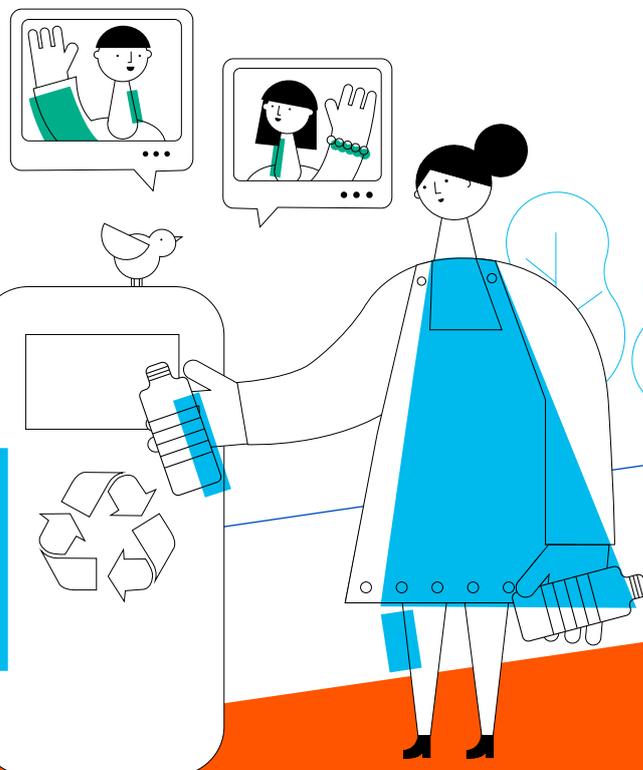
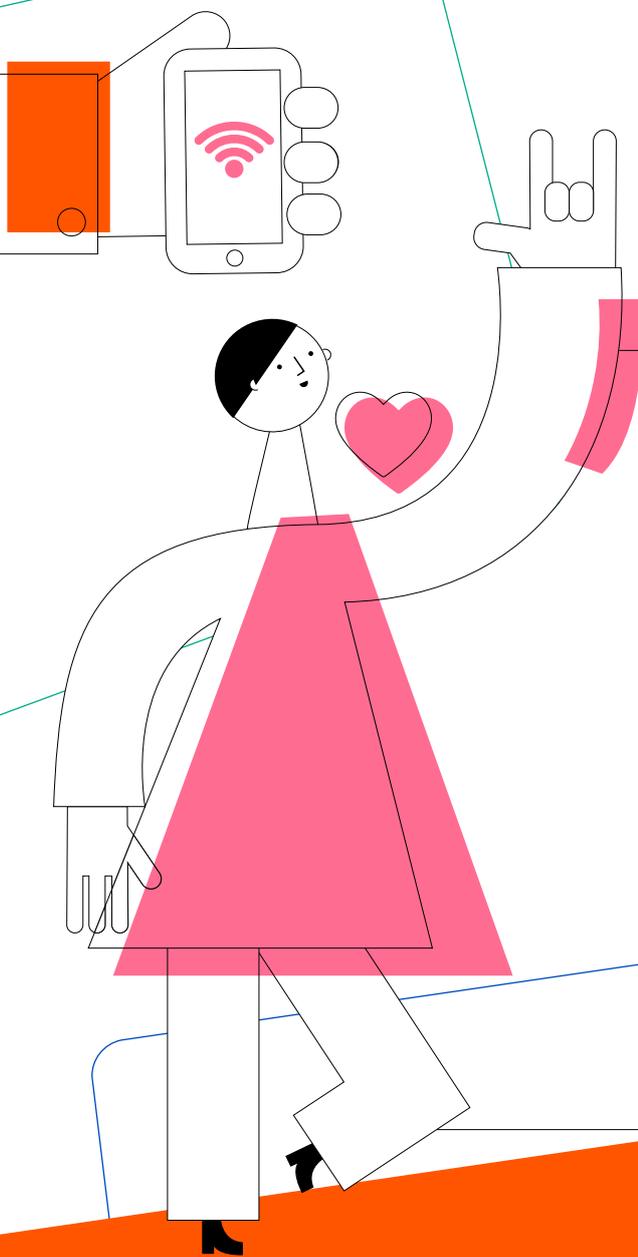
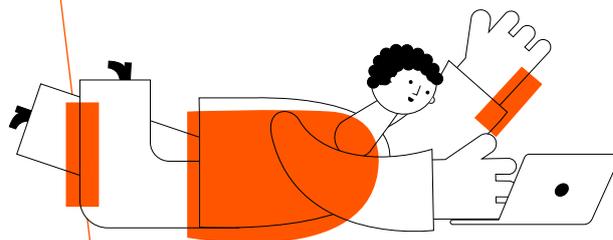


# REPORTE DE SOSTENIBILIDAD 2021

e entel



# índice

<b>1</b>	<b>Mensaje del gerente general</b>	3	<b>6</b>	<b>Nuestros colaboradores</b>	29
<b>2</b>	<b>Principales resultados 2021</b>	5	6.1.	Compromisos y liderazgo	30
<b>3</b>	<b>Sobre este reporte</b>	7	6.2.	Equidad y diversidad	31
	3.1. Grupos de interés	8	6.3.	Salud y seguridad en el trabajo	36
	3.2. Temas naturales	10	6.4.	Prevención del hostigamiento	40
<b>4</b>	<b>Nuestra empresa</b>	13	6.5.	Engagement 2.0	40
	4.1. Nuestro propósito de marca	13	6.6.	Bienestar	42
	4.2. Mercados atendidos	14	6.7.	Nuevo modelo de trabajo Entel Flex Office	46
	4.3. Nuestros Pilares	14	6.8.	Formación y Desarrollo	48
	4.4. Adhesiones institucionales	15	6.9.	Medición del desempeño	51
	4.5. Premios y reconocimientos	15	6.10.	Innovación para el desarrollo	53
<b>5</b>	<b>Nuestra comunidad</b>	16	<b>7</b>	<b>Nuestros clientes</b>	62
	5.1. Señas que Conectan	18	7.1.	Nuestros mercados	62
	5.2. Alianza con Enseña Perú	19	7.2.	Canales de atención	67
	5.3. Héroes Entel	20	7.3.	Recomendación (NPS)	70
	5.4. A propósito	21	7.4.	Infraestructura	74
	5.5. Donativo Chip Entel	22	<b>8</b>	<b>Nuestra organización</b>	77
	5.6. Implementación de infraestructura rural y descuento del Canon Móvil	22	8.1.	Estructura de gobernanza	78
	5.7. Aquí estoy	23	8.2.	Prevención de Delitos y Auditoría	79
	5.8. Más Responsable	23	8.3.	Cumplimiento legal	81
	5.9. Vínculo con los medios de comunicación	24	8.4.	Gestión Financiera	83
	5.10. Conectados con el planeta	25	8.5.	Ingresos económicos y distribución	85
	5.11. Reciclemos para Transformar	25	8.6.	Gestión con proveedores	87
	5.12. Impacto ambiental	27	8.7.	Gestión de Riesgos	88
			<b>9</b>	<b>Índice GRI</b>	90





# 2

(GRI 102-14)

## Mensaje del **gerente general**

### A nuestros grupos de interés,

A nombre del Directorio de Entel Perú, me dirijo a ustedes para presentarles nuestro sexto reporte de sostenibilidad, que cuenta con información sobre nuestro desempeño en materia ambiental, social y económica, correspondiente a la gestión del año 2021; un año desafiante en el que trabajamos para recuperarnos de las consecuencias que originó la pandemia, y en el que logramos consolidarnos como el segundo operador de telefonía móvil en Perú.

Durante la redacción del presente documento, tuve la grata oportunidad de sumarme al equipo de Entel Perú como su líder. Encontré una compañía que tenía mucha claridad y enfoque en su propósito de transformar responsablemente la sociedad, con importantes avances en materia de desarrollo sostenible.

El año 2021 nos dejó muchas lecciones para la compañía y nos impulsó a redoblar esfuerzos para seguir mejorando la calidad de los servicios que ofrecemos, siendo estos fundamentales para asegurar la comunicación y la conectividad de nuestros usuarios y clientes, en circunstancias en que la educación y el trabajo remoto se asentaron en nuestro día a día.

Los resultados obtenidos en materia económica fueron positivos, y ello definitivamente, fue producto

del esfuerzo de todas las personas que forman parte de nuestra gran familia. Además, la innovación y la agilidad han sido claves para desarrollar propuestas de valor atractivas para nuestros clientes, logrando entregarles servicios de calidad que cumplan con lo pactado y con sus expectativas. Este esfuerzo trajo consigo un importante reconocimiento por parte de IZO, como la mejor compañía de telecomunicaciones en Perú, en el índice *Best Customer Experience (BCX)*<sup>1</sup>.

En el aspecto social, Entel continuó apostando por promover el liderazgo entre los colaboradores y colaboradoras, haciendo que sean protagonistas de su propio desarrollo a través de los diversos mecanismos de formación y academias de agilidad. Asimismo, se continuó fomentando los valores de equidad, diversidad e inclusión, a través de programas como "Mujeres Power", "Viviendo la diversidad e inclusión" y, "Señas que conectan". Este último, ha permitido derribar barreras de comunicación con nuestros clientes que presentan discapacidad auditiva. De igual manera, nuestros programas de bienestar y cuidado de la seguridad y salud en el trabajo permitieron que nuestros colaboradores y colaboradoras trabajen de manera segura y saludable, en un agradable entorno laboral. Como resultado, se tiene un porcentaje de compromiso con la empresa de más de 90 %, según los datos de nuestra encuesta interna *Engagement 2.0*.

<sup>1</sup>: *Best Customer Experience* es el principal estudio de *benchmark* de Experiencia de Cliente para Iberoamérica.

Conscientes de nuestra gran responsabilidad como compañía de telecomunicaciones, buscamos generar un impacto positivo en la sociedad, brindando soporte a la educación a través de alianzas y convenios para proporcionar conectividad a niños, niñas y jóvenes en edad escolar. También se generaron espacios de conocimiento sobre aspectos de sostenibilidad como nuestro programa "A propósito", cuyo contenido abarcó temas relacionados con el cuidado del entorno y la inclusión, alineados con nuestro propósito de contribuir a una transformación responsable de la sociedad.

Esperamos que este reporte les permita conocer más acerca de nuestra gestión, la cual sigue los lineamientos contemplados en nuestra política de sostenibilidad y busca responder a sus expectativas. Cabe mencionar que este es el sexto año consecutivo que presentamos un reporte de sostenibilidad. Esto nos permite mostrar información sobre resultados en años anteriores, con la finalidad de que ustedes, nuestros lectores, nuestros grupos de interés, puedan comparar la evolución de nuestro desempeño en el tiempo.

Muchas gracias,

Alexis Licci  
Gerente General de Entel Perú

Para información actualizada sobre nuestras iniciativas visite:

<https://www.entel.pe/sala-de-prensa/>

<https://www.entel.pe/sostenibilidad/>





## Principales **resultados**

(GRI 102-7)

**2 089** colaboradores

**95,3 %** colaboradores evaluados con desempeño satisfactorio o superior

**90,4 %** engagement 2.0 con colaboradores

**0** denuncias sobre hostigamiento

**2 645 437 730,26** pago a proveedores



**Abonados móviles**

**6,5** millones de abonados móviles

**10** millones de líneas

**Unidades generadoras de ingresos en el hogar**

**1 557 463** líneas móviles migradas a Entel

**3 988 317 415,50** ingresos

**26,9 %** participación en ingresos de la industria a diciembre de 2021

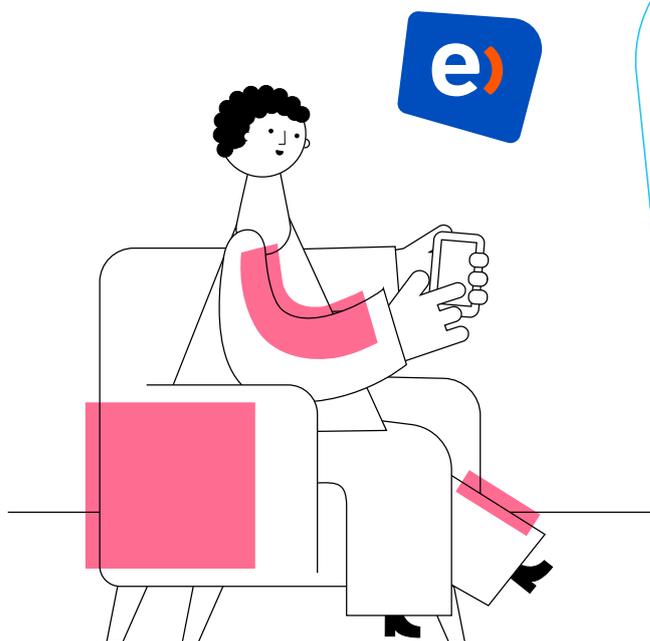
**US\$ 171,53** millones EBITDA

**33 784,96** horas de capacitación totales

**6 371** horas de capacitación en SST

**752 m<sup>2</sup>** data centers

**23 914,47 tCO<sub>2</sub>e** huella de carbono



## Sobre este **reporte**

El reporte de sostenibilidad que presentamos a continuación muestra los principales resultados de nuestro desempeño como organización en materia económica, ambiental y social, correspondientes al periodo comprendido entre enero y diciembre del año 2021. Este documento se ha elaborado de conformidad con la opción esencial de los estándares GRI.

La determinación de los temas que forman parte del contenido del reporte es de gran importancia para el desarrollo del documento, puesto que considera los aspectos que son relevantes para Entel Perú para nuestros diversos grupos de interés (GDI). Estos se denominan temas materiales y su descripción incorpora tanto el enfoque de gestión como los indicadores. El proceso de definición de la materialidad estuvo liderado por la Jefatura de Gestión de Reputación y Desarrollo Sostenible y contó con el soporte de un equipo de consultores externos, con la finalidad de asegurar la objetividad del informe. Cabe indicar que el contenido del presente reporte no cuenta con verificación externa.

Para su elaboración, hemos desarrollado entrevistas con los distintos responsables de los procesos dentro de la organización, ya que tienen una relación más cercana con los diversos GDI y con la revisión de informes u otros documentos generados como parte de nuestra gestión. Dichas entrevistas nos permitieron tener una visión sobre lo que es relevante informar a nuestros diversos grupos de interés.

# 3

## 3.1 Grupos de interés

Los grupos de interés de Entel son aquellas personas, conjunto de individuos, instituciones u organizaciones, que podrían verse impactadas -de manera positiva o negativa- por nuestras actividades, o que tienen la capacidad de influir en la continuidad de nuestro negocio, y con quienes mantenemos algún tipo de relación legal, contractual, comercial, social o de índole coyuntural. Reconocemos la importancia de identificar sus expectativas y responder a ellas a través de nuestra gestión. Por ello, buscamos mantener una comunicación transparente y efectiva a través de diversos medios.

En la siguiente tabla, presentamos una descripción de nuestros grupos de interés, así como el mecanismo de diálogo que desarrollamos con cada uno de ellos y, finalmente, mencionamos cuáles son sus principales expectativas.



GRUPO DE INTERÉS	RELACIÓN CON ELLOS	MECANISMO DE DIÁLOGO	PRINCIPALES EXPECTATIVAS
<b>Accionistas</b>	Nos proveen de capital para invertir en la compañía.	Oficina de Relación con los Inversionistas (Chile)	<ul style="list-style-type: none"><li>• Estabilidad financiera</li><li>• Rentabilidad y retorno del capital</li><li>• Transparencia en la información financiera</li></ul>
<b>Colaboradores y colaboradoras</b>	Personas con las que tenemos una relación contractual y desempeñan labores dentro de la organización	<ul style="list-style-type: none"><li>• Reuniones presenciales o virtuales para coordinación y planeamiento.</li><li>• Conformación de Comités de trabajo,</li><li>• Encuesta <i>Engagement 2.0</i></li><li>• Canal de Denuncias</li><li>• Plataformas de información y aprendizaje (Intranet, e-mailing, paneles, SOY Entel, Skype, grupos de WhatsApp)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Desarrollo profesional y línea de carrera</li><li>• Buen clima laboral</li><li>• No discriminación</li><li>• Horario de trabajo</li><li>• Capacitación</li><li>• Línea de carrera</li><li>• Beneficios</li><li>• Reconocimientos</li><li>• Sueldos competitivos</li><li>• Balance trabajo - vida familiar.</li><li>• Transparencia sobre desempeño.</li><li>• Cuidado del medio ambiente.</li></ul>
<b>Proveedores y contratistas</b>	Personas jurídicas que nos abastecen de bienes y servicios claves para que nuestro negocio pueda operar.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Licitaciones</li><li>• Cartas</li><li>• Correos electrónicos</li><li>• Contacto a través del área de logística.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Contratación y continuidad de los contratos</li><li>• Transparencia en los procesos de contratación, evaluación y pago</li><li>• Recibir pagos rápidos u oportunos</li></ul>

GRUPO DE INTERÉS	DEFINICIÓN	MECANISMO DE DIÁLOGO	PRINCIPALES EXPECTATIVAS
<b>Cilentes y usuarios</b>	Los clientes y usuarios son 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.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Call centers</li> <li>• Tiendas físicas</li> <li>• Canales digitales</li> <li>• Redes sociales</li> <li>• Apps Entel</li> <li>• Libro de reclamaciones</li> <li>• Ejecutivos de cuenta (empresas)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Beneficios y promociones</li> <li>• Mejores tarifas y precios</li> <li>• Calidad del servicio, señal, cobertura</li> <li>• Buen servicio de post-venta</li> <li>• Seguridad de las antenas</li> </ul>
<b>Comunidad</b>	La comunidad de Entel está conformada por todas las personas (clientes y no clientes) y organizaciones en donde operamos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Canal de denuncias</li> <li>• Seguimiento en medios y redes sociales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atención a reclamos</li> <li>• Diálogo abierto y transparente</li> </ul>
<b>Estado</b>	Representado por el gobierno central y los gobiernos locales. Son los responsables de establecer el marco legal que debemos cumplir para poder operar. También otorgan las licencias de los establecimientos en los cuales operamos. Y a ellos reportamos nuestro cumplimiento regulatorio.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reuniones y espacios de diálogo</li> <li>• Procesos de incidencia pública y negociación</li> <li>• Solicitudes de información</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Calidad del servicio, señal, cobertura</li> <li>• Cumplimiento de normas vigentes y obligaciones legales</li> <li>• Uso del espectro</li> </ul>
<b>Competencia</b>	La competencia está representada por todas las demás empresas de telecomunicaciones con las cuales compartimos mercado.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Espacios gremiales</li> <li>• Reuniones con reguladores</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Competencia justa</li> <li>• Cumplimiento regulatorio</li> </ul>
<b>Medios de comunicación</b>	Están representados por los medios de comunicación masivos que tratan temas de interés común para el país; y también por medios de comunicación especializados en tecnología. Con ellos se desarrollan notas, entrevistas, etc.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conferencias de prensa, comunicados y notas de prensa, y comunicación directa.</li> <li>• Eventos dirigidos a la prensa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Acceso a información transparente y oportuna.</li> </ul>

## 3.2 Temas materiales

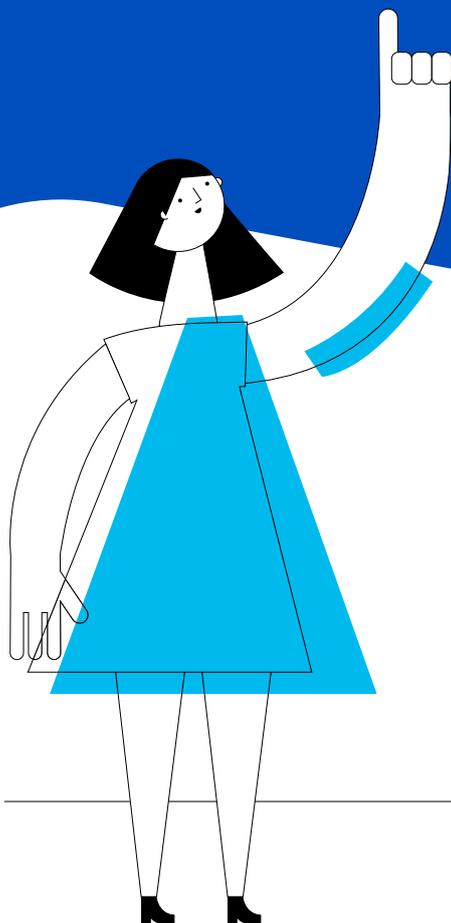
(GRI 102-10, 102-40, 102-44, 102-46, 102-47, 102-48)

El proceso de definición de materialidad es muy importante para el reporte de sostenibilidad. Este permite identificar y priorizar los temas que serán presentados debido a su relevancia tanto para la empresa como para los diversos grupos de interés, buscando responder a sus expectativas.

Para el presente reporte se ha tomado como base la matriz de materialidad desarrollada para el periodo anterior y se ha realizado una validación basada en entrevistas, revisión documentaria y elaboración de encuestas (proveedores). El proceso realizado se alinea con lo requerido por la norma AA1000 de *AccountAbility* sobre el relacionamiento con GDI, así como con los principios establecidos en los estándares GRI y con los lineamientos enmarcados en nuestra política de sostenibilidad.

Cabe mencionar que, respecto del reporte correspondiente al 2020:

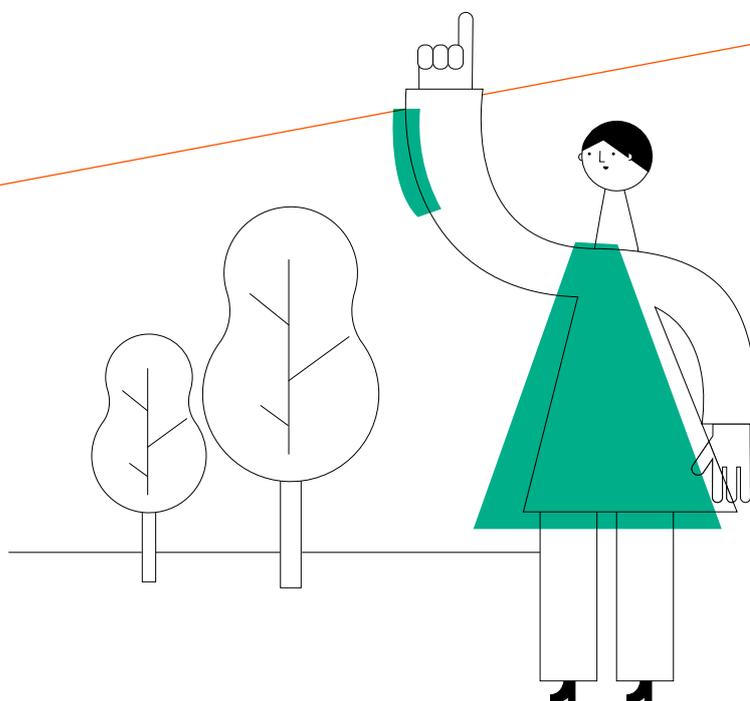
El tema material **"Respuesta frente a la pandemia"** que consistía en describir los mecanismos que Entel Perú implementó con el objetivo de disminuir el impacto ocasionado por la aparición del coronavirus, fue eliminado debido a que surgió como un tema de interés debido a la coyuntura del año 2020. El desarrollo de sus acciones se integró en actividades y programas respectivos dentro del sistema de gestión de la empresa.



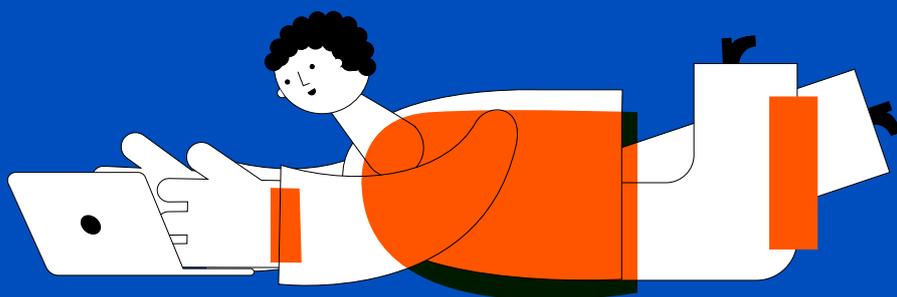
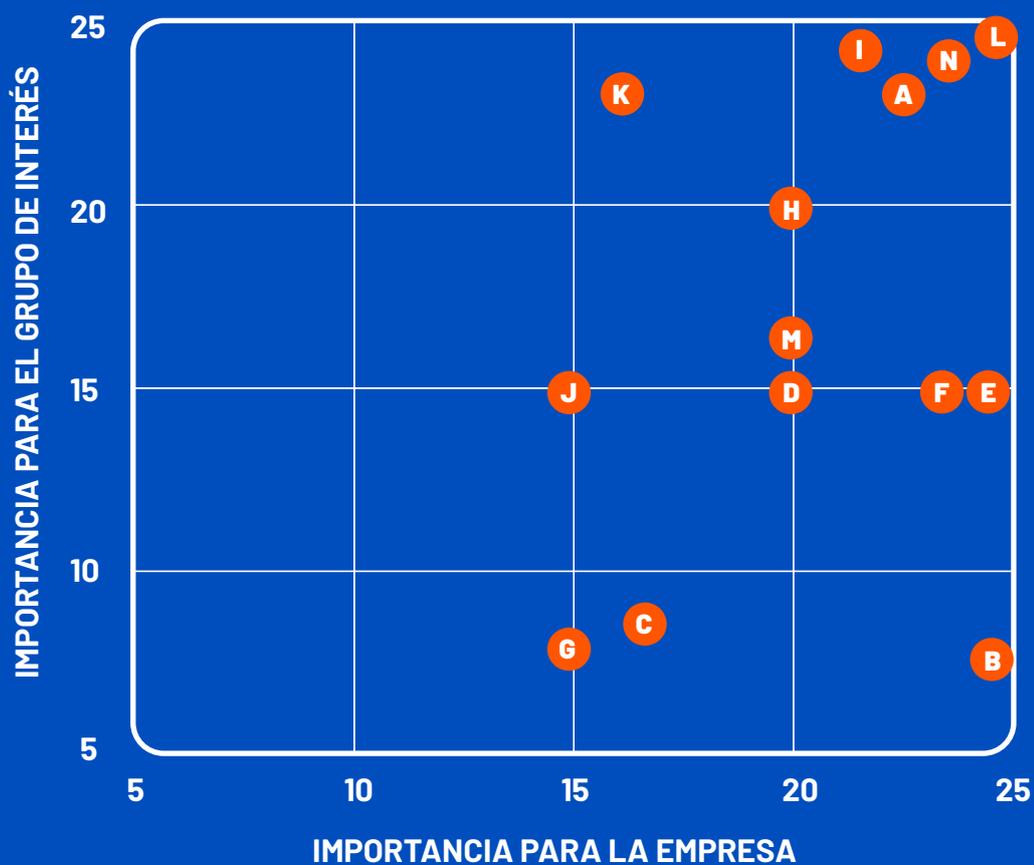
# Temas Materiales

(GRI 102-46, 102-47)

	Tema material	Estándares GRI	Cobertura	Grupo de interés vinculado
<b>A</b>	Resultados financieros	GRI 201 - Desempeño económico 2016	Interna	Todos
<b>B</b>	Aporte al desarrollo del país	GRI 203-Impactos económicos indirectos 2016	Interna y externa	Todos
<b>C</b>	Desempeño ambiental y gestión de impactos ambientales	GRI 305-Emissiones 2016	Interna y externa	Todos
<b>D</b>	Calidad del empleo	Indicador propio - Entel 1: Calidad del Empleo	Interna	Colaboradores
<b>E</b>	Capacitación de los colaboradores	GRI 404-Formación y enseñanza 2016	Interna	Colaboradores
<b>F</b>	Desarrollo de los colaboradores	GRI 404-Formación y enseñanza 2016	Interna	Colaboradores
<b>G</b>	Salud y seguridad de los colaboradores	GRI 403-Seguridad y salud en el trabajo 2018	Interna	Colaboradores
<b>H</b>	Diálogo y relacionamiento con comunidades	GRI 413-Comunidades locales 2016	Interna y externa	Comunidad
<b>I</b>	Satisfacción de los clientes	Indicador propio - Entel 4: Satisfacción de nuestros clientes	Interna y externa	Clientes
<b>J</b>	Gestión de las radiaciones no ionizantes	GRI 416-Salud y seguridad de los clientes 2016	Interna y externa	Clientes, comunidad, estado y reguladores
<b>K</b>	Cumplimiento regulatorio	GRI 419-Crecimiento socioeconómico 2016	Interna y externa	Clientes, estado y reguladores
<b>L</b>	Calidad del servicio	Indicador propio - Entel 2: Calidad del servicio	Interna y externa	Clientes, estado y reguladores
<b>M</b>	Gestión con medios de comunicación	Indicador propio - Entel 3: Gestión con los medios de comunicación	Interna y externa	Medios de comunicación



## Matriz de materialidad





# 4

GRI 102-1, 102-2, 102-3, 102-4, 102-6, 102-7

## Nuestra **empresa**

Nuestra empresa forma parte del grupo líder latinoamericano en telecomunicaciones que desarrolla operaciones en Chile y Perú. Desde nuestros inicios, buscamos ofrecer a los peruanos una alternativa innovadora para servicios de telefonía móvil. En 2014, se lanzó la marca "Entel Perú", con el lema: "La señal que estabas esperando", y desde entonces hemos trabajado arduamente para ofrecer una mejor conectividad y calidad de servicio a la familia peruana.

### 4.1 Nuestro **propósito de marca**

*"Entel potencia lo que te hace distinto, acercándote a las infinitas posibilidades que da la tecnología y así, poder transformar responsablemente la sociedad".*

## 4.2 Mercados atendidos y servicios ofrecidos

(GRI 102-2, 102-6)

Contamos con una vasta oferta de servicios que nos permite atender a personas y empresas de todos los tamaños y de diversos rubros, por lo que nuestros servicios se dividen en dos grandes categorías: personas y empresas.

### Mercado Personas

#### Telefonía móvil con o sin datos

- Pospago
- Prepago
- *Roaming* internacional
- Internet Móvil

#### Hogar

- Banda ancha fija inalámbrica
- (BAFI)
- Telefonía inalámbrica
- Equipos y accesorios
- Teléfonos inteligentes
- Parlantes, audífonos, etc.
- SMS Multioperador



### Mercado Empresas

#### Soluciones móviles

- Planes multimedia
- Planes banda ancha móvil
- *Roaming*

#### Soluciones fijas

- Telefonía fija
- Red de datos
- Internet dedicado
- SD-WAN

#### Soluciones digitales

- *Cloud computing*
- Entel virtual Data center
- *Housing / Hosting*
- Soluciones de Ciberseguridad
- Seguridad Gestionada
- Servicios de Ciberinteligencia
- Servicios multicloud
- Aplicaciones de productividad
- Office 365, Microsoft Teams, MDM, Yasta, Rollbox

#### Equipos

- Venta de equipos

## 4.3 Nuestros pilares culturales

(GRI 102-16)

Los pilares culturales Entel conducen nuestras acciones y decisiones como empresa y se alinean a nuestro propósito y plan estratégico. Son la base de nuestra cultura y por ello, esperamos que nuestros y nuestras colaboradores y colaboradoras los interioricen y adopten en su día a día. Estos cinco pilares son:

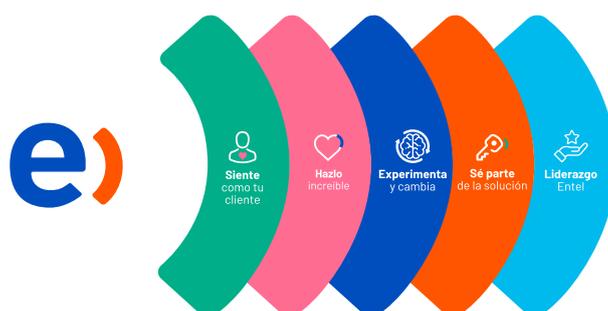
**Siente como tu cliente:** Implica tener a nuestros clientes en el centro.

**Sé parte de la solución:** Promueve el trabajo en equipo y la comunicación horizontal para alcanzar objetivos comunes.

**Hazlo increíble:** Se relaciona con la calidad y la excelencia, haciendo las cosas con eficiencia y agilidad.

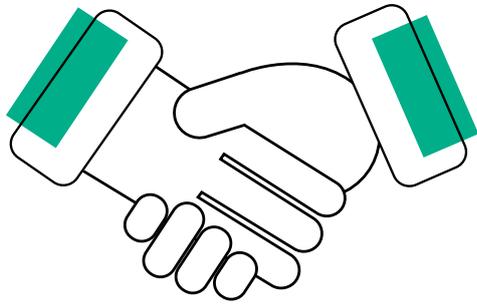
**Experimenta y cambia:** Promueve la innovación y la proactividad.

**Liderazgo Entel:** Supone desarrollar el talento de nuestros colaboradores y el encuentro de motivaciones personales.



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

## 4.4 Adhesiones institucionales



- Asociación Nacional de Anunciantes (ANDA)
- Consejo Nacional de Autorregulación Publicitaria
- Asociación para el Fomento de la Infraestructura Nacional (AFIN)
- Cámara de Comercio Americana del Perú (AmCham)
- Cámara de Comercio de Lima
- Cámara de Comercio Peruano Chilena
- Patronato Perú 2021
- Pacto Mundial de las Naciones Unidas
- *Global System for Mobile Communication Association*
- Miembros de la Red de Empresas y Discapacidad
- *Pride Connection Perú*



## 4.5 Premios y reconocimientos

Durante el periodo del reporte participamos en iniciativas de reconocimiento relacionadas con buenas prácticas de responsabilidad social empresarial, obteniendo diversas distinciones. Además, recibimos reconocimientos por la calidad de nuestros servicios.



Obtuvimos el 1.º puesto en el ranking sectorial y el 23.º en el ranking general de empresas responsables con el ambiente.



En este reconocimiento nos posicionamos en el puesto 20.º en el ranking general, y el 1.º puesto en el ranking del sector.



En el sector de telecomunicaciones nos encontramos en el top del ranking de empresas con mejor reputación corporativa, posicionándonos en el puesto 2.º en el resultado sectorial y en el 23.º, en el resultado general.



Fuimos reconocidos como la mejor compañía de telecomunicaciones de Perú en 2021.



Por quinto año consecutivo recibimos el “Distintivo Empresa Socialmente Responsable de Perú Sostenible”, que reconoce a aquellas empresas que cuentan con las mejores prácticas en materia ambiental, social y de buen gobierno corporativo.



Obtuvimos el 1.º puesto en la categoría “Igualdad e Inclusión” en la 8.º edición de este concurso.



# 5

(GRI 102-11, 203-2, 413-1)

## Nuestra comunidad

Nuestro comportamiento como empresa se guía de los principios establecidos en nuestro "Código de Ética" y nuestra "Política de Sostenibilidad". Esta política fue emitida y comunicada en 2019 y, desde su lanzamiento, ha sido difundida a través de distintos medios entre nuestros colaboradores y colaboradoras, y diversos grupos de interés, incluyendo la comunidad gracias a nuestro portal corporativo<sup>2</sup>. En ella se incorpora nuestro compromiso de gestionar adecuadamente los aspectos económicos, ambientales y sociales de nuestras operaciones, cumpliendo con nuestra responsabilidad social como empresa. Además, se promueve la toma de conciencia sobre el consumo responsable en cada proceso o actividad de la compañía, así como la valoración de la diversidad a través de la inclusión, la equidad y el reconocimiento al talento de nuestro equipo.

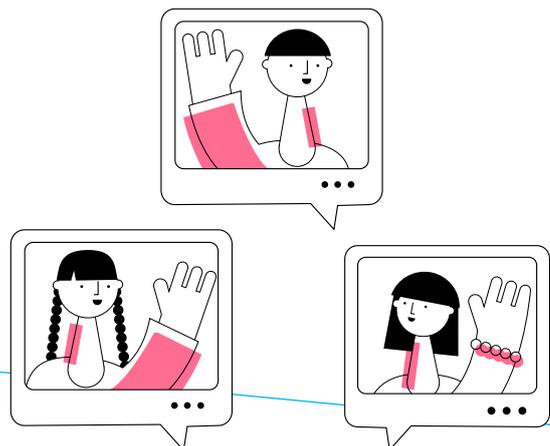
<sup>2</sup>Disponible en: <https://www.entel.pe/sostenibilidad/>

La siguiente tabla describe los principios que forman parte de este importante documento de nuestro sistema de gestión:

## Principios de nuestra **política de sostenibilidad**

Principio	Descripción
Ética e integridad	Todas las decisiones y acciones son tomadas de buena fe, respetando a nuestras principales audiencias involucradas y nuestros pilares corporativos. Cumplimos estrictamente nuestro Código de Ética, el cual es extensivo para nuestros grupos de interés.
Buen Gobierno Corporativo	Las decisiones estratégicas que toman nuestros directivos se realizan de manera transparente, equitativa y velando por el bienestar de nuestros accionistas y grupos de interés.
Respeto a los derechos humanos	Respetamos los derechos humanos y ponemos énfasis en asegurar que estos sean cumplidos a través de nuestra la cadena de suministro, rechazando el trabajo forzoso, infantil y todo tipo de discriminación.
Crecimiento sostenible con el entorno	Implementamos buenas prácticas de responsabilidad ambiental y social, en nuestras operaciones, buscando el crecimiento del negocio y el desarrollo local, así como el de nuestros proveedores y comunidades. Velamos porque nuestros proveedores y clientes operen bajo principios de éticos, respetando los derechos humanos y cuidando el entorno.
Transparencia	Informamos con transparencia sobre nuestra gestión. Cumplimos las mejores prácticas de libre mercado y fomentamos la libre competencia.
Diversidad e inclusión	Desarrollamos un marco favorable de relaciones laborales basado en la igualdad de oportunidades, el respeto a la diversidad y la prohibición de cualquier tipo de discriminación. Implementamos programas que promueven la inclusión social dentro y fuera de la compañía.
Comunicación interna y externa	Comunicamos la gestión socialmente responsable con los grupos de interés internos y externos con la finalidad de generar espacios de información y consulta para atender sus expectativas, opiniones y necesidades. Reportamos nuestros logros, retos y aprendizajes, basándonos en estándares reconocidos mundialmente.

En nuestra organización contamos con la Jefatura de Reputación y Desarrollo Sostenible, que es la encargada de la implementación de la política y de los diversos programas relacionados. A continuación, presentamos una descripción de nuestros programas de sostenibilidad más importantes, incluyendo sus principales logros y alcances obtenidos.





## SEÑAS QUE CONECTAN

( ENTEL )

Según información correspondiente al último censo desarrollado en 2017 y publicado por el INEI, en el Perú existen más de 3 millones de personas con algún tipo de discapacidad. De ellas, aproximadamente el 7,6 % presentan limitación auditiva de forma permanente<sup>3</sup>. En Entel promovemos que todos nuestros colaboradores y colaboradoras formen parte de nuestro propósito de transformar responsablemente a la sociedad. Por ello, durante 2021, mantuvimos nuestro programa "Señas que conectan" con la finalidad de que asesores y asesoras de atención al cliente, puedan atender adecuadamente a personas con discapacidad auditiva, derribando así barreras de comunicación.

El curso tiene una duración total de 64 horas, divididas en 16 semanas. En 2021, fueron 36 personas capacitadas, alcanzando un total de 133 desde que se inició el programa en 2018. En el último año, participó personal de doce tiendas ubicadas en las ciudades de: Lima, Cajamarca, Iquitos, Juliaca, Pucallpa y Paíta. Cabe mencionar que desde que se inició el curso, no sólo nuestros asesores y asesoras de atención al cliente han sido capacitados, sino que también, personal de vigilancia participó en el programa en 2019. En promedio, la cantidad mensual de clientes con discapacidad auditiva atendidos por nuestros asesores fue de doce personas durante 2021.

La siguiente tabla presenta la cantidad de colaboradores y colaboradoras que han participado en el programa desde su inicio en 2018:<sup>4</sup>

### Número de personas capacitadas por año

Año	Cantidad de Capacitados
2018	11
2019	27
2020	33
2021	36

Un hito importante para nosotros en 2021 fue la implementación del primer curso online dirigido a todas las personas integrantes del equipo de Entel Perú, con el propósito de que puedan aprender el abecedario de la lengua de señas peruana de manera voluntaria y desde sus hogares. El estreno de este curso virtual, se realizó en el marco del Día Internacional de la Lengua de Señas, que se celebra el 23 de septiembre. La cantidad de personas que atendieron a este curso digital durante el periodo fue de 36.

Un aspecto por destacar fue el reconocimiento obtenido por parte del Instituto de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI) en la 8.ª edición del Premio "Iro los Clientes", en el cual obtuvimos el primer lugar en la categoría "Igualdad e Inclusión". Este premio reconoce las buenas prácticas que implementan las organizaciones en favor de los clientes.

<sup>3</sup> Dato obtenido del INEI, "Perfil sociodemográfico de la población con discapacidad, 2017".

<sup>4</sup> Esta información no contabiliza a personas sin vínculo laboral vigente con Entel. Presenta a los colaboradores y colaboradoras en actividad al cierre de 2021.





Desde hace ocho años, tenemos una alianza con la institución Enseña Perú. Esta organización sin fines de lucro impulsa un movimiento de liderazgo por una educación trascendente para todos los estudiantes de nuestro país. Sin embargo, durante 2021 se redujo la capacidad de recurso humano de nuestro aliado, por lo que no pudimos alcanzar los objetivos inicialmente planteados. Una de las actividades relevantes realizadas durante 2021 fue la donación de S/ 60 000 para contribuir con el proyecto. También, cabe mencionar que se mantuvieron activos 14 *modems* que han sido entregados a la Institución con la finalidad de que puedan emplearlos en sus actividades de enseñanza.

Adicionalmente, mantuvimos la ejecución de la iniciativa "Profe por un día", que consiste en la organización de espacios de aprendizaje, donde especialistas pudieron vivir la experiencia de ser docentes y compartir sus conocimientos con estudiantes desde su área de experticia. En esta oportunidad, contamos con la participación de reconocidos periodistas como: Gastón Gaviola del Río y Bruno Ortiz, quienes desarrollaron los siguientes temas: "La batalla de Tarapacá" y "El internet de las cosas", respectivamente. En la primera sesión participaron estudiantes de la I.E. Santo Tomás, ubicada en la región Amazonas y en la segunda sesión, estudiantes de 1.º de secundaria del Colegio Jesús de Nazareth, ubicado en Paucartambo, Arequipa.



Además, participamos como auspiciadores de programas de podcast denominados "Educación Power" y también tres de nuestros colaboradores participaron en las entrevistas realizadas, abordando temas relacionados a la innovación, la sostenibilidad y la lengua de señas.

### Principales logros del convenio con "Enseña Perú"

2019	2020	2021
<ul style="list-style-type: none"><li>• 10 colegios conectados</li><li>• 2 activaciones Profe por un día</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 6 colegios conectados</li><li>• 1 387 alumnos conectados</li><li>• 4 activaciones Profe por un día</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 2 000 alumnos conectados</li><li>• 2 activaciones Profe por un día</li></ul>



Durante 2021, nuestro programa de voluntariado continuó priorizando las actividades de manera virtual, debido a que preferimos mantener las medidas de prevención frente al coronavirus, evitando así la presencialidad. En este período trabajamos el mes del voluntariado Entel, que consistió en realizar actividades durante un mes con la organización no gubernamental Kantaya, que brinda apoyo a niños de escasos recursos pertenecientes a la localidad de Ventanilla.

Entre las actividades de voluntariado que desarrollamos con esta institución, se efectuó una jornada de aprendizaje de lengua de señas en la que participaron colaboradores y colaboradoras de Entel y un grupo de jóvenes que forman parte de la institución. La segunda actividad virtual se denominó "Potencia tu talento" y consistió en que nuestros voluntarios y voluntarias tenían que desarrollar videos tutoriales, cuya duración máxima era de un minuto. En dichos tutoriales se enseñaban diversos temas como, por ejemplo, consejos para el desarrollo de una solución matemática, recetas saludables, yoga en casa, entre otros. En total fueron seis videos tutoriales los compartidos por nuestros participantes.

La tercera actividad consistió en "apadrinar" a un niño de escasos recursos a través de un donativo económico destinado a cubrir algunas de sus necesidades. La cantidad de personas que participaron fue de quince y el período de duración de la iniciativa fue de dos meses. El monto total destinado por los voluntarios a esta causa fue de S/ 2346.

Además, en este período también organizamos colectas entre nuestros colaboradores para apoyar causas como las que promueven las siguientes entidades benefactoras: Teletón, Juguete Pendiente, entre otras.





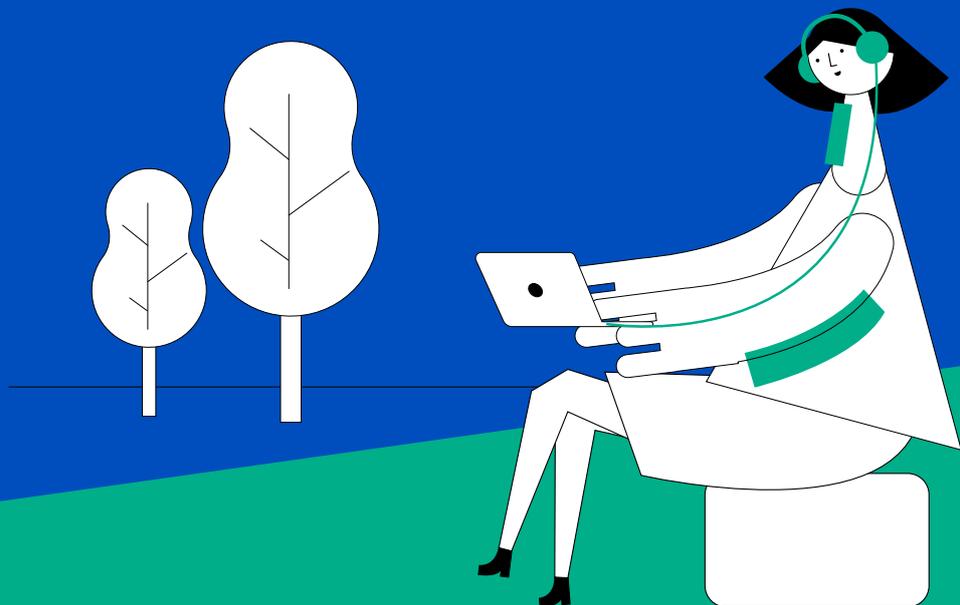
Esta iniciativa surgió en junio de 2020, motivada por nuestras ganas de hacer llegar más información y experiencias de sostenibilidad a todos los grupos de interés que forman parte de nuestro entorno. Por ese motivo lanzamos "A Propósito", un *podcast* cuya finalidad es tratar temas que contribuyan a que los oyentes puedan motivarse para impactar positivamente en las personas y en el medio ambiente. Desde su primera edición, hemos ido en constante evolución, ganando cada vez más seguidores y reproducciones en las plataformas de Spotify, Apple Podcast, Google Podcast, Overcast, Pocket Casts y RadioPublic. En 2021, la cantidad de reproducciones con respecto a 2020 aumentó en 60 %.

### Resultados del programa "A Propósito"

Año	Cantidad de seguidores	Cantidad de reproducciones
2020	64	1 253
2021	244	2 007

### Episodios por temporada del programa "A Propósito"

Temporadas 2021	Episodio	Mes de emisión
Cuarta temporada	• Movilidad Sostenible	Enero
	• Moda Sostenible	Enero
	• Economía circular	Enero
	• Gastronomía Sostenible	Febrero
	• Sin basura	Febrero
Quinta temporada	• La colaboradora más sostenible	Abril
	• Comunicación y responsabilidad social empresarial	Abril
	• Cosas que piensas que ayudan al medio ambiente y no lo hacen	Mayo
	• Guía del lenguaje inclusivo	Mayo
	• Foto sostenible	Mayo
Sexta temporada	• Agenda 2030 y empresas	Agosto
	• <i>Free bunny</i>	Setiembre
	• La importancia del desarrollo pleno de una persona de la comunidad LGTBIO+	Setiembre
	• <i>Green Deal</i>	Setiembre
	• Especial 7 años de Entel	Octubre



En nuestro balance hemos tenido una evolución importante, debido a que inicialmente era el propio equipo de sostenibilidad de Entel quien elaboraba los contenidos. En cambio, en 2021 decidimos ampliar los temas abordados, contando con la participación de especialistas y referentes en cada tema. Entre los temas tratados tuvimos: economía circular, moda sostenible, gastronomía sostenible, modelo de negocios de Simba, entre otros. También incursionamos en los video podcasts, sobre:

- Capítulo especial por 7.º aniversario Entel
- *Green deal*
- Comunicación y RSE

Uno de los mayores avances de nuestro programa radicó en la organización de la primera edición del Concurso "A propósito", cuyo objetivo fue reconocer a

episodios de podcasts que abordaran temáticas relacionadas con algún objetivo de desarrollo sostenible. Tuvimos, como miembros del jurado, a profesionales destacados en el ámbito de la sostenibilidad y del uso de herramientas de streaming como: María Fernanda Awapara, oficial de Alianzas de la Organización de las Naciones Unidas y Carlos Rivadeneyra, profesor del Taller de Podcasting y Radio de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Lima.

Esta iniciativa tuvo una gran acogida por parte de los podcasters, recibiendo más de 100 postulaciones. Seleccionamos a quince semifinalistas, de los cuales cuatro pasaron a la etapa final, resultando dos ganadores que se hicieron acreedores a un premio en efectivo. A continuación, presentamos la relación de ganadores y finalistas, con los respectivos temas abordados.

## Podcast ganadores y finalistas del concurso "A Propósito"

Puesto	Tema	Autores	ODS Relacionado
1	Cambio climático: el Perú en riesgo	Por las Rutas de la Curiosidad	ODS 13
1	Mamá aliada	Generación Orgullo	ODS 5
2	Mujeres de las eco-prendas	Genes Perú	ODS 9, ODS 12
3	Mujeres en la Ciencia	Agencia Andina	ODS 5



## Donativo "Chips Entel"

Nuestra empresa formó parte de una iniciativa organizada por la Municipalidad de Lima y la Fundación Lima, con el objetivo de apoyar a 6 mil niños y niñas de los distritos de Cercado de Lima, San Juan de Lurigancho, Ate y Villa El Salvador, quienes no contaban con acceso a internet.

Nuestro donativo consistió en la entrega de 6 mil chips a la Fundación Lima con el propósito de lograr que los menores puedan mantenerse conectados y conectadas, y participar de sus clases virtuales. La iniciativa también buscaba que los niños y las niñas que forman parte del programa de conectividad "Escuela de Lima" de la Municipalidad de Lima, puedan contar con las herramientas necesarias para llevar con normalidad sus clases virtuales.

Asimismo, a fines de 2021, con la finalidad de fortalecer la participación de las niñas en áreas como la ciencia y la tecnología, la Presidencia del Consejo de Ministros (PCM), el Gobierno Regional de Cajamarca, Entel y *Tecky Brains* presentaron el proyecto "Niñas Digitales Perú", cuya finalidad fue entregarles chips de Entel para facilitar la capacitación virtual en ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas, durante cuatro sesiones a niñas de los distritos de Celendín, Jaén, Santa Cruz, Chota, entre otros.

## Implementación de infraestructura rural y descuento del canon móvil

La implementación de infraestructura rural y descuento del canon móvil es un mecanismo aprobado por el Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC). El canon móvil es una propuesta del Estado peruano que impulsa la conversión de una parte del pago en inversión para el despliegue de infraestructura de telecomunicaciones de manera directa. Durante 2021, desarrollamos una serie de implementaciones de sitios en localidades rurales, a través de este mecanismo promovido por el Ministe-

rio de Transportes y Comunicaciones. Esto permite entregar cobertura 4G a diversas localidades, constituyendo un aporte al desarrollo de estas poblaciones, quienes pueden conectarse al mundo a través del internet. La selección de las localidades que forman parte del programa es definida por el MTC. La cantidad de nuevos sitios Entel correspondiente a las obligaciones regulatorias con la banda 2.3 GHz se muestra a continuación.

### Sitios implementados correspondientes a obligaciones regulatorias con banda 2.3 GHz

Proyecto	Nuevos sitios	
	Implementados y culminados 2021	Inicios de implementación en 2021 y culminación en 2022
Obligaciones regulatorias correspondientes a la banda 2.3	18	29

En el proceso, hemos tenido de socio estratégico a IPT (Internet Para Todos) para la ejecución de estas obras, logrando implementar los sitios de manera conjunta gracias a una adecuada sinergia. En general, es una experiencia que nos ha dejado mucho aprendizaje y, lo más importante es que ha permitido que más personas en el Perú tengan acceso a las telecomunicaciones.



Este programa surgió en el mes de mayo de 2020 como una respuesta frente a la pandemia. Su finalidad es la de ser un medio para conectar a médicos y pacientes de hospitales con sus familiares. El soporte del Ministerio de Salud y EsSalud fue de gran importancia para la adecuada implementación del programa a través de la firma de un convenio.

Durante 2020, los hospitales que contaron con este beneficio fueron cuatro: Cayetano Heredia, Ate, Honorio Delgado y en 2021 se incorporó un centro hospitalario adicional, en este caso la Villa Panamericana. Cerramos el año con 86 equipos distribuidos entre los cinco establecimientos y un promedio mensual de 500 Gigas de uso de datos, además de 15 mil minutos empleados para la realización de llamadas.

Uno de los principales cambios que se dieron en el programa durante el año transcurrido, implicó el mayor uso de los equipos y los datos para la realización de videollamadas o llamadas para los servicios de telemedicina, debido a la reducción en la ocupación de camas hospitalarias.

Es una iniciativa que consistió en desarrollar espacios de diálogo con empresas que realizaron acciones en sostenibilidad. En 2021 reactivamos la iniciativa, invitando a empresas con acciones destacadas durante la pandemia. En la primera edición, contamos con la participación de las empresas Cementos Pacasmayo y MAPFRE Perú como invitadas.

En julio, desarrollamos una nueva edición del conversatorio teniendo como invitados, esta vez, a representantes de la empresa Real Plaza y la organización Juguete Pendiente.



## Vínculo con los medios de comunicación

En Entel, buscamos mantener una adecuada, transparente y oportuna comunicación con nuestros diversos grupos de interés. Por ello contamos con una estrategia de comunicación a través de diversos medios, con la finalidad de llegar a más personas que puedan verse interesadas o afectadas por nuestras actividades, en las diversas localidades de nuestro territorio. La información que entregamos a través de diversos canales prioriza temas de relevancia para nuestros clientes, personas usuarias y comunidad en general.

En 2021, difundimos contenidos de distintas especialidades, tales como innovación, TI, gestión del talento, diversidad, soluciones tecnológicas para empresas, lanzamientos, alianzas, etc. Entre los mecanismos que empleamos se encuentran la realización de conferencias de prensa, elaboración y difusión de comunicados, videocolumnas y notas de prensa, así como la participación y organización de eventos dirigidos a la prensa.

A continuación, una lista de los principales temas abordados en los diferentes medios durante el periodo 2021:

- Consumo de tecnologías que permiten ahorrar activos
- Innovación
- Red 5G Entel
- Ciberseguridad
- Eliminación de la violencia contra la mujer
- Crecimiento en e-commerce
- Lengua de señas
- Instalación de antenas en zonas rurales



En 2020, debido a la coyuntura que experimentamos, nuestras apariciones en medios se vieron reducidas en un 33 % aproximadamente, comparadas con las correspondientes al año 2019. Sin embargo, en 2021 estas aumentaron, en 14,7 % teniendo un total de 1937 menciones, de las cuales 82,2 % fueron positivas. 598 trataron temas referentes a la sostenibilidad. Este último valor muestra nuestro compromiso con la promoción de prácticas responsables con la sociedad y el planeta.

### Cantidad de apariciones en diversos medios

	Menciones positivas	Menciones neutras	Menciones negativas	Total de menciones	Publicaciones sobre temas de sostenibilidad
2019	1575	723	233	2 531	204
2020	993	439	257	1 689	79
2021	1593	129	215	1 937	598

También es importante mencionar que, durante este periodo, retomamos los espacios de relacionamiento con los diferentes medios de prensa, sosteniendo reuniones virtuales y también espacios de diálogo semipresenciales. Hacia el cierre de 2021, organizamos un conversatorio con la finalidad de abordar el tema de la ciberseguridad, de cara a las constantes denuncias que aparecían en los diversos medios de comunicación sobre ciberdelitos cometidos a través de diversas aplicaciones de entidades financieras. La convocatoria estuvo dirigida a medios de comunicación especializados en tecnología y se expusieron oportunas recomendaciones para prevenir estas situaciones no deseadas.



## Conectados con el PLANETA



Este programa fue implementado en el año 2015 para generar consciencia sobre el uso de energía renovable en la comunidad universitaria, a través del uso de estaciones de carga que funcionan con energía solar. Debido a las restricciones que la pandemia trajo como consecuencia, el programa estuvo en pausa durante 2021, debido a que no se autorizó el retorno a clases presenciales en las universidades e institutos del país. No obstante, a fin de año se retomó el programa con el mantenimiento progresivo de las estaciones de carga ubicadas en las instituciones educativas, comenzando con la Universidad San Ignacio de Loyola (USIL).



Durante la redacción del presente documento, seguimos avanzando con el mantenimiento y remozamiento de las estaciones de carga en diversas universidades e institutos.



Nuestra responsabilidad con los equipos que vendemos no culmina con la entrega a los usuarios o los servicios de postventa, sino que también promueve el modelo de economía circular, fomentando que al final de su vida útil, los materiales que conforman estos equipos puedan ser reaprovechados o dispuestos en un relleno de seguridad, según sus características. Para la implementación y mantenimiento de un sistema de recolección de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos, desarrollamos alianzas con otras instituciones, en cumplimiento con lo establecido en nuestro Plan de manejo de residuos eléctricos y electrónicos (RAEE), presentado y aprobado ante la autoridad competente. De acuerdo con lo establecido en el decreto supremo N.º 009-2019-MINAM, aprueban el régimen especial de gestión y manejo de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos.



Una vez acopiados en los puntos seleccionados, bajo condiciones de seguridad adecuadas, los RAEE recuperados son transportados hacia una planta de reciclaje por un operador de residuos sólidos debidamente registrado ante DIGESA. En ella, pasarán por un proceso de segregación de componentes, con la finalidad de realizar el reaprovechamiento de materiales como el plástico y vidrio, y posteriormente, serán empleados como materia prima en otros procesos productivos. Los residuos no aprovechables que contienen componentes peligrosos serán dispuestos en un relleno sanitario de seguridad. La siguiente tabla presenta la cantidad de toneladas recolectadas en los últimos tres años y los puntos de reciclaje con los que contamos.



### Toneladas de RAEE del programa "Reciclemos para Transformar"

Año	Toneladas	Puntos de reciclaje
2019	12,7	134
2020	6,25	151
2021	8,96	230



En el último año, se sumaron dos nuevas organizaciones aliadas, alcanzando un total de 47.

### Cantidad de organizaciones en "Reciclemos para Transformar"

Año	Organizaciones participantes
2019	39
2020	45
2021	47



Es importante mencionar que en el último año nos enfocamos en aumentar los puntos de acopio de RAEE, incorporando tachos en todas nuestras tiendas para promover la recolección de estos residuos. Además, nos unimos a las campañas realizadas por municipalidades, en diversos parques vecinales, a través de las cuales, los vecinos entregaban sus residuos de aparatos eléctricos y electrónicos. Estuvimos presentes en las campañas organizadas por las Municipalidades de Lima, Lince, La Victoria y Barranco.

## 5.12 Impacto ambiental

En Entel contamos con una política de sostenibilidad que enmarca nuestro accionar en materia ambiental y social. En el último año, logramos consolidar nuestro sistema de gestión ambiental, elaborando una política ambiental que contiene nuestros compromisos con la protección del medio ambiente, prevención de la contaminación a través del uso sostenible de los recursos, el cumplimiento de los requisitos legales u otros aplicables en materia ambiental, y la mejora continua de nuestro desempeño ambiental, que se alinea a nuestra estrategia de sostenibilidad.

El cumplimiento de los requisitos del estándar internacional ISO 14001: 2015 nos ha permitido obtener la certificación de nuestro sistema de gestión ambiental en 2021, cuyo alcance comprende los procesos desarrollados en el Centro de Operaciones San Borja de Entel Perú, tales como: diseño, implementación, operación y mantenimiento de la red Core y servicios digitales de Entel Perú.

Como parte de la gestión de los aspectos ambientales que forman parte de las actividades generadas en nuestras instalaciones, definimos indicadores como la generación de residuos, los consumos de agua, combustibles y energía eléctrica. A continuación, presentamos los principales indicadores:

### Consumo de agua en sedes periodo 2020 - 2021

#### Consumo de agua en mega litros

Sede	2020	2021
Plaza República	9,64	5,35
TP República	0,68	0,38
San Borja	38,22	6,52
Miraflores	10,85	2,86
Olguín	0,42	5,35
<b>Total</b>	<b>59 801.75</b>	<b>15 591</b>



Con respecto al consumo de agua, puede apreciarse que todas las instalaciones, a excepción de la sede Olguín, presentan una gran disminución comparada con 2020, año en el que se tuvieron tres meses de presencialidad, a diferencia de 2021, en el que se mantuvieron, en gran medida, las actividades remotas.

En cuanto al consumo de energía eléctrica, este mantuvo valores similares a los reportados en 2020, a diferencia de sede TP República, donde el consumo de energía fue 30,9 % menor.

## Consumo de energía en sedes

### Consumo de energía eléctrica

Sede	2020	2021
Plaza República	304,44	373,83
TP República	17,25	11,92
San Borja	8 228,06	8 106,25
Miraflores	3 896,04	3 856,14
Olguín	6 233,86	6 189,39
<b>Total</b>	<b>18 679,65</b>	<b>18 537,53</b>

En Entel Perú somos conscientes de la necesidad de contribuir a la mitigación del cambio climático, una problemática global cada vez más evidente y cuyas consecuencias serán más intensas en los países más vulnerables. Este problema tiene origen en el incremento de la concentración de gases de efecto invernadero en la atmósfera. Por ello, desde el año 2016 realizamos anualmente la medición del inventario de GEI generadas por nuestras operaciones. Sin embargo, en 2021 se realizaron cambios en el alcance con respecto a 2020, como la incorporación de las emisiones provenientes del funcionamiento de las antenas. La medición del inventario fue realizada por una empresa consultora especializada, que se basa en los lineamientos establecidos en el estándar internacional ISO 14064:1-2018. Debido a esta modificación en el alcance, los resultados de las emisiones de GEI de 2021 no son comparables con los de los años anteriores. A partir de 2021, se establece un nuevo marco de referencia voluntario y más exigente que el de años anteriores.

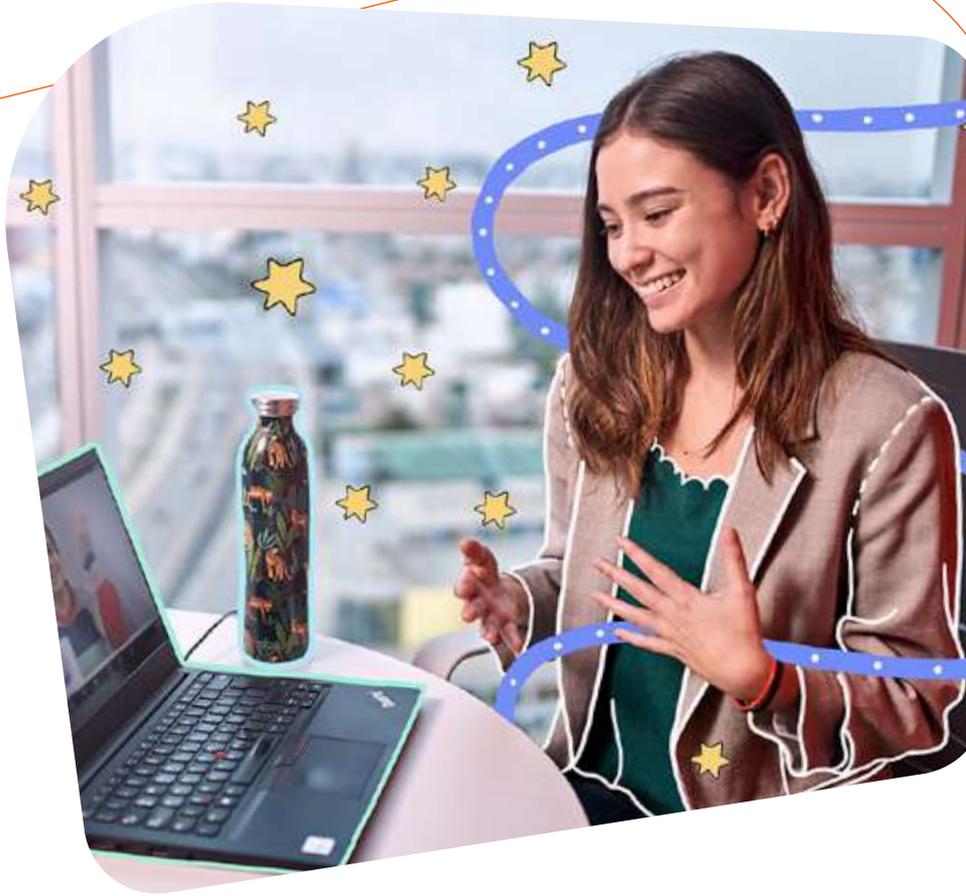
La elaboración del inventario de GEI se abordó desde el enfoque de control operacional. Es decir, se consideró todo sobre lo que nuestra empresa tiene control. Se realizaron los cálculos considerando 4 categorías: emisiones directas de GEI (C1), emisiones indirectas de GEI (C2), emisiones indirectas de GEI causadas por el transporte (C3) y emisiones indirectas de GEI causadas por emisiones de productos que utiliza la organización (C4). Se identificaron los siguientes gases de efecto invernadero: CO<sub>2</sub>, CH<sub>4</sub>, N<sub>2</sub>O y HCF y, como resultado del cálculo, se determinó que las emisiones de GEI asociadas a las actividades realizadas a nivel corporativo fueron 23 914,47 tCO<sub>2</sub>eq.

El inventario también permitió identificar como principales fuentes de emisión de GEI en nuestra empresa al consumo de electricidad con 88,17 % (21 085,31 tCO<sub>2</sub>eq) y los generadores eléctricos con 9,49 % (2268,98 tCO<sub>2</sub>eq). La siguiente tabla presenta los valores calculados en cada categoría y su distribución porcentual.

## Huella de carbono 2021

Categoría	Descripción	Total (tCO <sub>2</sub> eq)	Porcentaje %
Categoría 1	Emisiones y remociones directas de GEI	2 454,27	10,26 %
Categoría 2	Emisiones indirectas de GEI causadas por energía importada	21 085,31	88,17 %
Categoría 3	Emisiones indirectas de GEI causadas por el transporte	239,1	1,00 %
Categoría 4	Emisiones indirectas de GEI causadas por productos que utiliza la organización	135,73	0,57 %
<b>Total</b>		<b>23 914,47</b>	<b>100 %</b>

6



(GRI 102-8, Entel 1: Calidad del Empleo)

## Nuestros colaboradores

En Entel somos conscientes de que las personas que trabajan con nosotros son los principales actores del éxito de nuestra compañía. Cada uno de ellos y ellas tiene una motivación, habilidades y características que lo hacen único. Por eso, en los últimos años hemos buscado contribuir al crecimiento de cada colaborador y colaboradora, a través de los diversos programas con los que contamos, así como generar programas que busquen mejorar el bienestar y la satisfacción de ellos y ellas. Por otro lado, fomentamos la adopción de una cultura basada en cinco pilares fundamentales descritos en el capítulo 4. Trabajamos todos juntos alineados a nuestro propósito, buscando potenciar lo que nos hace distintos y acercar las infinitas posibilidades que nos da la tecnología para transformar responsablemente a la sociedad.

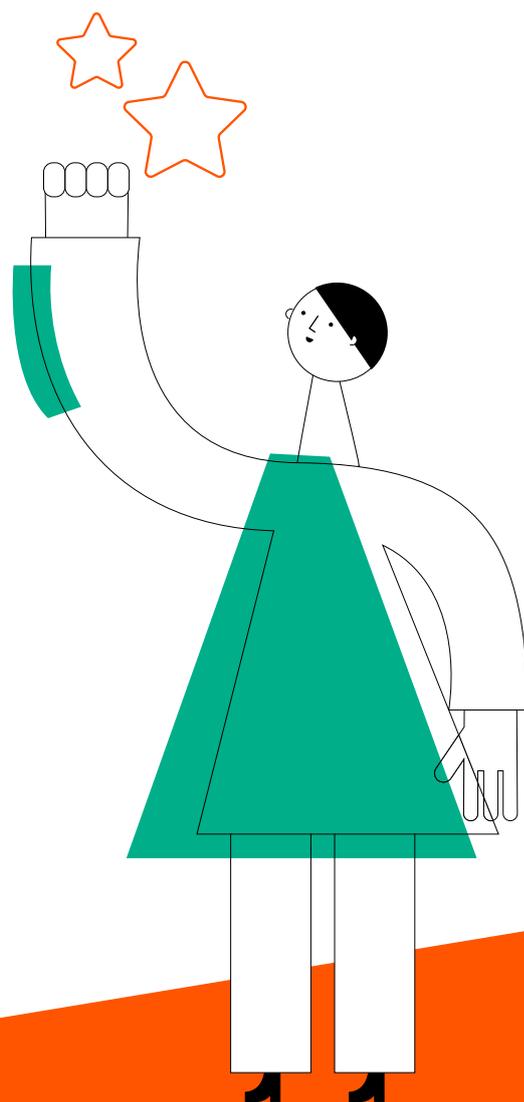


# 6.1 Compromisos y liderazgo

En Entel tenemos un enfoque de liderazgo que nos impulsa a mejorar continuamente y a avocar esfuerzos para que los líderes de nuestra organización pongan en práctica los siguientes aspectos:

## Modelo de liderazgo Entel

### Somos líderes con propósito



## 6.3 Equidad y diversidad

(GRI 102-8, 405-1)

Durante 2021, nuestra compañía realizó cambios en su estrategia o modelo de negocio y cerró con un total 2089 trabajadores en la planilla, 9 % menos con respecto al cierre del año 2020. Del total de trabajadores, un 97,13 % desempeñó funciones a plazo indefinido<sup>5</sup>, porcentaje superior al de 2020, donde se tenían 92 % de trabajadores bajo esta modalidad. Este cambio se realizó con la finalidad de continuar mejorando las condiciones de contratación de nuestros colaboradores y colaboradoras.



### Número de colaboradores y colaboradoras por género, año y tipo de contrato

Año	Femenino		Masculino	
	Contrato definido	Contrato indefinido	Contrato definido	Contrato indefinido
2019	107	1 006	119	1 368
2020	81	910	102	1 204
2021	19	851	41	1 178

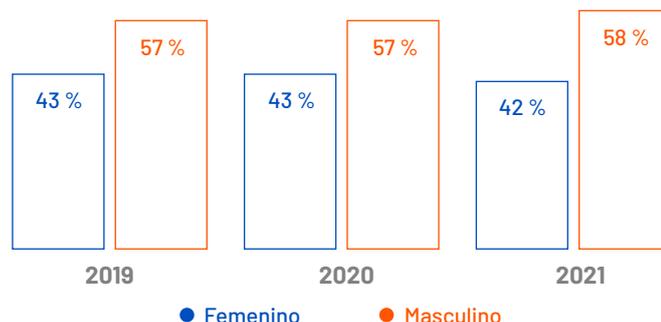
Por otro lado, con respecto a la cantidad de trabajadores que realizan funciones a tiempo completo, este bordea el 100 %, siendo solo dos personas las que trabajaron bajo la modalidad de tiempo parcial.

### Número de trabajadores por año y dedicación

Año	Tiempo completo	Tiempo parcial
2019	2 593	7
2020	2 292	5
2021	2 087	2

Un indicador que ha mantenido un comportamiento similar durante los últimos tres años ha sido el de distribución porcentual por género, a pesar de las variaciones con respecto al número de colaboradores y colaboradoras. Durante 2021, el 42 % de la planilla estuvo conformado por mujeres, mientras que en los años 2019 y 2020 fue el 43 % (ver Gráfico 61).

### Distribución porcentual por género 2019-2021



<sup>5</sup>Un contrato a plazo indefinido o indeterminado es aquel que tiene una fecha de inicio, pero no una fecha de culminación, en el entendido de que puede perdurar en el tiempo hasta que se produzca una causa justificada que amerite su culminación.



Continuando con la distribución por género y por grupo de edad, durante 2021, al igual que en años anteriores, la mayor cantidad de colaboradores y colaboradoras se encuentra en el rango de 30 a 50 años, ocupando el 75 % de la población femenina y el 80 % de la población masculina. Ambos porcentajes bastante similares a los correspondientes al año 2020 (74 % y 79 % respectivamente). El segundo grupo con mayor representación es el conformado por hombres y mujeres menores de 30 años, al igual que en el rango anterior, la distribución sigue la misma tendencia de los años anteriores.

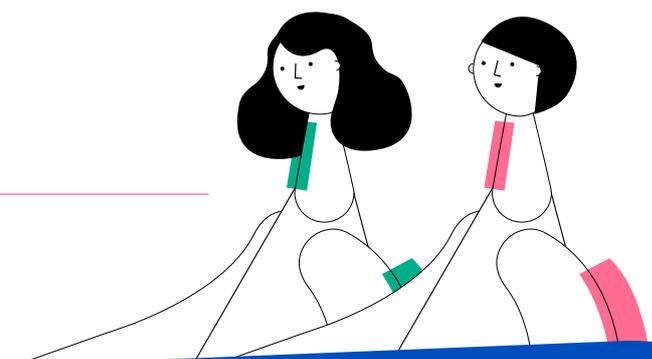
### Número de colaboradores y colaboradoras por edad y género

	Mujeres			Hombres		
	<30 años	Entre 30 y 50 años	> 50 años	<30 años	Entre 30 y 50 años	> 50 años
2019	289	808	16	250	1 203	34
2020	241	735	15	224	1 037	45
2021	197	653	20	186	980	53

Por otro lado, presentamos la distribución de colaboradores y colaboradoras según la región en la que se encuentran. En este indicador podemos apreciar que, durante 2021, 88,42 % de los trabajadores correspondieron a la región Lima, mientras que el 11,58 % restante, pertenece a otras ciudades. En cuanto a la distribución por género dentro de cada región, esta estuvo conformada por 40,44 % de mujeres en Lima y 50,83 %, en provincias. Estos valores han mostrado distribuciones similares en los últimos tres años, en los que el rango de distribución de mujeres ha variado entre 40,44 % y 41,6 % en el caso de las mujeres ubicadas en Lima y, entre 50,83 % y 54,1 % en provincias. Los datos comparativos pueden apreciarse a continuación:

### Número de colaboradores y colaboradoras por año y región

Género	Lima				Otras ciudades			
	Mujeres	%	Hombres	%	Mujeres	%	Hombres	%
2019	941	41,4 %	1 333	58,6 %	172	52,8 %	154	47,2 %
2020	834	41,6 %	1 173	58,4 %	157	54,1 %	133	45,9 %
2021	747	40,4 %	1 100	59,6 %	123	50,8 %	119	49,2 %



Con respecto a la cantidad y porcentaje de colaboradores y colaboradoras por categoría laboral y género, podemos observar que las variaciones se han dado en las categorías subgerentes, jefes y supervisores, y aportantes individuales, en los que hubo una disminución de 3,9 % y 10 % respectivamente, comparados con el año 2020.

### Número de colaboradores y colaboradoras por categoría laboral y género

Categoría	2019		2020		2021	
	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre
Gerente General	0	1	0	1	0	1
Vicepresidentes y gerentes generales	1	7	1	7	1	7
Gerentes de primera línea	11	44	11	41	11	42
Subgerentes, jefes y supervisores	239	364	139	194	132	188
Aportantes individuales	862	1071	840	1063	726	981

La distribución porcentual en cada categoría ha sufrido variaciones con respecto a los años 2019 y 2020, siendo las categorías subgerentes, jefes y supervisores, y aportantes individuales las que experimentaron mayores cambios. En el primer caso, se pasó de tener 21,47 % de mujeres ocupando cargos de subgerentes, jefas y supervisoras a tener 15,17 % en 2021. Una variación similar ocurrió en el caso de los hombres que ocupan dichos cargos, pasando de 24,48 % en 2019 a 15,46 % en el año de reporte. En la categoría aportantes individuales, el porcentaje de mujeres aumentó en 6 puntos porcentuales, mientras que el porcentaje de hombres aumentó en más de 8 puntos porcentuales.

### Porcentaje de colaboradores y colaboradoras por categoría laboral y género

Categoría	2019		2020		2021	
	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre
Gerente General	0,00 %	0,07 %	0,00 %	0,07 %	0,00 %	0,08 %
Vicepresidentes y gerentes generales	0,09 %	0,47 %	0,09 %	0,47 %	0,11 %	0,58 %
Gerentes de primera línea	0,99 %	2,96 %	0,99 %	2,96 %	1,26 %	3,45 %
Subgerentes, jefes y supervisores	21,47 %	24,48 %	21,47 %	24,48 %	15,17 %	15,46 %
Aportantes individuales	77,45 %	72,02 %	77,45 %	72,02 %	83,45 %	80,67 %

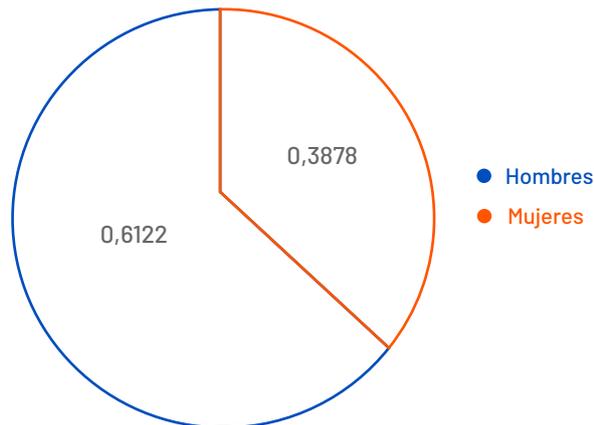
En el año transcurrido pudimos llevar a cabo nuevas contrataciones, brindando oportunidades a más profesionales de diversas especialidades para que puedan continuar desarrollándose en nuestra organización y aportar con su conocimiento y experiencia al crecimiento de nuestro negocio. En total, se realizaron 263 nuevas contrataciones, 92 % de las cuales correspondieron a la región Lima y el 8 % restante a provincias.

## Nuevas contrataciones por zona y género

Año	Lima		Otras ciudades	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
2019	181	254	40	39
2020	148	189	25	20
2021	89	152	13	9

Con respecto a la distribución por género, en Lima el 37 % de las nuevas contrataciones fueron mujeres y en otras ciudades este valor alcanzó el 59 %. En total se contrataron 102 mujeres y 161 hombres, representando el 39 % y 69 % respectivamente.

## Nuevas contrataciones por género



## Nuevas contrataciones por edad y género

	Mujeres			Hombres		
	<30 años	Entre 30 y 50 años	> 50 años	<30 años	Entre 30 y 50 años	> 50 años
2019	125	95	1	118	174	1
2020	108	64	1	114	92	3
2021	60	41	1	64	90	7

La tasa de rotación global del año 2021 fue muy similar a la de 2020, aumentando 0,02 puntos porcentuales, mientras que la tasa de rotación voluntaria global aumentó en 0,11 puntos porcentuales con referencia al año 2020. Con respecto a la rotación voluntaria por zona y sexo, los índices alcanzados en la ciudad de Lima fueron similares, mientras que, en provincias, el índice de mujeres fue el menor y el de los hombres fue el mayor, alcanzando el 1,2 %. Por su parte, en el grupo etario, tanto de hombres como de mujeres, se presentaron los mayores índices de rotación voluntaria, mientras que en la población mayor a 50 años no se registraron estos procesos. El número total de desvinculaciones ascendió a 491, un 15 % menor a lo registrado durante 2020. De este total, 160 fueron desvinculaciones voluntarias, una cifra muy similar a la registrada en el periodo anterior.

## Tasa de rotación global

	2019	2020	2021
Tasa de rotación voluntaria global	1,03 %	0,56 %	0,67 %
Hombres	1,90 %	2,13 %	1,13 %
Mujeres	1,80 %	1,97 %	0,95 %
Tasa de rotación global (voluntaria e involuntaria)	1,89 %	2,06 %	2,08 %

## Rotación voluntaria por zona y género en 2021

### Lima

### Otras ciudades

Año	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
2019	0,69 %	0,65 %	0,08 %	1,20 %

## Rotación voluntaria por edad y género en 2021

### Mujeres

### Hombres

	<30 años	Entre 30 y 50 años	> 50 años	<30 años	Entre 30 y 50 años	> 50 años
2021	1 %	0,51 %	0 %	1,57 %	0,52 %	0 %

Nuestra Política de Diversidad e Inclusión, creada en 2020, comprende nuestro compromiso de fomentar una cultura de respeto, donde cada persona se sienta valorada. Presenta tres ámbitos de acción: equidad de género, inclusión de personas con discapacidad y, equidad e inclusión LGBTQ+. Respecto al primer ámbito de acción, en Entel desarrollamos varios programas orientados a desarrollar el liderazgo femenino, entre ellos tenemos: "Mujeres Power", que se enfoca en el poder de la elección, para que cada participante lidere su camino de desarrollo personal y profesional. Asimismo, contamos con el programa *Womentoring*, en el que las mentoras apoyan, comparten experiencias y conocimientos a las participantes voluntarias (denominadas *mentees*). Y, finalmente el programa *Shadowing*, a través del cual se realiza el intercambio de roles, entre los vicepresidentes y gerentes centrales de la compañía por un plazo determinado, con la finalidad de adquirir experiencia y desarrollar más habilidades blandas. Con respecto al tercer ámbito, desarrollamos el programa "Viviendo la Diversidad e Inclusión". Un curso electivo dirigido a todos los líderes de la compañía, con el propósito de generar conciencia sobre las diferencias y sus aportes en la vida. Adicionalmente, compartimos una Guía de lenguaje inclusivo, dirigido a todos nuestros colaboradores y colaboradoras, y ampliamos el alcance de la cobertura del servicio de EPS a parejas del mismo género.



## 6.3 Salud y Seguridad en el trabajo

(GRI 403-1, 403-2, 403-5, 403-9)



La protección de la seguridad y salud de nuestros colaboradores y contratistas – socios de negocio, es un aspecto fundamental de nuestra gestión. Hemos introducido nuevas herramientas y metodologías ágiles para poder responder, de manera oportuna y eficiente, a los requerimientos que provienen de nuestros clientes internos, con el fin de asegurar operaciones seguras.

El equipo encargado de gestionar estos aspectos está conformado por ocho miembros. Además, contamos con empresas que nos brindan el servicio de outsourcing para las funciones de medicina ocupacional y supervisión de seguridad en campo.

En lo referente a la gestión de salud ocupacional, potenciamos el seguimiento médico de vigilancia ocupacional y, dada la coyuntura, nos enfocamos en asegurar el cumplimiento de protocolos de bioseguridad, alineados con lo establecido por la normativa, soporte y seguimiento de casos COVID-19 y la vacunación de nuestros colaboradores y colaboradoras, entre otros.

Con respecto a los indicadores COVID-19, los meses de enero, abril y diciembre fueron los que presentaron mayor cantidad de contagios y colaboradores y colaboradoras en cuarentena. Durante 2021, ocurrieron dos decesos, los cuales lamentamos profundamente y reiteramos nuestro sentido pésame a los familiares.

Sobre los casos positivos confirmados de personal de contratistas – socios de negocio tercerizado, estos alcanzaron el punto máximo en el mes de marzo con 328 contagios, seguido del mes de abril con 110 contagios y, en tercer lugar, el mes de diciembre en el que se presentaron 93 casos positivos confirmados.



## Indicadores COVID-19 año 2021

	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic
Nro de casos positivos confirmados (front)	23	9	15	33	12	13	4	6	1	2	9	25
Nro de casos positivos confirmados (back)	36	37	33	25	18	4	8	12	8	5	1	34
Nro de casos positivos confirmados (total)	59	46	48	58	30	17	12	18	9	7	10	59
Nro de casos negativos confirmados	11	17	21	34	14	11	17	12	10	3	3	16
Nro de casos sospechosos	32	11	5	11	12	6	7	7	4	1	5	6
Nro de colaboradores en cuarentena	102	75	74	104	56	34	36	36	23	11	18	81
Nro de subsidios	21	22	30	32	32	29	19	15	20	15	19	23
Nro de pacientes COVID en cond. grave	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0
Nro de pacientes COVID en cond. crítica	1	-	-	2	-	-	-	-	-	-	-	-
Nro de pacientes COVID en cond. moderada	42	34	30	30	24	15	4	11	2	2	5	17
Nro de pacientes COVID en cond. leve	16	22	18	26	6	2	8	7	7	5	5	42
Nro de fallecidos COVID	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
Gastos por implementación de plan COVID-19 (S/)	72 692	87 730	115 455	133,85	147,08	121,35	167,81	148,61	144,13	157,01	103,84	95 200
Nro de casos positivos confirmados fuera de planilla de terceros	54	63	328	110	31	40	32	10	35	4	21	93

Como parte de las acciones más relevantes ejecutadas en el contexto de la pandemia por COVID-19, implementamos el programa "PrevenCOVID" #PonteEnModoSeguro. Este implicó la ejecución de planes de acción enfocados en reforzar los comportamientos seguros, basándose en el análisis de los comportamientos inseguros reportados con mayor frecuencia a través del aplicativo (app) que desarrollamos. Algunas acciones fueron: el reforzamiento constante de protocolos con médicos, capacitaciones continuas a los líderes PrevenCOVID, así como la elaboración y difusión de videos de sensibilización, entre otras.

Por otro lado, con la finalidad de brindar mayor seguridad y cuidado durante el retorno a las oficinas de los colaboradores y las colaboradoras, se continuaron realizando mejoras en la infraestructura y sistemas de ventilación, minimizando los riesgos relacionados al contagio por COVID-19.

También, continuamos con nuestro programa de prevención de enfermedades osteomusculares. En 2021, participaron en el programa 227 colaboradores y colaboradoras, quienes recibieron seguimiento médico ocupacional y capacitación específica en temas de ergonomía. Finalmente, lanzamos "Actíivate, el desafío". Un programa de salud dirigido a 50 colaboradores y colaboradoras con problemas de obesidad, a partir del cual recibieron guía nutricional y entrenamiento físico personalizado.

El desarrollo de un trabajo seguro es un imperativo para Entel. Todas nuestras actividades se encuentran mapeadas y cuentan con la identificación de peligros y riesgos asociados. Las matrices IPER son actualizadas al menos una vez al año y según se experimenten cambios en las instalaciones o en las actividades. En ellas, se contemplan las medidas de control requeridas para eliminar los peligros y minimizar los riesgos. Entre los principales riesgos identificados se encuentran el de contacto con superficies eléctricas, que corresponden principalmente a trabajos realizados por empresas terceras. Por ello, nos aseguramos de realizar una adecuada gestión y validación de los permisos de trabajos a cargo de contratistas, garantizando que cuentan con la formación y el entrenamiento necesarios para ejecutar sus labores, que conozcan los procedimientos de trabajo seguro y las políticas de negativa al trabajo seguro, entre otros.



**PrevenCOVID**

El trabajo continuo de capacitación, sensibilización y comunicación, realizado por un equipo de trabajo que se encarga de la gestión de SST consolidado y el compromiso de nuestros colaboradores y colaboradoras en el cumplimiento de los estándares de seguridad y salud en el trabajo, ha conllevado a la mejora de nuestros indicadores de frecuencia de accidentes y días perdidos como puede apreciarse en las siguientes tablas:



### Indicadores en SST 2019 - 2021

Indicadores	2019	2020	2021
Tasa de frecuencia de accidentes	0,00 %	0,33 %	0,00 %
Tasa de incidencia de enfermedades ocupacionales	0,00 %	0,00 %	0,00 %
Días perdidos	0	2	0

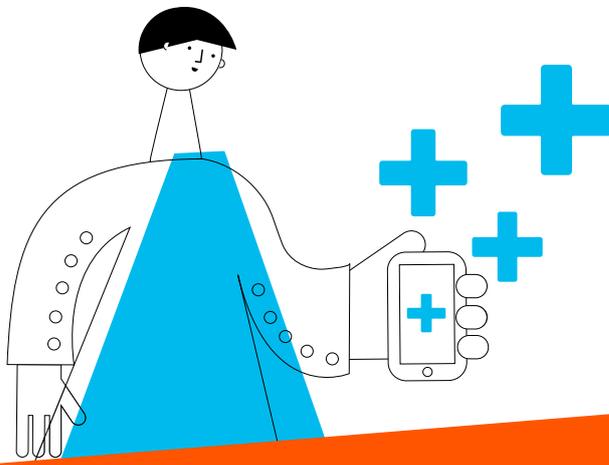
### Días perdidos por género y zona 2019 - 2021

Género	2019		2020		2021	
	Lima	Otras regiones	Lima	Otras regiones	Lima	Otras regiones
Mujeres	7 524	1 638	8 217	2 098	1 576	491
Hombres	3 688	497	5 125	468	2 421	346

Con respecto a la tasa de absentismo, esta ha disminuido considerablemente con respecto al año 2019, especialmente en el caso de mujeres ubicadas en otras ciudades, donde se pasó de 3,59 % a 0,93 %. De igual manera, en el caso de los hombres, la tasa de absentismo en Lima tuvo una reducción de más del 76 % con respecto a 2020.

### Tasa de absentismo por sexo y zona

Género	2019		2020		2021	
	Lima	Otras regiones	Lima	Otras regiones	Lima	Otras regiones
Mujeres	3,02 %	3,59 %	2,30 %	2,30 %	1,07 %	0,93 %
Hombres	1,04 %	1,22 %	2,02 %	2,02 %	0,47 %	1,36 %



Las lesiones por accidente laboral en el caso de los colaboradores y colaboradoras se mantuvieron en cero. Por otro lado, en el caso de lesiones ocurridas a personal relacionadas a no colaboradores y colaboradoras (personal tercerizado, contratistas, visitantes, etc.), se registró una lesión por accidente laboral registrable. El total de horas hombre trabajadas (planilla) ascendió a 2 303 575.

### Lesiones por accidente laboral - colaboradores y colaboradoras

	Lima		Fuera de Lima	
	Número	Tasa	Número	Tasa
Fallecimiento resultante por accidente laboral	0	0	0	0
Lesiones por accidente laboral con grandes consecuencias	0	0	0	0
Lesiones por accidente laboral registrables	0	0	0	0

### Lesiones por accidente laboral - no colaboradores y colaboradores

	Lima		Fuera de Lima	
	Número	Tasa	Número	Tasa
Fallecimiento resultante por accidente laboral	0	0	0	0
Lesiones por accidente laboral con grandes consecuencias	0	0	0	0
Lesiones por accidente laboral registrables	0	0	0	(-)

Conscientes de la importancia que tiene la formación y la capacitación de nuestros colaboradores y colaboradoras para seguir potenciando una cultura de trabajo segura y saludable, desarrollamos y cumplimos oportunamente nuestro programa de capacitación anual. En dicho programa, además de los temas relacionados al trabajo seguro, preparación de emergencias y ergonomía, sumamos temas de salud mental que incluían la eliminación del estigma y las herramientas de cuidado y autocuidado que brinda Entel. Como resultado, tuvimos un incremento sustancial en el total de horas de capacitación impartidas durante 2021, aumentando en 17 % la cantidad con respecto al año 2019 y en 57,6 % con respecto a 2020.

Total de horas de capacitación en SST	AÑO	2019	2020	2021
	HORAS	5 445	4 042	6 371

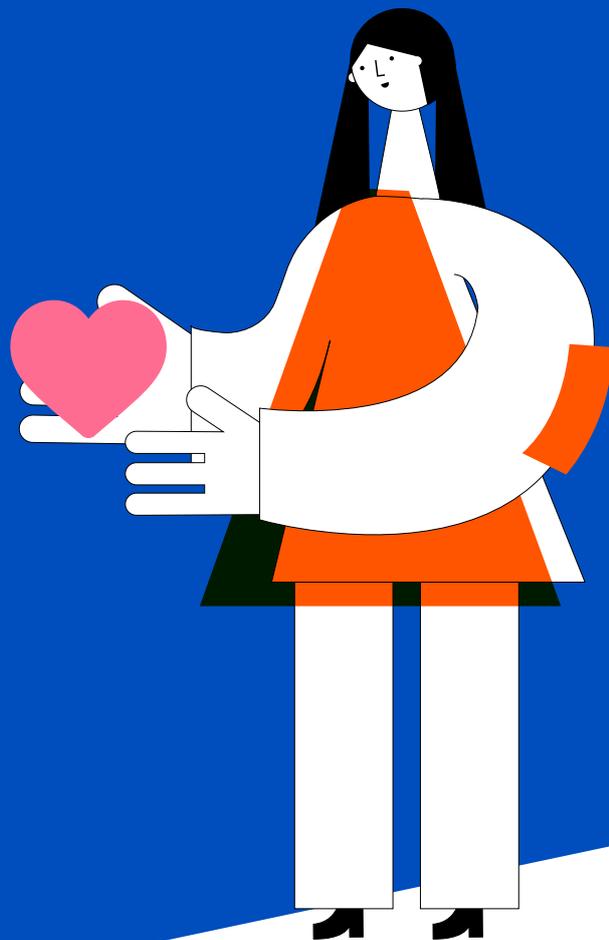
## 6.4 Prevención del hostigamiento

Dentro de nuestra organización existe un equipo encargado de velar por el cumplimiento de aspectos laborales, entre ellos, la creación del Comité Paritario de Prevención del Hostigamiento Sexual y Laboral, y asegurar su respectiva capacitación. Además, en caso de presentarse una denuncia, son los encargados de cumplir con la evaluación de ellas y la implementación de las medidas disciplinarias aplicables.

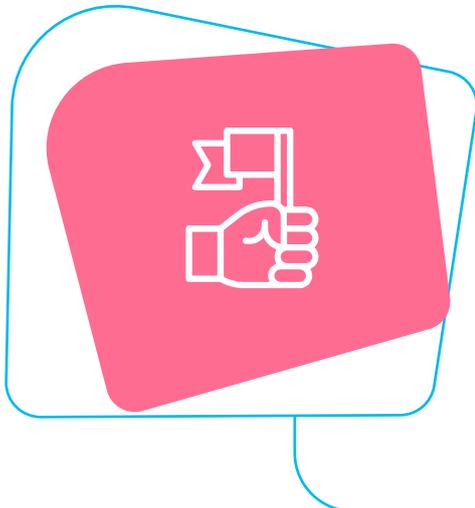
Nuestro Comité Paritario de Prevención del Hostigamiento Sexual y Laboral fue elegido en 2020 por un periodo de 2 años, a través de un proceso de elecciones internas. Está conformado por cuatro titulares (dos hombres y dos mujeres), de los cuales dos son elegidos por la empresa y dos por los colaboradores. Adicionalmente, existen cuatro miembros suplentes, con la misma distribución de género.

En 2020, implementamos nuestra Política de Prevención del Hostigamiento Sexual y Laboral, la cual ha sido difundida a través de diversos medios de comunicación interna, incluyendo la transmisión de un video explicativo, con la finalidad de sensibilizar al personal sobre este importante tema. En 2021, se incorporó el tema de Prevención del Hostigamiento Sexual y Laboral en la inducción al personal ingresante. Además, se desarrollaron capacitaciones para el Comité de Diversidad e Inclusión sobre temas relacionados a la prevención del hostigamiento.

Los mecanismos de denuncia y consulta con los que contamos dentro de la organización son el canal oficial de denuncias que se encuentra en nuestro portal web y la comunicación directa con los miembros del comité o del equipo de capital humano. Durante 2021, no recibimos ninguna denuncia sobre hostigamiento.



(Entel 1: Calidad del empleo)

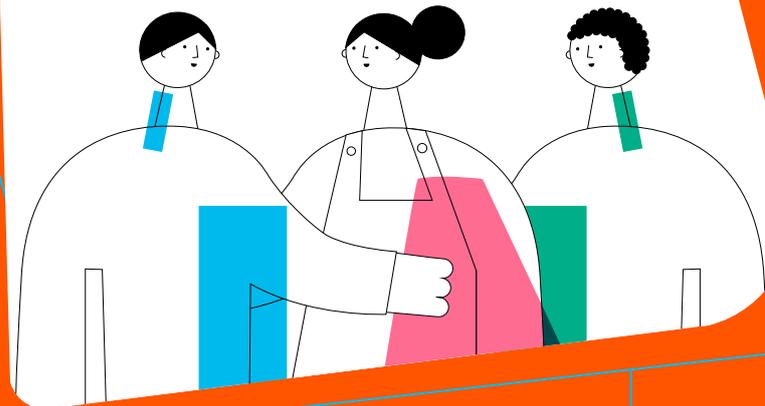


## 6.5 Engagement 2.0

Desde 2020, en Entel optamos por un modelo customizado de encuesta sobre la percepción del trabajador con respecto a la empresa, esta se denomina: *ENGAGEMENT 2.0*. En esta metodología de medición se incorporan cuatro ejes importantes: liderazgo, cultura, *engagement* y equipo, y tiene alcance a todos los colaboradores y colaboradoras de Entel, incluyendo al personal que realiza funciones administrativas y operativas, así como la fuerza de ventas, a excepción de los colaboradores y colaboradoras que tienen menos de 3 meses laborando en la empresa. Al igual que en la edición anterior, esta evaluación se aplicó en dos momentos del año, obteniendo los siguientes resultados:

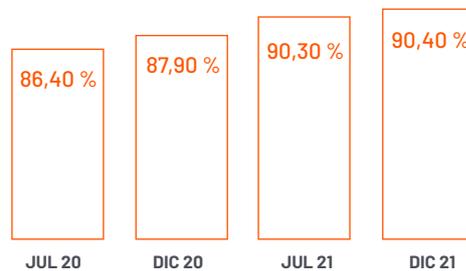
### Resultados de encuesta Engagement 2.0

Indicadores	jul 20	dic 20	jul 21	dic 21
Liderazgo	83,40 %	85,40 %	88,90 %	88,10 %
Cultura	88,90 %	90,50 %	92,20 %	93,20 %
Engagement	84,30 %	86,40 %	87,80 %	88,60 %
Equipo	89,00 %	89,40 %	92,10 %	91,70 %
Global	<b>86,40 %</b>	<b>87,90 %</b>	<b>90,30 %</b>	<b>90,40 %</b>
Participación	92,20 %	92,70 %	85,00 %	87,30 %



Desde la primera medición hemos tenido una evolución continua, aumentando el grado de compromiso global en 4 puntos porcentuales, respecto del mes de agosto de 2020 y esperamos continuar con esa tendencia, implementando más iniciativas y procedimientos que permitan mejorar el nivel de compromiso y satisfacción de nuestros colaboradores y colaboradoras.

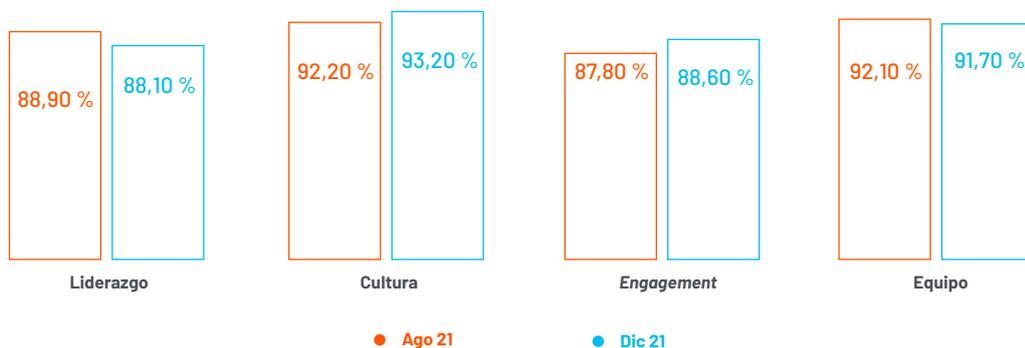
## Resultados comparativos de engagement 2.0

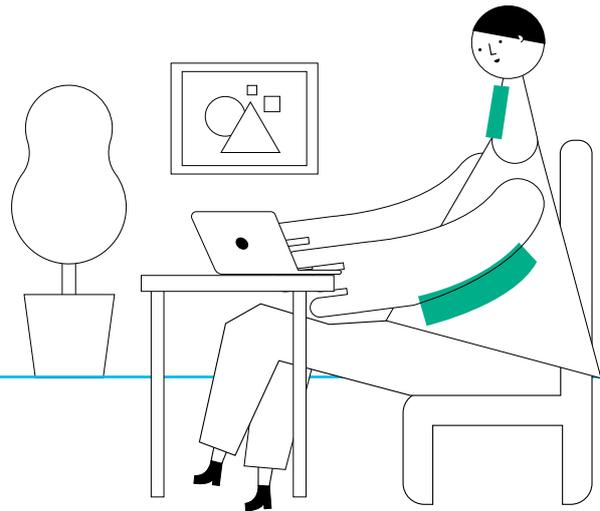


Con respecto a los indicadores que obtuvieron mayor porcentaje tenemos al eje Cultura, que alcanzó un valor de 93,2 % en la medición correspondiente a diciembre 2021, seguido por el indicador Equipo, cuyo valor superó el 91 % en ambas mediciones. El eje *engagement* por su parte, es el que presentó mejor valor con respecto a los demás indicadores, mejorando 0,8 puntos porcentuales en la última medición.

Entre las acciones emprendidas a partir del análisis de mejoras requeridas por parte de nuestros colaboradores y colaboradoras, se desarrolló el programa "MAS+", con la finalidad de promover un balance entre la vida laboral y familiar.

## Resultados engagement por indicador





(Entel 1: Calidad del empleo)

## 6.6 Bienestar

Velar por el bienestar de nuestros colaboradores y colaboradoras es un imperativo estratégico para Entel, especialmente en 2021. Con la finalidad de ofrecer una mejor experiencia a nuestros colaboradores y colaboradoras, continuamos trabajando con el programa "MAS+". Este programa está conformado por acciones enfocadas en cuatro dimensiones: mental, físico, emocional y sociofamiliar y pretende contribuir con la adopción de hábitos saludables por parte de nuestros colaboradores y colaboradoras para lograr su bienestar.



Con respecto a la dimensión física, el programa "Activa tu cuerpo" buscó potenciar temas relacionados a la alimentación saludable y a la actividad física, a través del desarrollo de diversos talleres y *webinars* a cargo de nutricionistas y entrenadores. Adicionalmente, durante todo el año, promovimos las "Pausas Ágiles" en vivo, sesiones semanales de 15 minutos de duración con nuestro *coach*, dirigidas a todos nuestros colaboradores y colaboradoras. Por otra parte, se realizaron 129 atenciones por parte de la nutricionista, con la finalidad de ayudar a nuestros colaboradores y colaboradoras a mejorar sus hábitos alimenticios.

En cuanto a la dimensión Mental, buscamos mejorar el enfoque de la mente y nuestros pensamientos, promoviendo la práctica de *Mindfulness*, que consiste en la focalización de la atención plena en el momento presente, a través de videos y sesiones guiadas en vivo.

Como parte de la dimensión emocional, se mantuvo el consultorio psicológico, dirigido a nuestros colaboradores y colaboradoras, atendiendo a un total de 248 personas, sesiones de gestión de estrés e inteligencia emocional, además de los espacios grupales dirigidos en equipos que pasaron por la pérdida de familiares o compañeros a raíz del COVID.19

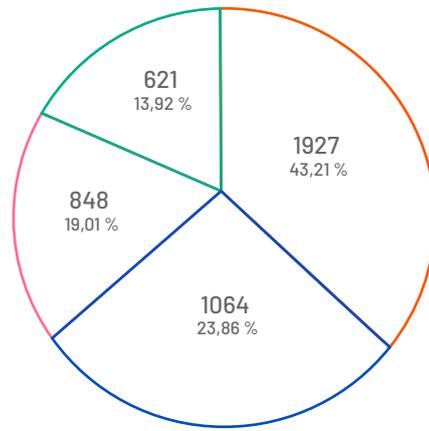
### Atenciones en consultorio en 2021

Consultorio	Tipo de atención	Cantidad de personas atendidas
Medicina Virtual	Virtual	170
Nutrición Virtual	Virtual	129
Psicología Telefónica	Telefónica	248

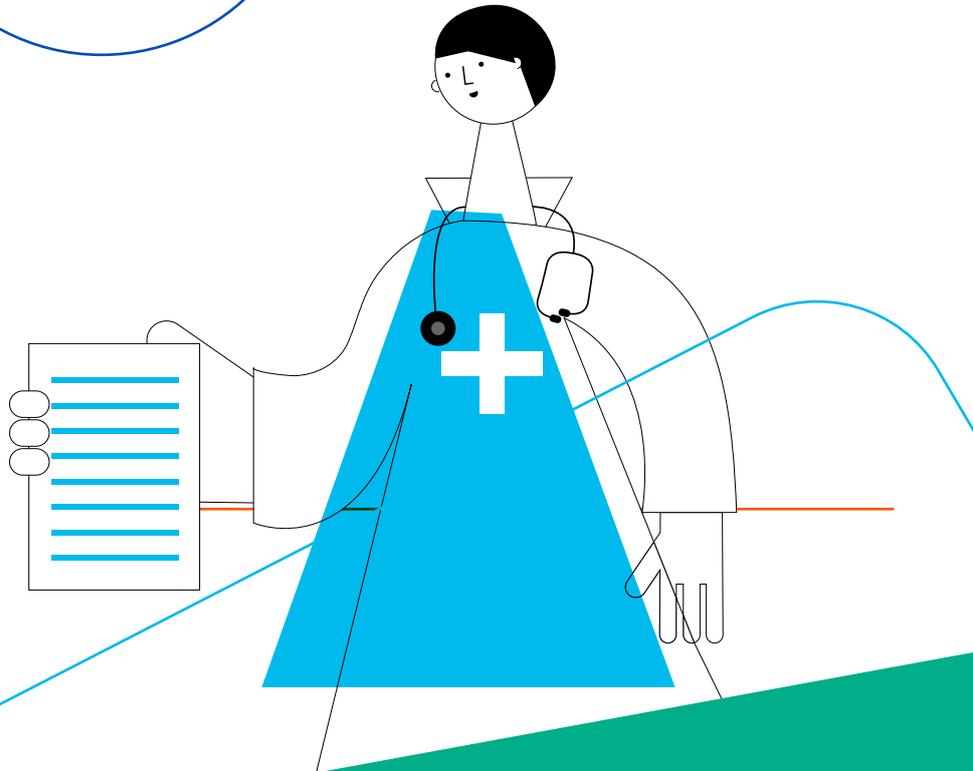
Finalmente, la dimensión social cuenta con dos subprogramas. El primero denominado "En Familia", que está orientado a mejorar aspectos concernientes a la crianza de los hijos; el segundo es el programa "Futuros Padres", que busca orientar a personas que se convertirán en progenitores y progenitoras. Como parte de las mejoras incorporadas a este subprograma se realizaron, además de las sesiones virtuales de psicoprofilaxis, otras orientadas al aprendizaje de temas importantes sobre el cuidado y crecimiento de los recién nacidos y citas nutricionales.

En marzo de 2021, nos aliamos al *startup* Monkeyfit y desarrollamos el programa interno Monkeyfit Entel, al cual todos los colaboradores y colaboradoras podían acceder de forma gratuita a diversos recursos virtuales de bienestar emocional, entrenamiento, nutrición, entre otros, solo con su correo electrónico de Entel. El número de colaboradores y colaboradoras inscritos fue de más de 900, de los cuales alrededor de 150 personas lo usaron mensualmente de manera activa.

## Número de recursos usados 2021



- Entrenamiento físico
- Recetas saludables
- Meditación y Mindfulness
- Otros recursos



Como parte del programa desarrollamos varias sesiones de *webinars*, talleres y charlas, que abordaron diversos temas relacionados al manejo de estrés, estilo de vida saludable, bienestar emocional, entre otros. La Tabla 621 presenta las principales jornadas realizadas durante el año.

### Relación de principales webinars y talleres ofrecidos como parte del programa "MAS" en 2021

Emocional	Prevención y manejo del estrés	86 %	72 %
Mental	<i>Mindfulness</i> en vivo	90 %	69 %
Mental	<i>Mindfulness</i> en vivo	94 %	79 %
Emocional	Liderar con empatía y solidaridad en tiempos de COVID - 19	93 %	74 %
Emocional	Taller <i>Happiness</i> con Ale Llosa	96 %	85 %
Social	Sesión de psicoprofilaxis	94 %	70 %
Social	Bienestar emocional durante el embarazo	88 %	68 %
Física	Alimentación para fortalecer el sistema inmunológico	94 %	93 %
Emocional	Automotivación y crecimiento personal	98 %	100 %
Social	Un año más estudiando en casa: Aprendiendo a aprender	73 %	34 %
Emocional	<i>Wellness mentoring</i>	93 %	100 %
Mental	<i>Mindfulness</i> en tu día a día	90 %	88 %
Mental	<i>Mindfulness</i> en el siglo XXI	97 %	83 %

Otro aspecto importante de la gestión del bienestar de nuestros colaboradores y colaboradoras consiste en el goce de beneficios adicionales a los establecidos por la legislación nacional aplicable en materia laboral. Entre los que ofrecemos, se destacan los que figuran en la Tabla 64 que se presenta a continuación:

## Relación de beneficios adicionales Entel

Nombre del beneficio	¿Qué comprende?
Mi Balance	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Horario de trabajo flexible, incluyendo el denominado <i>Early Friday</i> que implica una jornada más corta todos los viernes (salida desde las 14:00 horas en verano y 16:00 horas en invierno).</li> <li>• <i>Golden days</i> - 2021, que son jornadas de medio día</li> <li>• Licencia ampliada por paternidad (42 colaboradores beneficiados en 2021).</li> <li>• Licencia ampliada por maternidad (46 colaboradores beneficiados en el periodo de reporte).</li> <li>• Licencia por adopción (ningún colaborador en 2021).</li> <li>• Licencia por luto (44 colaboradores beneficiados en el año).</li> <li>• Licencia por enfermedad grave de familiar (9 colaboradores beneficiados en 2021).</li> <li>• Franja de desconexión, cuidamos la desconexión digital.</li> </ul>
Mi Conexión	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Plan colaborador (plan con tarifas especiales).</li> <li>• Descuento en líneas adicionales.</li> <li>• Descuento en equipos</li> </ul>
Mis Finanzas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cooperativa Entel.</li> <li>• Descuentos Corporativos.</li> <li>• Convenios Educativos.</li> <li>• Feria de bancos.</li> </ul>
Mi Salud	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Médico en línea. Nutricionista en línea.</li> <li>• Programa Más - Bienestar integral. Consultorio Psicológico.</li> <li>• Programa #FuturosPadres. Programa #EnFamilia.</li> <li>• Seguro Vida Ley.</li> <li>• Programa de Ergonomía y Pausas Ágiles.</li> <li>• Seguro Médico (EPS Titular y dependientes).</li> <li>• EPS Padres</li> <li>• EPS para parejas del mismo género.</li> <li>• Seguro médico de practicantes.</li> </ul>
Otros	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Obsequios a colaboradores por fechas especiales: Día de la madre, Día del padre, Pack de nacimiento.</li> <li>• Aguinaldo por navidad.</li> </ul>

Asimismo, todos nuestros colaboradores y colaboradoras cuentan con el seguro Vida Ley, el seguro médico optativo y seguro médico para practicantes. Los colaboradores y colaboradoras pueden también acceder al seguro de EPS para padres o para parejas del mismo género.

## 6.7 Nuevo modelo de trabajo (Entel Flex Office)

Otro aspecto relevante de nuestra gestión relacionada al capital humano consistió en la definición de un nuevo modelo de trabajo denominado *Entel Flex Office* (EFO). Para su desarrollo se llevó a cabo la conformación de un equipo multidisciplinario de trabajo con miembros de las áreas de capital humano, finanzas, *facilities* y TI con la finalidad de definir y coordinar los aspectos relacionados a este nuevo modelo de trabajo híbrido. Este modelo busca combinar lo mejor de la experiencia en el trabajo remoto y en el trabajo presencial, por lo cual, se basa en principios de productividad y flexibilidad. Como parte de la implementación de este nuevo modelo, el Área de Proyectos de Capital Humano, desarrolló un app propia para la reserva de los lugares de trabajo presencial y permite tener un registro de la ocupación de sitios y mantener orden en el uso de las instalaciones. Después de algunos meses de implementado este modelo, se realizó una encuesta, con la finalidad de conocer la percepción de los colaboradores y colaboradoras que participaron del proceso, obteniendo como resultado general 97 % de satisfacción.





## 6.8 Formación y desarrollo

(GRI 404-1)

El desarrollo y la formación continua de nuestros colaboradores y colaboradoras es uno de los pilares de nuestra compañía. Consideramos que cada uno de ellos y ellas posee una gran capacidad para aportar al crecimiento de la empresa, poniendo en práctica sus conocimientos, experiencia y actitud al ejecutar sus funciones. Durante 2021, dimos gran impulso al uso de plataformas de autoaprendizaje como el Campus Entel, un espacio en el que se cuenta con diversos programas de aprendizaje, algunos de ellos obligatorios y otros, voluntarios. Además, contamos con otros mecanismos de formación como el desarrollo de programas específicos que se describirán más adelante.

Como parte del viaje hacia la digitalización, desde 2019 identificamos que era necesario dar un giro en la forma en la que veníamos trabajando, y decidimos apostar por la implementación de la metodología de Agilidad, que consiste en la implementación de equipos de trabajo denominados "células o *squads*". El año pasado implementamos la Academia de Agilidad, que contempla cuatro niveles de formación o insignias (blanca, rosada, verde y celeste), desde los conceptos y la información básica que requieren conocer todos los colaboradores y colaboradoras, hasta conceptos más avanzados y específicos para quienes conforman las células. Esta formación ha permitido el escalamiento en Agilidad, fortalecer a los equipos de trabajo y generar menos resistencia entre todos los colaboradores y colaboradoras. Entre los cambios que implantamos en el programa, se encuentran el establecimiento de indicadores denominados OKR's (Objective Key Results), y también el desarrollo de *dashboards* de seguimiento.

También desarrollamos programas dirigidos a los líderes de la organización. En Entel estamos convencidos de que un verdadero líder puede lograr sus metas e influir en sus compañeros para que también cumplan sus objetivos. Por ello, uno de los principales programas que desarrollamos

durante el año pasado fue "Liderazgo en Acción", cuya finalidad es la de brindar herramientas de gestión inspiradas en los 7 hábitos de la gente altamente efectiva, a todos los líderes de la compañía, para que puedan ejercer sus roles de liderazgo de manera más eficiente. Durante el periodo de reporte, 129 líderes participaron del programa, los cuales representan al 6,2 % del total de colaboradores y colaboradoras. Además, se llevó a cabo el acompañamiento de 115 líderes, obteniendo un 100 % de satisfacción por parte de los participantes en la encuesta realizada al finalizar el programa.

Asimismo, hemos venido promoviendo una nueva forma de enfocar el liderazgo en la compañía, a través de Kamari, que significa "obsequio". Para nosotros, brindar retroalimentación a un colaborador o colaboradora significa ofrecer un regalo, una oportunidad para potenciar su talento a través de la mejora continua y el refuerzo de las buenas prácticas laborales. Con el fin de asegurar un mejor entendimiento de esta práctica, se desarrolló un taller que permitió esclarecer mitos asociados al *feedback* (retroalimentación).

Continuando con este importante enfoque de liderazgo, es preciso mencionar que se implementaron dos programas muy importantes dirigidos a mujeres líderes: "Womentoring" y "Mujeres Power". El primero, es un programa voluntario de mentoría, donde el mentor apoya, comparte y ayuda al *mentee* a adquirir nuevos conocimientos y a potenciar sus habilidades.

El programa "Mujeres Power" estuvo enfocado en el poder de la elección, para que cada participante lidere su camino de desarrollo personal y profesional. Se ejecutaron talleres y sesiones de *coaching* en los que participaron 38 mujeres líderes, buscando con ello crear una red de mujeres de soporte para el presente año.

## Acciones formativas en liderazgo en 2021

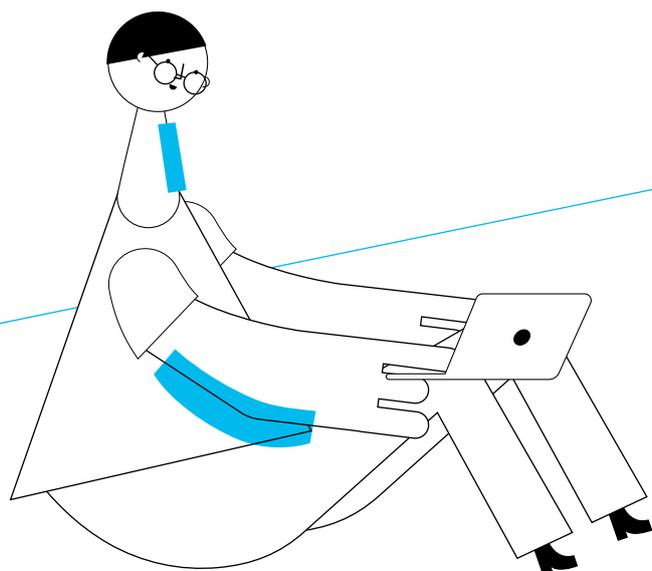
Programa	Descripción	Contenido y metodología	Indicadores
<b>Liderazgo en acción</b>	Programa de liderazgo dirigido a todos los líderes con la finalidad de brindarles herramientas de gestión inspiradas en los 7 hábitos de la gente altamente efectiva.	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Ser proactivo</li> <li>· Establecer metas</li> <li>· Aprender a priorizar</li> <li>· <i>Win - win</i></li> <li>· Comunicación efectiva</li> <li>· Generar sinergias</li> <li>· Afilar el hacha</li> </ul> <p>Metodología <i>Blended</i>: Talleres presenciales &amp; Curso <i>E-learning</i></p>	<p>Duración: 11,5 hrs.</p> <p>Participación: 129</p> <p>Satisfacción: 68 %</p>
<b>Mujeres Power</b>	Programa enfocado en el poder de la elección, para que cada participante lidere su camino de desarrollo personal y profesional	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Elección de conciencia</li> <li>· Elección de Desarrollo</li> <li>· Elección de contribución</li> <li>· Elección de la autodeterminación</li> <li>· Elección de las relaciones</li> <li>· Elección de la influencia</li> </ul> <p>Metodología Presencial: talleres y sesiones de <i>coaching</i></p>	<p>Duración: 21 hrs</p> <p>Participantes: 38</p> <p>Satisfacción: 100 %</p>
<b>Womentoring</b>	Programa voluntario de mentoría a líderes mujeres, donde el Mentor apoya, comparte y ayuda al Mentee a adquirir nuevos conocimientos y potenciar sus habilidades.	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Inicio</li> <li>· Construcción de relación</li> <li>· Intercambio de información y metas</li> <li>· Trabajo encaminado en metas y profundización del compromiso</li> <li>· Terminación de la relación de la Mentoría y planificación para el futuro</li> </ul>	<p>Duración: 8 Sesiones de <i>mentoring</i> de 1 hora</p> <p>Participantes: 21</p> <p>Satisfacción: 98 %</p>
<b>Viviendo la Diversidad e Inclusión</b>	Curso de capacitación electivo dirigido a todos los líderes de la compañía generando conciencia sobre las diferencias y sus aportes en la vida	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Video "Lo fácil que resulta encasillar a las personas"</li> <li>· Testimonio</li> <li>· ¿Cómo ser parte de la solución</li> <li>· ¿Qué tipo de líder quiero ser?</li> <li>· <i>Do's &amp; Don'ts</i> del líder</li> <li>· ¿Cómo estamos avanzando en Entel?</li> </ul> <p>Metodología: Sesión libre</p>	<p>Duración: 1:30 hrs.</p> <p>Participantes: 40</p> <p>Satisfacción: 100 %</p>
<b>Taller Kamari</b>	Taller para colaboradores con personas a cargo, que tiene como objetivo difundir la nueva filosofía de <i>feedback</i> de la compañía donde definimos esta práctica como un regalo.	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Mitos asociados al <i>feedback</i></li> <li>· La naturaleza del <i>feedback</i>: Cómo combatir reacciones involuntarias</li> <li>· Definición de Kamari</li> <li>· Metodología de 4 momentos</li> </ul> <p>Talleres <i>live</i></p>	<p>Duración: 2:00 hrs.</p> <p>Participantes: 321</p> <p>Satisfacción: 98 %</p>
<b>Acompañamiento a líderes</b>	Proceso de acompañamiento en el que Capital Humano ayuda a los líderes a conocer nuevas prácticas de liderazgo que sean sostenibles en el tiempo con sus equipos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Etapa 1: Análisis de indicadores</li> <li>· Etapa 2: Levantamiento de información.</li> <li>· Etapa 3: Aprobación de plan</li> <li>· Etapa 4: Inicio e implementación de plan</li> <li>· Etapa 5: Cierre de programa, entrega de resultados</li> </ul>	<p>Duración: 10 Sesiones de acompañamiento por participante</p> <p>Participantes: 115</p> <p>Satisfacción: 100 %</p>
<b>Shadowing</b>	Programa de intercambio de roles, en el que participan los Vicepresidentes y Gerentes Centrales de la compañía	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Etapa 1: Pre-<i>Shadowing</i> Definición de objetivos Comunicación a equipos</li> <li>· Etapa 2: <i>Shadowing</i>: Fase de acompañamiento (1semana) <i>Briefing</i> (1semana) <i>On The Job</i> (3 semanas)</li> <li>· Etapa 3: Post-<i>Shadowing</i> <i>Feedback</i> del programa Reunión de retorno</li> </ul>	<p>Sesiones de acompañamiento durante 7 semanas</p> <p>Participantes: 61</p> <p>Satisfacción: 81 %</p>

Uno de nuestros programas más representativos es "Profes Power". Su importancia radica en que es voluntario y permite a nuestros profesionales compartir sus conocimientos y experiencias a través del desarrollo de cursos de formación dirigidos a otros compañeros dentro de la organización. Con esta experiencia, los voluntarios desarrollan sus habilidades de comunicación y los participantes incrementan sus conocimientos. El porcentaje de satisfacción en todos los casos llegó al 100 %

### Capacitaciones a cargo de "Profes Power" en 2021

Curso	Horas	Nro. Grupos	Satisfacción	Nro. Colaboradores formados
¿Tienes Problemas? Solúcialos con Deming	3,0	1	100 %	2
Desarrolla tu caso de negocio	4,5	1	100 %	6
Excel Power	3,0	1	100 %	5
Finanzas para no financieros	1,0	1	100 %	22
Gestión de Proyectos	4,5	1	100 %	13
Innovación corporativa y sus metodologías	8,0	1	100 %	29
Negociación Power	2,0	1	100 %	15
Power BI	4,0	1	100 %	21
Reconociendo nuestras emociones	2,0	1	100 %	9

Durante 2021, dirigimos nuestros esfuerzos de formación en tres grandes frentes: competencias digitales, posicionamiento del propósito de Entel y toma de conciencia sobre diversidad, equidad e inclusión. Con respecto a las competencias digitales, continuamos con la formación a través de diversos programas como competencias digitales de todos nuestros colaboradores y colaboradoras, quienes han tenido que adaptarse al trabajo remoto desde los inicios de la pandemia. En segundo lugar, nos avocamos a potenciar y posicionar el propósito de Entel entre todos los miembros de la organización y, finalmente, trabajamos en la sensibilización con respecto a temas de gran importancia como la diversidad, la inclusión y la equidad.



Entre las acciones de capacitación desarrolladas, tenemos dos que han contado con la participación de un número importante de colaboradores y colaboradoras como las Academias de Agilidad y de Data, con 1676 y 1473 participantes, respectivamente. Además, hemos realizado otros programas y cursos que son presentados en la siguiente tabla:

## Resultados de capacitaciones en 2021

Espacio	Objetivo	Participantes	Indicadores
Colectivo <i>Data Driven</i>	Potenciar las habilidades técnicas y blandas de perfiles especializados en la compañía ( <i>Analytics</i> , BI y <i>BIG DATA</i> )	30	Duración: 1 a 17 hrs. Participación: 1,4 % Satisfacción: 89 %
Colectivo Redes	Potenciar las habilidades técnicas y blandas de perfiles especializados en la compañía.	57	Duración de 1.3 a 40 hrs. Participación: 2,8 % Satisfacción: 89 %
Track Proyectos	Potenciar habilidades técnicas y blandas (PMBOK, Negociación Efectiva, Gestión del Cambio Lean, Presentaciones Poderosas, etc.)	25	Cursos de 3 a 16 horas cada uno Participación: 1,8 % Satisfacción: 89 %
Academia de agilidad	Formación dirigida a todos los colaboradores que permite desarrollar las competencias digitales requeridas para la transformación en este nuevo entorno.	1676	Cursos de 1 a 2 horas 45 minutos c/uno Participación: 80,9 % Satisfacción: 91 %
Academia de Data	Formación dirigida a todos los colaboradores que permite desarrollar las competencias digitales requeridas para la transformación en este nuevo entorno.	1473	Cursos de 1 a 2 horas 45 minutos c/uno Participación: 73 % Satisfacción: 89 %
Entel <i>Talk</i>	Evento dirigido a toda la compañía, donde expositores invitados comparten sus conocimientos en las nuevas tendencias de innovación.	720	2 horas Participación: 34,8 % Satisfacción: 100 %
Vodafone	Programa dirigido a líderes, ejecutivos comercial y equipos de soporte como parte del nuevo modelo de convergencia del Mercado Empresas	331	32 horas Participación: 16 % Satisfacción: 99 %
Yo me hago cargo	Programa de capacitación dirigido a los asesores y supervisores de la Gerencia de Experiencia Cliente de Mercado Empresas con la finalidad de asegurar la atención end to end de todos los requerimientos de los clientes	151	Supervisores: 14 horas y 15 minutos Asesores: 10 horas y 30 minutos Participación: 7,3 % Satisfacción: 97 %
Gestión Comercial <i>Power</i>	Programa de capacitación dirigido a los Supervisores de las Tiendas Entel con la finalidad de mejorar la gestión integral de las tiendas	151	11 horas y 15 minutos Participación: 0,4 % Satisfacción: 100 %

En total tuvimos 33 784,96 horas de capacitación, lo que representa un promedio de 16,3 horas hombre de capacitación.

## 6.9 Medición del desempeño

(GRI 404-3)

valuar el desempeño de nuestros colaboradores es parte fundamental de la gestión del capital humano, pues nos permite verificar el cumplimiento de los objetivos planteados para cada función, y también es una oportunidad para evaluar las competencias que cada miembro de nuestro equipo tiene. Asimismo, permite una retroalimentación por parte de los líderes hacia los miembros de su equipo, con la finalidad de ofrecer información sobre su desempeño y las principales áreas de mejora relacionadas con su crecimiento profesional.

La metodología de evaluación de desempeño que aplicamos consiste en cuatro etapas. La primera de ellas consiste en la autoevaluación, evaluación del jefe directo, calibración y, finalmente la sesión de *feedback* y compromisos de acción. En esta última evaluación tuvimos un 70 % de satisfacción del proceso y un 93 % de los participantes fueron evaluados con un desempeño satisfactorio o superior.

### Colaboradores y colaboradoras con evaluación de desempeño por año

Año	Mujer	Hombre	Total
2019	43 %	57 %	2 043
2020	44 %	56 %	2 076
2021	41 %	59 %	1 679

### Colaboradores y colaboradoras con evaluación de desempeño por categoría

#### Mujeres

#### Hombres

Categoría laboral	Total por categoría	Total por categoría con evaluación de desempeño en 2021	Total por categoría	Total por categoría con evaluación de desempeño en 2021
Gerente General	0	-	1	-
Vicepresidentes y gerentes generales	1	-	6	-
Gerentes de primera línea	10	10	42	42
Subgerentes, jefes y supervisores	158	152	208	203
Aportantes individuales	532	521	757	751

### Resultados de evaluación de desempeño 2020 - 2021

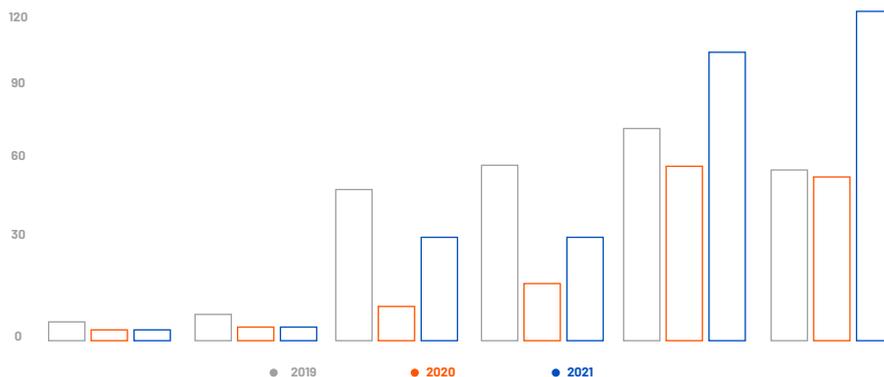
Año	Colaboradores evaluados 2020	Colaboradores evaluados 2021
Excede mucho	1 %	1,5 %
Excede	30 %	30,5 %
Satisfactorio	62 %	63,4 %
Se acerca	6 %	4,5 %
No cumple	1 %	0,2 %

El esfuerzo de nuestros colaboradores y colaboradoras por cumplir los objetivos trazados y el potencial que cada uno presenta conlleva al reconocimiento, y en algunos casos, a promociones o ascensos. Durante 2021 tuvimos un total de 293 colaboradores y colaboradoras ascendidos, sobrepasando en 146 % la cantidad registrada en el periodo anterior. La categoría laboral en la que se presentaron más ascensos fue la de aportantes individuales con un total de 229, con una distribución similar entre hombres y mujeres (48 % y 52 % respectivamente). En la categoría gerentes de primera línea se presentó la misma cantidad de ascensos, tanto en hombres como en mujeres, que la registrada en 2020, pero menor con respecto a 2019, donde un total de 9 personas fueron ascendidas. En la categoría subgerentes, jefes y supervisores, la cantidad total de ascensos fue de 61, cifra mayor a la registrada en 2020, pero menor en comparación con la presentada en 2019.

## Colaboradores y colaboradoras ascendidos

Año	Gerentes de primera línea		Subgerentes, jefes y supervisores		Aportantes individuales	
	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre
2019	4	5	48	55	64	49
2020	1	2	8	13	49	49
2021	1	2	30	31	110	119

## Cantidad de colaboradores y colaboradoras ascendidos por categoría laboral y género (2019-2021)



Por otro lado, con respecto a los mecanismos de reconocimiento que desarrollamos en nuestra empresa, tenemos la siguiente tabla que describe los principales programas y logros obtenidos en 2021.

## Principales iniciativas de reconocimiento

Iniciativa	Colaboradores evaluados 2020	Colaboradores evaluados 2021
Entel Awards	<b>Entel Team:</b> Reconocimiento a equipos multidisciplinario, miembros de diversas todas las áreas de la compañía, que hayan logrado objetivos y cuenten con resultados tangibles con impacto en KPI's de negocio	2 equipos ganadores (Son 53 colaboradores)
	<b>Entel Lover:</b> Caso individual que, a través de una gestión destacada, haya demostrado ser Entel Lover siendo ejemplo de nuestros Pilares.	2 colaboradores ganadores
	<b>Top Entel Anual:</b> Reconocimiento en el cual, mediante evaluación del aporte sobresaliente, premia a 22 colaboradores de la base de ganadores del Top Entel trimestral.	22 finalistas y 11 ganadores colaboradores
Top Entel Trimestral	Programa de Reconocimiento trimestral que premia el aporte sobresaliente a los objetivos de cada gerencia y la adherencia a los pilares culturales.	254 colaboradores reconocidos y 97 % de satisfacción con el programa.
Años de Compromiso	Programa que busca reconocer y agradecer los años de trabajo y compromiso de un colaborador en Entel, los años reconocidos son: 1 año: envío de diploma digital por correo. 5,10,15,20,25 años: Envío de diploma digital por correo + presente especial por fecha.	En el año 2021 reconocimos a 275 colaboradores y el 99 % de encuestados se siente orgulloso de trabajar en Entel.

## 6.10 Innovación para el desarrollo

En un entorno cada vez más cambiante como el nuestro, además de brindar servicios de calidad, es un requisito fundamental ser innovadores. Ello implica contar con profesionales de alto nivel y con mucha creatividad, con la finalidad de poner en práctica soluciones eficientes y que satisfagan las necesidades de nuestros clientes externos e internos. Por ello, en Entel Perú contamos con un área especializada en innovación: INNOVA ENTEL. Este equipo conformado por doce profesionales de TI, capital humano, redes y planeamiento, tienen a cargo los diferentes programas e iniciativas de corte innovador en la compañía.

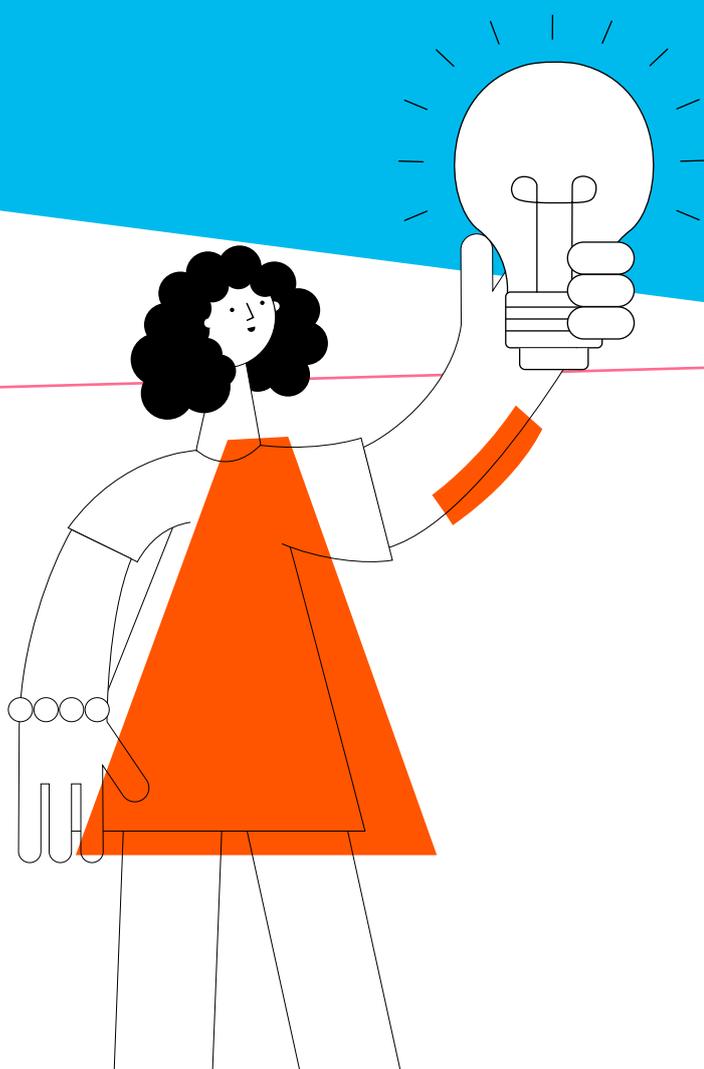
El propósito del equipo de innovación de Entel Perú consiste en “brindar una experiencia distintiva a nuestros clientes, a través de las infinitas posibilidades que nos da la tecnología, generando valor en nuestra compañía y transformando de manera responsable a la sociedad”. Para nosotros,

generar valor es un aspecto fundamental, pues nos permite encontrar formas más eficientes para alcanzar nuestros resultados y, por otro lado, a través de la innovación, buscamos contribuir al crecimiento del ecosistema del emprendimiento en el Perú.

Innova Entel tiene tres pilares fundamentales para toda iniciativa:

- Desarrollar la cultura de innovaciones
- Conectar necesidades con soluciones
- Convertir las ideas en implementaciones

Esta iniciativa se soporta sobre un trabajo firme con el ecosistema de innovación de Perú.



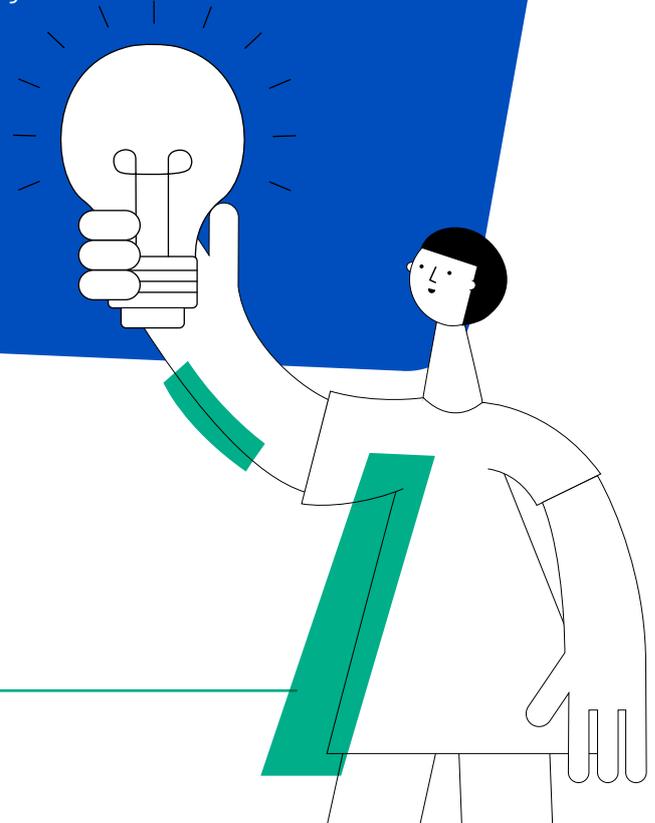
En el eje "Conectar necesidades con soluciones", como parte de la iniciativa Hacka Entel, en 2021 se lanzaron dos nuevos formatos: Datathon y Gaming. Según la edición, participan estudiantes, profesionales y/o empresas en general que cuentan con mindset emprendedor e innovador en Perú, visibilizando y reconociendo el talento peruano.

En el formato de competencia Datathon, los participantes construyen un modelo de datos, haciendo uso de analítica, machine learning y otras tecnologías que proponga el competidor. Los modelos que más se aproximen a los resultados que espera el usuario final son los que llegan a la final, y la que más se destaque por su propuesta de valor gana. Entre los primeros puestos quedaron dos propuestas que brindaban soluciones a procesos de nuestra red, uno de ellos orientado a la mejora de la programación de rutas para visitas técnicas, y el otro proyecto consistió en el desarrollo de una herramienta que permita la extracción y validación de datos de documentos técnicos.

Hacia finales del segundo semestre del año desarrollamos la edición Gaming (videojuegos), convocando a desarrolladores de videojuegos de todo Perú. Como resultado, llegaron a la final diez propuestas de videojuegos, y tres ganaron la competencia. En 2022, los videojuegos ganadores se adaptarán e incorporarán a la plataforma de entretenimiento para clientes de mercado personas de Entel: Entel Webing.

Como parte del mismo pilar, tenemos el programa "Aliados Entel", una iniciativa que nace en 2019, con la finalidad establecer sinergias con el ecosistema digital y emprendedor, a través del lanzamiento y comercialización de un producto o servicio del "Aliado", con el respaldo de Entel y para un crecimiento en conjunto. En el año ejecutamos dos programas: la primera edición estuvo enfocada en la búsqueda de soluciones de transformación digital e IoT; y actualmente se viene trabajando con las seleccionadas en modelos de negocio conjunto. La segunda edición fue aún más especial para Entel, pues como empresa buscamos contribuir a que nuestro país sea cada vez más inclusivo, en el que todos y todas podamos acceder a las mismas oportunidades. Es así que, siendo nuestro propósito el de "acercar las infinitas posibilidades que da la tecnología", se promovió el desarrollo de soluciones tecnológicas e innovadoras que propicien mejorar la calidad de vida, brindar mayor accesibilidad y reducir la brecha de inclusión para personas con discapacidad sensorial o motriz. El programa culminó en noviembre y se viene trabajando con las propuestas de inclusión clasificadas en su incorporación a nuestros canales de atención Entel.

"Desafío Entel" es el programa de intraemprendimiento de la compañía que busca fomentar el desarrollo de ideas innovadoras de nuestros colaboradores y colaboradoras, para que, a través de su implementación, se puedan lograr los objetivos y mejorar los procesos de sus áreas. Durante 2021, el enfoque consistió en realizar el seguimiento e impulso de la implementación de las iniciativas generadas en la edición 2020.



El siguiente cuadro presenta, a modo de resumen, la descripción de los programas correspondientes a cada pilar y los principales resultados obtenidos en 2021.

## Programas de innovación y resultados en 2021

Componente	Programa	Definición	Resultado 2020
Cultura de innovación	Entel Talk	Evento con <i>speakers</i> de reconocidas empresas nacionales e internacionales, en el cual se comparten las últimas tendencias de innovación. En tema tratado en 2021 fue: " <b>Competencias Digitales</b> "	720 participantes 99 % de satisfacción contenido 100 % útiles 100 % aplicable en el trabajo
	Entel Digital Day	Este espacio busca dar a conocer los proyectos destacados de la compañía. En 2021, unimos esfuerzos con Entel Chile para realizar un único evento, donde se expusieron 09 proyectos del grupo demostrando como la tecnología fue aliado para lograrlo. Desde Perú, presentamos Innova Entel y el proyecto estrella "MiTienda"	9 proyectos presentados 2 expositores 223 espectadores en Perú
	Tendencias	Esta Iniciativa busca fomentar la cultura de innovación entre los colaboradores de Entel, mediante la difusión de información por diferentes medios de comunicación sobre tendencias actuales dentro de la industria tecnológica y móvil.	2 charlas (5 temas) 16 temas 16 trivias 92 % de satisfacción Más de 880 participantes
Conectar necesidades con soluciones		Es un programa de innovación abierta que fomenta el pensamiento creativo donde los participantes desarrollan soluciones digitales que responden a retos de Entel con la finalidad de implementarlas y generar beneficios a la empresa.  En la primera edición denominada Dathaton, estudiantes y profesionales especialistas en el manejo de desarrollaron modelos analíticos para Entel. Para ello contamos con el apoyo metodológico de la comunidad "Data Science Research Perú".	320 equipos inscritos 20 equipos seleccionados para evento central 05 ganadores 12 mentores Entel participando 08 partners externos colaborando con Hacka

Componente	Programa	Definición	Resultado 2020
Conectar necesidades con soluciones		<p>En la edición <i>Gaming</i>, participaron estudiantes y profesionales de 25 universidades e institutos a nivel nacional, quienes después de un mes de trabajo presentaron una demo de videojuego. Posteriormente se realizó un proceso de selección y exposiciones en un evento central. De este modo, Entel logró dar visibilidad a talentos en el desarrollo de videojuegos, promoviendo que encuentren oportunidades en una industria que cada vez avanza más entre las preferencias de consumo. Las iniciativas producto serán implementadas en el 2022.</p>	
		<p>Es un programa de innovación abierta, que busca acercarse al ecosistema emprendedor en la búsqueda de partnership para ampliar nuestro portafolio, y así ofrecer nuevos servicios digitales a nuestros clientes. A través de esta alianza, ofrecemos a la empresa o startup ser un socio estratégico para el crecimiento de su negocio, incrementar su base de clientes/usuarios y poner a disposición nuestros canales.</p> <p>En el 2021, Innova Entel lanzó 2 ediciones. La primera tuvo foco en la búsqueda de soluciones de transformación digital e IoT. La segunda edición tuvo como finalidad desarrollar soluciones tecnológicas e innovadoras que permitan mejorar la calidad de vida, brindar más accesibilidad y reducir la brecha de inclusión para personas con discapacidad visual, auditiva o motriz, para incorporarlos dentro de la operación y canales de atención de Entel y/o en su portafolio de productos o servicio.</p>	<p>02 Programas en el año</p> <p>73 inscritos/postulantes al programa</p> <p>37 preseleccionados</p> <p>12 seleccionados para la</p> <p>2da etapa (en definición de modelo de negocio)</p> <p>3 aliados Entel (Hope, Ligo, Expertos)</p>

Componente	Programa	Definición	Resultado 2020
		Es un programa de innovación transversal que busca potenciar a nuestros colaboradores para que sus ideas innovadoras se implementen y habiliten el logro de objetivos de cada área.	15 iniciativas implementadas (8 generando beneficio económico, 7 generando mejoras en otros KPIs).
Implementar soluciones		Es nuestro laboratorio de incubación y maduración de ideas de innovación. A través de este, buscamos las mejores oportunidades para el crecimiento de las ideas hasta alcanzar un producto mínimo viable.	6 iniciativas implementadas (3 para el programa Desafío y 3 externas).

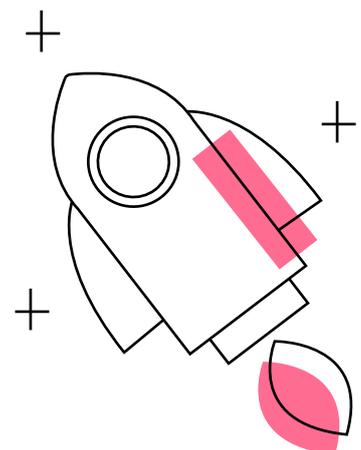
Es importante mencionar que existe un trabajo proactivo por parte del equipo de innovación, a través del frente "ecosistema", el cual está en constante búsqueda de oportunidades para desarrollar alianzas con universidades, *startups* o asociaciones, y responder de manera conjunta a desafíos que se presentan.

Entre los principales indicadores del equipo de innovación, tenemos la generación de nuevos productos y la cantidad de ideas implementadas, duplicando los resultados con respecto al periodo anterior. Otro indicador importante es el nivel de recomendación de participantes externos e internos, el cual se mantuvo en 80 %. Y finalmente, el impacto económico que tiene la implementación de las ideas y proyectos derivados de las diversas iniciativas, en este caso se mide la proyección que estos tendrán en el siguiente periodo. En 2021, se calculó más de 2 millones de soles de beneficio económico.

## Principales indicadores de innovación

Indicador	2021
Nuevos productos	2
Ideas implementadas	14
Nivel de recomendación	80 %
Impacto económico*	S/ 2,1 millones

(\*) Beneficio proyectado al 2022



## Resultados de los principales proyectos ganadores 2021

Programa	Nombre del proyecto	Descripción	Resultados al 2021
	Entel Alliance	Generación de alianzas comerciales con tiendas especializadas en tecnología y servicios premium consiguiendo ventas adicionales y generando ahorro en comisiones.	S/ 537 000 en ingresos
	Autocalibración de Performance @ZeroClick	Optimiza la calidad de red basada en datos en tiempo real desarrollando herramientas Ad-Hoc con Inteligencia Artificial para soportar el crecimiento de la red y mejorando la calidad de los servicios de Entel.	S/ 75 000 ahorro en servicios de outsourcing
	Contrablindaje Power	Procesamiento de base de datos con analytics para obtener un perfil de nuestro cliente que permitan ofrecerle una oferta personalizada y atractiva y evitar que migre a otro operador.	S/ 50 000 en clientes retenidos
	SMART SUPPORT	Chatbot para automatización de fallas técnicas de servicios de Datos, Telefonía, SMS, etc. para clientes empleando un motor de consulta y corrección en línea.	8 000 Casos atendidos
	Comprobantes 4.0	Automatización y digitalización de los procesos de registro, carga y pago de los recibos de energía. Implementación de recibos digitales de energía.	S/ 50 000 ahorro en impuesto
	CM HOST KNOW	Desarrollo de un único repositorio que permita contar con las fuentes y objetos para los diversos proyectos del grupo Entel.	44 solicitudes estratégicas atendidas
	Podcast sostenible	Lanzamiento del podcast A PROPÓSITO, acercando los conceptos de sostenibilidad de manera sencilla, amena y lúdica, usando una plataforma digital.	+2 000 reproducciones
 	BM Express	Es una herramienta de automatización que contribuye a desplegar funcionalidades en la red de acceso. El ahorro de tiempo permite la investigación de un nuevo feature que beneficia a la red.	90 % ahorro horas de despliegue (360 horas)
 	Luces led en salas de data center	Reemplazo de fluorescentes por luminarias led en salas del Data Center (Olguín) para reducir el consumo energético.	S/ 7 000 ahorro en energía (-40 %)
 	netBOT @OneClick	Solución que se integra con las diferentes plataformas de gestión de la red, para tener disponible la información de diversos eventos e incidentes que ocurren en la red y actuar proactivamente en la solución,	99 % Reducción de tiempos de consultas (1000 horas)

Programa	Nombre del proyecto	Descripción	Resultados al 2021
	Emprendedores Entel	Brinda la oportunidad a clientes Entel que son emprendedores de publicitar sus productos en una plataforma de forma gratuita en la cual los clientes de Entel tengan acceso a ofertas exclusivas.	43 000 visitas 19 000, leads S/ 3 000 en ventas para el emprendedor
	Entel SOS	Habilitar un número directo de emergencias para colaboradores Entel a través de un código corto.	2 012 empleados beneficiados
	Issues en Facturación	Dentro de la célula de Facturación se crearon mesas de trabajo entre Perú y Chile donde se viene resolviendo los casos de incidentes.	6 incidencias con soluciones definitivas y 1 mejora en facturación
	LIGO	Alianza comercial con Ligo, empresa que ofrece una tarjeta virtual y app independiente que reemplaza a bancos.	1 campaña conjunta para incentivar la afiliación de clientes Entel, como beneficio obtenían acceso a algunas redes sociales de forma ilimitada por un periodo de tiempo.
	EXPERTOS	Expertos es una plataforma en la que el cliente Entel puede encontrar de manera rápida y confiable, servicios de gasfitería, cerrajería, electricidad, vidriería y servicio técnico. Basta con afiliarse desde S/ 9 90 al mes.	60 clientes beneficiados
	HOPE	Entel y Hope Technologies lanzaron al mercado la aplicación HOPE 4D. Es una edtech peruana que desarrolla plataformas de aprendizaje para niños empleando realidad aumentada. Con la aplicación Hope 4D, los niños y las niñas aprenderán de manera interactiva y divertida con una tablet o celular, a través de una experiencia inmersiva, desarrollando su capacidad kinestésica, visual, naturalista, así como su creatividad, y llevando la educación a otro nivel. Entel ha apostado por brindar esta solución de manera accesible para sus clientes postpago, los planes que se pueden contratar no superan los S/ 9 90 al mes.	Lanzamiento se realizó a fin de año, por lo que el beneficio se medirá en el 2022

El desarrollo de alianzas con distintos actores ha sido una experiencia enriquecedora para Entel, pues en estos espacios colaborativos se comparte conocimiento y experiencia. El propósito común es contribuir al crecimiento del ecosistema de emprendimiento en nuestro país. A continuación, detallamos los principales resultados obtenidos en 2021. Cabe precisar que en este año se inició una nueva alianza con *Seed by EY*, que busca crear mayor dinamismo en el ecosistema. Además, destacamos que en este año tuvimos una importante participación en el evento “*Laboratoria Talent Fest*”, organizado por Laboratoria, asociación sin fines de lucro que busca dar forma a una economía digital más diversa, inclusiva y competitiva, que abra oportunidades para que cada mujer desarrolle su potencial y una carrera transformadora en tecnología.

## Resultados de alianzas en innovación en 2021

Alianza	Objetivo de la alianza	Resultados en 2021
Shift	Trabajar de forma colaborativa para fomentar y acelerar la innovación y el intraemprendimiento en Entel	Innova Entel participó de 04 células organizadas por Shift en el que se compartieron experiencias con otras corporaciones. Asimismo, nuestro <i>partner</i> nos brindó apoyo para la difusión de nuestras diferentes iniciativas de innovación.
Telecom Infra Project (TIM)	Generar alianza conjunta con una Universidad Peruana que permita generar investigaciones en materia de Redes: SDN, 5G, etc.	Se cerró formalmente por convenio escrito la colaboración entre TIP, la PUCP y Entel, y se definieron los procesos administrativos adecuados para dar conformidad a la donación de equipamiento por parte de TIP.
PUCP	Generar un convenio de investigación y desarrollo con la PUCP, centrado en generar iniciativas relacionadas a Internet de las Cosas - IoT, Transformación Digital y Redes.	Actualización del convenio de investigación entre Entel y la PUCP con vigencia indefinida. Se especificó que Entel donará equipamiento de Red para el laboratorio de telecomunicaciones de la Universidad.
LinkMiners	Generar innovación abierta y propuesta de soluciones de acuerdo con los retos que presente la industria minera.	Formalización mediante contrato del inicio del trajo de co-innovación entre LinkMiners y Entel. Se identificaron capacidades internas para atender retos mineros, las cuales están referidas a: Soluciones digitales, tecnológicas, portafolio cloud y servicios de IoT.
SEED BY EY	Crear un piloto de aceleración / incubación para generar nuevas sinergias con diferentes emprendedores y crear mayor dinamismo en el ecosistema.	Conceptualización del proyecto de aceleración Innova Entel cuyo foco será ofrecer tracción acelerada en ventas a emprendedores consolidados a través de un esquema de revenue share, dicho proyecto se lanzará al público en mayo de 2022

Otro aspecto central en el que nos enfocamos fue nuestro programa de digitalización Estonia, a través del cual brindamos el soporte para la implementación de iniciativas que surgen de los programas internos. Un ejemplo de ello es la evaluación crediticia de nuestros clientes RUC 20, que pasó a realizarse de manera automática, a través de la metodología de RPA (*robot process automation*), con el cual logramos reducir el tiempo de evaluación de las carpetas de aproximadamente 10 minutos a 1 minuto.

Finalmente, en 2021 también nos enfocamos en mejorar el índice de madurez digital de nuestra compañía, el cual evolucionó de 2,05 en 2020 a 3,05 en 2021, superando ampliamente la meta planteada de 2,65.





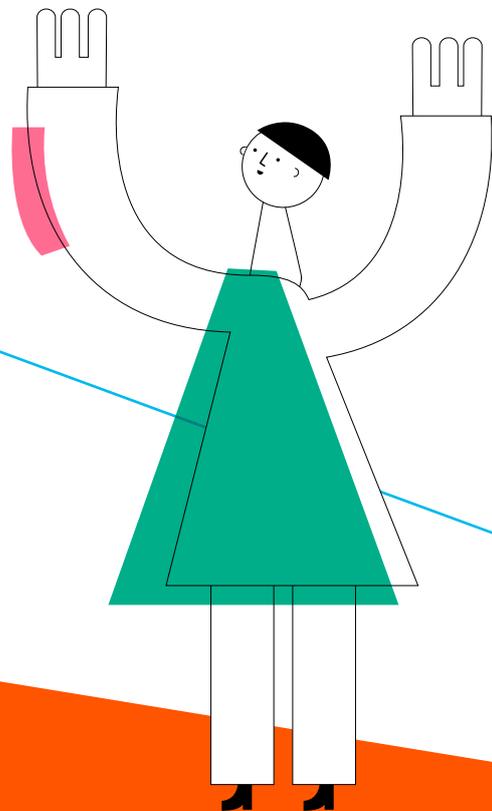
# Programa de Transformación Entel+

Entel+ es un programa transversal de la compañía Chile-Perú que busca analizar las principales propuestas de iniciativas y procesos para volverlas más eficientes, generando beneficios financieros en el EBITDA y el capital de trabajo. En 2021, se lograron ejecutar 110 iniciativas, con la participación de más de 130 colaboradores de distintas áreas, distribuidos en cinco frentes de trabajo.

Las iniciativas que se engloban en el programa tienen un foco estratégico fuera del *business as usual*, con valor significativo recurrente en el tiempo. La metodología de Entel+ permite asegurar el retorno de las inversiones incrementales sobre el plan, con métricas y seguimiento en todas las etapas del proceso.

## Impacto EBITDA US\$ MM

2019	2020	2021
38,1	108,6	43,1





(Entel 2: Calidad del servicio)

## Nuestros clientes

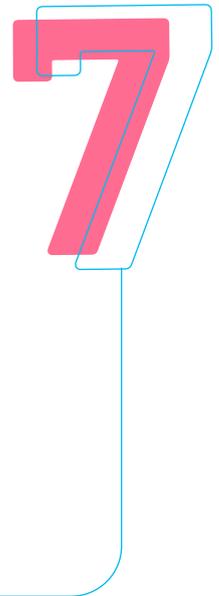
### 7.1 Nuestros mercados

El año 2021 fue un periodo de crecimiento para el sector telecomunicaciones en nuestro país, aumentando la base de usuarios de servicios de prepago y postpago en 10,1 %. En nuestro caso, alcanzamos los 9,9 millones de clientes. Es decir, 11 % más de los que teníamos al cierre del 2020. Un aspecto relevante fue el consolidarnos como el segundo operador de la Industria, liderando la portabilidad postpago. Con respecto a nuestros servicios postpago, un hito importante consistió en el lanzamiento de nuevos planes, generando una modificación sobre la oferta de datos ilimitados. Esto provocó un incremento tarifario, aumentando también nuestros ingresos sobre 2 MM líneas (80 % base). A diciembre de 2021, tuvimos 10 028 754 líneas y 6 464 737 de abonados.

Uno de nuestros principales reconocimientos, que confirman los esfuerzos que realizamos constantemente para proporcionar servicios de calidad a nuestros clientes, fue la obtención del primer lugar en el Índice BCX (*Best Customer Experience*), realizado por la consultora IZO. Hemos conservado esta posición por séptimo año consecutivo.

En 2021, nuestra base de usuarios y suscriptores continuó creciendo de manera sostenida, superando en 7 % la cantidad registrada en el periodo anterior. Por otro lado, la cantidad de conexiones de internet fijo, así como las líneas de telefonía fija y banda ancha móvil experimentaron un decrecimiento de 24 %, 31 % y 29 %, respectivamente.

El año pasado empezamos a trabajar, desde el mercado empresas, un nuevo portafolio convergente de servicios fijos como *housing*, *cloud*, *hosting*, servicios de valor añadido, ciberseguridad, entre otros. Además, en 2021 iniciamos la fase uno, el proceso de transformación digital del *B to B*. La fase inicial abordó la prospección de clientes, el manejo de base de datos, la creación de oportunidades de negocio, entre otros. En la fase dos, se abarca la gestión de cada requerimiento del cliente.





## Número de clientes periodo 2019 - 2021

Año	Número de usuarios Base de suscriptores Telefonía móvil	Conexiones de internet fijo	Líneas de telefonía fija	Líneas banda ancha móvil
2019	8 211 802	146 033	70 128	-
2020	8 464 289	140 303	39 238	97 267
2021	9 070 288	106 449	26 917	68 870

## Evolución de la cuota de mercado de clientes en telefonía móvil y telefonía fija inalámbrica

Año	Cuota de mercado
2019	21,7 %
2020	23,7 %
2021	23,5 %

Respecto a la distribución de usuarios por tipo de mercado, en 2021 hubo una ligera variación, aumentando en 4 puntos porcentuales el mercado empresas, comparado con el periodo anterior en el que se tenía un 10 %

## Usuarios por mercado

Género	Mercado personas	Mercado empresas
2019	91 %	9 %
2020	90 %	10 %
2021	86 %	14 %

La portabilidad numérica es un factor importante para que los usuarios de servicios móviles puedan elegir entre las opciones que representen mayores beneficios para ellos, según el uso que confieren a sus equipos. Durante los últimos años, la cantidad de migraciones a Entel ha superado el millón de líneas cada año, alcanzando un valor de 1 557 463 en 2021, mostrando un incremento de 47 % con respecto a 2020.

## Migraciones a Entel por año

Año	Números de líneas
2019	1 921 358
2020	1 045 304
2021	1 557 463

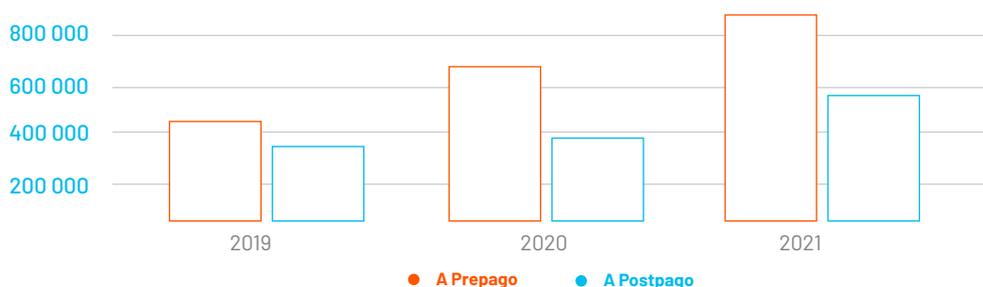
Por otro lado, en el caso de los traslados de cliente persona a cliente empresa, el aumento fue de 37 % respecto de 2020. En tanto que las migraciones correspondientes al servicio postpago crecieron en 50 % en el mismo intervalo. En el Gráfico 71 se puede apreciar esta evolución.

## Migraciones a Entel por mercado y año

Año	A Prepago	A Postpago	Empresas
2019	416 801	363 952	832*
2020	646 107	383 066	865*
2021	885 814	574 644	2130*

\*Número de traslados de cliente persona a cliente empresa

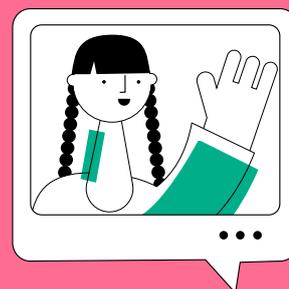
## Evolución de migraciones por tipo de servicio móvil



En el mercado personas, la cantidad de clientes de los servicios de telefonía móvil en prepago y postpago aumentó con relación a los años 2019 y 2020. El mayor incremento se dio en los servicios postpago, aumentando en más de 248 mil la cantidad de clientes con respecto a 2020. Con respecto a la distribución por tipo de servicio, se mantiene la preponderancia de los servicios prepago.

## Número de clientes en mercado personas

Año	Prepago	Postpago
2019	5 188 184	2 057 489
2020	5 171 721	2 776 770
2021	5 492 423	3 025 218



## Distribución de clientes en mercado personas por tipo de servicio (celulares)



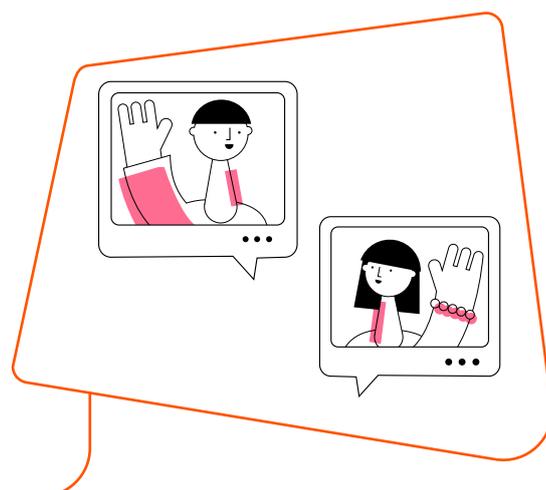
## Número de clientes en mercado empresas

Año	Prepago	Postpago
2019	59 529	767 571
2020	61 307	1 033 105
2021	61 307	1 033 105

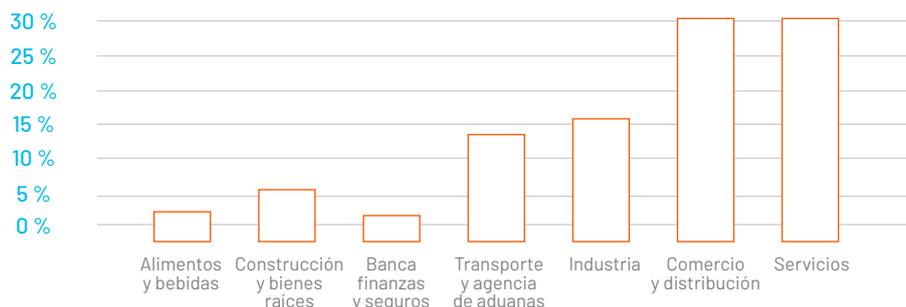
En el mercado empresas, contamos con más de 68 000 clientes representantes de diversos sectores. En total tuvimos 1 340 148 líneas, de las cuales el 55 % corresponden al sector servicios, es decir más de 743 mil. Los sectores con mayor porcentaje de clientes son el sector de comercio y distribución y el sector de servicios, abarcando un 60 % del total. En tercer lugar, se encuentra el sector industria con un 16 % del total.

## Número de líneas por sector en mercado empresas en 2021

Sector	Número clientes	% Clientes	Número de líneas	% Líneas
Alimentos y bebidas	1 648	2 %	6 231	0 %
Construcción y bienes raíces	4 436	6 %	30 286	2 %
Banca, Finanzas y Seguros	465	1 %	205 177	15 %
Transporte y agencias de aduanas	9 802	14 %	105 298	8 %
Industria	11 135	16 %	116 938	9 %
Comercio y distribución	20 611	30 %	132 940	10 %
Servicios	20 522	30 %	743 278	55 %
<b>Total</b>	<b>68 619</b>	<b>100 %</b>	<b>1 340 148</b>	<b>100 %</b>



## Distribución porcentual de clientes por sector en mercado empresas



Uno de los principales hitos en 2021 fue el lanzamiento de la tecnología 5G. La llegada de esta tecnología y su adecuado funcionamiento requiere que existan redes desplegadas y equipos celulares que cuenten con dicha tecnología. El camino por recorrer es largo, debido a que en nuestro país la accesibilidad de equipos con estas características aún es baja por el alto costo de la tecnología. Por otro lado, es necesario que continúen los procesos de licitación por parte del Estado para las bandas 5G.

Con respecto al uso de esta tecnología, en Entel buscamos desarrollar soluciones innovadoras para que nuestros clientes puedan contar con una mejor conectividad y apliquen la tecnología disponible de manera óptima. En 2021, desarrollamos una solución 5G de seguridad para el Aeropuerto Internacional Jorge Chávez, que aún sigue en marcha a la fecha. Adicionalmente, obtuvimos el permiso por parte del MTC para hacer uso del espectro, con la finalidad de realizar dos pruebas piloto sobre el uso de 5G en soluciones de telemedicina y educación a distancia. La primera estuvo relacionada con su aplicación en telemedicina, mediante la realización de un diagnóstico por imágenes (ecografía) con control a través de un guante háptico, donde la latencia es una propiedad fundamental para la realización de dicho procedimiento. Esta prueba fue realizada en conjunto con la Clínica AUNA y Ericsson. La segunda prueba piloto se realizó con la Universidad UTEC y Nokia, para el desarrollo de una solución de educación inmersiva a distancia, a través del uso de lentes de realidad virtual, lo cual permitiría a los alumnos mejorar su experiencia como espectadores en un aula virtual.



## 7.2. Canales de atención

En 2020, debido a la coyuntura originada por la pandemia, nuestra estrategia se concentró en la atención remota y nuestros asesores continuaron cobrando relevancia. Nuestros protocolos de atención fueron reforzados, efectuando algunos cambios para mejorar la experiencia de nuestros clientes. Durante 2021, las medidas adoptadas para afrontar la pandemia fueron flexibilizándose, permitiendo el aumento progresivo de los aforos en las tiendas físicas. Sin embargo, muchos de nuestros clientes ya habían adoptado la forma de realizar algunas transacciones de manera digital. Por ello, fue necesario mantener una coordinación estrecha con nuestros socios de negocios de canales remotos, como aliados estratégicos para la obtención de los objetivos de venta y atención en tienda, con la finalidad de desarrollar un plan de conexión de agentes que pueda respaldar el tráfico proyectado. En ese sentido desarrollamos dos acciones muy relevantes en el mercado personas:

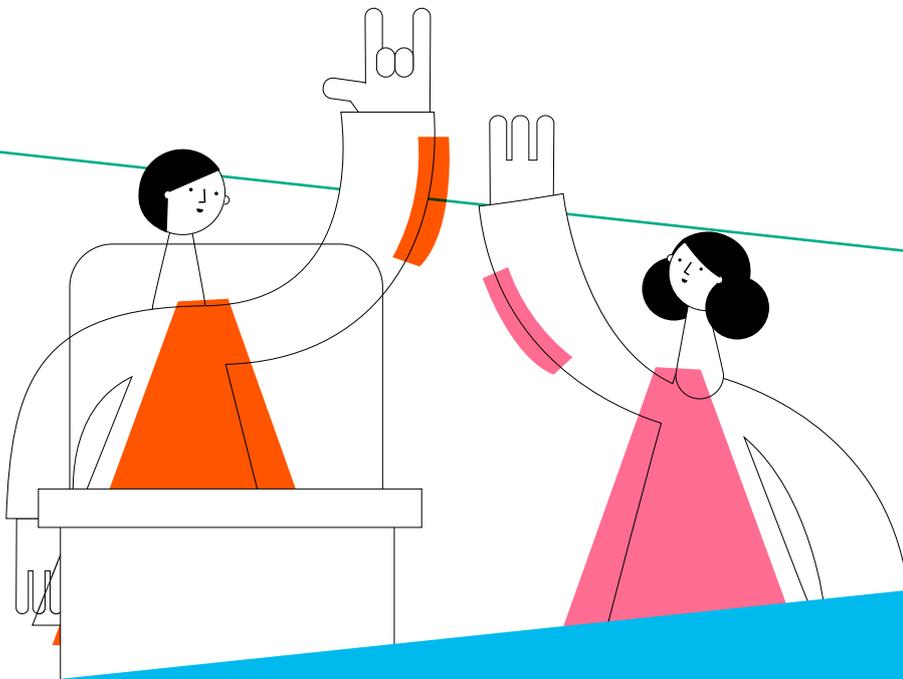
**1. Plan de Vodafone:** Programa para reducir la causa raíz de las interacciones que generan las llamadas más frecuentes y evitar las rellamadas. Se aprovechó el contexto como una oportunidad para introducir el nuevo indicador FCR7, First contact resolution a 7 días en *Call center* y *WhatsApp*, logrando resultados de 63 % en *Call* y 61 % en *WhatsApp* al cierre del cuarto trimestre de 2021.

**2. Mix Digital:** Pusimos énfasis en derivar interacciones a canales digitales, acorde con los objetivos del Plan Multicanal, cuyo finalidad fue la de orientar a los clientes para que puedan realizar la mayor cantidad de autoatenciones desde canales como la App, Web, IVR, USSD y BOT's. Como resultado obtuvimos un mix digital de 92 % al cierre de 2021.



### Número de tiendas por categoría y año

TIPO DE TIENDAS	2019	2020	2021
Tienda propias	18	18	0
Tienda franquiciada	110	86	0
Agentes autorizados (módulos administrados por terceros)	453	-	0



Con respecto al mercado clientes, en el segmento B2B (*business to business*) solíamos trabajar mucho en la personalización de las interacciones. Sin embargo, dados los cambios en el comportamiento de nuestros consumidores, quienes ahora emplean más herramientas digitales, nos adecuamos rápidamente, contando con ejecutivos personalizados para atender requerimientos y transacciones específicas. Adicionalmente, se utilizaron canales de atención digital, como *WhatsApp* y BOT's de texto, para las transacciones cotidianas que requieren mayor accesibilidad y agilidad en la atención.

Con respecto al mercado empresas, hemos mejorado nuestras plataformas digitales, agregando nuevas funcionalidades, potenciando el *e-commerce*, entre otros. Uno de los cambios más relevantes consistió en la migración de nuestra APP a una nueva plataforma que cuenta con una tecnología que nos ofrece mayor flexibilidad de codificación y desarrollo denominada "outsystem". Finalmente, al culminar el año, también realizamos la migración de nuestro sitio web (plataformas de autoservicio).

Con respecto al mercado empresas, el acercamiento con corporaciones es un poco distinto a los clientes personas. Existen soluciones que requieren de un mayor nivel técnico. Por este motivo, nuestros ejecutivos tienen competencias técnicas que permiten responder a los requerimientos de los clientes corporativos de manera ágil y efectiva. Ello es posible gracias a su formación y experiencia.

Durante 2021, la capacitación a nuestros ejecutivos, que representan la fuerza de ventas o postventa, conservó la forma de capacitación virtual, debido a que los indicadores de asistencia y niveles de aprobación de cursos se mantuvo dentro de los ratios esperados. Las capacitaciones virtuales incluyen *webinars*, plataforma *e-learning* y videos, entre otros.

Adicionalmente a los cambios emprendidos para brindar una mejor atención a nuestros clientes, desarrollamos acciones de acompañamiento a nuestro equipo de trabajo, con la finalidad de mejorar su motivación para que esta impulse e incentive su potencial para resolver casos de manera autónoma y desarrollen más empatía con nuestros clientes. En ese sentido, mantuvimos el programa "Yo me hago cargo", dirigido a equipos de *contact center* (correo, *WhatsApp* y teléfono) y tiendas, principalmente. Los temas abordados fueron cambiando en función a la coyuntura y las necesidades de 2021. El programa abarca un componente conceptual sobre comunicación efectiva y otro relacionado a casuísticas que se han ido presentando a lo largo del año, con la finalidad de que los ejecutivos desarrollen la capacidad de poder brindar soluciones de manera autónoma. Los resultados han sido muy positivos y nos han permitido continuar mejorando nuestra calidad de atención.

Con la introducción de nuevos portafolios de servicios fijos, adecuamos nuestro servicio de postventa para reducir el grado de esfuerzo de nuestros clientes cuando tengan algún requerimiento específico. Así, cuando nuestros asesores reciban el requerimiento, podrán direccionarlo al mejor especialista para darle una solución precisa y efectiva a sus solicitudes o inconvenientes.

## Número de asesores por tipo y mercado por mes

Mercado	ENE 21	FEB 21	MAR 21	ABR 21	MAY 21	JUN 21	JUL 21	AGO 21	SET 21	OCT 21	NOV 21	DIC 21
<b>Empresas</b>												
Asesores	185	182	195	201	199	208	199	245	248	245	254	257
Asesores WhatsApp	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
<b>Personas</b>												
Asesores Voz	1076	1228	1320	1300	1185	1155	1139	1128	1040	1100	1140	1096
Asesores WhatsApp	360	304	415	430	386	351	303	257	249	271	253	262
<b>Total</b>	<b>1628</b>	<b>1721</b>	<b>1937</b>	<b>1938</b>	<b>1777</b>	<b>1721</b>	<b>1648</b>	<b>1637</b>	<b>1544</b>	<b>1623</b>	<b>1654</b>	<b>1358</b>

Con respecto a la cantidad de asesores por tipo de mercado, en el caso del mercado empresas, la cantidad de asesores por el canal *WhatsApp* se mantuvo constante durante el año, en cambio en el mercado personas, este número experimentó variaciones a lo largo del año, siendo los meses de marzo y abril, los que contaron con mayor cantidad de personas. En el caso de las interacciones realizadas a través de medios digitales como redes sociales, asesores, BOT's, chat y *WhatsApp*, disminuyeron en total un 16,26 % comparado con el año precedente. El comportamiento de este indicador fue variable, presentándose el mayor pico en el mes de marzo, en el cual se registraron más de un millón de interacciones.

## Número de interacciones mensuales 2021

Año	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	ANUAL
Conversaciones 2020	440 898	442 075	587 628	1122 770	1302 169	1390 039	1419 984	1059 904	1269 318	1163 567	1012 776	723 705	11934 833
Conversaciones 2021	673 707	962 677	1006 460	864 427	849 000	807 249	945 278	724 539	735 153	801 166	801 790	822 630	9994 077
Variación mensual	53 %	118 %	71 %	-23 %	-35 %	-42 %	-33 %	-32 %	-42 %	-31 %	-21 %	14 %	-16 %



## 7.3 Recomendación (NPS)

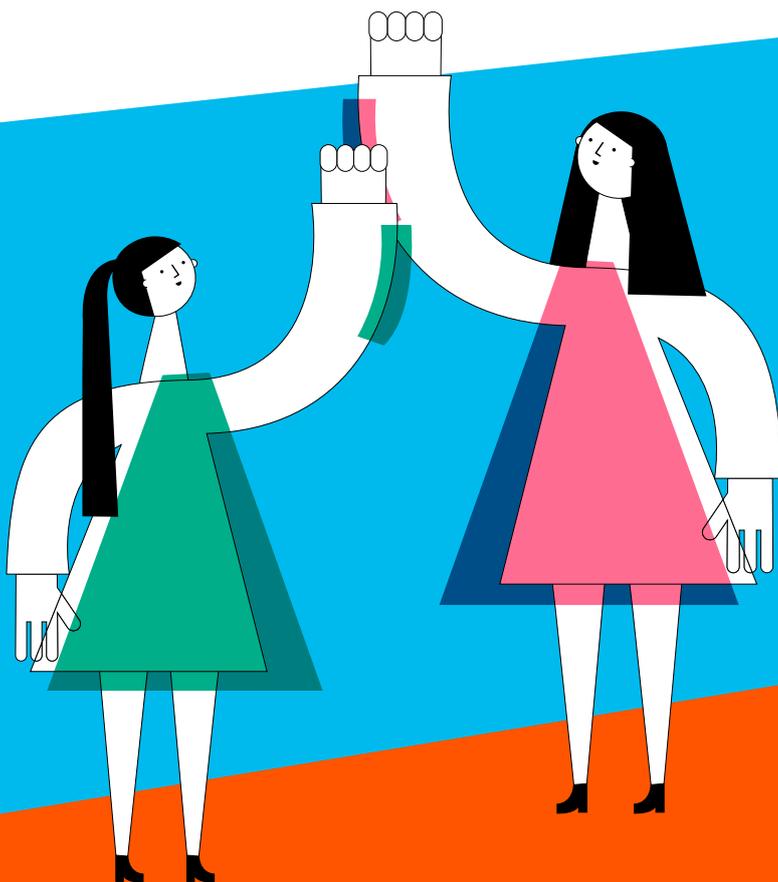
(Entel 4: Satisfacción de nuestros clientes, Entel 2: Calidad del servicio)

Como organización, tenemos un enfoque en el cliente, una mirada que nos permite conceptualizar productos y servicios que respondan a sus expectativas. En ese sentido, para conocerlas, tenemos diversos frentes de acción como el análisis de las interacciones que ellos realizan a través de diferentes canales como: tienda presencial, *call center*, sitio web, *WhatsApp*, *BOT's*, entre otros, mediante los cuales recogemos la información necesaria para poder perfeccionar nuestros modelos de atención. De igual manera, tenemos una mirada complementaria a la relacionada con las interacciones, se trata del NPS relacional, cuyos resultados nos permiten conocer la percepción de la marca en sí, mirando no sólo a nuestros clientes, sino también a los clientes de otras marcas para evaluar si nos encontramos dentro de los estándares.

Además, existe otro frente denominado "Power de Marca", que evalúa el relacionamiento de nuestros clientes con los canales y de este modo, podemos mejorar la calidad y dar la relevancia a los canales que el cliente necesita o emplea de acuerdo con el contexto.

A raíz de la cuarentena, pusimos nuestra atención en experiencias que antes no resultaban tan representativas, pues con el cierre de los canales de atención presencial se aceleraron los procesos de digitalización y se incrementaron los viajes de atenciones remotas y despacho. En 2021 se consolidó el uso de canales digitales, acelerando la digitalización y las transacciones en canales no presenciales. Debido a esto, vimos conveniente reforzar las áreas que trabajan en procesos digitales, con la finalidad de seguir brindando una experiencia satisfactoria a nuestros clientes.

También decidimos innovar la forma en la cual medimos la experiencia del cliente desde el inicio hasta el final de su "viaje" con nosotros. Esta mirada integral busca de manera proactiva conocer la opinión de nuestros clientes a través de encuestas que evalúan su grado de satisfacción con respecto a toda la interacción que han tenido con nosotros. En años anteriores solo monitoreábamos su experiencia, enfocándonos en la atención de cada canal, dirigiendo la encuesta a aquellos que se habían contactado por algún motivo a través de estos medios. Este cambio fue posible gracias a nuestro *partnership* con nuestro socio estratégico Vodafone, con el que desarrollamos mecanismos de *benchmarking* y decidimos implementar este modelo innovador de medición. Además, técnicamente contamos con una herramienta propia que nos permitió hacer efectiva esta mejora.



La cantidad de viajes “end to end” que medimos son doce y corresponden a aquellos que son considerados estratégicos para la compañía, debido a que cuentan con un mayor volumen de clientes, o mayores quejas, entre otros. Algunos ejemplos son: el viaje de ventas, el de *roaming*, etc. La medición viene acompañada de un proceso de análisis y gestión de propuestas y planes de acción orientados a mejorar la satisfacción de nuestros clientes.

Nos aseguramos de que los ejecutivos de venta y postventa y todos aquellos que tienen contacto directo con nuestros clientes, se encuentren entrenados y cuenten con la información actualizada para que puedan transmitirla adecuadamente a nuestros clientes.

En el caso del análisis de la información proporcionada por los clientes que nos contactan a través de los diversos canales, se clasifican los motivos de contacto y se derivan a las unidades responsables de implementar mejoras que permitan reducir los motivos de comunicación por parte de nuestros clientes, las cuales llegan principalmente a través de *call center* o *WhatsApp*. Para emprender estas mejoras, se forman equipos de trabajo multidisciplinarios denominados SQUAD's, que son liderados por un responsable del área pertinente según el motivo de reclamo o queja. A modo de seguimiento, realizamos reuniones semanales con la finalidad de evaluar los indicadores y determinar si las acciones emprendidas están siendo efectivas y permiten reducir la cantidad de contactos que realizan los clientes.

Las encuestas sobre experiencia de viaje son realizadas por IVR (*Interactive Voice Response*), se trabaja con el programa *Speech analytys*, que interpreta las respuestas brindadas por nuestros clientes. Estos resultados se tabulan, se comparten con los líderes de cada y permiten definir planes de acción para la mejora del servicio.

Una de las principales mejoras implementadas como consecuencia del análisis de resultados de las encuestas, fue la actualización de la herramienta de *tracking* de pedidos, activando notificaciones que permitieron mejorar el ciclo de comunicaciones.

### Promedio anual NPS por mercado

Mercado	2019	2020	2021
Personas	41 %	34 %	48 %
Empresas	40 %	41 %	43 %

Cerramos el año 2021 con 48 % de NPS transaccional en el mercado personas, lo que representó un cumplimiento de 120 % con respecto a nuestra meta planteada. El primer trimestre presentó el menor nivel de NPS. Sin embargo, entre el segundo y el cuarto trimestre hubo una tendencia al crecimiento, logrando superar en 12 puntos porcentuales el valor obtenido en 2020 y 5 puntos porcentuales con respecto al año 2019. Consideramos que las causas de esta mejora en el nivel de recomendación de nuestros clientes se deben a que, en los primeros meses del año, revisamos nuestros protocolos con la finalidad de mejorarlos. Además, la implementación del panel de resultados de la medición de los “viajes del cliente” nos permitió centrarnos en aspectos críticos que requerían mejoras y una rápida respuesta a las causas raíz de las disconformidades que presentaban los clientes. Por otro lado, recuperamos también la capacidad de atención en los diversos canales, como el *call center*, que estuvo acompañada del aprendizaje adquirido sobre el trabajo en remoto.

El gran desafío que tuvimos en 2020 y 2021 consistió en mantener la accesibilidad cuando los clientes nos necesitan. Otro aspecto importante radicó en el nivel de pedidos resueltos a través de los diversos medios. Por ello, uno de los principales desafíos que hemos afrontado es el de asegurar que la mayor cantidad de consultas sean incorporadas en los BOT's, para que cuando nuestros clientes acudan a ellos y puedan encontrar una solución. Hemos trabajado mucho en el análisis de casos, con la finalidad de calibrar y determinar qué tipo de información se incorpora en cada canal.

El gran desafío que tuvimos en 2020 y 2021 consistió en mantener la accesibilidad cuando los clientes nos necesitan. Otro aspecto importante radicó en el nivel de pedidos resueltos a través de los diversos medios. Por ello, uno de los principales desafíos que hemos afrontado es el de asegurar que la mayor cantidad de consultas sean incorporadas en los BOT's, para que cuando nuestros clientes acudan a ellos y puedan encontrar una solución. Hemos trabajado mucho en el análisis de casos, con la finalidad de calibrar y determinar qué tipo de información se incorpora en cada canal.



### NPS mercado personas por operador

Año	Mercado personas	Entel	Movistar	Diferencia	Claro	Diferencia	Bitel	Diferencia
2019	Postpago	27	-10	-37	8	-19	20	-7
	Prepago	34	12	-22	22	-12	25	-9
2020	Postpago	39	-4	-43	14	-25	22	-17
	Prepago	38	16	-22	20	-18	21	-17
2021	Postpago	28	-11	-39	14	14	25	3
	Prepago	37	16	-21	25	12	30	7

Uno de los principales logros obtenidos en 2021 radicó en la obtención del reconocimiento BCX (*Best Customer Experience*). Es uno de los más grandes a nivel de experiencias de usuario en el sector a nivel Iberoamérica y permite tener una mirada más amplia sobre varios tipos de industrias, ubicadas en varios países y las herramientas que emplean. En este reconocimiento obtuvimos el primer lugar en Perú y el cuarto en Iberoamérica en el sector comunicaciones.

### NPS mercado empresas por operador

Año	NPS	Diferencia sobre la competencia (más lejano y más cercano) Empresas
2019	25 %	Brecha vs Movistar: 49 % Brecha vs Claro: 18 %
2020	29 %	Brecha vs Movistar: 55 % Brecha vs Claro: 21 %
2021	34 %	Brecha vs Movistar: 61 % Brecha vs Claro: 13 %

Con la finalidad de mantener la cercanía con nuestra comunidad de clientes, desarrollamos eventos virtuales, debido a que preferimos seguir manteniendo las medidas preventivas de distanciamiento social impuestas por la coyuntura que aún atravesamos.

En el mercado empresas, durante 2021 desarrollamos algunas acciones de relacionamiento con la finalidad de compartir con nuestros clientes información de interés y utilidad sobre algunas herramientas y soluciones que pueden aplicar en un entorno cada vez más digital. A continuación, presentamos la relación de *Webinars* que se realizaron a lo largo del año:

## Relación de webinars dirigidos a clientes (empresas)

Mes	Nombre del webinar	Descripción
MAYO	Herramientas educativas con Microsoft 365	Estas herramientas son dirigidas al sector educación y facilitan el dictado de clases, así como el manejo de las aulas.
MAYO	Mi primera APP Móvil con Power Apps	Aprendizaje sobre la creación de aplicaciones personalizadas, de acuerdo a las necesidades.
JUNIO	Colabora dentro de tu organización con Microsoft Teams	Aprendizaje sobre cómo editar y compartir archivos en tiempo real con aplicaciones familiares dentro de teams.
JUNIO	APP's de productividad	Aprendizaje sobre cómo aprovechar al máximo todas las APP's
JULIO	Entel Geotrack	¿Qué es Entel Geotrack y cómo funciona?
AGOSTO	Mi primera automatización en Power Automate	Herramienta más usada para la visualización de datos y aprendizaje sobre cómo generar el primer flujo en Power Automate.
AGOSTO	Mi primer reporte de Power BI	Aprendizaje sobre cómo conectar datos de distintos orígenes para obtener información interactiva.
SETIEMBRE	Trabaja de forma segura con Microsoft 365	Taller interactivo para enseñar a las instituciones a manejar la plataforma de manera práctica: Armado de Aulas Virtuales
OCTUBRE	Migra a la nube e integra tu central telefónica con Microsoft Teams	Conectar la telefonía de una empresa a través de la nube de Microsoft.
OCTUBRE	Manejo y almacenamiento de información en tiempos modernos	Cómo compartir información y colaborar dentro de la empresa, utilizando diversas funcionalidades de SharePoint de Microsoft 365.
NOVIEMBRE	Herramientas Educativas con Microsoft 365	Herramientas dirigidas al sector educación para dictado de clases de manejo de aulas.
NOVIEMBRE	Security con Microsoft 365	Aprendizaje sobre cómo cuidar una empresa de manera integral, protegiendo la identidad de los usuarios y mejorando la seguridad contra virus y amenazas.

## 7.4 Infraestructura

(Entel 2: Calidad del servicio)

Nuestra empresa es reconocida por la calidad del servicio que brindamos a nuestros usuarios, siendo la conectividad que experimentan, uno de los componentes más importantes en esta medición. Ello se debe a la infraestructura que desplegamos a lo largo y ancho de nuestro país, permitiéndonos tener una red disponible y estable. En los dos últimos años, hemos experimentado un aumento significativo en el tráfico de datos, debido principalmente al incremento de actividades remotas. Por ello, hemos tratado de mejorar continuamente nuestra infraestructura, con la finalidad de ofrecer mejores coberturas y tasas de conectividad a nuestros usuarios. En 2021, tuvimos un despliegue muy importante en 5G, así como en la ampliación de fibra óptica para servicios de datos, red multiservicios (telefonía, datos, etc.). Además, ampliamos la cantidad de lugares a los que llegamos, tanto para red como para clientes personas y empresas. El despliegue de red se dio en varias ciudades. Sin embargo, para servicios de hogar y empresas, estos se focalizaron en Lima, debido a que son zonas con altos índices de actividad comercial. El despliegue de la red obedece al

análisis de las zonas con mayor potencial o demanda. Algunos aspectos considerados son: conectividad (red de transporte, fibra óptica, entre otros).

Nuestra red inalámbrica para servicios móviles y fijos está conformada, a nivel nacional, por las redes 2G y 3G, desplegadas sobre la banda 1900 MHz. Además, contamos con la red 4G, con 4247 puntos de presencia (o sitios), con presencia a nivel nacional y 289 sectores extendidos en las bandas 1700-2100 MHz (AWS) y 700 MHz (APT), además de la banda 2600 MHz en nueve provincias y 2300 MHz en seis regiones. En algunas provincias también se empezó a usar la banda 1900 MHz para la red 4G. Con respecto a la infraestructura *inbuilding*, contamos con 456 emplazamientos con banda base, conformados por Microceldas, Smallcells y DAS indoor. También contamos con las redes Ran Sharing TdP y Ran Sharing IPT, con 173 y 1104 puntos de presencia, respectivamente. Para brindar servicios fijos de internet de banda ancha contamos con la Banda de 2300 MHz. (RAN Radio Access Network, antenas compartidas, etc.)



Durante el 2021 realizamos los siguientes avances:

- ▶ **165** nuevos sitios para las redes 2G/3G/4G
- ▶ **932** Km de fibra óptica
  - **76 PAG** preagregador
  - **133** nuevos **POP 4G**
- ▶ **510** Puntos de presencia activados de la red Ran Sharing IPT
  - **1 141** puntos de roaming 2G
- ▶ **3** Cores de datos desplegados en Lima
  - **660 Gbps** Ubicados en: Olgúin, Plaza San Borja, Miraflores
- ▶ **17** Enlaces de 100G Ampliación en la red IPMPLS
- ▶ **14** Enlaces de 10G

Por otro lado, con respecto a la red 3500 MHz, en el mes de abril, luego de la autorización por parte del Ministerio de Transportes y Comunicaciones, iniciamos la operación de 5G en Perú, en las ciudades de Lima, Arequipa, Chiclayo y Trujillo.

Con respecto a nuestro data center, durante 2021 contamos con uno ubicado en Lima, cuya superficie es de 752 m<sup>2</sup> y cuenta con la certificación Tier III de Diseño, otorgada por el Uptime Institute.



### Territorios con cobertura por tipo y año

AÑO	2G	3G	4G	5G
2019	6 627	6 627	3 542	-
2020	6 638	6 694	3 717	-
2021 (*)	4 920	5 860	3 306	2

(\*) Centro poblados declarados al OSIPTEL con cobertura

### Número de antenas instaladas para las telecomunicaciones, según tipo 2019-2021

AÑO	2G	3G	4G	5G y otros	RAN Sharing
2019	93	320	449	0	143
2020	973	1 119	1 135	237	624
2021	0	663	1 854	450	1 651

La calidad de nuestro servicio se puede confirmar al observar nuestras tasas promedio de accesibilidad de voz y datos en cada red, cuyos valores mínimos para las redes 2G, 3G y 4G fueron de 99,59 % y 99,53 %, para voz y datos, respectivamente. En el caso de la red 5G, sólo es aplicable la tasa promedio de accesibilidad de datos, la cual registró 97,74 %.

### Tasa promedio de accesibilidad a voz y datos

Año	Red	Voz	Datos
2019	2G	99,86 %	99,90 %
	3G	99,80 %	99,66 %
	4G	99,64 %	99,81 %
2020	2G	99,77 %	99,96 %
	3G	99,72 %	99,63 %
	4G	99,73 %	99,84 %
2021	2G	99,75 %	99,91 %
	3G	99,59 %	99,53 %
	4G	99,70 %	99,78 %
	5G	No Aplica	97,74 %

Del mismo modo, los bajos valores registrados correspondientes a las tasas promedio de llamadas caídas sobre llamadas realizadas son un indicador de nuestra capacidad para atender rápidamente cualquier inconveniente. Durante el período, el mayor valor se registró en la red 2G con 0,64 %, cifra menor a la reportada en los años 2019 y 2020.

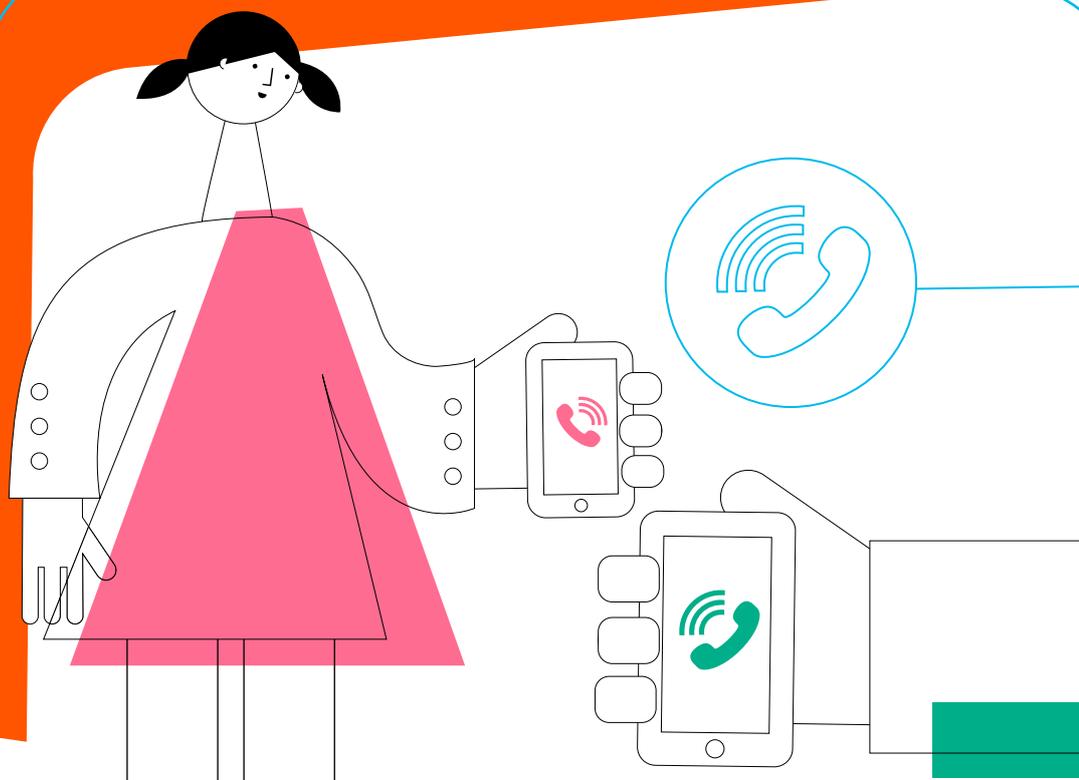
### Tasa promedio de llamadas caídas sobre llamadas realizadas

Año	Red	Tasa
2019	2G	0,72 %
	3G	0,41 %
	4G	0,10 %
2020	2G	0,65 %
	3G	0,46 %
	4G	0,09 %
2021	2G	0,64 %
	3G	0,45 %
	4G	0,09 %

Por otro lado, en 2021 contamos con la siguiente infraestructura:

### Infraestructura en edificios y oficinas

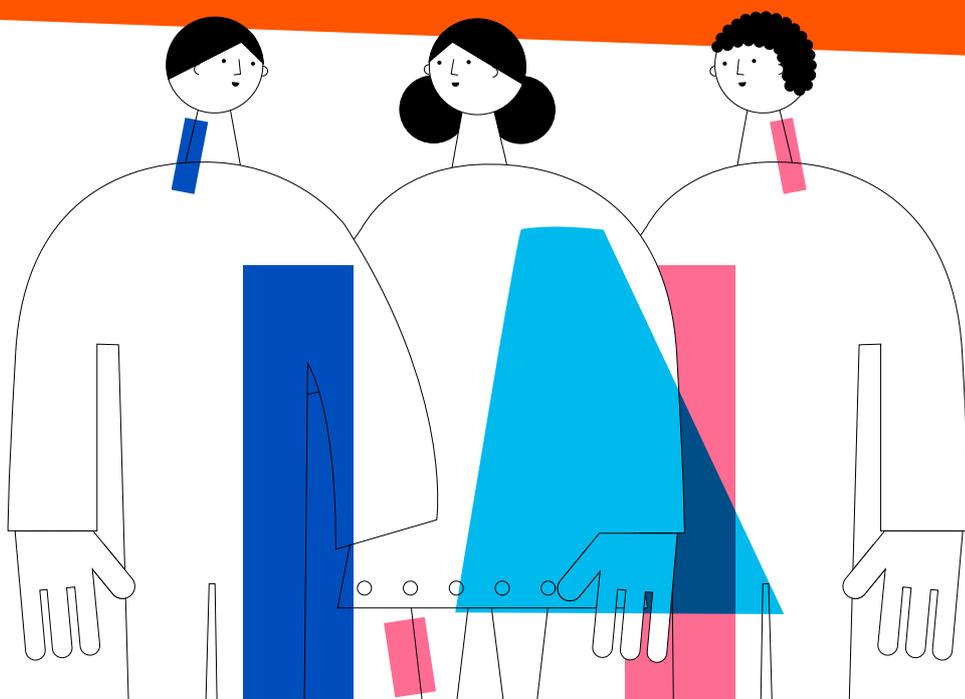
Tipo	Ubicación	Área
Call Center	Lima	6 838
Plaza República	Lima	12 060
CO San Borja	Lima	18 613
MSO Miraflores	Lima	2 398
Tienda Propias	9 ubicadas en: Arequipa, Chiclayo, Chimbote, Huancayo, Ica, Larco, Piura, República y Trujillo	4 278





8

## Nuestra organización



# 8.1 Estructura de gobernanza

(GRI 102-5, 102-18)

Entel Perú es una sociedad anónima, cuyos accionistas y su respectiva participación son:

## Accionistas de Entel Perú S.A. al 2021

**54,1%**  
acciones

Empresa Nacional de Telecomunicaciones S.A.

**44,9%**  
acciones

Empresa Internacional SpA Telecomunicaciones S.A.

**1%**  
acciones

Entel inversiones

La gobernanza dentro de Entel se hace posible gracias a la conformación del Directorio, el cual funciona como el máximo ente rector dentro de la organización. Entre las principales funciones de sus miembros se encuentran la definición de lineamientos generales para la conducción de la empresa hacia el cumplimiento de los objetivos en materia ambiental, social y de gobernanza corporativa (ASG). Asimismo, determinan las políticas y directrices que guían el accionar de los miembros de la organización en asuntos específicos, realizan la revisión periódica del desempeño de la compañía, entre otras. Ello garantiza la creación de valor compartido y el desarrollo sostenible de la organización.

Una vez al año tiene lugar la Junta General de Accionistas, tal como es requerido por la normativa vigente. En este proceso se comunican los principales resultados de la gestión anual de la empresa y se definen lineamientos para la toma de decisiones futuras.

La conformación del Directorio de Entel Perú al cierre de 2021 fue la siguiente:

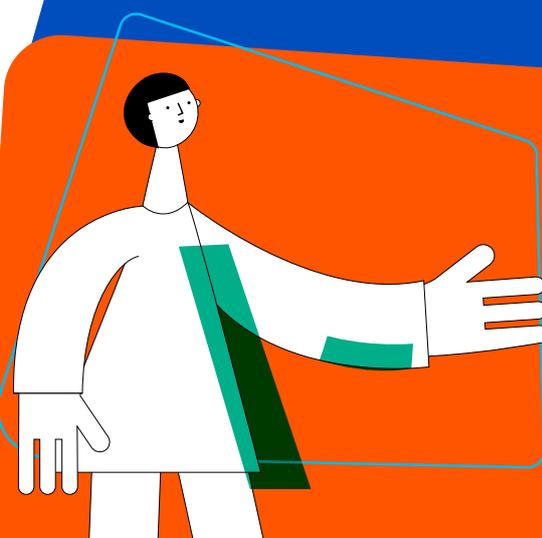
- **Alfredo Parot**, ingeniero civil, Pontificia Universidad Católica de Chile
- **Antonio Büchi**, ingeniero civil, Pontificia Universidad Católica de Chile
- **José Luis Poch**, ingeniero comercial, Pontificia Universidad Católica de Chile
- **Juan José Hurtado**, ingeniero civil, Universidad de Chile
- **Luis Felipe Gazitúa**, ingeniero comercial, Universidad de Chile
- **Martín Pérez Monteverde**, administrador, empresario y político, Universidad del Pacífico, exministro de Comercio Exterior y Turismo
- **Richard Büchi**, ingeniero civil, Universidad de Chile. MBA en la Escuela Wharton de Negocios en la Universidad de Pennsylvania
- **Sebastián Domínguez Philippi**, ingeniero civil industrial, Pontificia Universidad Católica de Chile y máster en Economía, Universidad de Cambridge
- **Mario Nuñez**, ingeniero civil, Pontificia Universidad Católica de Chile
- **Felipe Ureta**, ingeniero comercial, Universidad Católica de Chile

Los comités que conforman el Directorio son los siguientes:

- **Comité de Personas**
- **Comité de Empresas**
- **Comité Técnico (redes)**
- **Comité Comercial (TI y mercados)**
- **Comité de Diversidad e Inclusión**
- **Comité de Seguridad y Salud en el Trabajo**
- **Comité de Crisis**
- **Comité de Ética e Integridad**

La designación del gerente general también es competencia del Directorio. Desde 2017 hasta el cierre de 2021, Ramiro Lafarga ocupó esta posición. Cabe precisar que en la actualidad esta posición es ocupada por Alexis Licci Pino, ingeniero comercial de la Pontificia Universidad Católica de Chile.

Nuestro *staff* está conformado por la Gerencia General y 4 vicepresidencias: TI y Operaciones; Mercado Empresas; Mercado Personas; y de Redes. Además de la Gerencia de Auditoría, y las Gerencias Centrales de: Capital Humano y Administración; Planificación, Riesgos y Negocio Mayorista; Legal, Regulatorio y Relaciones Institucionales; y Finanzas y Control de Gestión. El siguiente nivel de reporte está conformado por 71 gerencias.



## 8.2 Prevención de delitos y auditoría

En Entel Perú contamos con la Gerencia de Auditoría, que tiene a su cargo el desarrollo de tres procesos muy importantes para la compañía, puesto que velan por el cumplimiento de normas y estándares con la finalidad de prevenir la ocurrencia de delitos o incumplimientos. El equipo está compuesto por ocho especialistas que conforman la Gerencia de Auditoría, incluyendo dos profesionales en proceso de formación. Los tres procesos que desarrollan son: auditoría interna, gestión de riesgos y *compliance* (cumplimiento).

La ejecución de auditorías internas tiene por finalidad velar por el cumplimiento de los procedimientos y políticas internas, a través de un proceso sistemático en el que se obtienen evidencias que permiten determinar el grado de acatamiento de los criterios de auditoría definidos previamente. Este proceso es llevado a cabo por un equipo conformado por tres auditores internos y un jefe de auditoría. El Plan de Auditoría tiene alcance sobre todos los procesos de la organización y es elaborado en conjunto entre el equipo de Entel Perú y el equipo de Entel Chile. Una vez definido, este plan se reporta al Directorio. Durante 2021 se logró ejecutar la totalidad de las acciones planificadas. Adicionalmente se realizaron auditorías que derivan de investigaciones de denuncias que se presentaron ante el canal ético.

Uno de los principales focos dentro de la función de auditoría es el seguimiento al cumplimiento de los planes de acción derivados de los informes de auditoría con la finalidad de asegurar la subsanación de observaciones y no conformidades detectadas en cada área. Como parte del proceso también se generan reportes trimestrales que reflejan el avance en la implementación y el cierre de planes de acción. A diciembre de 2021, tuvimos un buen cierre del proceso de auditoría, quedando quince observaciones en proceso debido a que sus fechas de implementación estaban aún en curso.

El proceso de *compliance*, consiste en velar por el cumplimiento de cuestiones relativas a la ética y el modelo de prevención de delitos (MPD). Nuestro MPD incorpora lo señalado en la Ley N.º 30424, así como los requisitos establecidos por la norma ISO 37001 y los principios establecidos en nuestro código ético. Todos los trabajadores y terceros relacionados con nuestra empresa están llamados a adherirse y cumplir las políticas y procedimientos derivados de la implementación de este modelo, en cuanto les sea aplicable.

La definición de objetivos, actividades y responsables de la implementación del MPD se plasma en un Plan Anual de Cumplimiento. La presentación de este documento se realiza ante el Comité de Ética, un órgano interno que está conformado por el gerente general de la compañía, un director de Entel y otros miembros claves para la toma de decisiones con respecto a temas éticos como el gerente central de Legal, Regulación y Relaciones Institucionales, la gerente central de Capital Humano, el gerente de Auditoría Interna y un auditor corporativo de Entel Chile. Una vez definido el Plan Anual, es revisado por el Directorio, como máxima autoridad de gobierno dentro de la compañía, para dar su conformidad. El siguiente esquema representa el funcionamiento de nuestro modelo de prevención de delitos.



## Esquema del modelo de prevención de delitos



Uno de los temas más relevantes dentro del Plan de Prevención de Delitos es el desarrollo de actividades de capacitación. A través de la plataforma digital *e-learning* todos los colaboradores y colaboradoras acceden a un entrenamiento obligatorio sobre temas de ética y *compliance*. Este entrenamiento se realiza una vez al año y cuenta con una evaluación. En 2021, se alcanzó el 97 % de respuesta por parte de nuestro personal. Adicionalmente, se realizaron entrenamientos focalizados enfocados en puestos específicos y cuya duración total fue de 8 horas. Por otro lado, se desarrolló un evento que buscó sensibilizar a nuestro personal sobre la importancia de trabajar bajo los principios del Código de Ética. El evento se realizó en noviembre de 2021 y se denominó "Semana de la Ética y la Integridad". Durante esta semana se presentaron diversas charlas y conversatorios cuya duración total fue de 3,5 h.

La administración del canal de denuncias es también responsabilidad de la Gerencia de Auditoría. Estas denuncias llegan a través de la línea Ética u otros mecanismos. El procedimiento contempla que, de recibirse una denuncia, esta debe ser derivada al equipo correspondiente para que puedan proceder con la investigación respectiva. Los resultados de la investigación son revisados por el equipo de cumplimiento y son compartidos en reuniones periódicas (mensuales) con el Comité de Ética con la finalidad de determinar si las medidas propuestas han sido adecuadas o si se requiere la implementación de controles u acciones adicionales. El cierre de los casos se realiza en esta instancia.

## 8.3 Cumplimiento legal

(GRI 419-1,416-1)

La Gerencia de Legal está conformada por tres jefaturas y estuvo integrada por 24 profesionales durante 2021. La primera jefatura es la de Procesos, que es la encargada de realizar la defensa legal en el ámbito administrativo o judicial de la empresa. Entre los procedimientos administrativos que se pueden presentar se encuentran los relacionados a protección del consumidor, despliegue de infraestructura, datos personales, entre otros. También son responsables de defender legalmente a la empresa en los procesos judiciales de naturaleza civil, constitucional, entre otros, incluidos asuntos penales como denuncias que se requieran presentar ante las distintas instancias judiciales. También responde frente a los procesos de fiscalización que son propios del cumplimiento de la normativa vigente como la Ley de protección de datos personales, la Ley de protección del consumidor o la Ley del consentimiento informado para la realización de ofertas comerciales, entre otras.

La Jefatura de Contratos es la responsable de suscribir y velar por el cumplimiento de todos los contratos que gestiona la compañía, ya sea con proveedores, administración de red y estaciones base de telecomunicaciones, reclamo de propietarios, entre otros. Este equipo trabaja en sinergia con las Áreas de Logística, Redes y *Facilities*, y también responde por el manejo de la infraestructura de oficinas. Lidera la estrategia y la política para la obtención de permisos relacionados al despliegue de la red ante las municipalidades y ministerios. Además, gestiona otros proyectos importantes para la empresa.

Por último, se cuenta con la Jefatura de Asuntos Comerciales y Corporativos, quienes se encargan de los contratos relacionados con los nuevos proyectos de negocio (mercados). Entre sus principales funciones también se encuentran los asuntos tributarios y societarios de la compañía. Asimismo, son responsables de la revisión de las piezas publicitarias que serán transmitidas por

diferentes medios de comunicación, para asegurar que estas cumplan con las políticas internas y las normas legales aplicables. Por otro lado, también se encarga de asuntos legales de índole laboral, entre los que también se encuentran los temas relacionados con la seguridad y la salud en el trabajo.

Para la interpretación de la normativa sobre temas específicos, contamos con el soporte de estudios de abogados para esclarecer algunos aspectos y garantizar que la implementación de las normas responda efectivamente a las exigencias legales.

Con respecto al cumplimiento de normas aplicables al despliegue de infraestructura, es preciso comentar que existe una normativa a nivel nacional, la Ley N.º 29022, Ley para la expansión de infraestructura en telecomunicaciones y su reglamento. Dicha Ley establece que a los 30 días de instalada una antena, es obligatorio realizar la medición de las radiaciones no ionizantes en el área e informar el resultado al Ministerio de Transportes y Comunicaciones. En ese sentido, en 2021 llevamos a cabo 1106 mediciones. Todas ellos registraron valores por debajo del límite máximo establecido.

Por otro lado, existen ocasiones en las que los miembros de una comunidad o vecindario, así como las autoridades municipales, no están de acuerdo con que se lleven a cabo instalaciones, por lo cual, se producen oposiciones. Durante 2021, se presentaron dos oposiciones vecinales y municipales a la instalación de nuestras antenas. Este número fue menor al presentado en 2020, año en el que se registraron tres oposiciones.



### Número de oposiciones vecinales y municipales a la instalación de antenas

AÑO	OPOSICIONES PRESENTADAS
2019	1
2020	3
2021	2

En referencia a los procesos sometidos a resolución de litigios ante INDECOPI y el Poder Judicial por aspectos negativos de nuestras comunicaciones y la información que ofrecemos, al cierre de 2021 se mantuvieron seis procesos en trámite, uno ante INDECOPI y cinco contenciosos-administrativos en el Poder Judicial. Además tuvimos uno resuelto ante INDECOPI durante el periodo.

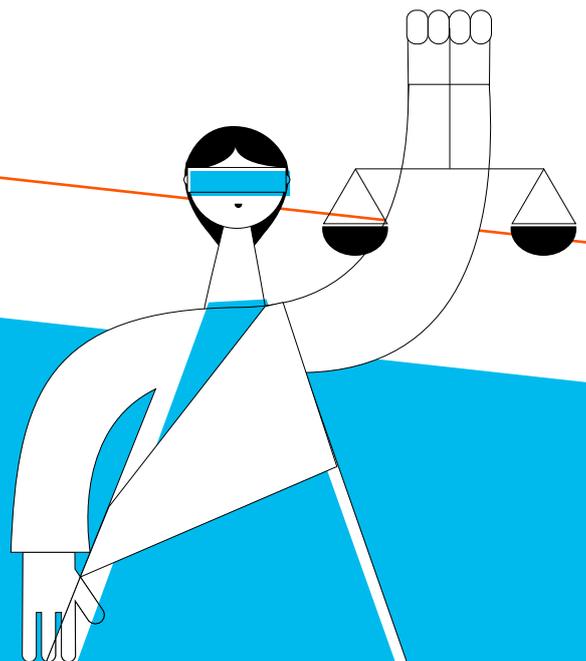
### Relación de procesos administrativos y judiciales en trámite y resueltos

Año	Procesos en trámite al cierre del año	Procesos resueltos al cierre del año
2019	9	2
2020	5 (INDECOPI) 2 (Poder Judicial)	3 (INDECOPI)
2021	0	8 (INDECOPI)

Durante el 2021 el monto total de multas pagadas ascendió a S/. 1,011,022.00. Por otro lado, cabe mencionar que durante el mismo periodo no se presentaron sanciones de tipo no monetario.

### Monto de multas pagadas y sanciones no monetarias a OSIPTEL

Año	Soles	Sanciones no monetarias
2021	1 011 022,00	0





(GRI 102-45, 201-1,)

## 8.4 Gestión financiera

Durante 2021, el sector de telecomunicaciones creció debido a la alta demanda de servicios dada la coyuntura en la que el trabajo en remoto se ha mantenido en muchas empresas. Este crecimiento, sumado a nuestro esfuerzo constante por ofrecer mejores servicios, ha permitido que tengamos un año muy positivo en términos económicos para nuestra empresa. Nuestros ingresos aumentaron 2,4 puntos porcentuales con respecto a 2020 (de 26,9 a 29,3). Si analizamos la composición de estos ingresos, en servicios hemos crecido casi un punto porcentual y el mayor crecimiento ha sido en el negocio de venta de terminales, siendo primeros en casi todos los meses del año, en este rubro.

Nuestra meta de crecimiento planteada fue de 24,8 %. Sin embargo, alcanzamos el 24,4 %. Ello se debe principalmente al crecimiento general del mercado, que fue mayor a lo proyectado. El sector donde encontramos mayores oportunidades de crecimiento ha sido el de prepago.

Nuestro crecimiento sostenido se atribuye a varios factores entre los cuales destacan los siguientes: en primer lugar, el valor y reputación de nuestra marca que hace que cada vez más peruanos opten por nuestros servicios. En segundo lugar, la calidad de nuestra red, puesto que ofrece cobertura y estabilidad que son reconocidas por nuestros usuarios. Por ejemplo, en el *ranking* UCLA obtuvimos los primeros puestos en indicadores de velocidad y estabilidad de la red, entre otros. Por otro lado, tenemos un gran servicio de atención postventa, haciendo la experiencia del usuario mucho más satisfactoria. Finalmente, la calidad profesional y la vocación de nuestro equipo de trabajo tanto en el área comercial, como en las demás áreas que se esfuerzan por entregar lo mejor cada día.

En 2021 tuvimos un buen desempeño económico, logrando mantener una tendencia al crecimiento en varios aspectos. Uno de ellos es nuestra participación en el mercado, que aumentó en 2,4 % en venta de equipos y terminales.



La base de usuarios del mercado es de aproximadamente 41 millones de líneas. Con respecto a la cantidad de estas, entre diciembre de 2020 y diciembre de 2021, el porcentaje aumentó de 23,6 % a 23,7 %, logrando mantenernos en el segundo lugar de los operadores en Perú.

Con respecto a la recaudación mensual que experimentamos en el periodo 2021, esta aumentó significativamente con respecto al año anterior, superando en un 29,15 % al promedio de la recaudación mensual en ese año. En los meses de octubre y diciembre se presentaron los valores más altos de recaudación, superando los 323 millones de soles en ambos casos. La tabla 85 presenta los resultados de ambos periodos.

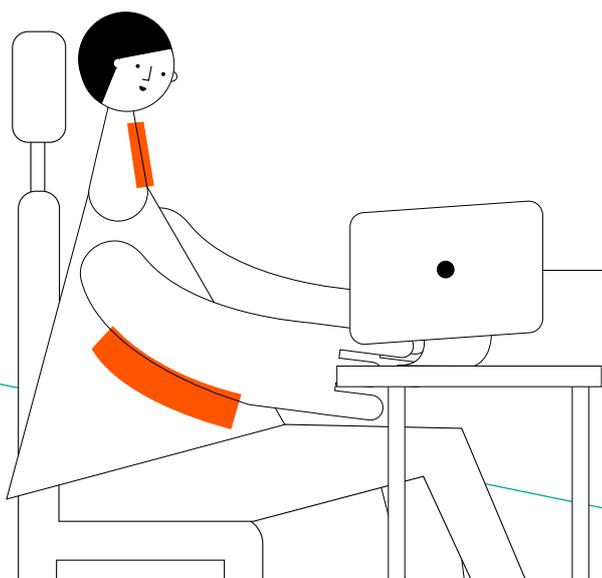
Otro factor que influyó en la recuperación de la recaudación estuvo relacionado a la gestión de cobranza correspondiente a los servicios que durante 2020 no fueron suspendidos debido a la normativa emitida por OSIPTEL. Alrededor de 20 % del mercado personas y 20 % del mercado empresas en la categoría PYME accedieron a beneficios y fraccionamientos en 2020, varios de los cuales tenían como vigencia doce meses de plazo. Por ello, terminaron de pagarse en el mes de julio de 2021.

### Recaudación mensual 2020 vs. 2021

Mes	Monto de recaudación (Millones S/) en 2020	Monto de recaudación (Millones S/) en 2021 <sup>6</sup>
enero	225,52	254,01
febrero	213,33	228,70
marzo	186,02	273,25
abril	167,19	246,24
mayo	166,88	258,32
junio	178,43	255,33
julio	230,21	283,07
agosto	229,14	286,45
setiembre	232,92	293,89
octubre	238,10	338,58
noviembre	237,47	293,82
diciembre	277,25	323,55
<b>Promedio mensual</b>	<b>203,41</b>	<b>277,93</b>

### Venta de equipos

Trimestre	Cantidad	Monto (S/)
IQ 2019	402,606	179 741,625
IIQ 2019	463,763	214 046,841
IIIQ 2019	459,462	219 025,973
IVQ 2019	463,892	261 475,942
IQ 2020	312,135	178 362,645
IIQ 2020	80,494	42 100,119
IIIQ 2020	367,873	218 226,679
IVQ 2020	485,750	320 351,724
IQ 2021	497,524	326 655,321
IIQ 2021	571,149	401 794,202
IIIQ 2021	611,721	419 906,701
IVQ 2021	616,020	467 603,692



## 8.5 Ingresos económicos y distribución

(GRI 201-1)

De acuerdo con los Estándares GRI para la elaboración de informes de sostenibilidad, el valor económico generado (VEG) corresponde al valor total de las ventas directas u otros ingresos de la empresa. El primer indicador, venta directa, considera a los productos o servicios que forman parte del núcleo del negocio y que han sido adquiridos por el grupo de interés clientes. Los otros ingresos de la empresa, que se consideran fuera de la venta directa, pueden estar constituidos por ventas de propiedades, alquiler de inmuebles o equipos, préstamos, ingresos por derechos comerciales o derechos de propiedad intelectual, patentes, entre otros.

El indicador valor económico distribuido (VED) está asociado a los costos operacionales, que abarcan los salarios y los beneficios de los colaboradores, así como pagos realizados a proveedores, pagos de impuestos u obligaciones con las entidades estatales, e inversiones en la comunidad realizadas por la empresa.

En 2021 se presentó una recuperación muy significativa con respecto a las ventas obtenidas en 2020, cuando se inició la pandemia y tuvimos la paralización de actividades comerciales al inicio del periodo. El monto total del VEG superó al obtenido en 2019 en 24 % y en 36,58 % al valor conseguido en 2020. En cuanto al VED, la diferencia con respecto a 2019 y 2020 fue de -18,50 % y 14,84 %. En este campo, el 85,94 % corresponde al pago a proveedores de bienes, servicios e insumos, seguido del pago de salarios y beneficios a los trabajadores, cuyo porcentaje representó el 8,92 % del VED.

Finalmente, el valor económico retenido experimentó un gran crecimiento con respecto a los años anteriores, superando al 2020 en S/ 670 247 803,86 soles.

### Valor económico generado, distribuido y retenido

Años 2019, 2020, 2021

Indicador	S/	S/	S/
	2019	2020	2021
<b>Valor económico generado</b>	<b>3 216 469 849,41</b>	<b>2 920 179 315,15</b>	<b>3 988 317 415,50</b>
Total de ingresos brutos	2 766 580 960,52	2 810 044 487,54	3 931 935 012,93
Total de otros ingresos	449 888 888,89	110 134 827,61	56 382 402,57
<b>Valor económico distribuido</b>	<b>3 776 981 778,27</b>	<b>2 680 497 634,78</b>	<b>3 078 387 931,27</b>
Pago a proveedores de bienes, servicios e insumos	3 335 059 511,61	2 236 438 709,11	2 645 437 730,26
Pagos por alquileres de locales y propiedades inmuebles	38 570 195,65	43 130 814,67	42 260 233,00
Pagos totales por licencias de funcionamiento a municipalidades	569 430,61	196 159,22	401 251,26
Pagos por cursos externos de capacitación	1 395 130,99	484 650,87	1 029 113,56
Pagos de planillas y beneficios de ley	281 451 812,54	278 741 155,28	274 696 596,36
Pagos totales por indemnizaciones a colaboradores	10 153 914,29	11 842 386,23	3 733 536,35
Total pago de impuestos	33 045 580,75	29 050,406	28 450,999
Total pago por uso de bandas (espectro)	73 154 090,48	77 348 776	78 765,075
Total pago de multas	3 377 973,75	3 126 627,25	3 512 871,49
Total pago por donaciones a ONG	204 137,60	137 950,0	100 525,0
<b>Total pago por donaciones a las comunidades por actividades de mediación</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Valor económico retenido</b>	<b>-560 511 928,86</b>	<b>239 681 680,37</b>	<b>909 929 484,23</b>

Por su parte, otro de los indicadores financieros que ha presentado un crecimiento importante con respecto al año anterior ha sido el EBITDA. Este indicador comprende al beneficio que obtiene la empresa antes de realizar la deducción de los intereses, impuestos, depreciaciones y la amortización de las inversiones realizadas. En este periodo, el aumento fue de 34 % con respecto a 2020. Sin embargo, fue 4 % inferior al obtenido en 2019.

El *revenue share* al cierre de 2021 nos ha posicionado en el segundo lugar del mercado. La rentabilidad de nuestra gestión como empresa se consolida con el aumento sostenido de la participación en el mercado. En esta oportunidad, el aumento fue de 2,4 puntos porcentuales.

Con respecto a nuestro patrimonio, este aumentó de manera sostenida desde el año 2017, alcanzando un valor máximo en 2019. En 2020 experimentamos una disminución del 12 % y al cierre de 2021 alcanzamos aproximadamente los 3,39 miles de millones de soles. Un 11 % menor al que teníamos en el año anterior. Esta disminución se debió principalmente a la venta de algunas tiendas propias y antenas.

Con respecto a los ingresos por mercado, el mercado personas es el que mantiene mayor proporción con respecto al mercado empresas. En el último año, la proporción fue de 85,56 % y 14,44 % respectivamente, aumentando ligeramente la diferencia entre ambos con respecto a periodos anteriores.

### EBITDA anual

Año	Millones US\$
2019	179,03
2020	127,86
2021	171,53

### Revenue share anual

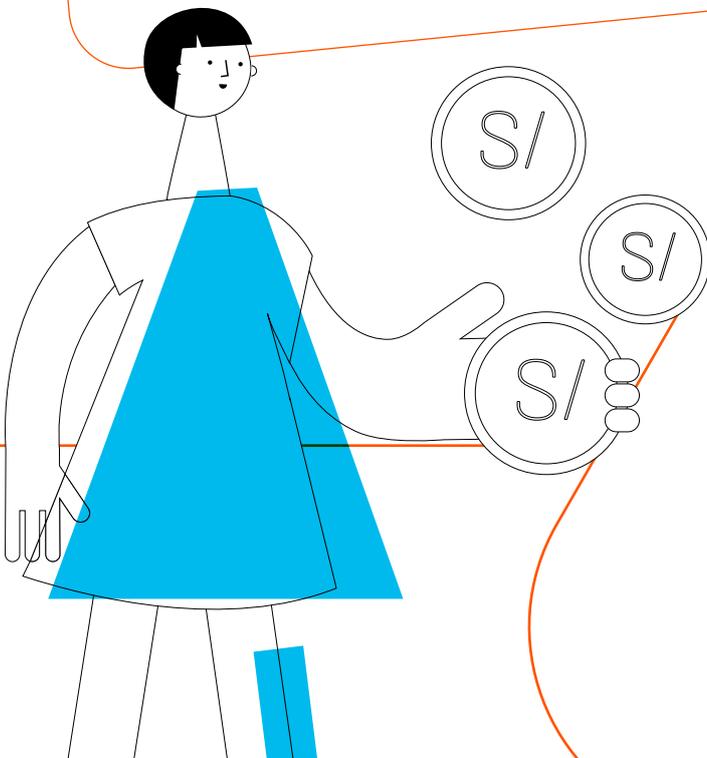
Año	Millones US\$
2019	25,00 %
2020	26,90 %
2021	29,30 %

### Patrimonio

Año	Millones US\$
2017	1 649 057 000,00
2018	1 698 827 312,79
2019	4 319 736 139,67
2020	3 817 271 141,09
2021	3 387 006 311,93

### Ingresos por mercado

Año	Personas (S/)	Empresas (S/)
2017	1 644 063 109,71	636 277 641,74
2018	1 769 734 867,30	627 246 461,64
2019	2 315 176 296,75	482 801 554,19
2020	3 356 177 348,00	566 270 626,00



## 8.6 Gestión con proveedores

(GRI 102-9)

Entel Perú ha tenido especial interés en mantener una buena relación con todos nuestros grupos de interés. Nuestros proveedores son considerados por nosotros como socios estratégicos para la continuidad y crecimiento de nuestro negocio. Se clasifican en función del bien o servicio que nos proveen, siendo los proveedores de servicios los más numerosos en comparación con los primeros. En total tuvimos 870 proveedores, 19 menos que el año anterior.

La siguiente tabla, muestra el monto total de las compras realizadas a nuestros proveedores en los últimos 3 años. Como puede apreciarse, en 2021 esta cifra aumentó considerablemente, un 37 %, debido al crecimiento de nuestras operaciones.

Un proceso muy relevante en nuestra gestión consiste en la homologación de proveedores, que permite validar la capacidad de una organización para prestar un servicio en base al cumplimiento de criterios de calidad, seguridad y salud, entre otros, establecidos previamente. En 2021 ingresaron al proceso 132 proveedores, de los cuales el 90 % logró obtener la homologación, un punto porcentual más que el registrado en el periodo anterior.

### Número de proveedores por tipo y año

AÑO	BIENES	SERVICIOS
2019	265	741
2020	121	778
2021	112	758

### Monto de compras a proveedores por año

AÑO	US\$
2019	697 860 346,00
2020	617 800 748,37
2021	846 349 981,63

### Número de proveedores homologados por año

Año	Nro. empresas que ingresaron al proceso de homologación	Empresas homologadas	Porcentaje
2019	206	144	70 %
2020	161	144	89 %
2021	132	119	90 %



A raíz de la pandemia buscamos desarrollar medidas efectivas para no impactar a las pequeñas y medianas empresas ante la coyuntura. En algunos casos se realizó el adelanto de pagos y se empleó el mecanismo de *factoring*. Durante 2021, hemos gestionado el pago oportuno a nuestros proveedores, garantizando así el respeto a los acuerdos pactados en los contratos.

## 8.7 Gestión de riesgos

(GRI 102-15, 102-29)

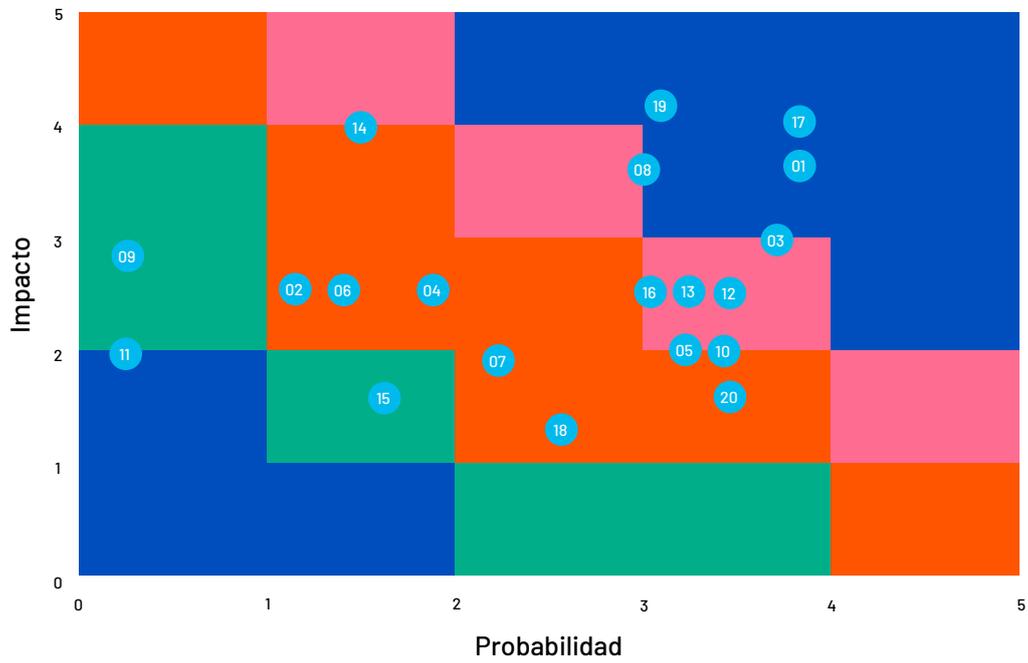
La identificación oportuna de los riesgos estratégicos, tácticos y operativos que pueden afectar el desempeño de una organización es un aspecto sumamente relevante dentro de su gestión. Ello permite desarrollar una estrategia orientada a minimizar los riesgos identificados y de esta manera hacer frente a los desafíos que se presentan de una manera más resiliente.

La gestión de riesgos en Entel Perú implica la realización de un diagnóstico de todos los procesos y operaciones para poder identificar los riesgos que pueden presentarse en cada uno de ellos. Así, también se reconocen aquellas funciones que podrían ser susceptibles de incurrir en algún tipo de incumplimiento y, de esta manera, implementar las medidas de control adecuadas para minimizar los riesgos. Nuestro modelo responde a los requisitos establecidos en la norma internacional ISO 31000: 2018 de gestión del riesgo. Cabe mencionar que para lograr el adecuado funcionamiento y mejora del sistema, es necesario contar con el involucramiento de todos los niveles y funciones de la organización.

### Riesgos empresariales 2020 -2021

1. Afectación de ingresos por cambios económicos y sociales (Recesión económica)
2. Actualización tecnológica y crecimiento digital (TDE)
3. Seguridad de la información (Ciberseguridad)
4. Atracción y retención de talentos de nuevas capacidades tecnológicas y digitales
5. Gestión de Continuidad de Negocios
6. Rentabilización del modelo de negocios (Eficiencia)
7. Competidores nuevos, no tradicionales o más agresivos
8. Incumplimientos regulatorios, éticos y normativos
9. Reputación, marca e imagen corporativa
10. Responsabilidad solidaria y contingencias laborales con terceros
11. Generación de nuevos productos y servicios rentables
12. Financiamiento / Gestión de capital de trabajo
13. Tasa de cambio
14. Adaptación de los negocios ante el entorno digital acelerado
15. Fraude interno y externo
16. Despliegue Modelo de Negocios 5G
17. Convergencia Fijo - Móvil
18. Adherencia del Capital Humano a la cultura corporativa digital
19. Marco regulatorio cambiante
20. Pandemia

## Mapa de riesgos empresariales - Perú 2020 -2021





# índice de contenidos GRI



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.

(GRI 102-55)

Estándar GRI	Contenido	Principio	ODS	Página	Omisión
--------------	-----------	-----------	-----	--------	---------

GRI 101: Fundamentos 2016

## PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN

GRI 102: Contenidos Generales 2016	102 - 1	Nombre de la organización		13	-	
	102 - 2	Actividades, marcas, productos y servicios		ODS 1	13	-
	102 - 3	Ubicación de la sede		13	-	
	102 - 4	Ubicación de las operaciones		13	-	
	102 - 5	Propiedad y forma jurídica		78	-	
	102 - 6	Mercados servidos		ODS 1	13	-
	102 - 7	Tamaño de la organización		13	-	
	102 - 8	Información sobre empleados y otros trabajadores	Principio 6	29	-	
	102 - 9	Cadena de Suministro		87	-	
	102 - 10	Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro		7	-	
	102 - 11	Principio o enfoque de precaución		16	-	
	102 - 12	Iniciativas externas		15	-	
	102 - 13	Afiliación a asociaciones		15	-	

Estándar GRI	Contenido	Principio	ODS	Página	Omisión
--------------	-----------	-----------	-----	--------	---------

GRI 102: Contenidos Generales 2016

## ESTRATEGIA

	102 - 14	Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones		3	-
	102 - 15	Impactos, riesgos y oportunidades principales	Principio 10	88	-

Estándar GRI	Contenido	Principio	ODS	Página	Omisión
--------------	-----------	-----------	-----	--------	---------

GRI 102: Contenidos Generales 2016

### ÉTICA E INTEGRIDAD

102 - 16	Valores, principios, estándares y normas de conducta	Principio 10	ODS 5	14, 15, 30	-
----------	--	--------------	-------	------------	---

Estándar GRI	Contenido	Principio	ODS	Página	Omisión
--------------	-----------	-----------	-----	--------	---------

GRI 102: Contenidos Generales 2016

### GOBERNANZA

102 - 18	Estructura de gobernanza			78	-
102 - 29	Identificación y gestión de impactos económicos, ambientales y sociales	Principio 10		88	-

Estándar GRI	Contenido	Principio	ODS	Página	Omisión
--------------	-----------	-----------	-----	--------	---------

GRI 102: Contenidos Generales 2016

### PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

102 - 40	Lista de grupo de interés			7, 8	-
102 - 41	Acuerdos de negociación colectiva	Principio 3		8	-
102 - 42	Identificación y selección de grupos de interés			7	-
102 - 43	Enfoque para la participación de los grupos de interés			7, 8, 10	-
102 - 44	Temas y preocupaciones clave mencionados	Todos		7, 8, 10	-

Estándar GRI	Contenido	Principio	ODS	Página	Omisión
--------------	-----------	-----------	-----	--------	---------

GRI 102: Contenidos Generales 2016

### PRÁCTICAS PARA LA ELABORACIÓN DE INFORMES

102 - 45	Entidades incluidas en los estados financieros consolidados			83	-
102 - 46	Definición de los contenidos de los informes y las coberturas del tema			10, 11	-
102 - 47	Lista de temas materiales			10, 11	-
102 - 48	Reexpresión del tema de interés			10	-
102 - 49	Cambios en la elaboración de informe			10	-
102 - 50	Período objeto del informe			7	-
102 - 51	Fecha del último informe			7	-
102 - 52	Ciclo de elaboración de informes			7	-
102 - 53	Punto de contacto para preguntas sobre el informe			98	-
102 - 54	Declaración de elaboración del informe de conformidad con los estándares GRI			7	-
102 - 55	Índice de contenidos GRI			90	-
102 - 56	Verificación externa			7	-

Estándar GRI	Contenido	Principio	ODS	Página	Omisión
--------------	-----------	-----------	-----	--------	---------

GRI 103: Enfoque de gestión 2016

### DESEMPEÑO ECONÓMICO

103 - 1	Explicación del tema material y su cobertura	Principio 8 y 9	ODS 8	83 - 86	-
103 - 2	El enfoque de gestión y sus componentes	Principio 8 y 9	ODS 8	83 - 86	-
103 - 3	Evaluación del enfoque de gestión	Principio 8 y 9	ODS 8	83 - 86	-

Estándar GRI	Contenido	Principio	ODS	Página	Omisión
--------------	-----------	-----------	-----	--------	---------

GRI 201: Desempeño económico 2016

### DESEMPEÑO ECONÓMICO

201 - 1	Valor económico directo generado y distribuido	Principio 8 y 9	ODS 8	83	-
---------	--	-----------------	-------	----	---

Estándar GRI	Contenido	Principio	ODS	Página	Omisión
--------------	-----------	-----------	-----	--------	---------

GRI 103: Enfoque de gestión 2016

**IMPACTOS ECONÓMICOS INDIRECTOS**

103 - 1	Explicación del tema material y su cobertura		ODS 4	16 - 26	-
103 - 2	El enfoque de gestión y sus componentes		ODS 4	16 - 26	-
103 - 3	Evaluación del enfoque de gestión		ODS 4	16 - 26	-

Estándar GRI	Contenido	Principio	ODS	Página	Omisión
--------------	-----------	-----------	-----	--------	---------

GRI 203: Impactos económicos indirectos 2016

**IMPACTOS ECONÓMICOS INDIRECTOS**

203 - 02	Impactos económicos indirectos significativos		ODS 4	16	-
----------	---	--	-------	----	---

Estándar GRI	Contenido	Principio	ODS	Página	Omisión
--------------	-----------	-----------	-----	--------	---------

GRI 103: Enfoque de gestión 2016

**ENERGÍA**

103 - 1	Explicación del tema material y su cobertura	Principios 7, 8, 9	ODS 13	27 - 28	-
103 - 2	El enfoque de gestión y sus componentes	Principios 7, 8, 9	ODS 13	27 - 28	-
103 - 3	Evaluación del enfoque de gestión	Principios 7, 8, 9	ODS 13	27 - 28	-

Estándar GRI	Contenido	Principio	ODS	Página	Omisión
--------------	-----------	-----------	-----	--------	---------

GRI 302: Energía 2016

**ENERGÍA**

302 - 1	Consumo de energía	Principios 7, 8, 9	ODS 13	27	-
---------	--------------------	--------------------	--------	----	---

Estándar GRI	Contenido	Principio	ODS	Página	Omisión
--------------	-----------	-----------	-----	--------	---------

GRI 103: Enfoque de gestión 2016

### AGUA Y EFLUENTES

103 - 1	Explicación del tema material y su cobertura			27 - 28	-
103 - 2	El enfoque de gestión y sus componentes			27 - 28	-
103 - 3	Evaluación del enfoque de gestión			27 - 28	-

Estándar GRI	Contenido	Principio	ODS	Página	Omisión
--------------	-----------	-----------	-----	--------	---------

GRI 303: Agua y efluentes 2018

### AGUA Y EFLUENTES

303 - 5	Consumo de agua			27	-
---------	-----------------	--	--	----	---

Estándar GRI	Contenido	Principio	ODS	Página	Omisión
--------------	-----------	-----------	-----	--------	---------

GRI 103: Enfoque de gestión 2016

### EMISIONES

103 - 1	Explicación del tema material y su cobertura	Principios 7, 8, 9	ODS 13	27 - 28	-
103 - 2	El enfoque de gestión y sus componentes	Principios 7, 8, 9	ODS 13	27 - 28	-
103 - 3	Evaluación del enfoque de gestión	Principios 7, 8, 9	ODS 13	27 - 28	-

Estándar GRI	Contenido	Principio	ODS	Página	Omisión
--------------	-----------	-----------	-----	--------	---------

GRI 305: Emisiones 2016

### EMISIONES

305 - 1	Emisiones directas de GEI (Alcance 1)	Principios 7, 8, 9	ODS 13	27	-
305 - 2	Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	Principios 7, 8, 9	ODS 13	27	-
305 - 3	Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	Principios 7, 8, 9	ODS 13	27	-

Estándar GRI	Contenido	Principio	ODS	Página	Omisión
--------------	-----------	-----------	-----	--------	---------

GRI 103: Enfoque de gestión 2016

### SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO

103 - 1	Explicación del tema material y su cobertura		ODS 8	36 - 39	-
103 - 2	El enfoque de gestión y sus componentes		ODS 8	36 - 39	-
103 - 3	Evaluación del enfoque de gestión		ODS 8	36 - 39	-

Estándar GRI	Contenido	Principio	ODS	Página	Omisión
--------------	-----------	-----------	-----	--------	---------

GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo 2018

### SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO

403 - 1	Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo		ODS 8	36	-
403 - 2	Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes		ODS 8	36	-
403 - 5	Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo contenido.		ODS 8	36	-
403 - 7	Prevención y mitigación de los impactos en la salud y la seguridad de los trabajadores directamente vinculados mediante relaciones comerciales		ODS 8	36	-
403 - 9	Accidentes ocupacionales		ODS 8	36	-

Estándar GRI	Contenido	Principio	ODS	Página	Omisión
--------------	-----------	-----------	-----	--------	---------

GRI 103: Enfoque de gestión 2016

### FORMACIÓN Y ENSEÑANZA

103 - 1	Explicación del tema material y su cobertura	Principio 6	ODS 4	51	-
103 - 2	El enfoque de gestión y sus componentes	Principio 6	ODS 4	51	-
103 - 3	Evaluación del enfoque de gestión	Principio 6	ODS 4	51	-

Estándar GRI	Contenido	Principio	ODS	Página	Omisión
--------------	-----------	-----------	-----	--------	---------

GRI 404: Formación y enseñanza 2016

### FORMACIÓN Y ENSEÑANZA

404 - 3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	Principio 6	ODS 4	51	-
---------	--	-------------	-------	----	---

Estándar GRI	Contenido	Principio	ODS	Página	Omisión
--------------	-----------	-----------	-----	--------	---------

GRI 103: Enfoque de gestión 2016

#### DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

103 -1	Explicación del tema material y su cobertura			31 - 35	-
103 -2	El enfoque de gestión y sus componentes			31 - 35	-
103 -3	Evaluación del enfoque de gestión			31 - 35	-

Estándar GRI	Contenido	Principio	ODS	Página	Omisión
--------------	-----------	-----------	-----	--------	---------

GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades 2016

#### DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

405 -1	Diversidad de órganos de gobierno			31	-
--------	-----------------------------------	--	--	----	---

Estándar GRI	Contenido	Principio	ODS	Página	Omisión
--------------	-----------	-----------	-----	--------	---------

GRI 103: Enfoque de gestión 2016

#### COMUNIDADES LOCALES

103 -1	Explicación del tema material y su cobertura	Principio 1 y 2	ODS 4, 10 y 12	16 - 26	-
103 -2	El enfoque de gestión y sus componentes	Principio 1 y 2	ODS 4, 10 y 12	16 - 26	-
103 -3	Evaluación del enfoque de gestión	Principio 1 y 2	ODS 4, 10 y 12	16 - 26	-

Estándar GRI	Contenido	Principio	ODS	Página	Omisión
--------------	-----------	-----------	-----	--------	---------

GRI 413: Comunidades locales 2016

#### COMUNIDADES LOCALES

413 -1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	Principio 1 y 2	ODS 4, 10 y 12	16	-
--------	---	-----------------	----------------	----	---

Estándar GRI	Contenido	Principio	ODS	Página	Omisión
--------------	-----------	-----------	-----	--------	---------

GRI 103: Enfoque de gestión 2016

### SALUD Y SEGURIDAD DE LOS CLIENTES

103-1	Explicación del tema material y su cobertura			81 - 82	-
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes			81 - 82	-
103-3	Evaluación del enfoque de gestión			81- 82	-

Estándar GRI	Contenido	Principio	ODS	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 productos o servicios.			81	-
--------	--	--	--	----	---

Estándar GRI	Contenido	Principio	ODS	Página	Omisión
--------------	-----------	-----------	-----	--------	---------

GRI 103: Enfoque de gestión 2016

### CUMPLIMIENTO SOCIO ECONÓMICO

103-1	Explicación del tema material y su cobertura			81 - 82	-
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes			81 - 82	-
103-3	Evaluación del enfoque de gestión			81 - 82	-

Estándar GRI	Contenido	Principio	ODS	Página	Omisión
--------------	-----------	-----------	-----	--------	---------

GRI 419: Cumplimiento socioeconómico 2016

### CUMPLIMIENTO SOCIOECONÓMICO

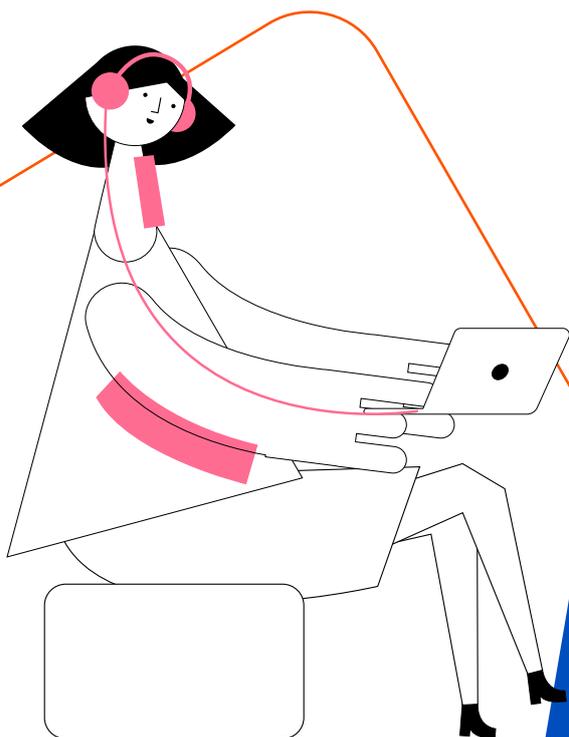
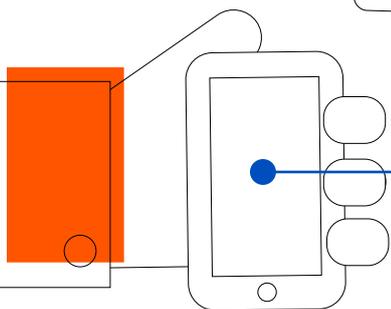
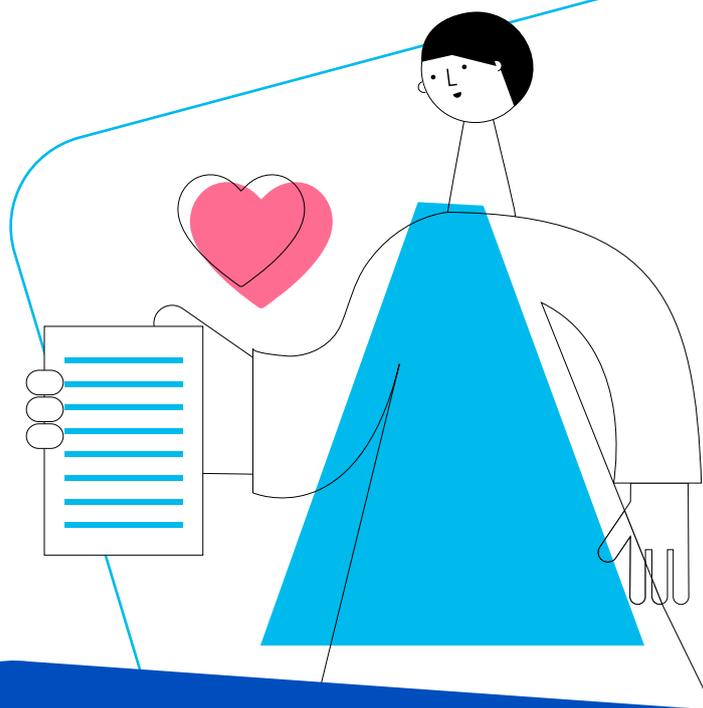
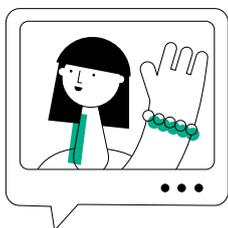
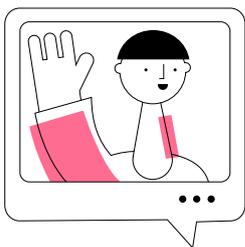
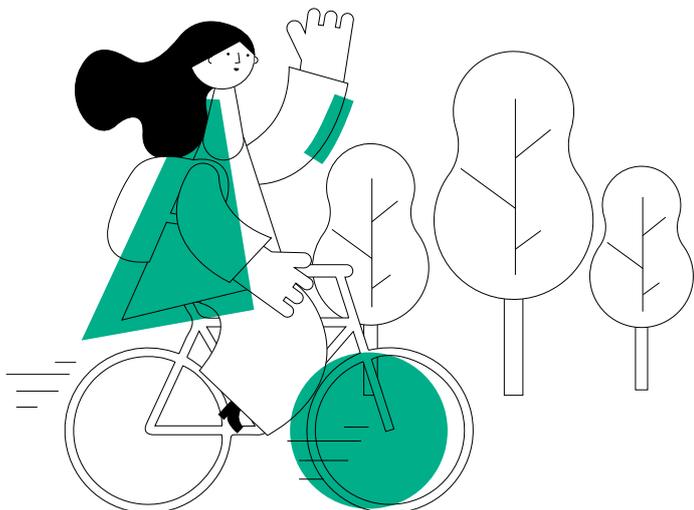
419 -1	Incumplimiento de las leyes y normativas en los ámbitos social y económico			81	-
--------	--	--	--	----	---

### CONTENIDOS PROPIOS

Estándar GRI	Contenido	Principio	ODS	Página	Omisión
--------------	-----------	-----------	-----	--------	---------

Temas materiales propios de Entel Perú

	Entel 1 Calidad del empleo	Principio 4, 5 y 8	ODS 4, 5 y 6	29 - 35, 40 - 50	-
	Entel 2 Calidad del servicio			62 - 66, 67, 70, 74	-
	Entel 3 Gestión con los medios de comunicación			24	-
	Entel 4 Satisfacción de nuestros clientes			70 - 73	-



(GRI 102-53)

Invitamos a nuestros grupos de interés a compartir sus opiniones, consultas y/o sugerencias referentes a nuestro "Reporte de Sostenibilidad 2021" a:

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

**Correo:** sostenibilidad@entel.pe

Para revisar las últimas noticias sobre Entel Perú, puede visitar el siguiente enlace: **[www.entel.pe](http://www.entel.pe)**

Con la asesoría de CTC Consultores: informes@ctc.la

**Elaboración de contenidos GRI:** Ricardo Cuba y Lourdes Cárdenas - CTC Consultores

**Revisión:** María Claudia Tang - Entel Perú

**Aprobación:** Rosa Bonilla - Entel Perú

**Diseño e ilustración:** Motoneta

**Fotografía:** El Grito Producciones

**Corrección y edición de texto:** Leonardo Lay