercado. Ambos indicadores se relacionan estrechamente.

El crecimiento de Entel avanza por etapas. En los primeros años decidimos invertir todos nuestros esfuerzos en ganar mercado y brindar infraestructura de calidad. Con una red de antenas desplegadas en un país, de geografía particular, que requiere de muchas antenas para tener una cobertura adecuada.

En vista del alto costo de este despliegue, nuestra meta era alcanzar una cuota relevante del mercado para lograr el EBITDA positivo. Hemos llegado a esta meta con un 19.8% de participación. En los próximos años, esperamos mantener esta eficiencia de manera tal que nos permita cubrir las inversiones.

En el mismo periodo lanzamos la red 2300 de banda ancha fija inalámbrica. Esto nos permitió emprender en otro sector más allá del mercado tradicional de móviles. Gracias a esta red podemos ofrecer servicios de banda ancha de internet para el hogar, que anteriormente (en 2017) empleaba la red móvil con velocidades limitadas.

Con la inversión en la red 2300 contamos con altas capacidades y mayores velocidades. A esto le sumamos una inversión de US\$ 35 millones para la instalación y adaptación de 360 antenas. A fines de 2018, nuestra participación en este nuevo servicio alcanzó entre 5.5% y 6% del mercado.

Finalmente, hay que destacar Entel Más (Entel+) es un programa de eficiencia empresarial que desarrollamos con el apoyo de McKinsey en Perú y Chile. Este programa tiene dos objetivos: analizar los negocios en los que invertiremos en el futuro y replantear nuestros procesos, cambiando la manera de hacer las cosas para designar recursos a los nuevos negocios. Con

¹ El EBITDA es un indicador financiero, acrónimo del inglés earnings before interest, taxes, depreciation, and amortization. Se calcula como ingresos menos gastos, excluyendo los gastos financieros (impuestos, intereses, depreciaciones y amortizaciones de la empresa)

Entel+ hemos desarrollado cerca de 150 iniciativas, entre nuevas líneas de negocio y eficiencias que nos podrán llevar a tener mejores resultados en 2020.

3.2. Valor económico generado, distribuido y retenido

La tabla 4.2.1 presenta un resumen del valor económico generado, distribuido y retenido por Entel en 2017 y 2018. El valor económico retenido se entiende como la diferencia entre el valor generado (ingresos) y el valor distribuido entre nuestros grupos de interés (egresos). Es destacable el aumento en 32.70% en el total de ingresos generados en el 2018 con respecto al año 2017. De igual manera, la reducción en 49.57% en el valor económico distribuido de 2018 con respecto a 2017.

Tabla 4.2.1. Valor económico generado, distribuido y retenido

	S/	S/
	2017	2018
Valor económico generado	1,890,824,364.50	2,509,177,058.23
Total de ingresos brutos	1,853,683,336.52	2,461,745,895.02
Total de otros ingresos	37,141,027.98	47,431,163.21
Valor económico distribuido	903,402,334.40	455,578,682.08
Pago a proveedores de bienes, servicios e insumos	538,812,536.00	3,509,512,028
Pagos por alquileres de locales y propiedades inmuebles	25,900,843.70	38,566,882.94
Pagos totales por licencias de funcionamiento a municipalidades	90,084.53	13,028.55
Pagos por cursos externos de capacitación	1,323,958.55	1,435,680.34
Pagos de planillas y beneficios de ley	251,214,591.55	297,650,680.89
Pagos totales por indemnizaciones a colaboradores	5,007,931.04	19,575,196.78
Total pago de impuestos	21,780,857.00	27,422,519.87
Total pago por uso de bandas (espectro)	56,434,063.00	63,943,859.23
Total pago de multas	2,398,269.03	6,690,599.03
Total pago por donaciones a ONG	300,000.00	293,263.00
Total pago por donaciones a las comunidades por actividades de mediación	139,200.00	0
Valor económico retenido	987,422,030.10	2,053,598,376.15

En lo referido a ingresos por categoría de cliente, diferenciamos a las personas naturales (mercado personas) y a las personas jurídicas (mercado empresas). Para las primeras, se dio un crecimiento de 7.64% con respecto al año 2017. Para las segundas, se tuvo un retroceso de -1.42% en el mismo año.

Tabla 4.2.2. Ingresos por tipo de mercado

Año	Personas (S/)	Empresas (S/)
2017	1,644,063,110	636,277,642
2018	1,769,734,867	627,246,462

Estos resultados financieros van de la mano con el cumplimiento de nuestros objetivos estratégicos. En satisfacción del usuario (ver capítulo 6.4.) mantenemos un nivel muy alto entre 36% - 38% por encima de la competencia más cercana. Esta dedicación al cliente y a la calidad del servicio nos trae diversos reconocimientos. En la gestión de personas mantenemos un alto nivel de compromiso lo cual se refleja en nuestra posición entre las 10 mejores empresas para trabajar según *Great Place to Work*. De igual manera, hemos alcanzado la cuota de mercado planificada para 2018. Crecemos continuamente en un mercado altamente competitivo, cerramos 2017 con un 17.4% de participación y avanzamos hasta un 19.8% en 2018.

3.3. Gestión con proveedores

Las empresas que abastecen nuestra cadena de suministro son aliados importantes con los cuales mantenemos una estrecha vinculación. La gerencia de compras es la encargada de administrar este vínculo y atender las solicitudes de compra para el correcto desempeño de la empresa. Nuestra política de adquisición de bienes y servicios delimita el proceso, responsabilidades y criterios para la selección del mejor proveedor.

En 2018 pasamos de 766 a 988 proveedores y contratistas con un crecimiento considerable en la cantidad de proveedores de servicios, aumentando 140 más que 2017. En lo referido a monto de compra en 2018 creció en 11.62% con respecto a 2017 alcanzando los USD\$ 601,397,190.00

Tabla 4.3.1. Número de proveedores y contratistas

Año	Bienes	Servicios	Total
2017	283	483	766
2018	365	623	988

Tabla 4.3.2. Monto de compras a proveedores

año	USD
2017	538,812,536.00
2018	601,397,190.00

En 2018 continuamos con el proceso de homologación a proveedores y contratistas de las empresas que estén más expuestas a riesgos. En este proceso, contamos con la revisión de una empresa externa, quienes realizaron una evaluación financiera, patrimonial y de documentos legales, tributarios y bancarios. Además de una visita a las instalaciones de los proveedores. A diferencia de 2017, en 2018 aumentamos en 52 los participantes en el proceso de homologación.

Tabla 4.3.3. Número de proveedores homologados

Año	Cantidad
2017	146
2018	198

4. NUESTRA GESTIÓN CON LOS COLABORADORES

En Entel estamos convencidos de que nuestros éxitos y logros se deben a nuestros 2355 colaboradores. Gracias a su esfuerzo y compromiso es que en 2018 pudimos contribuir a transformar y conectar a millones de peruanos. Por eso, siempre buscamos retribuir su perseverancia y dedicación brindándoles el mejor lugar para trabajar.

Nuestra gerencia de capital humano y administración es responsable de atraer y retener a los mejores profesionales. Además de asegurar que puedan desarrollar su máximo potencial en la empresa, para promover un equilibrio entre su vida laboral y personal.

Cada año desplegamos diferentes iniciativas para que nuestros colaboradores vivan experiencias inolvidables y se conecten con nuestra cultura desde el primer día. Solo así podremos asegurar el mejor servicio y experiencia a nuestros clientes y dejar huella con nuestra forma de hacer las cosas.

Los pilares de nuestra cultura son seis:



La transformación digital y nuestro crecimiento acelerado, en los últimos años, nos desafiaron a ser una compañía ágil, con procesos más simples y eficientes. En ese contexto, en 2018 redujimos nuestra estructura organizacional. Esta etapa implicó el cese del 8% de nuestro personal de *back office*. Como parte de nuestro compromiso con su bienestar, desarrollamos un proceso de *outplacement* para darles un acompañamiento adecuado en su reinserción laboral.

4.1. Principales cifras de colaboradores

Al cierre de 2018, nuestro equipo estuvo conformado por 2355 colaboradores. De ellos, 44% fueron mujeres y el 56% hombres. El 18% perteneció a la categoría de vicepresidentes, gerentes generales, gerentes de primera línea, subgerentes, jefes y supervisores, mientras que el 82% fueron aportantes individuales. Ese mismo año, el porcentaje de mujeres en puesto de alto mando o con personal a su cargo fue de 14%.

Asimismo, el 84% de nuestros colaboradores trabajó en Lima y el 16% en otras regiones. El 94% de ellos tuvo contrato indefinido. Cabe mencionar que en Entel no contamos con un sindicato laboral, por lo que no se han presentado acuerdos de negociación colectiva.

Tabla 5.1.1. Número total de colaboradores desglosado por tipo de contrato y género

Género	2017		2018	
	Contrato definido	Contrato indefinido	Contrato definido	Contrato indefinido
Mujeres	93	977	78	959
Hombres	85	1372	65	1253
Total	178	2349	143	2212

Tabla 5.1.2. Número total de colaboradores desglosado por región y género

Género	2017		2018	
	Lima	Otras regiones	Lima	Otras regiones
Mujeres	894	176	843	194
Hombres	1272	185	1132	186
Total	2166	361	1975	380

Tabla 5.1.3. Número total de colaboradores desglosado por jornada laboral

Año	Tiempo completo	Tiempo parcial
2017	2517	10
2018	2345	10

Tabla 5.1.4. Número total de colaboradores desglosado por edad y género

Género	2017			2018		
	< 30 años	entre 30 y 50	> 50 años	< 30 años	entre 30 y 50	> 50 años
Mujeres	320	737	13	291	735	11
Hombres	298	1128	31	211	1084	23
Total	618	1865	44	502	1819	34

Tabla 5.1.5. Número total de colaboradores desglosados por categoría laboral y género

Categoría	2017		2018	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Gerente General	0	1	0	1
Vicepresidentes y gerentes generales	1	7	1	7
Gerentes de primera línea	12	49	11	39
Subgerentes, jefes y supervisores	142	254	137	228
Aportantes individuales	915	1146	888	1043
Total	1070	1457	1037	1318

Contrataciones y rotación

En 2018 contratamos a 313 nuevos colaboradores. El 71% se unió al equipo de Lima y el 29% a equipos de otras regiones. Para mejorar los procesos de selección y ofrecer la mejor experiencia al postulante, optimizamos los tiempos de reclutamiento. Antes empleábamos 30 días en un proceso de selección de gerentes, subgerentes o jefaturas, ahora lo hacemos en 25 días. En el caso de coordinadores y posiciones de staff, redujimos los tiempos de 20 a 15 días.

Por otro lado, 567 personas se desvincularon de nuestra compañía. El 40% fue por renunciaciones voluntarias. La tasa de rotación global, tanto voluntaria como involuntaria, fue de 24%, un 6% más que el año anterior.

Tabla 5.1.6. Número total de nuevas contrataciones desglosado por región y género

Año	2017		2018	
	Lima	Otras regiones	Lima	Otras regiones
Mujeres	177	77	122	52
Hombres	232	98	99	40
Total	409	175	221	92

Tabla 5.1.7. Número total de nuevas contrataciones desglosado por edad y género

Género	2017			2018		
	< 30 años	entre 30 y 50	> 50 años	< 30 años	entre 30 y 50	> 50 años
Femenino	151	102	1	102	72	0
Masculino	163	166	1	56	83	0
Total	314	268	2	158	155	0

Tabla 5.1.8. Tasa de rotación del personal desglosado por región y género

Género	2017		2018	
	Lima	Otras ciudades	Lima	Otras ciudades
Mujeres	11%	16%	22%	29%
Hombres	11%	23%	23%	31%

Tabla 5.1.9. Tasa de rotación voluntaria desglosado por edad y género

Género	2017			2018		
	< 30 años	entre 30 y 50	> 50 años	< 30 años	entre 30 y 50	> 50 años
Mujeres	17%	10%	15%	27%	21%	27%
Hombres	20%	11%	10%	31%	22%	60%

Tabla 5.1.10. Tasa de rotación global

Tasas de rotación	2017	2018
Tasa de rotación voluntaria global	12%	10%
Mujeres	12%	23%
Hombres	13%	24%
Tasa de rotación global (voluntaria e involuntaria)	18%	24%

4.2. Clima laboral

En Entel queremos que nuestros colaboradores se sientan motivados y disfruten su trabajo. Realizamos diferentes acciones enfocadas en potenciar el clima laboral de la compañía y promover una forma de trabajar más colaborativa y flexible.

Contamos con la participación y el compromiso de los líderes de equipo. Ellos son nuestros socios internos para generar climas de trabajo positivos y desplegar las buenas prácticas de la empresa con los colaboradores.

Además, tenemos una mesa de clima conformada por personal de diferentes áreas de la gerencia central de capital humano y administración. En este espacio, se dialoga mensualmente sobre los factores que influyen en el clima laboral.

Encuesta de clima laboral

Anualmente realizamos dos mediciones de clima laboral para conocer las percepciones y el nivel de satisfacción de nuestros colaboradores acerca de nuestras iniciativas, sus líderes, las oportunidades de crecimiento y los beneficios que reciben.

La primera es una encuesta llamada “Termómetro”, que nos permite evaluar si las acciones propuestas a inicio de año han cumplido con los resultados esperados. Después, aplicamos la encuesta de *Great Place to Work* (GPTW). En esta fase, además de la medición anual de clima laboral, GPTW nos ofrece una auditoría para evaluar la gestión del talento en la empresa.

En 2018, la encuesta tuvo una participación del 83.90% de colaboradores y obtuvimos un 85% de satisfacción general. Si bien tuvimos una ligera reducción de 1.5 puntos, en comparación con 2017, nuestras buenas prácticas nos mantuvieron en los 10 mejores lugares para trabajar 2018.

Tabla 5.2.1. Resultados de la encuesta de clima laboral

Ítems	2017	2018
Participación	96.50%	83.90%
Satisfacción general	86.50%	85.00%
Porcentaje de preguntas por encima de 75%	84.00%	94.80%

Los aspectos identificados en la encuesta de clima laboral son comunicados en reuniones con vicepresidentes y gerentes centrales. Ellos, posteriormente, hacen el traslado de la información a sus respectivos gerentes de área para desarrollar planes de acción que nos permitan fortalecer el clima laboral.

Adicionalmente, medimos de manera específica a aquellas áreas que obtuvieron mayores oportunidades de mejora en la encuesta. Esto nos permite ofrecerle un acompañamiento personalizado a cada área.

Beneficios laborales

Nuestros colaboradores cuentan con un plan integral de beneficios llamado Vive Entel. Incluye beneficios relacionados a promover el equilibrio entre su vida laboral y personal. Está dividido en 5 ejes: Mi salud, Mi balance vida-trabajo, Mi conexión, Mis finanzas y Mi desarrollo personal.

En 2018 potenciamos nuestro plan de beneficios. Lanzamos el programa de salud integral Vive Bien para promover la prevención en salud en nuestros colaboradores y brindar acompañamiento médico a aquellos que padezcan alguna enfermedad. Está compuesto por cuatro subprogramas: Vive Bien Salud y Nutrición, Vive Bien Maternidad, Vive Bien Psicología y Vive Bien Ergonomía.

Resultados del programa Vive Bien en 2018:

- 55 colaboradores participaron en el Programa Nutricional.
- 100 colaboradores asistieron a talleres *in-house* de zumba y entrenamiento funcional.
- 1475 colaboradores participaron de sesiones de masajes, reiki y acupuntura.
- El 100% de colaboradores participó de campañas de pausas activas y evaluaciones ergonómicas.
- 15 gestantes integraron el Programa de Maternidad.
- 119 colaboradores formaron parte del programa de seguimiento médico para personal con problemas de salud: 68 asistieron a medicina general, 91 a psicología y 63 a nutrición.

Dentro del eje Mi balance vida-trabajo, creamos un combo de vacaciones. El colaborador puede acceder a 8 días de vacaciones y Entel le ofrece 2 días adicionales en los meses de febrero, julio, octubre y diciembre. Durante el último año, 278 colaboradores usaron este beneficio. También ampliamos las licencias por paternidad a 5 días adicionales a los otorgados por ley. Ahora hombres y mujeres tienen el beneficio de 5 días adicionales de paternidad y maternidad. Un total de 22 colaboradores y 8 colaboradoras tomaron la licencia en el 2018.

Como parte del eje Desarrollo Personal, suscribimos un convenio con la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC). Diseñamos el Diploma Especializado en Gestión Comercial y Fidelización al Consumidor orientado a nuestro personal del área Comercial. Tuvimos la participación de 20 colaboradores.

Tabla 5.2.2. Lista de beneficios para nuestros colaboradores

Ejes	Beneficios	Descripción
Mi Salud	Seguro	EPS
		Chequeo médico preventivo
		Seguro de Vida Ley
		Medico en planta
		Seguro de practicantes
		SCTR
		Seguro preferencia
		Ejecutiva del seguro médico
	Programa Vive Bien Salud y Nutrición	Programa nutricional
		Talleres <i>in-house</i>
		Alquiler de canchas deportivas
		Relájate Entel (sesiones de acupuntura, reiki y masajes)
		Campaña de vacunación para colaboradores y familiares contra la influenza
	Programa Vive Bien Psicología	Asesoría psicológica
	Programa Vive Bien Maternidad	Seguimiento médico, talleres y <i>baby shower</i>
	Programa Vive Bien Ergonomía	Campaña e pausas activas y evaluaciones ergonómicas
Programa Vive Bien Promoción de estilos de vida saludable	Programa integral de salud Vive Entel	
	Web ViveRebien	
	Entregables y activaciones	
Mi Balance vida - trabajo	Tiempo Libre	1/2 día por cumpleaños
		Permiso por fallecimiento de familiar directo
		Licencia por matrimonio
		Licencia ampliada por maternidad
		Licencia ampliada por paternidad
		Horario beneficio
		Horario flexible de salida
Horario beneficio de verano		

Ejes	Beneficios	Descripción	
		Combo de vacaciones	
	Obsequios	Regalos por días festivos: cumpleaños, nacimiento, matrimonio, día de la madre, día del padre y navidad	
	Eventos de integración y celebración		Fiesta
			FestiEntel
			Aniversario de la TP Regiones
			Eventos de integración de las gerencias
	Áreas de recreación y descanso	<i>Kitchens</i> , zonas de juegos: ping pong y futbolito	
Lactarios	Zonas de lactancia para colaboradoras y practicantes		
Mi Conexión	Telefonía	Descuentos en telefonía para colaboradores	
	Planes familia & amigos	Descuentos en telefonía para familia y amigos de los colaboradores	
Mis Finanzas	Descuentos Corporativos	Descuentos en diversos comercios para colaboradores y practicantes	
		Convenio con restaurantes para descuentos por planilla	
	Cooperativa	Créditos a tasas especiales para los colaboradores de Entel	
Mi Desarrollo Personal	Capacitación	<i>Successfactors</i>	
		FIE - Fondo individual de estudios	
		Convenio con instituciones educativas	
		Convenio UPC	

Reconocimiento

Año a año reconocemos a los colaboradores que destacan por su contribución en los objetivos estratégicos del negocio y cuyas conductas reflejan los pilares culturales de Entel. Contamos con los siguientes reconocimientos:

- Top Entel: Reconocimiento a aquellos colaboradores que tienen un desempeño sobresaliente y aportan a alcanzar los objetivos de sus áreas. Consta de dos etapas: premiación trimestral y premiación anual. La primera se otorga al 2% de cada gerencia cada 3 meses. La segunda se otorga a los 8 colaboradores que destacaron durante todo

el año y se construye con los resultados de la premiación trimestral. Los ganadores reciben un diploma de reconocimiento, un distintivo de Top Entel para la cinta de su *fotocheck* y un viaje al Caribe con un acompañante.

- Llamada de Ramiro: Nuestro Gerente General llama mensualmente a los colaboradores de las áreas comerciales que excedieron sus objetivos para felicitarlos y motivarlos a seguir en ese camino. Este reconocimiento incluye a los *Top Performer* de Ventas de cada Gerencia de Territorio a nivel nacional.
- Top asesor: Premiamos a los asesores de tienda que superen las métricas establecidas por la gerencia para cada territorio. Los ganadores reciben un bono de manera pública en las reuniones de Mercados.
- Soy Entel: Programa que permite a los colaboradores asignar un reconocimiento asociado a los pilares culturales de Entel a otro compañero.
- Colaborador del mes: Reconocemos mensualmente a los asesores de tienda de todas las regiones del país que tienen un resultado positivo en su métrica de ventas y promueven el trabajo en equipo.
- Cartas de felicitación por resultados MBO²: Reconocimiento por escrito brindado por el Gerente General a todos los gerentes y jefes que hayan obtenido un resultado satisfactorio dentro de su evaluación MBO anual.
- Años de compromiso: Premio otorgado a los colaboradores que logran una trayectoria laboral en nuestra compañía de 5, 10, 15 y 20 años.

4.3. Formación y desarrollo de talento

Capacitación

En Entel nos preocupamos por desarrollar las habilidades de nuestros colaboradores y llevarlos a alcanzar su máximo potencial. La gerencia de desarrollo organizacional es la responsable de identificar las necesidades de capacitación en la organización. Se reúne con cada gerencia para determinar los aspectos formativos que debemos fortalecer y, en base a los resultados, elabora un plan anual de capacitación.

Nuestros programas de capacitación se dividen en dos tipos:

- Capacitaciones técnicas: Refuerzan los conocimientos teóricos y prácticos del colaborador para que cubra su puesto de trabajo con las capacidades adecuadas.
- Capacitaciones por competencias:
Orientadas a incorporar y potenciar las habilidades y actitudes en función a los pilares culturales de Entel.

² Gestión por objetivos (MBO) por sus siglas en inglés.

En 2018, nuestros colaboradores recibieron 15 481 horas de capacitación. En total, ofrecimos 83 cursos con una inversión de S/1 528 960. Registramos una asistencia de 53% y alcanzamos 87% de satisfacción general.

Tabla 5.3.1. Horas de capacitación por colaborador en 2018

Categorías	Horas de capacitación por colaborador
Ejecutivos	195
Profesionales y técnicos	3690
Administrativos	11 585

Programas de capacitación

Fondo Individual de Estudios (FIE)

Cuando un colaborador recibe el reconocimiento Top Entel, genera un fondo económico virtual denominado Fondo Individual de Estudios (FIE). Este fondo le permite acceder a cursos y/o programas de capacitación de acuerdo con su ámbito de interés. En 2018 se aumentó el monto del FIE y dejó de ser proporcional al sueldo del colaborador. Ahora tiene un monto fijo según cada programa de reconocimiento.

Campus Entel

Se encuentra dentro de nuestra plataforma *Success Factors*. Ofrece cursos online elaborados con diferentes entidades educativas locales. Fue relanzado en 2018 con modificaciones para hacer más amigable la plataforma. Ahora cada curso contiene un video introductorio y su respectiva evaluación.

Conectados

El programa inició en enero de 2018. Busca la comprensión de todos los colaboradores sobre el funcionamiento del Network Operation Center (NOC), así como sobre la marca Entel y el viaje de nuestros clientes. Además de todo lo aprendido en los cursos virtuales, se realiza una visita presencial al NOC. En ella se da alcances sobre el monitoreo de la red y las respuestas en caso de incidentes.

Entel Líder

Con este programa incentivamos el crecimiento integral de nuestros líderes (jefes, supervisores y gerentes de negocio). De esta manera, podrán desarrollar a sus equipos y asignarles retos desafiantes según las metas personales de cada colaborador. En 2018 participaron 25 líderes.

Mejores Asesores

Programa diseñado en 2018. Tiene como objetivo homogenizar el perfil de nuestros asesores de tienda y ofrecerles las herramientas para lograr una experiencia distintiva a los clientes. Se desarrollará a partir del 2019.

Entel talk

Espacio de aprendizaje donde expertos de Entel y otras empresas comparten información sobre tecnología, innovación, tendencias y otros temas. La metodología consiste en que cada expositor tiene 20 minutos para compartir, de manera simple y concisa, sus conocimientos. Este año el tema desarrollado fue Internet de las cosas (IoT por sus siglas en inglés).

Desafío Entel

Busca formar una cultura de innovación. Nuestros colaboradores proponen ideas y soluciones a través de una plataforma digital. De manera que, sus compañeros puedan hacer aportes para su implementación o planteamiento de nuevas ideas.

Programa *in house*

Desarrollamos programas de especialización *in house*, en convenio con la Universidad ESAN, con cursos o módulos independientes. En 2018 se incluyó el “Programa de especialización para el desarrollo de nuevas competencias profesionales”.

Financiamiento de estudios de postgrado

Becas de postgrado dirigidas a jefes y gerentes. Cuenta con tres vacantes al año, las cuales son determinadas por un comité de evaluación conformado por el Gerente General y los ocho vicepresidentes de Entel.

Convenios educativos

Beneficios y descuentos en diferentes universidades para que nuestros colaboradores sigan aprendiendo y desarrollándose profesionalmente. Entre los principales convenios tenemos a la Universidad del Pacífico, Tecnológico de Monterrey, UTP, UPC, InfoPUCP, CENTRUM PUCP, Universidad Privada del Norte, Toulouse Lautrec, entre otros.

Evaluación del desempeño

Para monitorear la evolución de su desarrollo profesional, nuestros colaboradores participan del proceso de evaluación de desempeño. Se realiza una vez al año a través de nuestra herramienta de autogestión *Success Factors*, y evalúa dos componentes: cumplimiento de objetivos y alineamiento de pilares culturales.

La evaluación del desempeño tiene cinco etapas:

1. Ingreso y aprobación de objetivos. El colaborador ingresa sus objetivos a la plataforma *Success Factors*, con la aprobación de su jefe directo. Para determinar los objetivos utilizamos la metodología SMART.
2. Autoevaluación del colaborador. Al finalizar el año, el colaborador ingresa a la plataforma su autopercepción con respecto al cumplimiento de sus objetivos y sus comportamientos asociados a los seis pilares culturales de Entel.
3. Evaluación de desempeño. El jefe inmediato evalúa el desempeño del colaborador de acuerdo con los objetivos establecidos en la primera etapa. El evaluador toma en consideración la autoevaluación del colaborador y agrega su visión objetiva.
4. Aprobación de segundo nivel. El jefe del evaluador revisa y aprueba todas las evaluaciones que haya realizado este y sus pares. Esta etapa tiene como objetivo garantizar la igualdad de criterios de evaluación para todas las personas del equipo y eliminar posibles sesgos o subjetividades del jefe inmediato.
5. *Feedback* y cierre de proceso. El jefe inmediato tiene una sesión de *feedback* presencial con su colaborador. Resalta sus fortalezas e identifica las oportunidades de mejora, dejando de lado todo aquello que resulte improductivo e ineficaz para su labor. El colaborador, tras este *feedback*, debe cerrar el proceso de evaluación en la plataforma *Success Factors*.

En 2018, 2344 colaboradores participaron en la evaluación de desempeño, 10% más que el año anterior. De ellos, el 42% fueron mujeres y el 58% hombres. Adicionalmente, contamos con la herramienta Evaluación de Liderazgo 180°. Permite a los equipos brindar retroalimentación a su jefe o supervisor inmediato en aspectos de gestión estratégica y motivación. Se realiza dos veces al año.

Línea de carrera

Buscamos favorecer el crecimiento de nuestros colaboradores dentro de la compañía. En 2018 ascendimos a 197 colaboradores, de los cuales el 57% fueron mujeres y 43% fueron hombres. Asimismo, en los procesos de selección, priorizamos las oportunidades de movilidad interna de nuestro personal. En 2018, el porcentaje total de planilla promocionada fue de 1.58%.

Tabla 5.3.2 Número de colaboradores ascendidos por categoría laboral y género

Categorías	2017		2018	
	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre
Gerentes de primera línea	1	1	1	0

Subgerentes, jefes y supervisores	23	39	12	19
Aportantes individuales	94	84	100	65
Total	118	124	113	84

Matriz de talento

Contamos con una Matriz de Talento que nos permite identificar las posibilidades de desarrollo que tiene una persona en la compañía, en base a su perfil y potencial. Hasta finales del 2018 se construyeron matrices de talento para el equipo gerencial y las jefaturas de Entel. De esta manera, se podrá determinar qué puestos o roles pueden asumir en el futuro. Para el 2019 tenemos como meta extender esta práctica hasta el nivel de aportantes individuales.

4.4. Salud y seguridad en el trabajo

Protegemos la integridad y el bienestar de nuestros colaboradores a través de ambientes de trabajo seguros y saludables. Nuestra Jefatura de Salud y Seguridad en el Trabajo se encarga de identificar e implementar medidas para promover una cultura de prevención de riesgos y evitar accidentes en la compañía.

Tenemos una Política de Salud y Seguridad en el Trabajo (SST) y un Reglamento Interno de SST, los cuales establecen nuestros compromisos sobre estos temas. También contamos con un Comité de SST, que se reúne mensualmente para revisar y discutir las acciones en esta materia. Está constituido paritariamente, es decir, el 50% de sus miembros han sido designados por la empresa y el otro 50% ha sido nombrado a través de elecciones entre los trabajadores. En 2018 se cumplieron con todas las reuniones programadas del Comité de SST.

Anualmente diseñamos un Plan de Capacitación de SST abocado en sensibilizar al personal en temas de ergonomía y sistemas de emergencia. Como parte de nuestro Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo, presentamos este plan al Comité de SST para obtener sus comentarios sobre el contenido.

En Entel ofrecemos capacitaciones virtuales y presenciales en materia de SST. Las capacitaciones virtuales cuentan con 4 módulos de aprendizaje e incluyen los riesgos asociados al puesto de trabajo del colaborador. En el caso de las capacitaciones presenciales, diseñamos sesiones específicas para nuestros brigadistas internos y el equipo del área de Redes. Estos últimos mantienen contacto con personal contratista que realiza trabajos de alto riesgo, por lo tanto, deben conocer correctamente los criterios para un trabajo en condiciones seguras. A lo largo de 2018, nuestros colaboradores recibieron 3706 horas de capacitación en SST.

Salud Ocupacional

Gracias a los programas de prevención y seguimiento de SST, que pusimos en marcha en el periodo 2018, no registramos ninguna enfermedad ocupacional.

Continuamos con el Programa de Prevención de Enfermedades Osteomusculares. Realizamos evaluaciones médicas ocupacionales a un total de 1349 colaboradores; de los cuales, 701 casos recibieron seguimiento médico para prevenir lesiones osteomusculares. Cabe destacar que 224 colaboradores lograron el alta médica. Este número representa el 33% del personal en seguimiento médico.

Capacitamos a 425 colaboradores en higiene postural y pausas activas de forma presencial. Además, realizamos 77 sensibilizaciones de pausas activas a nivel nacional. Incrementando el indicador significativamente, en comparación con el 2017, donde realizamos 6 sesiones de sensibilización.

En 2018, entregamos 1059 kits ergonómicos en tiendas propias y en instalaciones de Entel a nivel nacional. Asimismo, realizamos evaluación médica a 56 gestantes, a fin de mitigar los riesgos asociados a su puesto de trabajo y brindarles orientación.

Tabla 5.4.1. Indicadores en SST

Indicador	2017	2018
Tasa de frecuencia de accidentes	0.20%	0.46%
Tasa de incidencia de enfermedades ocupacionales	0	0
Muertes por accidente laboral	0	0
Días perdidos	8201	2827
Tasa de absentismo en mujeres	1.30%	1.07%
Tasa de absentismo en hombres	0.60%	0.52%

Tabla 5.4.2. Días perdidos y tasas de absentismo desglosado por región y género

Género	Días perdidos				Tasa de absentismo			
	2017		2018		2017		2018	
	Lima	Otras regiones	Lima	Otras regiones	Lima	Otras regiones	Lima	Otras regiones
Mujeres	4199	710	1559	188	1.30%	1.10%	0.70%	0.37%
Hombres	2789	503	985	95	0.60%	0.80%	0.33%	0.19%

5. NUESTRA GESTIÓN CON LOS CLIENTES

5.1. Crecimiento continuo

Nuestra base de clientes aumenta año tras año gracias a la confianza y calidad de nuestros servicios. Al cierre del año 2018 alcanzamos 7,776,523 suscriptores de telefonía móvil, un crecimiento en más de 1.2 millones con respecto al año anterior. En el mismo periodo, nuestras conexiones de internet fijo crecieron en 37% (ver tabla 6.1.2.)

Tabla 6.1.1. Usuarios por mercado

año	Mercado personas	Mercado empresas
2017	88%	12%
2018	90%	10%

Tabla 6.1.2. Número de clientes

año	Número de usuarios / Base de suscriptores / Telefonía móvil	Conexiones de internet fijo	Líneas de telefonía fija
2017	6 511 079	84 078	55 072
2018	7 776 523	134 373	59 791

Cada año alcanzamos más clientes gracias a la portabilidad de líneas celulares. Desde 2014 a la fecha hemos ganado 2,078,071 líneas³. En 2018 estas migraciones aumentaron en 31.27% para mercado personas (prepago y postpago) y 19.62% en mercado empresas. Tal como se puede observar en la tabla 6.1.3.

Tabla 6.1.3. Migraciones a Entel

año	Personas		Empresas
	A Prepago	A Postpago	
2017	251 293	190 296	196 176
2018	327 647	314 912	244 086

³ En nuestro reporte de sostenibilidad 2017 se informó sobre 1,541,000 líneas al 2017. El dato actualizado es de 1,343,973 líneas al 2017.

En el caso de nuestros clientes del mercado personas crecimos en aproximadamente 1.89 millones con respecto a 2017. El crecimiento más importante se dio en las líneas postpago, donde sumamos alrededor de un millón de clientes en el mismo periodo.

Tabla 6.1.4. Clientes en mercado personas

año	Prepago	Postpago
2017	4 285 790	71 ,456
2018	5 140 471	1 751 555

En mercado empresas cerramos 2018 con un crecimiento de 17.86% en el número de clientes a diferencia de 2017 y un crecimiento de 15.10% en el número de usuarios, en el mismo año. (ver tabla 6.1.5.) Estas líneas móviles se distribuyeron en los distintos sectores empresariales. Los más importantes son servicios; y comercio y distribución.

Tabla 6.1.5. Clientes y usuarios en mercado empresas

Año	Clientes	Usuarios
2017	246 421	810 995
2018	290 427	933 459

Tabla 6.1.6. Distribución de líneas por sector en mercado empresas

Sector	2017	2018
Alimentos y bebidas	4%	4%
Construcción y bienes raíces	6%	6%
Banca, Finanzas y Seguros	8%	11%
Transporte y agencias de aduanas	8%	8%
Industria	9%	8%
Comercio y distribución	30%	29%
Servicios	34%	35%

5.2. Canales de atención

Responder a las necesidades de nuestros clientes y hacerlo en la primera comunicación es el objetivo de nuestros canales de atención. Por ello en 2018 pusimos en marcha un nuevo canal: nuestro WhatsApp. Esta nueva modalidad de atención se agrupa dentro de la jefatura de canales digitales en donde se atienden las comunicaciones del cliente por redes sociales y el chat de la web. Este grupo pasa a integrar los canales tradicionales de atención.(ver tabla 6.2.1.)

En 2018 apostamos por canales de auto atención que nos permiten mayor rapidez, más agilidad y un horario 24/7. También contamos con canales intermedios como WhatsApp, en el cual el cliente es atendido inicialmente por un bot automatizado y, de requerirlo, un asesor puede tomar el caso. De esta manera los canales tradicionales tienen menos carga y atienden los casos que realmente requieren asistencia con mejores indicadores de satisfacción y atención.

Tabla 6.2.1. Tiendas Entel por tipo

Tipo de tiendas	Definición	2017	2018
Propias	Son centros de atención propiedad de Entel	25	22
Franquiadas	Son centros de atención cuya administración está a cargo de terceros	140	121
Agentes autorizados	Son módulos de venta dentro de centros comerciales administrados por terceros	549	620

Para el caso del App Entel hemos aumentado la cantidad de usuarios pasando de 1 017 000 en 2017 a 1 500 000 al cierre de 2018.

5.3. Nuestro espíritu Entel Lovers

La dedicación al cliente es parte de nuestra cultura como empresa. Este espíritu ha encontrado su propio desarrollo en el programa Entel Lovers. Nuestra filosofía busca que todos los colaboradores pongan en el centro de su día a día al cliente. Es decir, si se ha decidido mejorar un proceso, este debe ser pensado desde el punto de vista del cliente. Se trata de encontrar y poner en práctica el impacto que tenemos en nuestros clientes. Adicionalmente, Entel Lovers tiene un programa estructurado de iniciativas de alto impacto gestionada por gerentes y asignadas a líderes encargados de generar el cambio.

5.4. Satisfacción

Crear experiencias únicas con nuestros clientes es la filosofía detrás de todas nuestras acciones. Desde la cantidad de firmas que se pide para un contrato de línea nueva hasta la activación del *roaming* cuando salen del país. Cada uno de estos pasos están contemplados en nuestros “viajes” del cliente. Estos aseguran la mejor calidad en la atención. Contamos con un área dedicada a investigar, resolver y mejorar constantemente nuestra relación con el cliente.

La experiencia de cliente es la percepción que tiene de nosotros, se forma mediante la suma de todos los contactos que mantiene con Entel. Las experiencias del cliente van desde realizar una consulta, solicitar información de guía comercial, hasta contratar un nuevo producto.

Contamos con siete “viajes” críticos a los cuales les prestamos mayor atención. Estos son: portabilidad, venta, cambio de plan, renovación, reclamos, servicio técnico y *roaming*.

A cargo de esta gestión se encuentra el área de experiencia del cliente. La cual se divide en mercado personas y mercado empresas. Para el caso de personas, el mercado con mayor número de usuarios, contamos con una subgerencia de experiencia del cliente. Un equipo de 30 profesionales está dedicado a monitorear las encuestas de calidad, las interacciones en todos los canales y coordinar la capacitación y entrenamiento del personal en contacto con el cliente. Además de los “viajes” del cliente, para tener una mejora continua de los mismos.

La principal mejora realizada en 2018 fue el cambio de indicador para la medición de experiencia del cliente. Antes solo medíamos satisfacción, atendiendo a la pregunta ¿Qué tan satisfecho se encuentra usted? Si bien la respuesta indica qué tan contento quedó el cliente con la experiencia, no refleja el grado de lealtad. Para ello, un indicador más preciso es el Net Promoter

Score o NPS⁴. En 2018 empezamos a pilotear la medición de este indicador para su implementación en el siguiente año.

En resumen, para ofrecer la mejor experiencia a todos nuestros clientes escuchamos su opinión, realizamos encuestas, revisamos las interacciones en los “viajes” del cliente. Luego, llevamos todo el resultado a los espacios de capacitación para que nuestros colaboradores puedan aplicar las mejoras y contestar adecuadamente a nuestros clientes.

Tabla 6.4.1. Satisfacción del Cliente

Año	Personas	Empresas	Diferencia sobre la competencia en Personas ⁵	Diferencia sobre la competencia en Empresas ⁶
2017	74%	83%	36%	38%
2018	73%	85%	36%	38%

En 2018 también llevamos a cabo mediciones de tracking de marca, tanto para mercado personas como para mercado empresas. En estos estudios se analiza el top of mind o la primera mención que surge al pensar en una industria en específico (en este caso telecomunicaciones) y la consideración, que es la asociación correcta de una o varias características de la marca.

Tabla 6.4.2. Indicadores de tracking de marca

Indicador	Personas		Empresas	
	2017	2018	2017	2018
Top of mind	17%	23%	21%	25%
Consideración	34%	34%	45%	46%

⁴ NPS nos permite evaluar del 0 al 10 considerando del 0-6 como detractor, 6-8 son neutro y 9-10 son promotor. La pregunta básica es ¿Recomendarías este servicio? Solo 9-10 son promotores. NPS cuenta la cantidad de promotores y resta la cantidad de detractores. Sobre esto se obtiene un porcentaje.

⁵ Calculada sobre el menor resultado obtenido por las empresas competidoras

⁶ Calculada sobre el menor resultado obtenido por las empresas competidoras

5.5. Infraestructura de calidad

Ofrecer a nuestros clientes la mejor conectividad significa contar con una infraestructura de redes y tecnología de calidad. El área encargada de este objetivo es la vicepresidencia de redes y las siete gerencias a su cargo. Nuestro equipo gestiona todas las etapas del cuidado de la red: planificación, diseño, instalación, mejoras, monitoreo y operación; y mantenimiento de la red.

El espectro que usamos para brindar nuestros servicios es el de mayor volumen en Lima y a nivel nacional. A setiembre de 2018 contamos con 562MHz de recursos asignados en todo el Perú.

Desde el inicio de nuestras operaciones en 2014 apostamos por ampliar nuestra cobertura con la mejor tecnología. Iniciamos nuestra red con 820 sitios en 14 departamentos y duplicamos la cantidad para finales del mismo año. Para 2015, alcanzamos las 2500 antenas en los 24 departamentos del Perú. Nuestra red siguió aumentando en los siguientes años con énfasis en la cobertura 4G.

Tabla 6.5.1. Centros poblados con cobertura

año	2G	3G	4G
2016	6255	6232	1984
2017	6916	6893	3400
2018	6625	6625	3514

Tabla 6.5.2. Nuevos centros poblados en Lima con cobertura

año	2G	3G	4G
2017	75	75	60
2018	82	82	71

Tabla 6.5.3. Nuevos centros poblados con cobertura en otras ciudades

año	2G	3G	4G
2017	586	586	1356
2018	1125	1125	1116

Nuestra gerencia de Aseguramiento de Calidad y NOC (Network Operation Center) monitorea la calidad de nuestra red. Nuestro equipo de trabajo esta dedicado las 24 horas del día durante todos los días del año a mantener la mejor calidad de servicio para nuestros clientes.

Mantenemos nuestro compromiso de ofrecer los mejores indicadores del mercado en cuanto a accesibilidad, velocidad de descarga y latencia.

Para alcanzar estas metas contamos con dos sistemas de monitoreo geolocalizados que permite detectar con precisión aquellas zonas que presentan deficiencias en la red. Al ser detectadas, se genera una alarma e inmediatamente analizamos las causas y las corregimos en el menor tiempo posible mediante una cuadrilla especializada de técnicos. La información brindada por los sistemas de monitoreo genera un análisis estadístico sobre el cual se emiten reportes diarios.

Tabla 6.5.4. Tickets atendidos correctamente por la Gerencia de Aseguramiento de la Calidad y NOC

año	Tickets
2017	46 686
2018	30 413

Tabla 6.5.5. Tasa promedio de accesibilidad

Año	Red	Voz	Datos
2017	2G/3G/4G	99.77%	
2018	2G	99.76%	99.85%
	3G	99.80%	99.64%
	4G	99.68%	99.86%

Tabla 6.5.6. Tasa promedio de llamadas caídas sobre llamadas realizada

Año	Red	Tasa
2017	2G / 3G	0.46%
2018	2G	0.63%
2018	3G	0.35%
2018	4G	0.08%

5.6. Cumplimiento regulatorio

Operamos conforme al marco regulatorio aplicable a nuestro rubro. Contamos con mecanismos de gestión regulatoria que nos permiten dar respuesta a los requerimientos de las entidades

supervisoras y el Estado. Contamos con una gerencia de regulación, la cual divide sus labores en dos jefaturas:

- Regulación de Usuarios: encargada de los aspectos con impacto directo en el cliente.
- Regulación Mayorista: dedicada a los asuntos relacionados a la interconexión con otros operadores, concesiones, cobertura y pedidos de información por parte del Estado.

Durante el 2018 solo tuvimos un caso de sanción no monetaria por parte de OSIPTEL. De igual manera, pagamos S/ 885 167.00 en multas al mismo organismo. En ese mismo año hemos sido parte de 8 procesos sometidos al mecanismo de resolución de conflictos de INDECOPI y 3 en el Poder Judicial por aspectos negativos de nuestras comunicaciones y la información que ofrecemos.

5.7. Gestión de las radiaciones no ionizantes

Nuestras antenas emiten radiaciones no ionizantes, que se ha demostrado no ocasionan daño a la salud. No obstante, existe una normativa internacional y nacional que determina los límites máximos permisibles de radiación de nuestras antenas y la distancia mínima que deben mantener respecto a la población. Al montar e instalar las antenas, nuestro equipo técnico revisa dichos parámetros y se asegura de que cumplan con la normativa nacional dispuesta por OSIPTEL y con la normativa internacional. Luego de ello, se emite un expediente técnico que es entregado a la entidad reguladora (OSIPTEL). También hacemos dichas mediciones posteriormente si es que nos lo solicita algún municipio o autoridad.

6. NUESTRA GESTIÓN SOCIOAMBIENTAL

En Entel impulsamos una gestión socialmente responsable en todos los niveles de la compañía. Para nosotros, la responsabilidad social es la forma ética y transparente de hacer negocios, creando relaciones honestas y de largo plazo con nuestros grupos de interés para tener un Perú mejor conectado. Por ello, trabajamos de forma responsable para reducir la brecha digital y contribuir al desarrollo económico, social y medio ambiental.

La Jefatura de Relaciones Institucionales y Sostenibilidad es la encargada de dirigir las iniciativas sociales y ambientales de la compañía. Se guía de nuestra Política de Responsabilidad Social, la cual se basa en siete principios transversales: ética e integridad, buen gobierno corporativo, derechos humanos, crecimiento sostenible con el entorno, transparencia, diversidad e inclusión y comunicación externa e interna.

6.1. Iniciativas sociales

Señas que conectan

Creemos que para conectarnos mejor es imprescindible entendernos. Por eso, en 2018 creamos el programa Señas que Conectan con el objetivo de capacitar a nuestros asesores de tienda en lengua de señas y atender mejor a nuestros usuarios con discapacidad auditiva.

Con el apoyo de MAW, organización que promueve la mejora de la calidad de vida de las personas con discapacidad auditiva, elaboramos un manual con la traducción a lengua de señas de los principales términos y procedimientos que usamos en el proceso de atención al cliente. Capacitamos de manera virtual y presencial a 11 asesores de las tiendas de Mega Plaza, San Isidro y Trujillo. Además, invitamos a líderes de opinión a que vivan la experiencia de un taller de lengua de señas para sensibilizarlos sobre la importancia de la inclusión y la diversidad.

Para 2019, tenemos como meta capacitar a una segunda promoción de 20 asesores de tienda.

Enseña Perú

En Entel estamos convencidos que la educación es una herramienta valiosa para transformar la sociedad y cambiar la vida de las personas. Desde el 2014 nos unimos a Enseña Perú para promover una educación de calidad y reducir la brecha digital en los colegios del país.

Hasta el 2018, logramos que 87 colegios estén mejor conectados a través de la donación de *routers* inalámbricos de internet. Esto les ha permitido acceder a material que mejore la experiencia de los estudiantes, así como capacitar de manera virtual a los maestros.

Lanzamos el programa “Propósitos que conectan”, en el que docentes de ocho regiones recibieron capacitaciones virtuales a través de la red de Entel. Además, impulsamos la iniciativa

“Profe por un día”, en la que cuatro reconocidos periodistas ofrecieron una clase maestra y contaron sus experiencias a estudiantes de diferentes colegios de Lima.

Nuestro trabajo con Enseña Perú se extiende al voluntariado corporativo. En los últimos cuatro años, más de 200 colaboradores de Entel han compartido vivencias con cerca de 800 niños y jóvenes.

Héroes Entel

El programa Héroes Entel está conformado por colaboradores voluntarios que aportan su tiempo y compromiso a acciones en beneficio de la comunidad. Dedicar su tiempo libre a diferentes actividades como remodelar espacios, talleres para contar cuentos a niños, de arte, campañas del cuidado del medio ambiente, entre otros. Además, son grandes aliados estratégicos en la tarea de sensibilizar a los demás colaboradores.

En 2018, contamos con **50** colaboradores voluntarios. Llevamos a cabo tres actividades:

- Amo mi playa, versión #PlásticoChallenge. Conscientes de la importancia del cuidado del medio ambiente, realizamos el voluntariado de recolección de basura en las playas La Pampilla y Punta Roquitas.
- Biohuerto con Enseña Perú. Trabajamos junto a nuestros voluntarios en la implementación de un biohuerto en uno de los colegios de Enseña Perú.
- Colecta de frazadas. Realizamos una colecta interna de frazadas, de la mano de la asociación civil Juguetes Pendientes para abrigar a las víctimas del friaje.

Teletón

Desde el año 2015 apoyamos a la Teletón. Brindamos el servicio de mensajería de texto para que los peruanos puedan donar a esta iniciativa y apoyar la rehabilitación de los niños que se atienden en las seis clínicas San Juan de Dios.

Diálogo con las comunidades

Durante 2018 ampliamos nuestro diálogo con la comunidad. . Incluimos dentro de este grupo de interés a los municipios, vecinos, no clientes y la comunidad virtual de Entel. Para este último, contamos con un equipo de redes sociales especializado que atiende y asigna sus demandas al área correspondiente.

Debido a la conclusión de la etapa crítica de instalación de antenas, el área de Mediación dejó de existir a inicios de 2018. El trabajo con las comunidades donde se encuentran nuestras antenas se trasladó a los proveedores de infraestructura.

Relacionamiento con los medios de comunicación

Para Entel es importante construir relaciones honestas y de largo plazo con los medios de comunicación, periodistas y líderes de opinión. Continuamente promovemos espacios de diálogo para brindar la información que los medios de comunicación requieren.

La Jefatura de Relaciones Institucionales y Sostenibilidad se encarga de gestionar estas relaciones. Actualmente, es una fuente de información exclusiva, confiable y legítima para la prensa.

Durante 2018, descubrimos una nueva forma de relacionarnos con los influenciadores, periodistas y líderes de opinión. Realizamos eventos con un formato más distendido y cercano para informar sobre temas complejos del sector. Contamos con la participación del Gerente Central de Legal, Regulatorio y Relaciones Institucionales para dialogar con ellos, brindarles información del sector y absolver sus dudas.

Apariciones en prensa

A lo largo de 2018, la prensa mencionó a Entel en 2604 publicaciones directas. El 95% de estas publicaciones fueron positivas y neutras. Asimismo, registramos 365 publicaciones sobre temas de sostenibilidad.

Premio Periodismo Sustentable

El Premio Periodismo Sustentable (PESU) nos permite reconocer aquellos trabajos periodísticos que contribuyen a generar conciencia y sensibilizar a la comunidad sobre iniciativas enfocadas a construir una sociedad más inclusiva, conectada y sostenible. Este premio es patrocinado por Entel Chile, creador de la iniciativa, y la Universidad Católica de Milán. El ganador es invitado a una pasantía de una semana en la Escuela de Periodismo de la Universidad Católica de Milán.

En 2018, Diego Suárez Bolesman logró el primer puesto de la cuarta edición del Premio de Periodismo Sustentable- Perú con su reportaje “Los océanos se están ahogando”, publicado en el diario El Comercio. El reportaje detalla cómo las zonas marinas sin oxígeno se han cuadruplicado en todo el mundo, perdiendo sistemáticamente la capacidad para sostener la vida que albergan.

6.2. Iniciativas ambientales

En Entel entendemos que nuestro crecimiento no puede estar desligado de la gestión responsable y sostenible de los recursos ambientales. Por esa razón, trabajamos para reducir nuestros impactos ambientales a través de iniciativas que suman a la lucha contra el cambio climático y promueven conductas responsables con el medio ambiente, tanto en la compañía como en nuestra cadena de valor.

Huella de carbono

Desde 2016 medimos anualmente nuestra huella de carbono. Esta acción nos permite evaluar nuestro desempeño ambiental y establecer acciones enfocadas en reducir las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) que generamos.

En 2018, nuestra huella de carbono fue de 9 994.88 toneladas de CO₂ equivalente (tCO₂eq). Esto representó una reducción de 13.55% de nuestras emisiones de GEI, con respecto al año 2017, donde se generaron 11 474.64 tCO₂eq. Igualmente, disminuimos las emisiones por colaborador de 6.58 tCO₂eq a 5.61 tCO₂eq.

Tabla 7.2.1. Huella de Carbono 2018 desglosado por alcance y emisiones

Alcances	Emisiones CO ₂ (t)	Emisiones CH ₄ (t CO ₂ eq)	Emisiones N ₂ O (t CO ₂ eq)	Emisiones HFC (t CO ₂ eq)	t CO ₂ eq	% del Total
Alcance 1: Emisiones Directas	3,060.64	1.34	12.17	0.00	3,074.15	30.76%
Transporte de vehículos propios	2,975.82	1.23	11.98	0.00	2,989.04	29.91%
Generadores eléctricos	84.40	0.11	0.19	0.00	84.70	0.85%
Extintores	0.42	0.00	0.00	0.00	0.42	0.00%
Alcance 2: Emisiones por consumo de electricidad	2,930.74	2.22	3.01	0.00	2,935.96	29.37%
Consumo de electricidad	2,930.74	2.22	3.01	0.00	2,935.96	29.37%
Alcance 3: Emisiones indirectas	3,845.61	124.04	15.12	0.00	3,984.76	39.87%
Consumo de papel y cartón	1,159.28	0.00	0.00	0.00	1,159.28	11.60%
Viajes en avión	1,121.48	0.06	5.61	0.00	1,127.15	11.28%
Desplazamiento del personal al trabajo	1,080.03	7.14	7.92	0.00	1,095.09	10.96%
Pérdidas por transporte y distribución de electricidad	364.82	0.00	0.00	0.00	364.82	3.65%
Generación de residuos	0.00	115.67	0.00	0.00	115.67	1.16%
Desplazamiento en taxis (Lima y provincias)	91.30	1.02	1.56	0.00	93.87	0.94%
Consumo de agua	21.89	0.00	0.00	0.00	21.89	0.22%
Mensajería	6.36	0.14	0.02	0.00	6.53	0.07%
Viajes terrestres nacionales	0.45	0.00	0.00	0.00	0.45	0.00%
Total Huella de Carbono	9,836.98	127.60	30.30	0.00	9,994.88	100.00%

Tabla 7.2.2. Evolución de las emisiones entre 2017 y 2018

Alcances	2017		2018		2017 Recalc vs 2018	
	tCO ₂ eq	% del Total	tCO ₂ eq	% del Total	Diferencia (tCO ₂ eq)	Diferencia (%)
Alcance 1: Emisiones directas	3,154.62	29.33%	3,074.15	30.93%	-80.48	-2.55%
Generadores eléctricos	27.21	0.25%	84.70	0.85%	57.48	211.24%
Transporte de vehículos propios	3,127.25	29.08%	2,989.04	30.07%	-138.21	-4.42%
Extintores	0.16	0.00%	0.41	0.00%	0.25	159.32%
Alcance 2: Emisiones por consumo de electricidad	3,446.15	32.04%	2,908.35	29.26%	-537.80	-15.61%
Consumo de electricidad	3,446.15	32.04%	2,908.35	29.26%	-537.80	-15.61%
Alcance 3: Emisiones indirectas	4,896.87	45.53%	3,957.52	39.81%	-939.35	-19.18%
Desplazamiento del personal al trabajo	1,245.33	11.58%	1,074.99	10.81%	-170.33	-13.68%
Consumo de papel y cartón	2,335.90	21.72%	1,159.28	11.66%	-1,176.62	-50.37%
Viajes en avión	754.82	7.02%	1,127.15	11.34%	372.33	49.33%
Pérdidas por transporte y distribución de electricidad	355.12	3.30%	361.39	3.64%	6.27	1.76%
Generación de residuos	101.71	0.95%	113.08	1.14%	11.37	11.18%
Consumo de agua	23.62	0.22%	21.12	0.21%	-2.49	-10.56%
Desplazamiento en taxis (Lima y provincias)	57.21	0.53%	93.52	0.94%	36.31	63.47%
Viajes terrestres nacionales	0.48	0.00%	0.45	0.00%	-0.02	-4.95%
Mensajería	22.69	0.21%	6.53	0.07%	-16.16	-71.23%
Total Huella de Carbono	11,497.64	106.90%	9,940.01	100.00%	-1,557.63	-13.55%

El resultado se debe principalmente a la reducción en el consumo de papel y cartón, el consumo de electricidad y el desplazamiento del personal al centro de trabajo. En 2018, promovimos el cambio del envío del recibo físico al recibo electrónico de nuestros clientes. Actualmente, más del 70% de recibos se envían vía e-mail.

También promovimos la movilidad sostenible en nuestros colaboradores a través del uso de la bicicleta y nuestra aplicación Entel Pool, donde el colaborador tiene la oportunidad de compartir el vehículo con otro compañero para trasladarse al trabajo o retornar a casa.

Como parte de nuestra contribución a un mundo libre de plástico, retiramos las bolsas de este material de nuestras tiendas de Mega Plaza, Larco, Plaza República, San Miguel y Santa Anita. Adquirimos *merchandising confeccionado a partir de PET reciclado* proveniente de botellas de plástico recolectadas en nuestras sedes administrativas, principalmente

Es importante mencionar que, en 2018, la medición de la huella de carbono consideró las actividades de las sedes administrativas de Miraflores, San Isidro, San Borja, y la tienda de Plaza República. Además, se definió como año base debido a los cambios en el alcance, con respecto a la estimación del año anterior, según las recomendaciones de la norma internacional ISO 14064.

Conectados con el planeta

Buscamos empoderar a los estudiantes y hacerlos conscientes de la importancia de elegir energía renovable. Para ello, instalamos cargadores de energía solar para celulares y otros dispositivos en diferentes instituciones de educación superior del país.

Hasta 2018, colocamos 62 cargadores solares en 33 universidades y 8 institutos. Éstos ahorraron 5091 kW de energía eléctrica, lo que equivale a 2,03 toneladas métricas de CO₂ que no fueron liberadas a la atmósfera.

Reciclemos para transformar

Mediante este programa promovemos el reciclaje de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEE) en desuso. En el 2017, la Dirección de Asuntos Socio Ambientales del Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC) aprobó nuestro Plan de Manejo de Residuos de Aparatos Eléctricos y Electrónicos, convirtiéndonos en el primer operador de Perú en implementarlo.

Tenemos puntos de acopio en 33 instituciones comprometidas con el medio ambiente. Durante el 2018, nos aliamos nuevamente con Publímetro en una campaña por el Día Mundial del Reciclaje para contar con 100 puntos de acopio itinerantes en Lima. En el último año, recolectamos y reciclamos 30 toneladas de RAEE.

Entel Pool

Con este programa incentivamos que nuestros colaboradores compartan sus vehículos para trasladarse a la oficina o retornar a sus casas, así como reducir sus emisiones de GEI. Trabajamos con una aplicación móvil que permite al colaborador crear un perfil, registrar sus rutas frecuentes y ponerlas a disposición de otros usuarios para compartir el vehículo.

El programa, no tuvo el impacto esperado en el 2018 debido a las obras de remodelación del Centro Financiero de San Isidro. Los colaboradores cambiaron sus rutas y redujeron el uso del aplicativo.

Sensibilización ambiental

Organizamos y participamos en una decena de eventos de sensibilización ambiental. En el 2018, desarrollamos un taller de reciclaje de la mano de B-Green, en la Asociación Cultural Peruano Británica. Además, formamos parte de los talleres Creer para Emprender, el foro Social Good Summit, organizado por la Universidad de Lima; y el evento Nexos +1, entre otros.

Durante 2018, también nos sumamos a campañas ambientales como la Hora del Planeta. Este año apagamos las luces de nuestras tres sedes corporativas y realizamos el voluntariado de recolección de basura “Amo mi playa”, en alianza con la Municipalidad de Miraflores y la WWF.

7. SOBRE ESTE REPORTE

7.1. Nuestros grupos de interés

Definimos a los grupos de interés como aquellas personas, grupos, entidades y organizaciones con quienes nos relacionamos en algún punto de nuestra cadena de valor. Para reconocer a un grupo de interés se debe cumplir las siguientes características:

- Ser impactados positiva o negativamente por nuestras actividades y/o operaciones.
- Impactar positiva o negativamente nuestras operaciones.
- Tener una relación legal, comercial, contractual o de cualquier otro tipo con la organización.
- Tener la capacidad de influir en la continuidad de nuestra organización.

A continuación, presentamos una caracterización de nuestros grupos de interés. Además del mecanismo de diálogo y sus principales expectativas.

Tabla 8.1.1. Grupos de interés, diálogo y expectativas

Grupo de interés	Definición	Mecanismo de diálogo	Frecuencia de diálogo	Principales expectativas
Accionistas	Son quienes nos proveen de capital para invertir en la compañía	Oficina de Relación con los Inversionistas (Chile)	Permanente	<ul style="list-style-type: none"> • Rentabilidad y retorno del capital • Estabilidad financiera • Transparencia en la información financiera
Colaboradores	Son personas que tienen una relación contractual con nosotros y desempeñan labores en la compañía.	Canales de comunicación interna Reuniones presenciales, reuniones de planeamiento, Comité de Empleados, Encuesta de clima laboral Canal de Denuncias Intranet, e-mailing, paneles, Skype, grupos de WhatsApp	Permanente	<ul style="list-style-type: none"> • Beneficios • Reconocimientos • Sueldos competitivos • Balance trabajo – familia • Transparencia sobre desempeño • Buen clima laboral • No discriminación • Horario de trabajo • Capacitación • Desarrollo profesional • Línea de carrera • Cuidado del medio ambiente
Proveedores y contratistas	Son quienes nos abastecen de bienes y servicios claves para que el negocio opere.	Licitaciones, cartas, e-mails, contacto directo	Permanente	<ul style="list-style-type: none"> • Contratación y continuidad de los contratos • Transparencia en los procesos de contratación, evaluación y pago • Recibir pagos rápidos y oportunos

Grupo de interés	Definición	Mecanismo de diálogo	Frecuencia de diálogo	Principales expectativas
Clientes y usuarios	Los clientes son las personas que adquieren nuestros servicios con quienes mantenemos un contrato. Los usuarios son quienes utilizan nuestros servicios de telecomunicaciones, independientemente de que sean los titulares de las líneas.	Call centers Tiendas Canales digitales Apps Entel Redes sociales Libro de reclamaciones	Permanente	<ul style="list-style-type: none"> • Beneficios, promociones, mejores precios • Calidad del servicio, señal, cobertura • Buen servicio de post-venta • Seguridad de las antenas
Comunidad	La comunidad para Entel alcanza a todas las personas (clientes y no clientes) y organizaciones en donde operamos.	Canal de denuncias Seguimiento en medios y redes sociales	Permanente	<ul style="list-style-type: none"> • Atención a reclamos • Diálogo abierto y transparente
Estado	El Estado está representado por el gobierno central y los gobiernos locales quienes nos dan un marco legal para operar, que nos brindan las licencias de funcionamiento y a quienes rendimos cuentas sobre nuestro cumplimiento regulatorio.	Reuniones y espacios de diálogo Procesos de incidencia pública y negociación Solicitudes de información	Permanente	<ul style="list-style-type: none"> • Calidad del servicio, señal, cobertura • Cumplimiento de normas vigentes y obligaciones legales • Uso del espectro
Competencia	La competencia está representada por las empresas de telecomunicaciones con quienes compartimos mercado.	Espacios gremiales Reuniones con reguladores	Ocasional	<ul style="list-style-type: none"> • Competencia justa • Cumplimiento regulatorio
Medios de comunicación	Están representados por los medios de comunicación masivos que tratan temas de interés común para el país; y también por medios de comunicación especializados en tecnología. Con ambos compartimos notas de prensa, entrevistas e información sobre nuestra compañía y sobre la industria.	Conferencias de prensa, comunicados y notas de prensa, y comunicación directa. Eventos dirigidos a la prensa	Permanente	<ul style="list-style-type: none"> • Acceso a información transparente y oportuna.

7.2. Temas materiales del negocio

La identificación de temas materiales o materialidad es un principio en la elaboración de reportes de sostenibilidad bajo la metodología de la Global Reporting Initiative (GRI). Una adecuada materialidad permite identificar los puntos más relevantes para la gestión sostenible de la empresa en el ámbito económico, social y ambiental.

Nuestro análisis de materialidad ha constituido un proceso que podemos resumir en las siguientes etapas:

- Revisión

Hicimos una revisión de los objetivos estratégicos de la compañía e identificamos las expectativas de nuestros grupos de interés sobre nuestras operaciones. En esta revisión también hemos incluido diferentes documentos internos, entre los cuales destacan políticas, lineamientos y procedimientos e informes de gestión, que han permitido evidenciar diferentes acciones que se llevan a cabo para gestionar los principales impactos de la empresa. Esta etapa brindó una base sobre el funcionamiento de la compañía, los principales hitos y cambios durante la gestión del año 2018, además de permitirnos perfilar las preguntas de la fase de entrevistas y talleres.

- Identificación

Identificamos los principales impactos económicos, sociales y ambientales derivados de los objetivos estratégicos. Se tomaron los resultados de procesos de relacionamiento específicos del reporte 2017. Para este reporte se realizó un taller con proveedores con la participación de 25 empresas.

- Priorización

Como resultado obtuvimos una lista de expectativas de los grupos de interés y una lista de los principales impactos de nuestro negocio. Priorizamos las expectativas de nuestros grupos de interés con la metodología de madurez propuesta por AccountAbility.

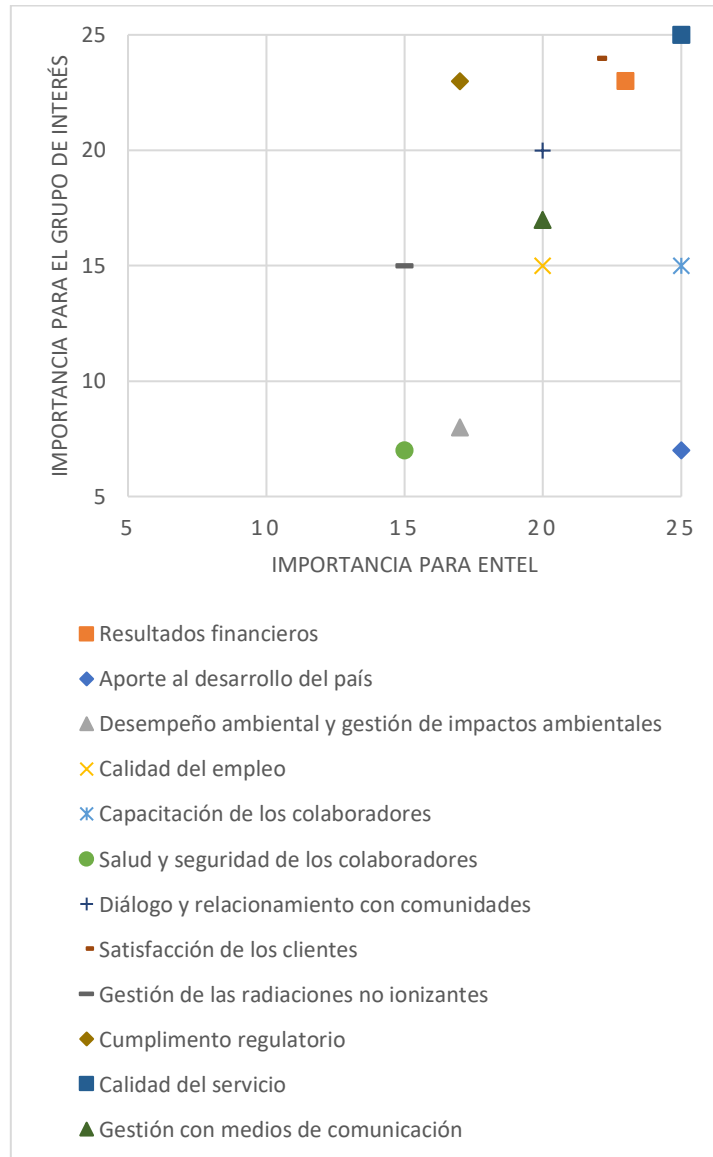
- Validación

La jefatura de Relaciones Institucionales y Sostenibilidad validó los aspectos GRI y aquellos propios del negocio. Obtuvimos, como resultado una lista de 12 temas importantes o materiales, a los cuales se le otorgó un aspecto GRI asociado. Para aquellos temas materiales que no coinciden con los aspectos GRI se establecieron indicadores propios.

Tabla 8.2.1. 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

Tabla 8.2.2. Cuadro de materialidad



8. ÍNDICE GRI