entel

Reporte de Sostenibilidad 2018

Mira el resumen animado del Reporte de Sostenibilidad 2018 ▸ **Aquí**

Índice

1 Introducción 3

2 Mensaje de nuestro gerente general 4

3 Sobre nosotros 7
- 3.1. Principales cifras 7
- 3.2. Nosotros 8
- 3.3. Misión y visión 10
- 3.4. Nuestros servicios 10
- 3.5. Estructura de gobierno 12
- 3.6. Gestión ética 14
- 3.7. Asociaciones y membresías 14
- 3.8. Reconocimientos y distinciones 15

4 Nuestro desempeño económico 17
- 4.1. Nuestra gestión 2018 18
- 4.2. Valor económico generado, distribuido y retenido 19
- 4.3. Gestión con proveedores 20

5 Nuestra gestión con los colaboradores 21
- 5.1. Principales cifras de colaboradores 23
- 5.2. Clima laboral 27
- 5.3. Formación y desarrollo de talento 33
- 5.4. Salud y seguridad en el trabajo 37

6 Nuestra gestión con los clientes 39
- 6.1. Crecimiento continuo 39
- 6.2. Canales de atención 42
- 6.3. Nuestro espíritu Entel Lovers 43
- 6.4. Satisfacción 43
- 6.5. Infraestructura de calidad 46
- 6.6. Cumplimiento regulatorio 49
- 6.7. Gestión de las radiaciones no ionizantes 49

7 Nuestra gestión socioambiental 50
- 7.1. Iniciativas sociales 51
- 7.2. Iniciativas ambientales 54

8 Sobre este reporte 57
- 8.1. Nuestros grupos de interés 57
- 8.2. Temas materiales del negocio 60

9 Índice GRI 63

introducción

1

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 y el 31 de diciembre del 2018 para las operaciones en Perú. Este informe se ha elaborado de conformidad con la opción Esencial de los Estándares GRI. 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 con nuestros colaboradores, clientes y proveedores sobre los temas que consideran relevantes en su relación con nuestra compañía. Este informe no ha tenido expresiones de informes anteriores. El proceso y la elaboración de este reporte fueron liderados 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.

(GRI 102-10, 102-43, 102-48, 102-50, 102-51, 102-52, 102-54)

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
Cinthya 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

Mensaje de nuestro gerente general

(GRI 102-14)

Nuestro propósito de conectar mejor a las personas trasciende a establecer meros canales de comunicación. Tiene que ver con involucrarnos en crear conexiones reales con todo lo que les importa. Tiene que ver con que incluso se conecten con ellas mismas. Esta pretensión, parte por buscar hacerles la vida más fácil, de manera que puedan elegir en qué invertir ese valioso bien no renovable llamado tiempo. Todo esto a través de la tecnología y la innovación.

Poner al cliente en el centro de todo es el camino y, como resultado de ello, cerramos el muy desafiante 2018 siendo la empresa de telecomunicaciones con mayor crecimiento en Perú y la quinta en el mundo. Esto gracias al enfoque y pasión de nuestros colaboradores que nos permitieron acelerar proyectos y mantener una propuesta de valor con una oferta competitiva.

En este cuarto año de operaciones en el país con la marca Entel, invertimos S/ 613 millones principalmente en despliegue de infraestructura y continuamos desarrollando nuestro proceso de Transformación Digital Entel (TDE). En cuanto a la expansión de red, levantamos 3 574 sitios para asegurar la cobertura de telecomunicaciones en el 70 % de la población de Perú.

Sumamos 1,27 millones de clientes a nuestros ya 7,81, lo que supuso un crecimiento anual de 19,4 %. Si miramos más atrás, en cuatro años pasamos de una participación en el mercado de 5,5% a 19,7%. Si vemos por separado los números de prepago y postpago, tenemos una participación de 19,5 % y 20,1 % al cierre de 2018, respectivamente. Ahora bien, si nos detenemos en postpago, logramos el liderazgo indiscutible en portabilidad, de acuerdo con el reporte del Organismo Supervisor de Inversión Privada en Telecomunicaciones (OSIPTEL).

Otro importante paso dado durante el año fue el lanzamiento de internet para el hogar de rápida instalación (Banda Ancha Fija Inalámbrica "BAFI"). Para ello, sobre la banda de 2 300 Mhz desplegamos 369 sitios y pudimos llegar a conectar a más 800 mil hogares en Lima.

Satisfacción de clientes

Como resultado del enfoque en poner a nuestros clientes en el centro de todo, fuimos reconocidos por Best Customer Experience (BCX), como la empresa de telecomunicaciones con mejor experiencia del cliente en Iberoamérica. Este reconocido estudio evalúa a más de 50 mil consumidores de 117 empresas en Iberoamérica de distintos sectores en torno a la marca, producto e interacción con clientes. Ellos nos dieron un 71 % en satisfacción general (12pp vs. líder de la competencia).

Parte de la estrategia que se reflejó en este reconocimiento es la aplicación de indicadores de satisfacción para cada punto de contacto con el cliente. Es así como obtenemos información oportuna para mejorar tanto procedimientos como procesos. También prestamos atención a lo que los clientes dicen en redes sociales. Esto nos permite estar siempre atentos a sus necesidades, aspiraciones, demandas, entre otros.

Marca reconocida y admirada

Nuestra estrategia de comunicación también tiene como punto de partida el entendimiento de nuestros usuarios. Lo que piensan, lo que sienten, lo que les emociona. Ponernos a su lado es lo que hacemos para desarrollar adecuadamente nuestra oferta; pero también, nuestra manera de llegar a ellos. Buscamos que nuestras piezas publicitarias reflejen lo que somos, con mensajes simples, una oferta transparente y líneas creativas que les emocionen.

Trabajando de esta manera, durante 2018 ganamos un Effie de Oro en la categoría Internet y telecom por la campaña "Disculpas ilimitadas". Esta distinción se suma a más de una decena de reconocimientos obtenidos en los últimos tres años por nuestra producción publicitaria.

Pero eso no es todo, cuando hablamos de reflejar lo que somos, esto trasciende a nuestra estrategia de comunicación. La manera en que venimos haciendo las cosas y cómo esto se convierte en expectativas y percepciones también tiene indicadores y reconocimientos.

Es así como durante 2018 nos convertimos en la primera operadora de telecomunicaciones en ser reconocida por "Las Empresas Más Admiradas del Perú", distintivo otorgado por Price Waterhouse Coopers y la Revista G de Gestión. Este reconocimiento solo se entrega a 10 empresas y, en el caso de Entel, los pilares que más destacaron fueron: responsabilidad social y gestión del talento.

Nuestra reputación corporativa también fue distinguida por el ranking de Merco, que nos ubicó en el primer lugar entre las operadoras de comunicaciones y en el noveno, entre el total de empresas que lideraron el estudio de Merco Empresas y Líderes 2018. Este estudio analiza, a través de cinco evaluaciones con más de 18 mil encuestas, la percepción y la valoración de las principales compañías de distintos sectores del país. Asimismo, los resultados son auditados por la firma internacional KPMG.

Así también, nuestra visión de desarrollo sostenible y la forma en que interiorizamos este aspecto en cada actividad del negocio, fueron reconocidas por Merco que, igualmente, nos ubicó en el primer lugar de operadoras de telecomunicaciones de Perú con mejor reputación en Gobierno Corporativo y Responsabilidad Social.

Transformación Digital

Ser ágiles en una industria tan dinámica como la de Telecomunicaciones no solo es oportuno. Podríamos decir que es obligatorio. En Entel trasladamos las características y capacidades de lo digital no solo a procesos, productos y activos sino, y, sobre todo, a nuestros propios esquemas mentales para admitir el cambio como un estado permanente y necesario. Este es el camino para mejorar eficiencias, gestionar riesgos y descubrir nuevas oportunidades de generación de ingresos. Todo esto través de la búsqueda y creación de más valor para nuestros clientes.

Este proceso de transformación se inició en 2015 y supuso una serie de cambios internos con impacto externo, tales como canales de atención más ágiles que simplifiquen el trabajo de asesores de atención y hagan la vida de los clientes más fácil. Por ejemplo, entre los muchos avances de 2018 en el proyecto TDE, el lanzamiento de la plataforma de atención vía WhatsApp fue uno de los más visibles.

Hacia el cierre de 2018, ya el 93 % de las transacciones se dieron a través de algún canal digital. Seguiremos en este camino trabajando con esta profunda vocación de servicio, y buscaremos atender de manera inmediata y simple a los clientes, dándoles la libertad de elegir el canal de contacto que mejor se ajuste a sus preferencias, sea a través de una aplicación, de nuestro sitio web o de las redes sociales.

Pero también, seguiremos siendo críticos con cada una de nuestras actividades y procesos. Buscaremos minimizar los impactos negativos y potenciar los positivos para seguir desarrollándonos y transformándonos de manera responsable e inclusiva con nuestro entorno. Esta es la apuesta que entendemos como Entel y que buscamos trasladar en este documento.

Que lo disfruten.

Ramiro Lafarga

Sobre nosotros

3.1 Principales cifras

2 355 Colaboradores

7 776 523 Suscriptores en telefonía móvil

19,8% Cuota de Mercado

73% Satisfacción de clientes personas

85% Satisfacción de clientes empresas

2 509 177 058,23 Ventas

(GRI 102-7)

3

(GRI 102-1, 102-2, 102-3, 102-4, 102-6)

3.2 Nosotros

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

Somos reconocidos como líderes en telecomunicaciones en Latinoamérica, con más de 50 años de experiencia. Como grupo, contamos 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) dirigidos 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. Asimismo, ofrece servicios de arriendo de redes a mayoristas, centro de atención telefónica, contacto remoto y mesas técnicas de ayuda en ambos países.

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

(GRI 102-16)

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 y a la vez estimulante y entretenido, que permite a las personas realizarse y crecer integralmente.

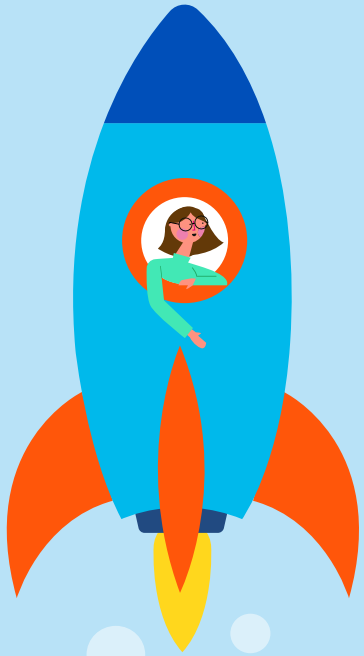
Pasión y perseverancia:
Trabajamos con mucho esfuerzo y entusiasmo para exceder las expectativas de los clientes. Nos motiva, tanto lograr los objetivos de la Compañía como el camino para alcanzarlos.

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, buscando 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; 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 en 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.



3.3 Misión/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.

3.4 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

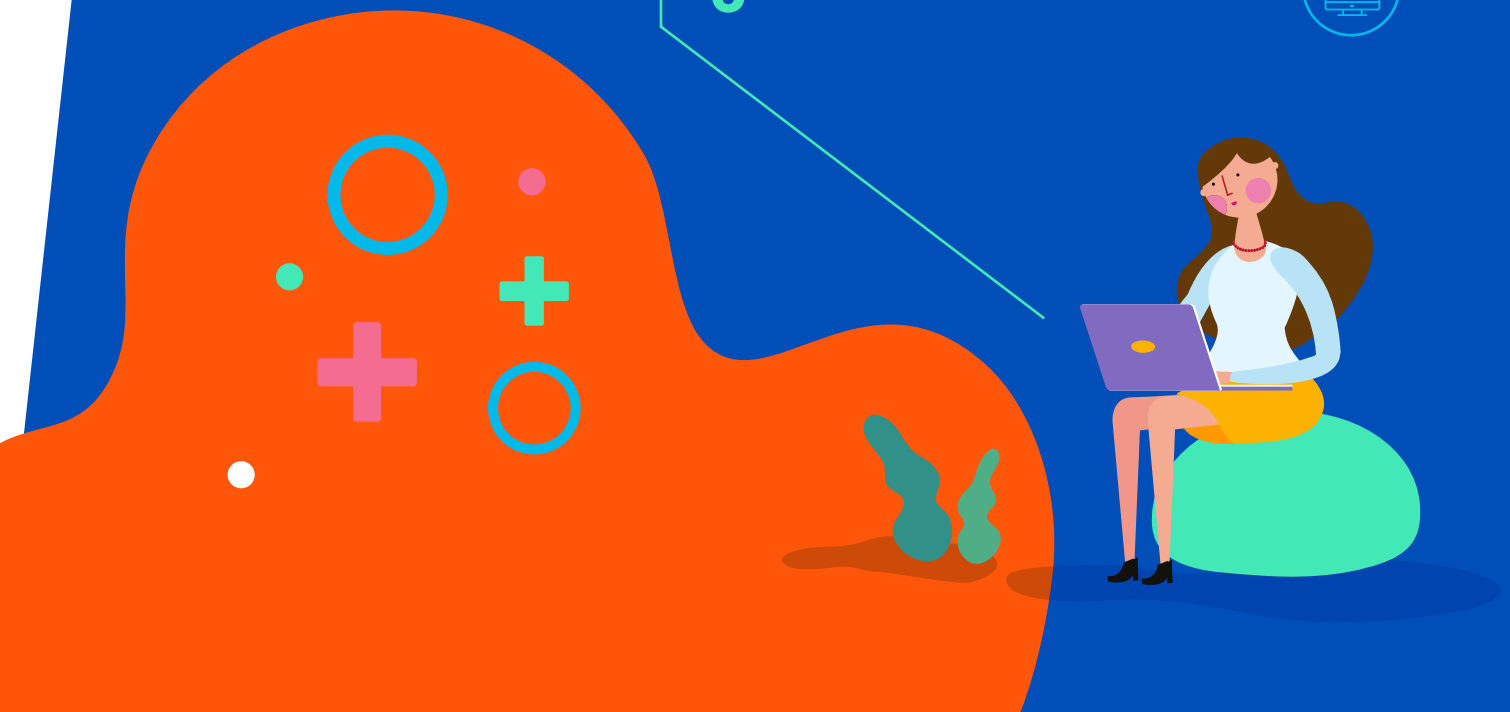
Mensajes de texto masivos

De igual manera, brindamos diversas soluciones hechas a la medida de cada empresa. En 2018 hemos consolidado una variedad de servicios que optimizan los procesos de los negocios de nuestros clientes empresa. Como resultado, pudimos alcanzar

S/14,8 millones
en ventas de esta categoría.

Entre los servicios podemos destacar:

1. **Licencias de Microsoft Office y Google:** Incluyendo correo, herramientas de colaboración y espacio en la nube.
2. **Servicio de Localizador Entel:** Nuestro sistema de localización por triangulación de antenas.
3. **Aplicaciones móviles desarrolladas por Entel:** Atención de pedidos, actividades de campo, seguimiento de ruta, alerta de seguridad, entre otras. Además del desarrollo de soluciones hechas a la medida.
4. **Control remoto de celulares**: Para evitar el mal uso de datos, borrado de información, entre otras.
5. **Facturación electrónica.**



(GRI 102-5, 102-18, 102-45)

3.5 Estructura de gobierno

Entel Perú tiene la figura legal de una sociedad anónima. Sus accionistas son:

Empresa Nacional de Telecomunicaciones S.A. con

97,88% de las acciones

y Entel Inversiones con una participación de

2,12%

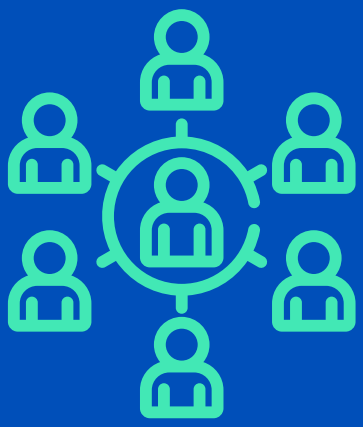
Contamos con una sólida estructura de gobierno, con procedimientos y responsabilidades claramente definidos. Nuestra gestión se desarrolla en el marco de las políticas y procedimientos del Grupo Entel. Todo ello se encuentra reflejado en nuestro código de ética, nuestras políticas corporativas y nuestras 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 - Escuela Wharton de Negocios, Universidad de Pennsylvania
- **Felipe Ureta,** ingeniero comercial - Pontificia Universidad Católica de Chile
- **Luis Felipe Gazitúa,** ingeniero comercial - Universidad de Chile
- **Carmen Rosa Graham,** MBA - Sede de Postgrados, Universidad Adolfo Ibañez, Adolfo Ibañez School of Management of Miami
- **Martín Pérez Monteverde,** administrador, empresario y político - Universidad del Pacífico, exministro de Comercio Exterior y Turismo

La Gerencia General de Entel Perú es designada por nuestro Directorio. Desde abril de 2017 hasta 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.

GERENCIA GENERAL



Vicepresidencia

- Mercado Empresas
- Mercado Personas
- Redes
- TI y Procesos

Gerencias

- Planeamiento Estratégico y Riesgos
- Legal, Regulatorio y Relaciones Institucionales
- Capital Humano y Administración
- Finanzas y Control de Gestión

(GRI 102-18)

3.6 Gestión ética

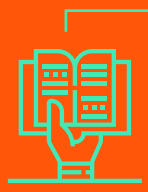
En Entel cuidamos la puesta en marcha de acciones que aseguren una gestión transparente y ética. A través del envío constante de comunicaciones, capacitaciones y medidas de control interno buscamos prevenir, detectar y corregir cualquier actividad o riesgo de conducta ilícita.

Canal de denuncias

Contamos con una plataforma que permite realizar denuncias, anónimas o no, de cualquier actividad o situación indeseable llevada a cabo por algún colaborador de la empresa, proveedor o tercero. 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 sean 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 que se refiere 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.

3.7 Asociaciones y membresías

(GRI 102-12, 102-13, 102-16)

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

3.8 Reconocimientos y distinciones

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

PUESTO 1

Premio Mejor Experiencia de Cliente del estudio Best Costumer Experience (BCX), en el sector de Telecomunicaciones.

EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE

Distintivo Empresa Socialmente Responsable de Perú 2021, obtenido por segundo año consecutivo.

PUESTO 1

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 con el año anterior.

merco RESPONSABILIDAD Y GOBIERNO CORPORATIVO

PUESTO 31

En el ranking Merco Responsabilidad y Gobierno Corporativo 2018 habiendo subido dos posiciones con respecto al 2017.

merco RESPONSABILIDAD Y GOBIERNO CORPORATIVO

PUESTO 10

En el ranking Great Place to Work

Great Place To Work.

PUESTO 8

En el ranking Great Place to Work Millenials

Great Place To Work.

PREMIO LAS EMPRESAS MÁS ADMIRADAS DEL PERÚ

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

Puesto 13 en el ranking Merco Talento 2018, habiendo subido 4 ubicaciones con respecto a 2017.

merco TALENTO

Effies Categoría Internet y Telecom

Effie Oro:
Entel Perú – McCann. Campaña "Disculpas ilimitadas".

Effie Plata:
Entel Perú – McCann. Campaña "Migra y recárgate".

Effies 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".

4

Nuestro desempeño económico

Nuestra posición de liderazgo entre las empresas de telecomunicaciones lleva consigo una gran responsabilidad por los impactos económicos positivos que podemos generar en nuestro entorno. Un desempeño financiero responsable nos permite beneficiar a nuestros diferentes grupos de interés. A saber: 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, que trabaja en modelos de prospección de negocios.

4.1 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 EBITDA positivo. Desde el inicio de las 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 a través de una gran red de antenas desplegadas en un país, cuya geografía particular requiere de estas 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 teléfonos 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, es necesario destacar Entel Más (Entel+). Este es un programa de eficiencia empresarial que desarrollamos en Perú y Chile con el apoyo de McKinsey. 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 para los nuevos negocios. Con Entel+ hemos desarrollado cerca de 150 iniciativas, entre nuevas líneas de negocio y eficiencias que nos podrán llevar a tener mejores resultados en 2020.

[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*)

(GRI 201-1)

4.2 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 de 32,70 % en el total de ingresos generados en 2018 con respecto al año 2017. De igual manera, un aumento considerable en el valor económico distribuido de 2018 con respecto a 2017.

Valor económico generado, distribuido y retenido

	S/ 2017	S/ 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**	**3 965 103 738,63**
Pago a proveedores de bienes, servicios e insumos	538 812 536,00	3 509 512 028,00
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**	**- 1 455 926 680,40**

En lo que se refiere a ingresos por categoría de cliente, diferenciamos a las personas naturales (mercado "personas") de 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.

(GRI 102-9, 102-10)

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 % y 38 % por encima de la competencia más cercana. Esta dedicación al cliente y a la calidad del servicio nos proporcionó diversos reconocimientos. En la gestión de personas mantenemos un alto nivel de compromiso, que 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.

4.3 Gestión con proveedores

Las empresas que abastecen nuestra cadena de suministro son aliados importantes con los que 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, las responsabilidades y los criterios para la selección del mejor proveedor.

En 2018 pasamos de 766 a 988 proveedores y contratistas, lo que significó un crecimiento considerable en la cantidad de proveedores de servicios, aumentando 140 más con respecto a 2017. En lo que se refiere al monto de compra, en 2018 creció 11,62 % con respecto a 2017, alcanzando los USD$ 601 379 190,00.

Número de proveedores y contratistas

AÑO	BIENES	SERVICIOS	TOTAL
2017	283	483	766
2018	365	623	988

Monto de compras a proveedores

AÑO	USD
2017	538 812 536,00
2018	601 394 190,00

En 2018 continuamos con el proceso de homologación de proveedores y contratistas de las empresas que estén más expuestas a riesgos. En este proceso, contamos con la revisión de una empresa externa, quien realizó 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.

Número de proveedores homologados

AÑO	CANTIDAD
2017	146
2018	198

5 Nuestra gestión con los colaboradores

2 355
coladoradores

(GRI Entel 1)

En Entel estamos convencidos de que nuestros éxitos y logros se deben a nuestros **2 355 colaboradores.** Gracias a su esfuerzo y compromiso es que en 2018 pudimos contribuir con 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, asegurándose de que puedan desarrollar su máximo potencial en la empresa y promoviendo 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 la mejor experiencia a nuestros clientes, dejando huella con nuestra forma de hacer las cosas.

Los pilares de nuestra cultura son 6

cumplimiento calidad y excelencia_

Trabajo en equipo
colaborativo_

personas
realizadas_

centrado en el
cliente_

innovación y
adaptación_

PASIÓN Y
perseverancia_

En los últimos años, la transformación digital y nuestro crecimiento acelerado 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.

5.1 Principales cifras de colaboradores

(GRI 102-8)

Al cierre de 2018, nuestro equipo estuvo conformado por 2 355 colaboradores. De ellos, 44 % fueron mujeres y 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 puestos 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.

Número total de colaboradores desglosado por tipo de contrato y género

	2017		2018	
Género	Contrato definido	Contrato indefinido	Contrato definido	Contrato indefinido
Femenino	93	977	78	959
Masculino	85	1 372	65	1 253
Total	178	2 349	143	2 212

Número total de colaboradores desglosado por región y género

	2017		2018	
Género	Lima	Otras regiones	Lima	Otras regiones
Femenino	894	176	843	194
Masculino	1 272	185	1 132	186
Totales	2 166	361	1 975	380

Número total de colaboradores desglosado por jornada laboral

Año	Tiempo completo	Tiempo parcial
2017	2 517	10
2018	2 345	10

(GRI 102-8)

Número total de colaboradores desglosado por edad y género

	2017			2018		
Género	<30 años	Entre 30 y 50	> 50 años	<30 años	Entre 30 y 50	> 50 años
Femenino	320	737	13	291	735	11
Masculino	298	1 128	31	211	1 084	23
Totales	**618**	**1 865**	**44**	**502**	**1 819**	**34**

Número total de colaboradores desglosados por categoría laboral y género

	2017		2018	
Categoría	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	1 146	888	1 043
Total	**1 070**	**1 457**	**1 037**	**1 318**

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 jefes. 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 renuncias voluntarias. La tasa de rotación global, tanto voluntaria como involuntaria, fue de 24 %, un 6 % más que el año anterior.

(GRI 401-1)

Número total de nuevas contrataciones desglosado por región y género

	2017		2018	
Género	**Lima**	**Otras regiones**	**Lima**	**Otras regiones**
Femenino	177	77	122	52
Masculino	232	98	99	40
Total	**409**	**175**	**221**	**92**

Número total de nuevas contrataciones desglosado por edad y género

	2017			2018		
Género	**<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**

(GRI 401-1)

Tasa de rotación del personal desglosado por región y género

	2017		2018	
Género	**Lima**	**Otras ciudades**	**Lima**	**Otras ciudades**
Femenino	11%	16%	22%	29%
Masculino	11%	23%	23%	31%

Tasa de rotación voluntaria desglosado por edad y género

	2017			2018		
Género	**<30 años**	**Entre 30 y 50**	**> 50 años**	**<30 años**	**Entre 30 y 50**	**> 50 años**
Femenino	17%	10%	15%	27%	21%	27%
Masculino	20%	11%	10%	31%	22%	60%

Tasa de rotación global

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

5.2 Clima laboral

En Entel queremos que nuestros colaboradores se sientan motivados y disfruten de 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 extender las buenas prácticas de la empresa entre 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 inicios de año han obtenido 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 entre los 10 mejores lugares para trabajar en 2018.

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 que promueven el equilibrio entre sus vidas 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 entre 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:

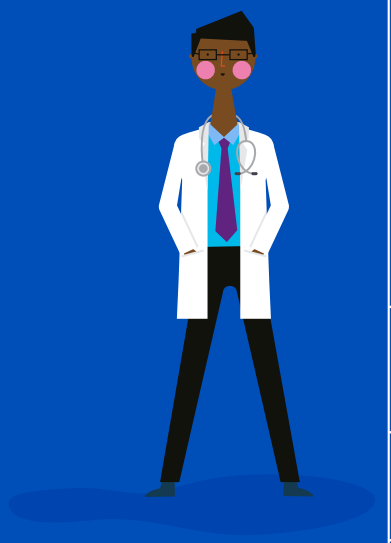
- 55 colaboradores participaron en el Programa Nutricional.
- 100 colaboradores asistieron a talleres *in-house* de zumba y entrenamiento funcional.
- 1 475 colaboradores participaron de sesiones de masajes, reiki y acupuntura.
- El 100% de colaboradores participó de campañas de pausas activas y evaluaciones 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 por paternidad o maternidad. Un total de 22 colaboradores y 8 colaboradoras tomaron la licencia en 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.

Lista de beneficios para nuestros colaboradores

Mi Salud

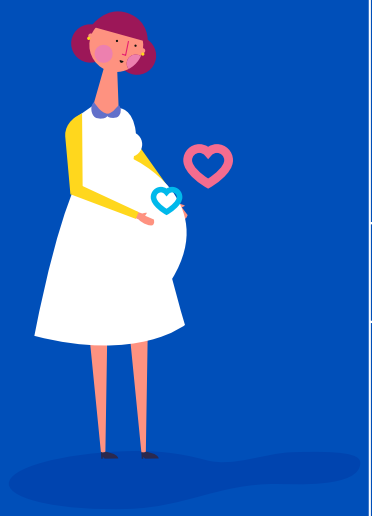


Beneficios	Descripción
Seguro	EPS
	Chequeo médico preventivo
	Seguro de Vida Ley
	Medico en planta
	Seguro de practicantes
	SCTR
	Seguro preferencia
	Ejecutiva del seguro médico
Programa Vive Bien Salud y Nutrición	Programa nutricional
	Talleres *in-house*
	Alquiler de canchas deportivas
	Relájate Entel (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 *baby shower*
Programa Vive Bien Ergonomía	Campaña de 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 Conexión

Beneficios	Descripción
Telefonía	Descuentos en telefonía para colaboradores
Planes familia y amigos	Descuentos en telefonía para familia y amigos de los colaboradores

Mi Balance vida - trabajo



Beneficios	Descripción
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
	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
	Entel Kids
Áreas de recreación y descanso	*Kitchennettes*, zonas de juegos: ping pong y fulbito
Lactarios	Zonas de lactancia para colaboradoras y practicantes

Mis Finanzas

Beneficios	Descripción
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

Beneficios	Descripción
Capacitación	*Success Factors*
	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 para alcanzar los objetivos en sus áreas. Consta de dos etapas: premiación trimestral y premiación anual. La primera se otorga cada 3 meses al 2 % de cada gerencia. 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.

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.

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.

Años de compromiso

Premio otorgado a los colaboradores que logran una trayectoria laboral de 5, 10, 15 y 20 años en nuestra compañía.

Llamada de Ramiro

Nuestro gerente general llama mensualmente a los colaboradores de las áreas comerciales que excedieron sus objetivos para felicitarles y motivarles a seguir por ese camino. Este reconocimiento incluye a los Top Performer de Ventas de cada Gerencia de Territorio a nivel nacional.

Soy Entel

Programa que permite a los colaboradores asignar un reconocimiento (asociado a los pilares culturales de Entel) a otro compañero.

Cartas de felicitación por resultados MBO[2]

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.

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

5.3. Formación y desarrollo de talento

Capacitación

En Entel nos preocupamos por desarrollar las habilidades de nuestros colaboradores y llevarles 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.

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.

Categorías	Horas de capacitación por colaborador
Ejecutivos	195
Profesionales y técnicos	3 690
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

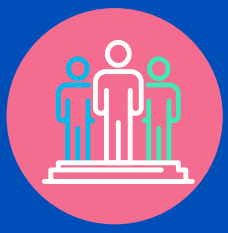
Se encuentra dentro de nuestra plataforma SuccessFactors. Ofrece cursos online elaborados con diferentes entidades educativas locales. En 2018 fue relanzado con modificaciones para hacer más amigable la plataforma. Ahora cada curso contiene un video introductorio y su respectiva evaluación.

Conectados

El programa se inició en enero de 2018. Busca que todos los colaboradores comprendan el funcionamiento del Network Operation Center (NOC), 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 para dar 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) para que puedan desarrollar a sus equipos y asignarles retos desafiantes según las metas personales de cada colaborador. En 2018 participaron 25 líderes.



Mejores Asesores

Este programa, diseñado en 2018, tiene como objetivo homogenizar el perfil de nuestros asesores de tienda y ofrecerles a los clientes las herramientas para lograr una experiencia distintiva. 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 sus conocimientos de manera simple y concisa. Este año el tema desarrollado fue "Internet de las cosas" (IoT por sus siglas en inglés).

Desafío Entel

Este programa busca formar una cultura de innovación. Nuestros colaboradores proponen ideas y soluciones a través de una plataforma digital. Así, sus compañeros pueden hacer aportes para su implementación o planteamiento de nuevas ideas.

Programa *in house*

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

Financiamiento de estudios de postgrado

Contamos con tres becas de postgrado al año dirigidas a jefes y gerentes, que son determinadas por un comité de evaluación conformado por el gerente general y los ocho vicepresidentes de Entel.

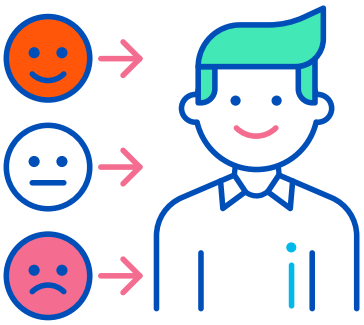
Convenios educativos

Proporcionamos beneficios y descuentos en diferentes universidades para que nuestros colaboradores sigan aprendiendo y desarrollándose profesionalmente. Entre las principales instituciones educativas con las que hemos firmado 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 en el proceso de evaluación de desempeño. Se realiza una vez al año a través de nuestra herramienta de autogestión SuccessFactors 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 SuccessFactors, con la aprobación de su jefe directo. Para determinar los objetivos se utiliza 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 hayan 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 SuccessFactors.

En 2018, 2 344 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° que permite que los equipos brinden una retroalimentación a su jefe o supervisor inmediato en aspectos de gestión estratégica y motivación. Dicha herramienta se utiliza dos veces al año.

Línea de carrera

Buscamos favorecer el crecimiento de nuestros colaboradores dentro de la compañía. En 2018 ascendieron 197 colaboradores (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 %.

Número de colaboradores ascendidos por categoría laboral y género

	2017		2018	
Categorías	FEMENINO	MASCULINO	FEMENINO	MASCULINO
Gerentes de primera línea	1	1	1	0
Subgerentes jefes y supervisores	23	39	12	19
Aportantes individuales	94	84	100	65
Totales	**118**	**124**	**113**	**84**

(GRI 403-1)

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 podrán asumir en el futuro. Para 2019, tenemos como meta extender esta práctica hasta el nivel de aportantes individuales.

5.4. 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 así evitar accidentes en la compañía.

Tenemos una Política de Salud y Seguridad en el Trabajo (SST) y un Reglamento Interno de SST que 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, lo que significa que el 50 % de sus miembros ha sido designado 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, cuyo objetivo es el de 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 cuatro 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 3 706 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 1 349 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 2017, donde realizamos 6 sesiones de sensibilización.

En 2018, entregamos 1 059 kits ergonómicos en tiendas propias y en instalaciones de Entel a nivel nacional. Asimismo, realizamos evaluaciones médicas a 56 gestantes, con la finalidad de mitigar los riesgos asociados a su puesto de trabajo y brindarles orientación.

(GRI 403-2)

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	8 201	2 827
Tasa de absentismo en mujeres	1,30%	1,07%
Tasa de absentismo en hombres	0,60%	0,52%

Días perdidos y tasas de absentismo desglosado por región y género

	Días perdidos				Tasa de absentismo			
Género	2017		2018		2017		2018	
	Lima	Otras regiones	Lima	Otras regiones	Lima	Otras regiones	Lima	Otras regiones
Femenino	4 199	710	1 559	188	1,30%	1,10%	0,70%	0,37%
Masculino	2 789	503	985	95	0,60%	0,80%	0,33%	0,19%

6 Nuestra gestión con los clientes

(GRI Entel 2)

6.1. Crecimiento continuo

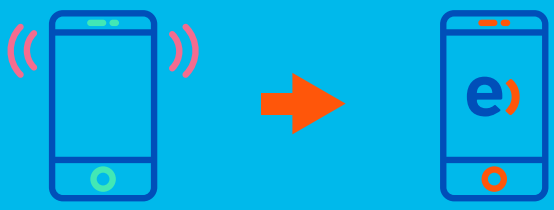
Nuestra base de clientes aumenta año tras año gracias a la confianza y a la calidad de nuestros servicios. Al cierre del año 2018 alcanzamos 7 776 523 suscriptores en telefonía móvil, un crecimiento de más de 1,2 millones con respecto al año anterior. En el mismo periodo, nuestras conexiones de internet fijo crecieron en 37 %.

Usuarios por mercado

Año	Mercado "personas"	Mercado "empresas"
2017	88%	12%
2018	90%	10%

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 tenemos más clientes gracias a la portabilidad de líneas celulares. Desde 2014 hasta la fecha hemos ganado 2 078 071 líneas[3]. 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.

Migraciones a Entel

AÑO	PERSONAS		EMPRESAS
	A Prepago	A Postpago	
2017	251 293	190 296	196 176
2018	327 647	314 912	244 086

En el caso del mercado "personas", el número de nuestros clientes creció 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.

[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.

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 en comparación con 2017 y un crecimiento de 15,10 % en el número de usuarios, en el mismo año Estas líneas móviles se distribuyeron en los distintos sectores empresariales. Los más importantes son servicios, y comercio y distribución.

Clientes y usuarios en mercado "empresas"

AÑO	CLIENTES	USUARIOS
2017	246 421	810 995
2018	290 427	933 459

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%

6.2. Canales de atención

El objetivo de nuestros canales de atención es responder a las necesidades de nuestros clientes y hacerlo en la primera comunicación. 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.

En 2018 apostamos por canales de autoatención que nos permiten mayor rapidez, más agilidad y un horario 24/7. También contamos con canales intermedios como WhatsApp, en los que 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.

Tiendas Entel por tipo

TIPO DE TIENDAS	Definición	2017	2018
Propias	Son centros de atención, propiedad de Entel	25	22
Franquiciadas	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.

6.3. 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 al cliente en el centro de su día a día. Es decir, si se ha decidido mejorar un proceso, este debe ser pensado desde el punto de vista del cliente. Adicionalmente, como parte del programa Entel Lovers, se impulsan iniciativas de manera estructurada para lograr tener un alto impacto entre nuestros clientes. Estas iniciativas son gestionadas por gerentes y asignadas a líderes encargados de generar el cambio.

6.4. Satisfacción

La filosofía detrás de todas nuestras acciones es crear experiencias únicas con nuestros clientes. 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 está contemplado en nuestros "viajes" del cliente. Estos aseguran una mejor calidad en la atención. Contamos con un área dedicada a investigar, resolver y mejorar constantemente nuestra relación con el cliente.

La experiencia del 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 o solicitar información de guía comercial, hasta contratar un nuevo producto.

Contamos con siete "viajes" críticos a los que les prestamos mayor atención: portabilidad, venta, cambio de plan, renovación, reclamos, servicio técnico y *roaming*.

El Área de Experiencia del Cliente está a cargo de esta gestión, y para ello 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 dedicados a monitorear las encuestas de calidad y las interacciones en todos los canales, así como coordinar la capacitación y entrenamiento del personal que está en contacto con el cliente y 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 la 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 NPS[4]. En 2018 empezamos a hacer muestras piloto de la medición de este indicador para su implementación en el siguiente año.

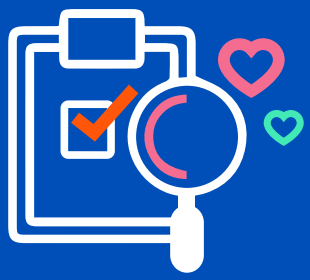
En resumen, para ofrecer la mejor experiencia a todos nuestros clientes escuchamos su opinión, realizamos encuestas, revisamos las interacciones en los "viajes" del cliente. Luego, llevamos todo el resultado a los espacios de capacitación para que nuestros colaboradores puedan aplicar las mejoras y contestar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

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%

[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

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.



Indicadores de *tracking* de marca

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

Una forma de acercarnos más a nuestros clientes y usuarios es organizando y auspiciando eventos innovadores que, además de posicionar nuestra marca, promuevan la tecnología, el deporte y el entretenimiento.

Carrera Entel 10

Comprometidos con crear espacios para conectar mejor a los peruanos e incentivar el deporte, en 2014 iniciamos la carrera Entel 10 que recorrerá en 10 años un total de 100 kilómetros.

Es un compromiso de largo aliento. Cada año miles de personas correrán 10 kilómetros en beneficio de la Fundación Peruana de Lucha contra el Cáncer. Para 2023 tenemos como meta premiar a los participantes de todas las ediciones y a quienes hayan obtenido los mejores resultados.

Entel Media Fest

Dirigido a un público entre 13 y 18 años, reúne a importantes *youtubers* que brindan seminarios y presentaciones sobre tecnología, datos y conectividad. En 2018, cerca de 11 mil personas disfrutaron de nueve horas de espectáculo ininterrumpidas.

Entel Summit 2018

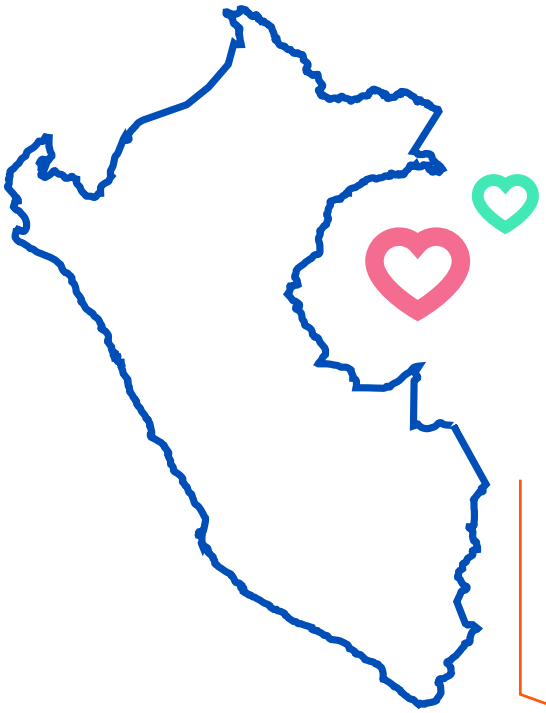
Es un evento organizado por Entel Empresas. En su segunda edición contó con ponentes internacionales y locales especializados en las nuevas tecnologías aplicadas a los negocios, quienes explicaron la importancia de la transformación digital y disruptiva en las empresas. Buscando conectar a todos los peruanos con la información, el Entel Summit se transmite vía *streaming*, sin consumo de datos para los usuarios de Entel.

6.5. 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, mantenimiento y, monitoreo y operación de la red.

El espectro que usamos para brindar nuestros servicios es el de mayor volumen en Lima y a nivel nacional. A septiembre 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. En 2015, alcanzamos las 2 500 antenas en los 24 departamentos del Perú. Nuestra red siguió aumentando en los siguientes años con énfasis en la cobertura 4G.



Centros poblados con cobertura

AÑO	2G	3G	4G
2016	6 255	6 232	1 984
2017	6 916	6 893	3 400
2018	6 625	6 625	3 514

Nuevos centros poblados en Lima con cobertura

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

Nuevos centros poblados con cobertura en otras ciudades

AÑO	2G	3G	4G
2017	586	586	1 356
2018	1 125	1 125	1 116

Nuestra Gerencia de Aseguramiento de Calidad y NOC (Network Operation Center) monitorea la calidad de nuestra red. Nuestro equipo de trabajo está 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 permiten 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.

Tickets atendidos correctamente por la Gerencia de Aseguramiento de la Calidad y NOC

AÑO	TICKETS
2017	46 686
2018	30 413

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%

Tasa promedio de llamadas caídas sobre llamadas realizadas

AÑO	RED	TASA
2017	2G / 3G	0,46%
2018	2G	0,63%
2018	3G	0,35%
2018	4G	0,08%

6.6. 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 del Estado. Contamos con una Gerencia de Regulación que divide sus labores en dos jefaturas:

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

Durante 2018 solo tuvimos un caso de sanción no monetaria por parte de OSIPTEL. Asimismo, pagamos S/ 1,515,604.00* en multas correspondientes a 7 procedimientos sancionadores. En ese mismo año, hemos sido parte de ocho procesos sometidos al mecanismo de resolución de conflictos de INDECOPI y tres en el Poder Judicial, por aspectos relacionados a nuestras comunicaciones y la información que ofrecemos.

*En ediciones anteriores de este reporte se consignaron números diferentes. Tras la revisión se actualizaron estas cifras.

(GRI 419-1)

6.7. Gestión de las radiaciones no ionizantes

A nivel nacional, las estaciones de radiocomunicación y antenas de la red Entel necesarias para la adecuada prestación de servicios públicos de telecomunicaciones se instalan en cumplimiento de lo dispuesto en la normativa emitida por el Estado Peruano, a través del Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC), en materia de radiaciones no ionizantes en telecomunicaciones. Esta normativa, a su vez, considera estándares internacionales.

Entel cumple con los límites máximos permisibles de radiaciones no ionizantes en telecomunicaciones, así como su monitoreo, control y demás regulaciones para su efectivo cumplimiento. Además, realiza las mediciones correspondientes de acuerdo a la normativa señalada.

7 Nuestra gestión socioambiental

(GRI 102-11, 203-2)

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 con el 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 que 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.

7.1. Iniciativas sociales

SEÑAS QUE CONECTAN (ENTEL)

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

Hasta 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. Dedican su tiempo libre a diferentes actividades como remodelar espacios, talleres para contar cuentos a niños, talleres de arte, campañas sobre el 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 para llevar 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 Juguete Pendiente para abrigar a las víctimas de las heladas.

Desde 2015 apoyamos a la Teletón, con 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 2 604 publicaciones directas. El 95 % de estas publicaciones fueron positivas y neutras. Asimismo, registramos 365 publicaciones sobre temas de sostenibilidad.

Más Responsables

Como parte de nuestra promesa de conectar al Perú de manera sostenible, en 2018 creamos la plataforma virtual "Más Responsables" para dar a conocer las iniciativas de sostenibilidad de las principales empresas peruanas, así como experiencias a nivel global y su impacto en la implementación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). La primera edición contó con la participación de la Red del Pacto Mundial de las Naciones Unidas en Perú, Pacífico Seguros y Natura.

(GRI Entel 3)

PREMIO PERIODISMO SUSTENTABLE

PE SU

El Premio "Periodismo Sustentable" (PESU) nos permite reconocer aquellos trabajos periodísticos que contribuyen a generar consciencia y sensibilizar a la comunidad sobre iniciativas enfocadas en 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.

7.2. 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 nuestro impacto ambiental a través de iniciativas que se 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.

(GRI 305-1, 305-2, 305-3)

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 CO_2 equivalente (tCO_2eq). Esto representó una reducción de 13.55% de nuestras emisiones de GEI, con respecto al año 2017, donde se generaron 11 474.64 tCO_2eq. Igualmente, disminuimos las emisiones por colaborador de 6.58 tCO_2eq a 5.61 tCO_2eq.

Huella de Carbono 2018 desglosado por alcance y emisiones

Alcances	Emisiones CO_2 (t)	Emisiones CH_4 (tCO_2 eq)	Emisiones N_2O (tCO_2 eq)	Emisiones HFC (tCO_2 eq)	tCO_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	2 989,03	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**	**2 935,97**	**29,37%**
Consumo de electricidad	2 930,74	2,22	3,01	0,00	2 935,97	29,37%
Alcance 3: Emisiones indirectas	**3 845,61**	**124,03**	**15,11**	**0,00**	**3 984,75**	**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 eletricidad	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	93,88	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	6,52	0,07%
Viajes terrestres nacionales	0,45	0,00	0,00	0,00	0,45	0,00%
Total Huella de Carbono	**9 836,98**	**127,59**	**30,29**	**0,00**	**9 994,87**	**100,00%**

Evolución de las emisiones entre 2017 y 2018

Alcances	Emisiones CO_2 (t)	Emisiones CH_4 (tCO_2 eq)	Emisiones N_2O (tCO_2 eq)	Emisiones HFC (tCO_2 eq)	tCO_2 eq	% del total
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 eletricidad	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 Migul y Santa Anita. Adquirimos *merchandising* confeccionado a partir de PET reciclado proveniente de botellas de plástico recolectadas principalmente en nuestras sedes administrativas.

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 la medición, 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. Estos ahorraron 5 091 kW de energía eléctrica, lo que equivale a 2,03 toneladas métricas de CO_2 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 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 2018, nos aliamos nuevamente con Publimetro 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 a que nuestros colaboradores compartan sus vehículos para trasladarse a la oficina o retornar a sus casas, reduciendo sus emisiones de gases de efecto invernadero (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 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 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.

8 Sobre este reporte

(GRI 101, 102-42, 102-43)

8.1. 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 con las siguientes características:

- Ser impactados positiva o negativamente por nuestras actividades y/u operaciones.
- Impactar positiva o negativamente en 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 y del mecanismo de diálogo y sus principales expectativas.

1

Ser impactados positiva o negativamente por nuestras actividades y/o operaciones.

2

Impactar positiva o negativamente nuestras operaciones.

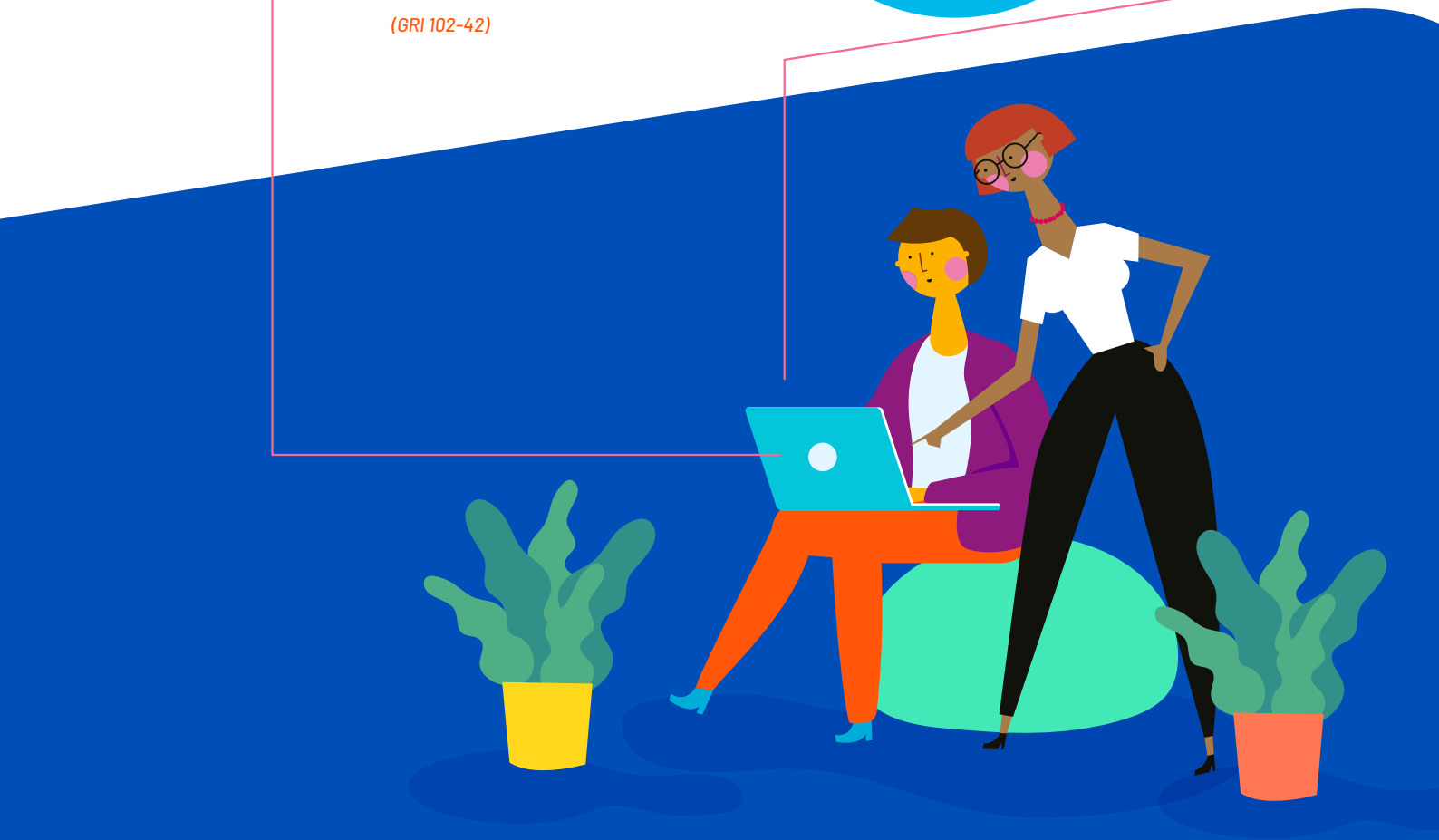
3

Tener una relación legal, comercial, contractual o de cualquier otro tipo con la organización.

4

Tener la capacidad de influir en la continuidad de nuestra organización.

(GRI 102-42)



(GRI 102-40, 102-44)

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

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	· 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	· 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	· Contratación y continuidad de los contratos · Transparencia en los procesos de contratación, evaluación y pago · Recibir pagos rápidos y oportunos
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	· Beneficios, promociones, mejores precios · Calidad del servicio, señal, cobertura · Buen servicio de postventa · Seguridad de las antenas
Comunidad	Para Entel, la comunidad alcanza a todas las personas (clientes y no clientes) y organizaciones en donde operamos.	· Canal de denuncias · Seguimiento en medios y redes sociales	Permanente	· Atención a reclamos · Diálogo abierto y transparente
Estado	El Estado está representado por el gobierno central y los gobiernos locales. Él nos proporciona un marco legal para operar, licencias de funcionamiento y es a quien rendimos cuentas sobre nuestro cumplimiento regulatorio.	· Reuniones y espacios de diálogo · Procesos de incidencia pública y negociación · Solicitudes de información	Permanente	· 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 las que compartimos mercado.	· Espacios gremiales · Reuniones con reguladores	Ocasional	· Competencia justa · Cumplimiento regulatorio
Medios de comunicación	Están representados por los medios de comunicación masivos que tratan temas de interés comunes para el país, y 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	· Acceso a información transparente y oportuna.

(GRI 102-49)

8.2. 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 que destacan políticas, lineamientos y procedimientos e informes de gestión. Dichos documentos han permitido evidenciar diferentes acciones que se llevan a cabo para tratar los principales impactos de la empresa. Esta etapa generó una base sobre el funcionamiento de la compañía, los principales hitos y cambios durante la gestión del año 2018, y nos permitió perfilar las preguntas de la fase de entrevistas y talleres.

Identificación

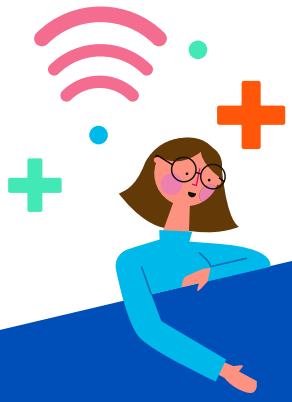
Identificamos los principales impactos económicos, sociales y ambientales derivados de los objetivos estratégicos. Tomamos los resultados de procesos de relacionamiento específicos del reporte 2017. Para este reporte realizamos un taller con proveedores en el que participaron 25 empresas.

Validación

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

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.

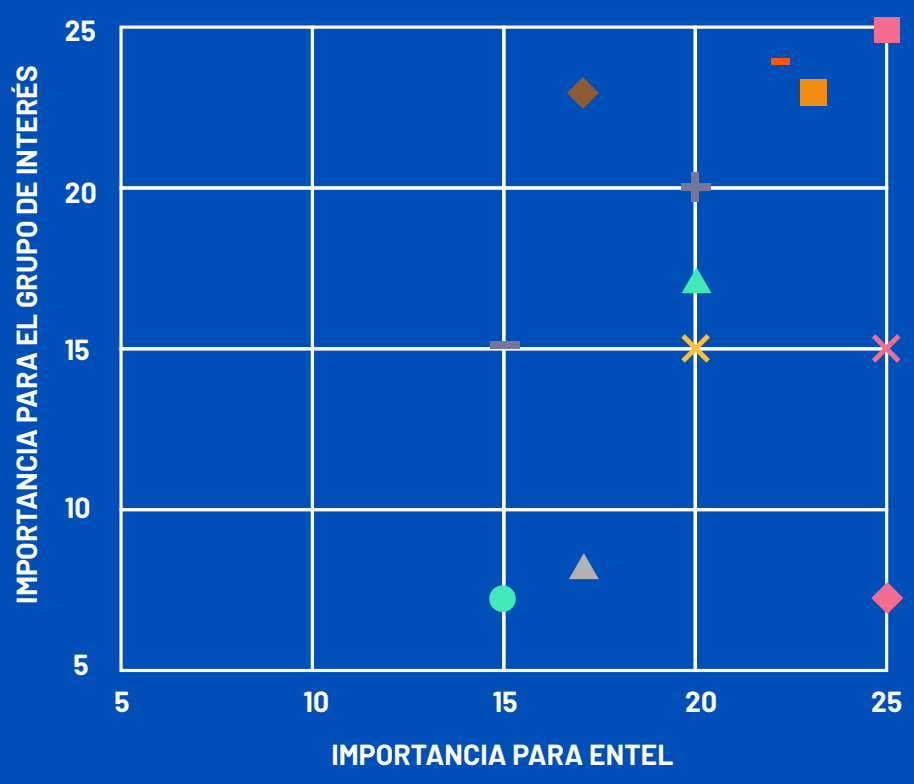


(GRI 102-46, 102-47)

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
Cumplimento 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

Cuadro de materialidad



- Resultados financieros
- Aporte al desarrollo del país
- Desempeño ambiental y gestión de impactos ambientales
- Calidad del empleo
- Capacitación de los colaboradores
- Salud y seguridad de los colaboradores
- Diálogo y relacionamiento con comunidades
- Satisfacción de los clientes
- Gestión de las radiaciones no ionizantes
- Cumplimiento regulatorio
- Calidad del servicio
- Gestión con medios de comunicación

9 índice de contenidos GRI

Materiality Disclosures Service
Entel Perú
Sep 2019

(GRI 102-55)

Para el Materiality Disclosures Services, GRI Services ha revisado que el índice de contenidos de GRI sea claro, y que las referencias para los Contenidos 102-40 a 102-49 correspondan con las secciones indicadas del reporte.

Estándar GRI		Contenido	Página	Omisión
GRI 101: Fundamentos 2016			57	-
		PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN		
GRI 102: Contenidos Generales 2016	**102 - 1**	Nombre de la organización	8	-
	102 - 2	Actividades, marcas, productos y servicios	8, 10	-
	102 - 3	Ubicación de la sede	8	-
	102 - 4	Ubicación de las operaciones	8	-
	102 - 5	Propiedad y forma jurídica	12	-
	102 - 6	Mercados servicios	8	-
	102 - 7	Tamaño de la organización	7	-
	102 - 8	Información sobre empleados y otros trabajadores	23, 24	-
	102 - 9	Cadena de Suministro	20	-
	102 - 10	Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro	3, 20	-
	102 - 11	Principio o enfoque de precaución	50	-
	102 - 12	Iniciativas externas	14	-
	102 - 13	Afiliación a asociaciones	14	-

Estándar GRI		Contenido	Página	Omisión
GRI 102: Contenidos Generales 2016				
		ESTRATEGIA		
	102 - 14	Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones	4	-

Estándar GRI	Contenido	Página	Omisión
GRI 102: Contenidos Generales 2016			
	ÉTICA E INTEGRIDAD		
102 - 16	Valores, principios, estándares y normas de conducta	9,14	-
102 - 17	Mecanismo de asesoramiento de inquietudes sobre ética	14	-

Estándar GRI	Contenido	Página	Omisión
GRI 102: Contenidos Generales 2016			
	GOBERNANZA		
102 - 18	Estructura de gobernanza	12,13	-

Estándar GRI	Contenido	Página	Omisión
GRI 102: Contenidos Generales 2016			
	PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS		
102 - 40	Lista de grupo de interés	59	-
102 - 41	Acuerdos de negociación colectiva	No se cuenta con sindicatos ni acuerdos de negociación colectiva	-
102 - 42	Identificación y selección de grupos de interés	57, 58	-
102 - 43	Enfoque para la participación de los grupos de interés	3, 57	-
102 - 44	Temas y preocupaciones clave mencionados	59	-

Estándar GRI	Contenido	Página	Omisión
GRI 102: Contenidos Generales 2016			
PRÁCTICAS PARA LA ELABORACIÓN DE INFORMES			
102 - 45	Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	12	-
102 - 46	Definición de los contenidos de los informes y las Coberturas del tema	61	-
102 - 47	Lista de temas materiales	61	-
102 - 48	Reexpresión de la información	3	-
102 - 49	Cambios en la elaboración de informes	60	-
102 - 50	Periodo objeto del informe	3	-
102 - 51	Fecha del último informe	3	-
102 - 52	Ciclo de elaboración de informes	3	-
102 - 53	Punto de contacto para preguntas sobre el informe	70	-
102 - 54	Declaración de elaboración del informe de conformidad con los estándares GRI	3	-
102 - 55	Índice de contenidos GRI	63	-
102 - 56	Verificación externa	Este reporte no ha pasado por procesos de verificación ni auditoría externa	-

Estándar GRI	Contenido	Página	Omisión
GRI 103: Enfoque de gestión 2016			
DESEMPEÑO ECONÓMICO			
103 - 1	Explicación del tema material y sus Coberturas	17 - 20	-
103 - 2	El enfoque de gestión y sus componentes	17 - 20	-
103 - 3	Evaluación del enfoque de gestión	17 - 20	-

Estándar GRI	Contenido	Página	Omisión
GRI 201: Desempeño económico 2016			
	IMPACTOS ECONÓMICOS INDIRECTOS		
201 - 1	Valor económico directo generado y distribuido	19	-

Estándar GRI	Contenido	Página
GRI 103: Enfoque de gestión 2016		
	IMPACTOS ECONÓMICOS INDIRECTOS	
103 - 1	Explicación del tema material y sus Coberturas	50 - 56
103 - 2	El enfoque de gestión y sus componentes	50 - 56
103 - 3	Evaluación del enfoque de gestión	50 - 56

Estándar GRI	Contenido	Página
GRI 203: Impactos económicos indirectos 2016		
	IMPACTOS ECONÓMICOS INDIRECTOS	
203 - 02	Impactos económicos indirectos significativos	50

Estándar GRI	Contenido	Página
GRI 103: Enfoque de gestión 2016		
	EMISIONES	
103 - 1	Explicación del tema material y sus Coberturas	54 - 55
103 - 2	El enfoque de gestión y sus componentes	54 - 55
103 - 3	Evaluación del enfoque de gestión	54 - 55

Estándar GRI	Contenido	Página
GRI 305: Emisiones 2016		
	EMISIONES	
305 -1	Emisiones directas de GEI (alcance 1)	54 - 55
305 -2	Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	54 - 55
305 -3	Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	54 - 55

Estándar GRI	Contenido	Página	Omisión
GRI 103: Enfoque de gestión 2016			
	EMPLEO		
103 - 1	Explicación del tema material y sus Coberturas	23 - 26	-
103 - 2	El enfoque de gestión y sus componentes	23 - 26	-
103 - 3	Evaluación del enfoque de gestión	23 - 26	-

Estándar GRI	Contenido	Página
GRI 401: Empleo 2016		
	EMPLEO	
401 - 1	Nuevas contrataciones y rotación de personal	25 - 26

Estándar GRI	Contenido	Página	
GRI 103: Enfoque de gestión 2016			
	SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO		
103 - 1	Explicación del tema material y sus Coberturas	37 - 38	-
103 - 2	El enfoque de gestión y sus componentes	37 - 38	-
103 - 3	Evaluación del enfoque de gestión	37 - 38	-

Estándar GRI	Contenido	Página	
GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo 2016			
	SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO		
403 -1	Representación de los trabajadores en comités formales trabajador - empresa de salud y seguridad	37	-
403 -2	Tipos de accidentes y tasas de frecuencia de accidentes, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de muertes por accidente laboral o enfermedad profesional	38	-

Estándar GRI		Contenido	Página	Omisión
GRI 103: Enfoque de gestión 2016				
		SALUD Y SEGURIDAD DE LOS CLIENTES		
	103 - 1	Explicación del tema material y sus Coberturas	49	-
	103 - 2	El enfoque de gestión y sus componentes	49	-
	103 - 3	Evaluación del enfoque de gestión	49	-

Estándar GRI		Contenido	Página	Omisión
GRI 416: Salud y Seguridad de los Clientes 2016				
		SALUD Y SEGURIDAD DE LOS CLIENTES		
	416 -1	Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de los productos y servicios	49	-

Estándar GRI		Contenido	Página	Omisión
GRI 419: Cumplimiento Socioeconómico 2016				
		CUMPLIMIENTO SOCIOECONÓMICO		
	419 -1	Incumplimiento de las leyes y normativas en los ámbitos social y económico	49	-

Estándar GRI		Contenido	Página	Omisión
GRI 103: Enfoque de gestión 2016				
		CALIDAD DEL EMPLEO - TEMA MATERIAL PROPIO DE ENTEL PERÚ		
	103-1	Explicación del tema material y sus Coberturas	21-38	-
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	21-38	-
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	21-38	-
Entel 1	Calidad del empleo		21-38	-

Estándar GRI		Contenido	Página	Omisión
GRI 103: Enfoque de gestión 2016				
		CALIDAD DEL SERVICIO - TEMA MATERIAL PROPIO DE ENTEL PERÚ		
	103-1	Explicación del tema material y sus Coberturas	39 - 49	-
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	39 - 49	-
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	39 - 49	-
Entel 2	Calidad del servicio		39 - 49	-

Estándar GRI	Contenido		Página	Omisión
GRI 103: Enfoque de gestión 2016				
GESTIÓN CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN - TEMA MATERIAL PROPIO DE ENTEL PERÚ				
	103-1	Explicación del tema material y sus Coberturas	53	-
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	53	-
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	53	-
Entel 3	Gestión con los medios de comunicación		53	-

Estándar GRI	Contenido		Página	Omisión
GRI 103: Enfoque de gestión 2016				
SATISFACCIÓN DE NUESTROS CLIENTES - TEMA MATERIAL PROPIO DE ENTEL PERÚ				
	103-1	Explicación del tema material y sus Coberturas	43 - 44	-
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	43 - 44	-
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	43 - 44	-
Entel 4	Satisfacción de nuestros clientes		43 - 44	-

(GRI 102-53)

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

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.**

REPORTE DE SOSTENIBILIDAD 2018
© Entel S.A.
Primera edición: Agosto de 2019

Responsable editorial
CTC Consultores

Desarrollo editorial
Motoneta

Ilustraciones
Motoneta

Fotografía
El Grito Producciones