

**MEMORIA 2016**

REPORTE DE SUSTENTABILIDAD

**e) entel**



# Contenido

## Carta del Gerente General

|    |                           |
|----|---------------------------|
| 02 | Carta del Gerente General |
|----|---------------------------|

## Nuestra Visión de Sustentabilidad

|    |                                   |
|----|-----------------------------------|
| 06 | Nuestra Visión de Sustentabilidad |
| 06 | Política de Sustentabilidad       |
| 09 | Nuestros Grupos de Interés        |
| 16 | Asociaciones y Membresías         |
| 17 | Alcance del Reporte               |

## 01

### Somos Entel

|    |                                              |
|----|----------------------------------------------|
| 23 | Estructura de Propiedad                      |
| 24 | Estrategia de Negocio                        |
| 30 | Cadena de Valor Entel                        |
| 32 | Innovación y Transformación hacia lo Digital |
| 34 | Hitos 2016                                   |

## 02

### Desempeño Económico

|    |                                        |
|----|----------------------------------------|
| 37 | Valor Económico Generado y Distribuido |
| 39 | Distribución de Valor                  |

## 03

### Gobierno Corporativo

|    |                                                   |
|----|---------------------------------------------------|
| 41 | Estructura y Gestión del Directorio               |
| 42 | Código de Ética                                   |
| 44 | Fomento a una Cultura en Gestión de Riesgos       |
| 47 | Seguridad de la Información y Protección de Datos |

## 04

### Entel Centrado en el Cliente

|    |                                    |
|----|------------------------------------|
| 51 | Relación de Entel con sus Clientes |
| 53 | Infraestructura                    |
| 57 | Mercado de Personas                |
| 61 | Mercado de Empresas                |
| 63 | Mercado de Corporaciones           |
| 65 | Mercado Mayorista                  |
| 65 | Estrategia y Presencia Online      |

## 05

### Colaboradores

|    |                                     |
|----|-------------------------------------|
| 67 | Hitos Destacados 2016               |
| 68 | Nuestro Enfoque                     |
| 69 | Nuevo Modelo de Gestión de Personas |
| 70 | Indicadores de Empleo y Diversidad  |
| 72 | Desarrollo de Capital Humano        |
| 75 | Clima Laboral                       |
| 76 | Rotación de personas                |
| 77 | Salud y Seguridad Ocupacional       |
| 79 | Relaciones Laborales                |

## 06

### Proveedores y Contratistas

|    |                                             |
|----|---------------------------------------------|
| 81 | Contratistas y Proveedores                  |
| 87 | Capacitaciones a Contratistas y Proveedores |

## 07

### Comunidades e Inversión Social

|     |                                                                             |
|-----|-----------------------------------------------------------------------------|
| 89  | Entel y su Relación con el Entorno Social                                   |
| 90  | Iniciativas de Relacionamento Comunitario                                   |
| 92  | Líneas de Acción en Inversión Comunitaria                                   |
| 93  | Disminuyendo la Brecha Digital a través de la Inclusión e Innovación Social |
| 98  | Fomentando el Desarrollo Social                                             |
| 102 | Conectando a todos mediante el Deporte y Cultura                            |

## 08

### Medioambiente

|     |                                      |
|-----|--------------------------------------|
| 103 | Gestión de Impactos Medioambientales |
| 104 | Respeto por el Entorno               |
| 105 | Cambio Climático                     |
| 110 | Gestión de Residuos                  |

### Indice GRI/Pacto Global

|     |                                             |
|-----|---------------------------------------------|
| 116 | GRI y Comunicación de Progreso Pacto Global |
|-----|---------------------------------------------|

e)

# Carta del Gerente General

G4-1

---

Los invito a leer nuestro séptimo Reporte de Sustentabilidad, el segundo en base anual, documento en el que damos cuenta del desempeño de Entel durante 2016.

---

## Estimados:

**P**ara todos quienes somos y hemos sido parte de Entel, una gestión sustentable forma parte integral de los valores y principios que guían nuestro actuar en el negocio, además de la misión permanente de aportar de manera responsable a la transformación social.

Para ello, mantenemos una relación permanente con todos los actores de nuestro entorno social, buscando fortalecer los vínculos y contribuir al desarrollo económico, social y medioambiental de los países en que operamos, Chile y Perú.

El primer elemento de nuestra visión de sustentabilidad es con nuestros propios colaboradores. Su desarrollo es primordial para el éxito de la gestión. Es por esto, que durante 2016, continuamos con nuestros esfuerzos de

capacitación, promoción interna, y desarrollo de carreras específicas, focalizadas en temas técnicos y de proyectos, para ir elaborando planes de desarrollo profesional acorde a sus habilidades y perfiles, y de esa manera, prepararnos para los desafíos y nuevos cambios que constantemente debemos enfrentar.

En miras a seguir impulsando el desarrollo profesional equitativo, este año, comenzamos la elaboración formal de la Política de Diversidad e Inclusión, recogiendo las opiniones de todos nuestros colaboradores como también de actores externos en relación a esta materia.

Es de destacar que en Entel, procuramos que nuestros colaboradores tengan opciones de





colaboración más allá de su trabajo diario. Es por esto que desde hace más de 10 años ha sido un compromiso de Entel enriquecer las opciones para el Voluntariado Corporativo, por lo que estamos siempre buscando posibilidades que les permitan fortalecer el vínculo con las comunidades y el desarrollo de iniciativas sociales. Este 2016 la diversidad e inclusión fue una de las temáticas relevantes del voluntariado.

Por otra parte, la conectividad y la “buena conectividad”, aquella que mejora la calidad de vida de las personas, son pilares centrales en nuestra visión y misión de un negocio sustentable. Este año, seguimos avanzando en la conectividad del país a través del proyecto “Conectando Chile” finalizando su segunda fase correspondiente al despliegue

de la Banda 700 MHz, la cual se complementa a la red 2.600 MHz. Este proyecto ha permitido conectar a miles de personas a lo largo del país, provenientes de 708 localidades aisladas.

La masificación de los servicios de telecomunicaciones y la inclusión digital son pilares del desarrollo social, es por esto que hemos realizado distintas iniciativas en esta línea, dentro de ellas, destacamos la capacitamos a más de 1000 dirigentes sociales en tecnología, buscando eficientar su rol social. También la capacitación junto al Servicio Nacional de la Mujer a más de 100 mujeres emprendedoras de la Región Metropolitana, en tecnologías de información, para que puedan vender y mejorar sus emprendimiento, apoyando su inserción en el mercado.







Otro ámbito es el de nuestros clientes en general, en que la inclusión también estuvo presente. Recogiendo la necesidad que las personas con discapacidad auditiva tienen en el uso de nuestros servicios, Entel firmó un acuerdo con la Asociación de Sordos de Chile (ASOCH) y comenzó a capacitar a nuestros colaboradores en lengua de señas para entregar un servicio de atención y de oferta personalizada a nuestros clientes que poseen este tipo de discapacidad.

Por otra parte, se continuó fomentando la lectura a través de dispositivos digitales en el idioma español y en la lengua de nuestros pueblos originarios, a través del proyecto "Yo Leo" en la región de La Araucanía y este año en Isla de Pascua fomentando la cultura y lengua Rapa Nui. En esta misma línea, avanzamos en la disminución de brechas en el acceso a la lectura en los vecinos de la comuna de Independencia, inaugurando este año la primera Biblioteca Física Digital, pionera de su tipo en América Latina.

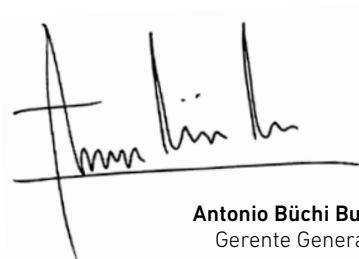
En materia medioambiental, tenemos la convicción del cuidado y responsabilidad sobre nuestro entorno, es por esto, que quiero destacar que este año para fortalecer el reciclaje de residuos electrónicos, realizamos alianzas con instituciones, empresas y fundaciones que nos permitieron reciclar más de 350 toneladas de residuos, a través del reciclaje de teléfonos y elementos de red.

Por último, este 2016, Entel se convirtió en la primera empresa de telecomunicaciones chilena

en ingresar al Dow Jones Sustainability Index Chile (DJSI), y una de las 18 compañías de esta industria a nivel mundial en estar presente en alguno de los índices Dow Jones. Para nuestra compañía, este es un camino sin retorno y continuaremos trabajando rigurosamente para que en paralelo a mejorar nuestra gestión en temas económicos, sociales y medioambientales seamos parte de los índices de sustentabilidad más reputados a nivel mundial.

Los invito a conocer el séptimo Reporte de Sustentabilidad de Entel. Este es el segundo año que reportamos de manera anual. En él encontrarán el resultado de nuestro desempeño económico, social y ambiental, su impacto, y el compromiso de todos quienes somos parte de Entel, de abrir paso a la conectividad, aportar a la transformación social y mejorar calidad de vida de las personas.

Reciba un cordial saludo,



**Antonio Büchi Buc**  
Gerente General

# Nuestra visión sobre Sustentabilidad

G4-56

---

El objetivo de la Política de Sustentabilidad de Entel es atender, comprender y compatibilizar nuestro que hacer con las expectativas e intereses legítimos de los diversos grupos de interés que se relacionan con la empresa, de manera de contribuir al desarrollo tecnológico, social, económico y medioambiental de Chile y Perú.

---

La sustentabilidad es parte fundamental del quehacer de la compañía y está claramente reflejada en los pilares de su misión y visión. A través de ellos se busca dar acceso a las telecomunicaciones, erradicar la brecha digital y ser un aporte constante para mejorar la calidad de vida de las personas. Estos fines han posicionado a Entel como empresa líder en la industria, con una visión de futuro sostenida en el tiempo.

## Política de Sustentabilidad

Entel es una compañía de telecomunicaciones que busca aportar al desarrollo y bienestar social, tanto en Chile como en Perú y está fuertemente comprometida con la construcción de una sociedad más integral, armónica e inclusiva.

Los ejes sobre los cuales se enfoca la gestión de sustentabilidad son:

- > Integrar la sustentabilidad como parte esencial de las operaciones.
- > Contribuir al bienestar de la sociedad a través de la masificación de la conectividad y sus servicios.
- > Gestionar políticas que mejoran las condiciones sociales y económicas de las diversas comunidades con las que Entel se vincula.
- > Ejecutar iniciativas que creen valor compartido entre grupos de interés y la compañía.
- > Promover la innovación y el emprendimiento social.



8.653

COLABORADORES



40%

MUJERES  
En la dotación



11.669

CONTRATISTAS



MÁS DE

350

TONELADAS

de reciclaje en residuos electrónicos  
(teléfonos, elementos de Red y  
contenedores de Chile)



199.953

HORAS/HOMBRE DE CAPACITACIÓN



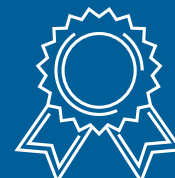
57%

PROVEEDORES PYME



1ra Empresa

de telecomunicaciones chilena en  
ingresar en el Dow Jones Sustainability  
Index Chile (DJSI Chile).



14 años

consecutivos obteniendo el primer  
lugar en el Premio Nacional de  
Satisfacción de Clientes ProCalidad en  
la categoría de Telefonía Móvil.

#### CIFRAS ECONÓMICAS

MÁS DE

555

MILLONES

de valor distribuido en los  
grupos de interés 2016.

#### INCLUSIÓN DIGITAL

95%

DEL DESPLIEGUE DE RED

se realizó en zonas  
aisladas de Chile.

#### COMUNIDAD

MÁS DE

1000

DIRIGENTES SOCIALES

participaron en Talleres  
de capacitación de Entel.

#### MUJERES ON

78%

PARTICIPANTES

utiliza Internet como  
canal de venta.

MÁS DE

89%

EMPRESAS CONTRATISTAS

que instalan infraestructura  
de telecomunicaciones  
están capacitadas en  
relacionamiento comunitario.

#### CURSOS CLIC

18.188

INSCRITOS

emprendedores  
capacitados en acceso a  
la tecnología.

#### CHILENOS CONECTADOS

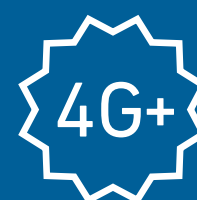
730

LOCALIDADES



130 mil

CHILENOS CONECTADOS



ENTEL LANZA +4G  
SIENDO

El operador  
con la red más  
moderna de  
américa latina.

### Compromiso de Entel con los 10 Principios del Pacto Global de las Naciones Unidas

Un principio esencial de Entel, es apoyar, respetar y proteger los derechos fundamentales de todas las personas, lo que está claramente establecido en el Código de Ética<sup>1</sup> de la compañía. Su compromiso con este principio, se ve reflejado en su activa participación en la Red de Pacto Global Chile de las Naciones Unidas.

El Pacto Global de las Naciones Unidas tiene el objetivo de construir un mercado global más inclusivo y equitativo, a través del cumplimiento de 10 Principios fundamentales, agrupados en cuatro categorías generales: Derechos

Humanos, Normas Laborales, Medioambiente y Anticorrupción.

Entel, es miembro de la Red Pacto Global Chile de las Naciones Unidas desde el 2008, comprometiéndose y adhiriendo a este acuerdo global junto con otras empresas. Asimismo, forma parte del Directorio del Comité Ejecutivo de Chile, a través de la participación del Gerente de Regulación y Asuntos Corporativos. Este Comité sesiona una vez al mes. Durante 2016, se registró la asistencia de las empresas que lo integran, Entel participó activamente en cada una de las sesiones.

Además, participó y colaboró en distintas iniciativas del Pacto Global Chile:

### Iniciativas Pacto Global Chile

#### Participación en el "Sistema de Integración de los Principios de Pacto Global" (SIPP)

- > Se analizó el desempeño de empresas participantes en el Pacto Global respecto a la integración de los 10 Principios en sus estrategias.
- > La práctica de Entel "Soporte a la Gestión de Riesgos", fue identificada como una de las cinco mejores en el ámbito de Anticorrupción.

#### Participación activa en grupos de trabajo

- Participación activa en 16 reuniones, en distintos grupos de trabajo:
- > Medioambiente: Se abordó el Cambio Climático, específicamente la Huella Hídrica y la Huella de Carbono.
  - > Relaciones Laborales: Se trabajó y analizó la Equidad de Género y la implementación de los Principios para el empoderamiento de las mujeres.
  - > Transparencia: Se abarcó la Inversión Responsable, especialmente la incorporación de factores ambientales, sociales y de gobierno en los criterios de inversión.

#### Participación en Encuentros Temáticos

- Participación en distintos Encuentros Temáticos (seminarios), relacionados a 4 Principios:
- > Derechos Humanos: "Productividad y Equidad de género"
  - > Relaciones Laborales: "Más allá de la reforma laboral"
  - > Medioambiente: "Cambio climático: ¿cómo afecta al país y a la empresa?"
  - > Anticorrupción: "Transparencia, materia pendiente en Chile"

<sup>1</sup>Para mayor información sobre las políticas de las Empresas Entel, revisar Código de Ética de Entel [<http://www.entel.cl/corporativo/pdf/codigo-etica.pdf>]



G4-24  
G4-25  
G4-26  
G4-27  
G4-47  
G4-48  
G4-49

## Nuestros Grupos de Interés

Como parte de la Gerencia de Regulación y Asuntos Corporativos, la Dirección de Sustentabilidad y Comunidades está a cargo de velar por la implementación y cumplimiento de los objetivos de la Política de Sustentabilidad de Entel y de mantener la relación con los grupos de interés, revisando y mejorando continuamente la identificación de estos grupos y, generando instancias permanentes de diálogo y comunicación.

Conocer los temas prioritarios para los grupos de interés y el impacto de Entel en cada uno de ellos, permite fortalecer los vínculos y agregar valor a la gestión del negocio.

Los principales grupos de interés de la compañía son: las diversas comunidades con las que se relaciona, clientes y usuarios, colaboradores, proveedores y distribuidores, accionistas e inversionistas, los medios de comunicación, el Estado (autoridades y entes reguladores) y la sociedad civil.

La Gerencia de Regulación y Asuntos Corporativos reporta al Directorio anualmente, debiendo informar sobre el avance de la compañía en materias de sustentabilidad y su relación con los grupos de interés.

Además, para llevar una coordinación y comunicación transversal y permanente sobre la gestión de sustentabilidad, se realizan reuniones periódicas dentro de la Gerencia y con otras áreas de la compañía:

- > Reuniones internas de la Gerencia de Regulación y Asuntos Corporativos:
  - Mensualmente se realizan reuniones con el staff de Regulación y Asuntos Corporativos, que incluye a las áreas de Regulación, Asuntos Públicos, Comunicaciones Corporativas, Estudios Regulatorios y Sustentabilidad.
  - Semanalmente se realizan reuniones de coordinación con las áreas de Asuntos Públicos, Comunicaciones Corporativas y Sustentabilidad.
- > Reuniones internas con otras áreas:
  - Coordinación bimestral entre el área de Marketing de los Mercados de Entel (Personas, Empresas y Corporaciones), Comunicaciones Corporativas, Comunicaciones Internas, Asuntos Públicos y Sustentabilidad.
  - Coordinación quincenal entre el área de Innovación y Sustentabilidad.
  - Coordinación quincenal entre el área de Comunicaciones Internas y Sustentabilidad.
  - Reuniones mensuales de coordinación con el área de Infraestructura.
  - Reuniones bimestrales de coordinación con el área de Logística.







Durante el 2016, la Dirección de Sustentabilidad y Comunidades de Entel focalizó sus esfuerzos en:

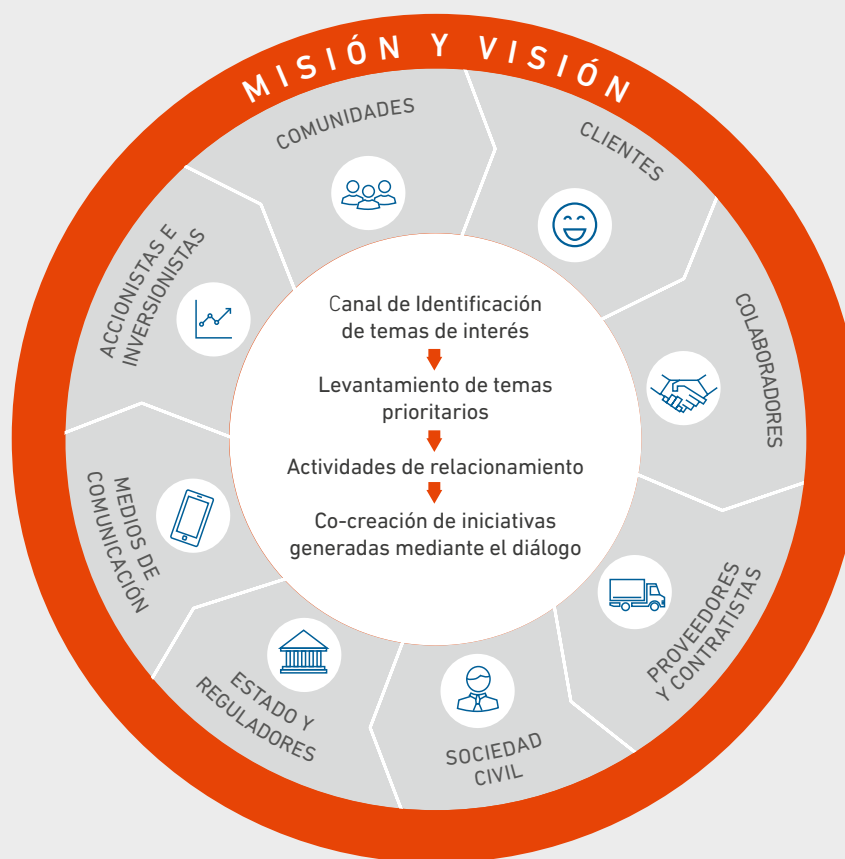
- > Disminuir la brecha digital y facilitar el acceso a las tecnologías.
- > Establecer vínculos con las comunidades, quienes forman parte del entorno en el cual Entel desarrolla su negocio y despliega la infraestructura que soporta el servicio.
- > Fortalecer vínculos con organizaciones sociales, con las cuales la compañía se relaciona.
- > Potenciar la relación de los colaboradores de Entel en temas de sustentabilidad. Ellos son los embajadores y representantes de la compañía, a través de los programas de voluntariado corporativo, generando una mayor relación y cercanía con la comunidad y, a la vez, un sentido de pertenencia de los trabajadores con el rol social que tiene la compañía.

### Relacionamiento con los grupos de interés

Para Entel, es importante mantener una permanente relación con los diferentes grupos de interés y generar mecanismos de comunicación recíproca y eficiente con ellos. Esto posibilita conocer las diferentes inquietudes y preocupaciones que ellos tienen respecto de la gestión de la compañía en temas económicos, sociales y medioambientales, otorgando la posibilidad a la compañía de comunicar de manera eficiente y efectiva la gestión en esos temas.

Con el objetivo de escuchar y abordar las diferentes preocupaciones, Entel ha establecido un mecanismo formal de relación con cada uno de ellos, el que determina el objetivo y frecuencia del vínculo, además de una metodología que permite conocer sus inquietudes, preocupaciones y seguimiento a las iniciativas surgidas de las actividades conjuntas.

### Modelo de relacionamiento con los grupos de interés











Ruby Huenchuñir, Dirigente Vecinal Localidad Contreras.  
Comuna de Traiguén, Región de la Araucanía.  
Proyecto Conectando Chile.

Aplicación del Modelo de Relacionamiento de Grupos de Interés en 2016



Canal de Identificación de temas de interés



Levantamiento de temas prioritarios



Actividades de relacionamiento



Co-creación de iniciativas generadas mediante el diálogo

| Comunidades                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"><li>› Relación en terreno y a través de la autoridad.</li><li>› Monitoreo de oportunidades de relacionamiento con comunidades.</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>› Radiación electromagnética, provocada por el levantamiento de infraestructura de telecomunicaciones.</li><li>› Reciclaje de desechos electrónicos</li><li>› Derechos de los consumidores.</li><li>› Inclusión digital.</li><li>› Reciclaje de residuos electrónicos.</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>› Reuniones en terreno.</li><li>› Mesas de diálogo.</li></ul>                                                                                                                           | <ul style="list-style-type: none"><li>› Programa Uniendo Personas.</li><li>› Mujeres On.</li><li>› Acuerdo con la Asociación de Sordos de Chile (ASOCH) para la atención en tienda y servicios.</li><li>› Inauguraciones de localidades del proyecto Conectando Chile.</li><li>› Voluntariado Corporativo.</li><li>› Taller de Dirigentes Sociales.</li><li>› Biblioteca Pública Digital Independencia.</li><li>› Yo leo.</li><li>› Reciclaje de celulares y accesorios.</li></ul> |
| Clientes                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <ul style="list-style-type: none"><li>› Encuesta de Satisfacción de Clientes.</li><li>› Canales de denuncia.</li><li>› Estudios de mercado.</li></ul>                      | <ul style="list-style-type: none"><li>› Calidad del Servicio.</li><li>› Postventa.</li><li>› Precios.</li><li>› Transparencia.</li><li>› Soporte Técnico.</li><li>› Cobertura.</li><li>› Responsabilidad con el entorno.</li></ul>                                                                                     | <ul style="list-style-type: none"><li>› Eventos de Fidelización.</li><li>› Lanzamientos.</li><li>› Análisis del viaje del cliente.</li></ul>                                                                                  | <ul style="list-style-type: none"><li>› Proyecto Transformación Digital de Entel (TDE).</li><li>› Lanzamiento de nuevos planes.</li><li>› Lanzamiento 4G+</li><li>› Lanzamiento segunda fase de programa Conectando Chile.</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                               |
| Colaboradores                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <ul style="list-style-type: none"><li>› Encuesta "Great Place to Work".</li><li>› Relaciones con Sindicatos.</li></ul>                                                     | <ul style="list-style-type: none"><li>› Conciliación vida/trabajo.</li><li>› Desarrollo profesional.</li><li>› Salud y seguridad ocupacional.</li><li>› Beneficios</li><li>› Clima organizacional.</li><li>› Diversidad e Inclusión.</li></ul>                                                                         | <ul style="list-style-type: none"><li>› Comunicaciones internas</li><li>› Evaluación de desempeño.</li><li>› Reuniones periódicas de los jefes de áreas con el Gerente General.</li><li>› Negociaciones colectivas.</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>› Diseño de Política Diversidad e Inclusión.</li><li>› Contratos colectivos.</li><li>› Voluntariado Corporativo.</li><li>› Beneficios para colaboradores con medidas anti estrés, integración familiar, programas de salud, centros deportivos, etc.</li></ul>                                                                                                                                                                               |
| Proveedores y Contratistas                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <ul style="list-style-type: none"><li>› Evaluación de proveedores.</li></ul>                                                                                               | <ul style="list-style-type: none"><li>› Información clara para ser acreditados.</li></ul>                                                                                                                                                                                                                              | <ul style="list-style-type: none"><li>› Levantamiento de la información para realizar mejoras en los procesos.</li><li>› Permanente relación para que entienda mejor su rol en el negocio y nuestras necesidades.</li></ul>   | <ul style="list-style-type: none"><li>› Cursos de capacitación en temas de Salud y Seguridad Ocupacional.</li><li>› Cursos de capacitación en relacionamiento comunitario</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                |



Canal de Identificación de temas de interés



Levantamiento de temas prioritarios



Actividades de relacionamiento



Co-creación de iniciativas generadas mediante el diálogo

### Accionistas e Inversionistas

› Conferencias del Sector Financiero, tanto locales como internacionales.

› Avance en los planes de expansión en Perú.  
› Ámbitos competitivos en Chile y nuevos desarrollos regulatorios, riesgos del negocio y Gobierno Corporativo

› Investor Day, que permite acceso directo al Management.  
› Reuniones individuales con inversionistas.  
› Reuniones trimestrales con inversionistas locales para revisar resultados.

› Plan de seguimiento con inversionistas.

### Medios de Comunicación

› Gestión y análisis de la industria.  
› Reuniones de relacionamiento con periodistas.  
› Solicitudes de preguntas para notas de prensa.

› Tener material informativo de alto valor periodístico para su gestión.

› Gestión y coordinación del Premio de Periodismo Sustentable (PESU).  
› Realización de encuentro anual de periodistas.

› Capacitaciones en temas de telecomunicaciones a periodistas nuevos.  
› Iniciativa Conéctate con la Sustentabilidad, donde se muestran actividades en materia sustentable.

### Estado

#### Autoridades:

› Apertura de canales de comunicación con las autoridades públicas, que buscan aportar a la gestión del negocio.  
› Respuesta a requerimientos de información sobre distintos proyectos e iniciativas.

#### Reguladores:

› Reuniones de trabajo con la autoridad sobre las preocupaciones y focos del Gobierno respecto de la administración.

#### Autoridades:

› Importancia del crecimiento de las telecomunicaciones para el desarrollo social y económico del país.  
› Despliegue de infraestructura en las comunas y territorios.

#### Reguladores:

› Mayor información y transparencia a los usuarios de los servicios de telecomunicaciones sobre el despliegue de infraestructura.

#### Autoridades:

› Invitación a las autoridades a participar de todas las inauguraciones del Proyecto "Conectando Chile".

#### Reguladores:

› Reuniones de trabajos formales que permitieron levantar una agenda sobre temas que interesaban a la autoridad y a Entel.  
› Seminarios, almuerzos o instancias de conversación con la industria y solicitudes de reuniones respecto a temas que preocupan a Entel para el desarrollo de servicios de telecomunicaciones.

#### Autoridades:

› Establecer la Base de Datos de IMEI de la Industria.  
› Inaugurar con la autoridad todos los lanzamientos comerciales de 4G+ y conectando Chile.

› Talleres junto a autoridades regionales para capacitar dirigentes sociales con herramientas tecnológicas.

#### Reguladores:

› Se creó la mesa de trabajo para el seguimiento del proyecto 700 MHz.  
› La discusión con ATELMO de los proyectos de ley con actual tramitación en el Congreso.

### Sociedad Civil

› Diálogo y acercamiento constante.

› Responde a las preocupaciones de las personas que representan, tales como: respeto a los derechos, acceso a la información, transparencia y calidad en servicios y atención al cliente.

› Acuerdo ORCUS para desarrollar actividades a lo largo de Chile con una mirada de responsabilidad del consumidor.  
› Convenio ASOCH, servicio y atención más personalizada a personas sordas.  
› Mesas de trabajo con organizaciones sociales.

› Validar la gestión de reclamos en tiendas y otros canales.  
› Inicio de una Política de Diversidad e Inclusión en Entel.  
› Fomentar a nivel nacional acciones de responsabilidad en reciclaje de desechos electrónicos.  
› Capacitar a proveedores de infraestructura en el relacionamiento con los dirigentes sociales.  
› Capacitar a la comunidad en todo el país sobre los derechos de los consumidores (Junto con ODECU).  
› Taller de Dirigente Sociales, entregándoles herramientas tecnológicas para el ejercicio de su rol.  
› Yo Leo Mapudungún.  
› Yo Leo Rapa Nui.





### Asociaciones y Membresías

La suma de esfuerzos entre instituciones como una manera de lograr objetivos que mejoren la calidad de vida y la experiencia de las personas, son parte de las convicciones de la compañía, es así como Entel forma parte de asociaciones sectoriales, tanto nacionales como internacionales, en las cuales aporta su visión y conocimiento. De la misma manera, entrega apoyo a fundaciones que comparten la misión de transformar la sociedad.

### Organizaciones Sectoriales 2016

- > 5G AMERICAS
- > Asociación Chilena de Empresas de Tecnología de Información A.G. (ACTI)
- > Asociación de Telefonía Móvil (ATELMO)
- > Asociación GSM Global
- > Asociación GSM Latinoamérica
- > Cámara Chileno Norteamericana de Comercio (AMCHAM)
- > Cámara Nacional de Comercio
- > Centro de Estudios del Desarrollo (CED)
- > Centro de Estudios Públicos (CEP)
- > Corporación de Estudios para Latinoamérica (CIEPLAN)
- > Libertad y Desarrollo
- > Sociedad de Fomento Fabril (SOFOFA) y SOFOFA- INNOVA
- > Unión Social de Empresarios Cristianos (USEC)
- > Cámara de Comercio de Santiago

### Fundaciones 2016

- > Fundación País Digital
- > Fundación RAD
- > Fundación Paz Ciudadana
- > Corporación Municipal de Isla de Pascua
- > Fundación ProHumana
- > Fundación Enseña Chile
- > Fundación Junto al Barrio
- > Fundación OPTE
- > Fundación Recyclapolis
- > Fundación Teletón
- > Fondo Mundial para la Naturaleza (WWF)
- > Fundación Proyecto Propio
- > Corporación para ciegos

## Alcance del Reporte

Este es el séptimo Reporte de Sustentabilidad de Entel, y el segundo de carácter anual. En él se da cuenta del desempeño económico, social y medioambiental siguiendo los criterios y requerimientos establecidos por la Iniciativa Global de Reportes (Global Reporting Initiative, GRI).

Este Reporte da cuenta de la gestión de Entel desde el 1 de enero al 31 de diciembre de 2016. Se incluyó información de años anteriores a modo de complementar y dar contexto al trabajo actual y como antecedente para identificar tendencias de largo plazo. El contenido del Reporte se centra especialmente en la gestión de Entel Chile. Sin embargo, en ciertos capítulos se entrega información relevante y material respecto a los principales negocios de la empresa, incorporando Entel Perú y Entel Call Center. El capítulo sobre Desempeño Económico, presenta cifras consolidadas de ambos países.

El Reporte 2016, fue elaborado por la Gerencia de Regulación y Asuntos Corporativos, con el apoyo externo de una consultora global, Corporate Citizenship. El contenido de este informe se basó en información proporcionada por las distintas áreas de la organización, entregando una visión estratégica y de futuro sobre los temas abordados.

## Contacto Corporativo

Este documento cuenta con información relevante para los grupos de interés sobre la gestión de Entel 2016. Las personas o instituciones interesadas pueden contactar directamente a:




---

**Manuel Araya Arroyo**  
Gerente de Regulación  
y Asuntos Corporativos  
[maaraya@entel.cl](mailto:maaraya@entel.cl)

---

**Katherine Martorell Awad**  
Directora de Sustentabilidad  
y Comunidades  
[kmartorell@entel.cl](mailto:kmartorell@entel.cl)

---

**Manuel Peña Caballero**  
Consultor de Sustentabilidad  
y Comunidades  
[mcpena@entel.cl](mailto:mcpena@entel.cl)

---



### Identificación

- > Identificación de los impactos materiales relevantes (económicos, sociales y medioambientales) de la cadena de valor de Entel.
- > Análisis de prensa: se revisaron 176 notas de prensa publicadas entre el 1 de enero y el 31 de agosto de 2015.
- > Opinión de los grupos de interés: se encuestó vía online a representantes de los trabajadores (78), líderes de opinión (7) e inversionistas (23).



### Priorización

- > Se utilizó una metodología mediante la cual se asignó a cada aspecto una puntuación de 1 a 5, considerando 5 "muy relevante" y 1 "no relevante" para priorizar los temas.
- > A partir de dicha valoración se elaboró la matriz de materialidad, que cruzó el resultado de la relevancia asignada desde la perspectiva de la empresa con el resultado de la relevancia asignada desde los grupos de interés.



### Validación

- > Los resultados del proceso de materialidad fueron validados por la Gerencia de Regulación y Asuntos Corporativos, en relación con el alcance de cada uno de los indicadores, estructura y profundidad de los asuntos tratados en el presente reporte.

### Temas relevantes para los grupos de interés

El presente Reporte está estructurado y orientado de acuerdo a los temas materiales identificados para sus grupos de interés. Si bien no fue verificado externamente el contenido se orientó y ajustó a los criterios y requerimientos GRI en su versión G4 y con la opción de conformidad esencial. Esto, implica reportar 47 indicadores de los contenidos básicos generales y 42 indicadores de desempeño vinculados con los aspectos materiales de la compañía. Cabe señalar que este 2016, se reportaron más indicadores que en 2015, lo que muestra el esfuerzo continuo de informar y poner en conocimiento a los grupos de interés sobre la gestión de sustentabilidad de la compañía.

Los temas materiales son aquellos aspectos que reflejan el impacto que genera la compañía en materias económicas, sociales y medioambientales, así como también, aquellas que son de importancia para la toma de decisiones de los grupos de interés.

Debido a la constante preocupación de Entel por sus grupos de interés, y para tener una clara visión de los temas materiales que más les preocupan, durante el 2015, se realizó un estudio de materialidad, que permitió identificar los temas más relevantes, los que se priorizaron de acuerdo a su nivel de importancia y cuyos resultados fueron validados por la Gerencia de Regulación y Asuntos Corporativos.

Específicamente, la metodología utilizada para el análisis de materialidad de los aspectos económicos, sociales y medioambientales de la operación de Entel fue la siguiente:




















## Los temas relevantes de la operación de Entel

Como resultado del proceso de materialidad, se logró definir los siguientes aspectos materiales que serán informados en el presente Reporte de Sustentabilidad Entel 2016, así como el alcance de los mismos.

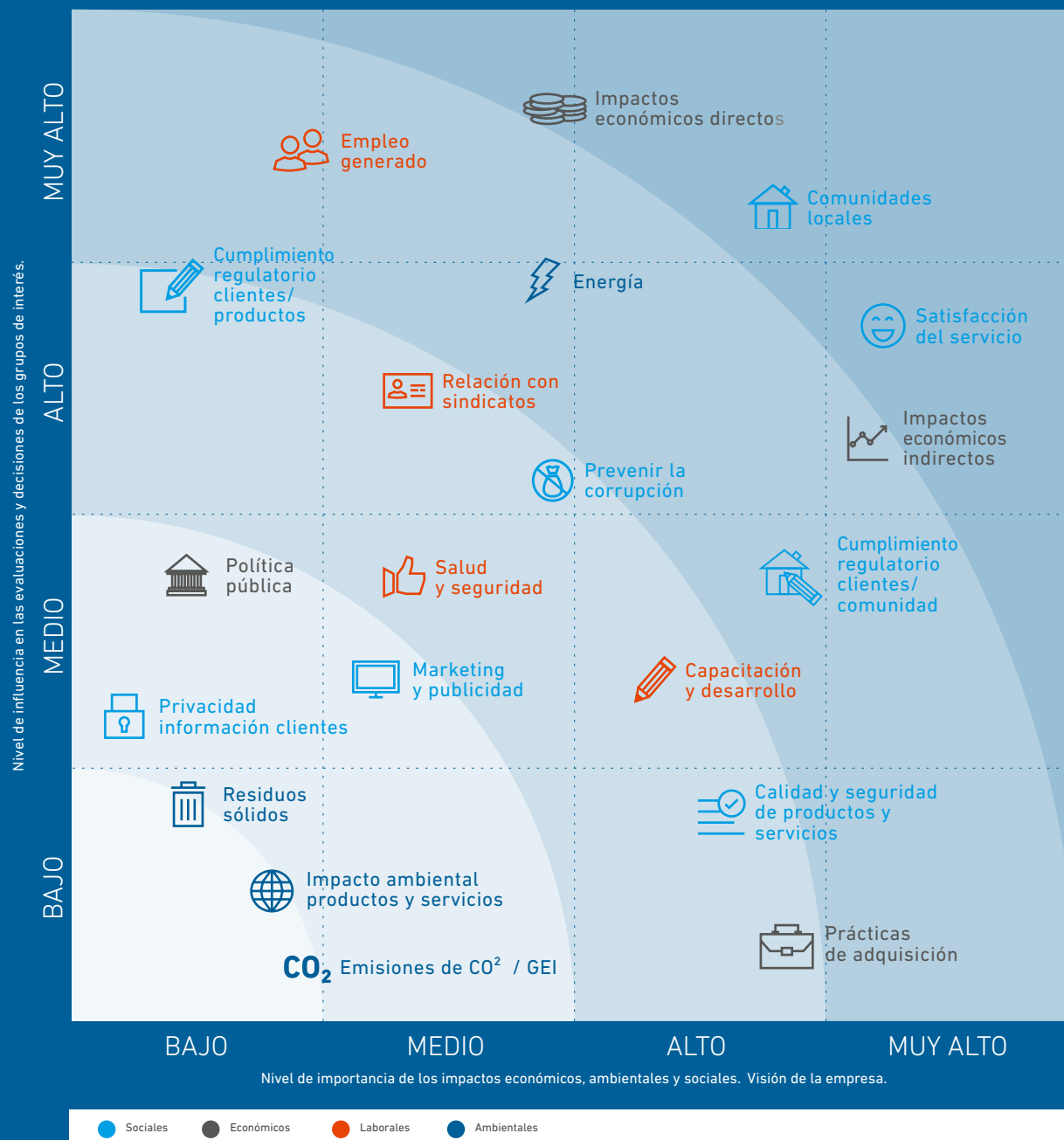
G4-19  
G4-20  
G4-21

| TEMAS MATERIALES                                                                                                          | IMPACTO DENTRO DE LA ORGANIZACIÓN | IMPACTO FUERA DE LA ORGANIZACIÓN | ICONO EN MATRIZ DE ASPECTOS MATERIALES                                                                                                |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|----------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>CATEGORÍA ECONOMÍA</b>                                                                                                 |                                   |                                  |                                                                                                                                       |
| 1. Desempeño económico (Valor económico generado y distribuido)                                                           | ✓                                 | ✓                                |  Impactos económicos directos                      |
| 2. Consecuencias económicas indirectas (Impacto de inversión en infraestructuras y otros tipos de servicios)              |                                   | ✓                                |  Impactos económicos indirectos                    |
| 3. Prácticas de adquisición (Impacto de inversión en infraestructuras y otros tipos de servicios)                         |                                   | ✓                                |  Prácticas de adquisición                          |
| <b>CATEGORÍA DESEMPEÑO SOCIAL/RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS</b>                                                         |                                   |                                  |                                                                                                                                       |
| 4. Etiquetado de los productos y servicios (Satisfacción clientes)                                                        |                                   | ✓                                |  Satisfacción del servicio                         |
| 5. Productos y servicios (Políticas, sistemas, procedimientos para asegurar calidad y seguridad de productos y servicios) |                                   | ✓                                |  Calidad y seguridad de productos y servicios      |
| 6. Privacidad de los clientes (Cuidado datos clientes)                                                                    |                                   | ✓                                |  Privacidad información clientes                   |
| 7. Comunicaciones de mercadotecnia (Publicidad, información que se entrega a clientes sobre productos y servicios)        |                                   | ✓                                |  Marketing y publicidad                           |
| 8. Cumplimiento regulatorio (Multas por infracciones a normativa en relación a clientes)                                  | ✓                                 | ✓                                |  Cumplimiento regulatorio clientes / productos   |
| <b>CATEGORÍA DESEMPEÑO SOCIAL/SOCIEDAD</b>                                                                                |                                   |                                  |                                                                                                                                       |
| 9. Comunidades locales (Reducción brecha digital y otros impactos en la comunidad)                                        |                                   | ✓                                |  Comunidades locales                             |
| 10. Corrupción                                                                                                            | ✓                                 | ✓                                |  Prevenir la corrupción                          |
| 11. Cumplimiento regulatorio (Infracciones a normativa en relación a prevención corrupción, relación con comunidades)     | ✓                                 | ✓                                |  Cumplimiento regulatorio clientes / comunidades |
| <b>CATEGORÍA DESEMPEÑO SOCIAL/PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DIGNO</b>                                                     |                                   |                                  |                                                                                                                                       |
| 12. Capacitación y educación (h/h capacitación, evaluaciones de desempeño, programas de liderazgo)                        | ✓                                 |                                  |  Capacitación y desarrollo                       |
| 13. Empleo (Dotación rotación y beneficios)                                                                               | ✓                                 |                                  |  Empleo generado                                 |
| 14. Salud y seguridad en el trabajo (Índices de accidentabilidad y siniestralidad, comités paritarios)                    | ✓                                 |                                  |  Salud y seguridad                               |
| 15. Relación entre los trabajadores y la dirección (Libertad de asociación y negociación colectiva)                       | ✓                                 |                                  |  Relación con sindicatos                         |
| <b>CATEGORÍA MEDIOAMBIENTE</b>                                                                                            |                                   |                                  |                                                                                                                                       |
| 16. Energía                                                                                                               |                                   | ✓                                |  Energía                                         |
| 17. Impacto ambiental de productos y servicios (Mitigación del impacto ambiental de productos y servicios)                |                                   | ✓                                |  Emisiones CO <sub>2</sub> / GEI                 |

## Aspectos Materiales

G4-19

La priorización de los temas más relevantes para Entel, se pueden apreciar en la siguiente matriz de materialidad.





G4-3

G4-4

G4-5

G4-6

G4-8

Capítulo I

Somos Entel



Entel es uno de los principales proveedores de telecomunicaciones en Chile y Perú. Cuenta con la red más moderna de Latinoamérica, permitiendo entregar una experiencia distintiva a sus clientes a través de un servicio de clase mundial en los mercados en los que opera: personas, empresas, corporaciones y mayoristas.

La compañía presta servicios en los ámbitos de telefonía móvil, red fija, servicios de tecnologías de la información y arriendo de redes y negocios de tráfico mayorista. Además de proveer servicios de call center.

Entel cuenta con una moderna infraestructura de Telecomunicaciones

- Telefonía Móvil
- Red Fija
- Outsourcing TI
- Arriendo de redes y negocios de tráfico mayorista
- Servicios de call center

Experiencia de calidad distintiva a sus clientes

Contribuye a que las personas vivan mejor conectadas



## Misión

Hacer que todos vivan mejor conectados, contribuyendo responsablemente a transformar la sociedad.

## Visión

Una empresa de servicio de clase mundial, que entrega una experiencia distintiva a sus clientes. Un lugar donde su gente se realiza. Una empresa que se reinventa permanentemente para profundizar su rol de liderazgo.



**E**n su Misión y Visión, Entel ha plasmado el objetivo de aportar a la transformación social con conectividad e innovación, contribuyendo a mejorar la calidad de vida de las personas.

Entel se creó en 1964, poco después de que Chile enfrentara el terremoto de Valdivia, el más grande del país y del mundo. Luego de la catástrofe, la compañía inició sus operaciones con el propósito de conectar a los chilenos, comprometiéndose desde sus inicios a trabajar por el desarrollo del país, aumentando la conectividad y disminuyendo la brecha digital. En estos años de operación en Chile, Entel se ha consolidado como líder de la industria de telecomunicaciones.

El año 2001 la compañía inició actividades en Perú, donde opera a través de sus filiales Entel Perú, Americatel Perú y Entel Call Center S.A.

### Estructura de Propiedad

Entel Chile S.A. es una sociedad anónima. Al 31 de diciembre de 2016, su propiedad estaba distribuida entre 1942 accionistas. Con 54,86% del capital, el socio controlador es Inversiones ALTEL Ltda., filial de Almendral S.A., sociedad de inversiones en la que participan en forma conjunta seis grupos empresariales.



G4-7

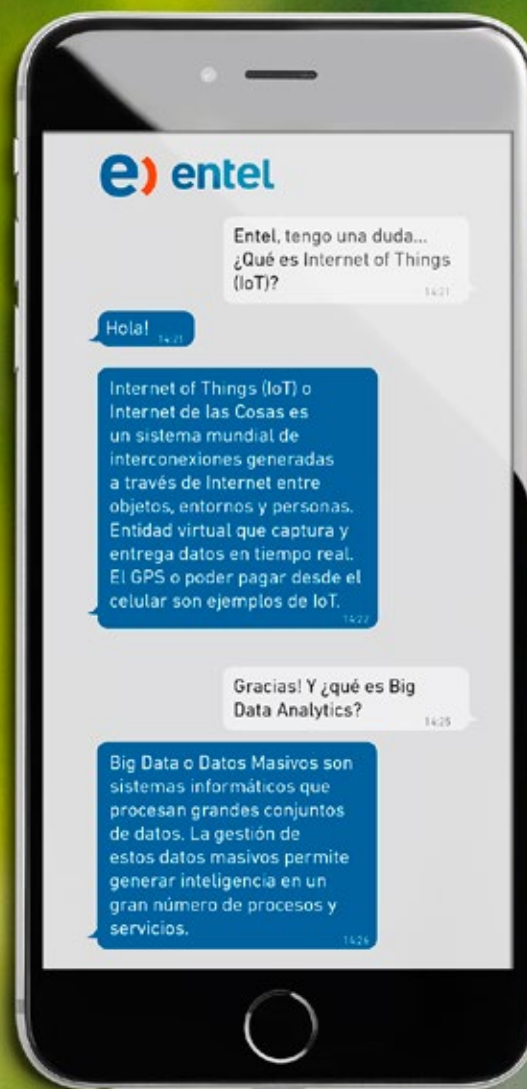
## Estrategia de Negocio

### Entel 2025

Entel está consciente de que el mundo está viviendo una cuarta revolución industrial, que afecta a todos los sectores económicos. Esta revolución se basa en el creciente uso de soluciones tecnológicas por parte de las personas, dinamizando los cambios en los modelos de negocios.

En este contexto, nace Entel 2025, iniciativa que llevó a la compañía a reflexionar en torno a su visión estratégica, a través de un proceso transversal y colaborativo que recogió las tendencias tecnológicas y las necesidades y expectativas de personas y organizaciones.

En el año 2016, y enmarcado en el plan de Entel 2017-2019, Entel 2025 continuó su proceso reflexivo en relación a la visión estratégica de la empresa, que permitió actualizar la mirada sobre cómo las nuevas tendencias - Big Data Analytics, Internet of Things (IoT), Seguridad de la Información, Cloud, entre otras- definirán las capacidades y planteamientos estratégicos que deberá desplegar la compañía a fin de proyectar su liderazgo para la próxima década.





| Experiencia superior                                                                                                      | Ofrecer Servicios y Soluciones "best-in-class"                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Construir la más Avanzada y Eficiente Tecnología                                                                                                               |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Dar la mejor experiencia (distintiva y reconocida por el mercado).</li> </ul> | <p><b>TRANSFORMACIONALES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Avanzar en el desarrollo de tendencias transformadoras, tales como, IoT, Big Data, Hogar Digital, Cloud, etc.</li> </ul> <p><b>EVOLUTIVOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Evolucionar nuestra oferta de productos y servicios con el fin de seguir siendo líderes.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Evolución de Red de telecomunicaciones</li> <li>&gt; Evolución de la plataformas de soporte al negocio.</li> </ul> |
| TRANSFORMACIÓN DIGITAL                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                |

G4-EC7

"Y en dicho escenario consensuamos una hoja de ruta con el fin de adaptarnos de manera exitosa a este nuevo desafío, ello implica transformamos en una empresa Digital...Vamos en camino a transformarnos en una compañía One Click".

**Carlos Palito**  
Gerente de Proyecto  
"Transformación Digital de Entel"

### Proyecto Transformación Digital de Entel

Uno de los habilitadores estratégicos que permitirá cumplir con los objetivos propuestos en el Plan Entel 2017-2019 y enfrentar los desafíos de la próxima década, consiste en asegurar la transformación digital de la compañía.

En este contexto, Entel actualmente se encuentra en un proceso de transformación que busca evolucionar hacia una empresa completamente digital. Mediante el proyecto "Transformación Digital de Entel (TDE)", se están adoptando nuevas tecnologías para así transformar la experiencia de viaje del cliente en algo rápido, eficiente e interactivo.





Para llevar a cabo el proceso de transformación de Entel, se eligió como socio estratégico a Ericsson. Ambas compañías se encuentran trabajando en la redefinición y simplificación de los productos y servicios, los cuales agilizarán los negocios en Chile y Perú. Esto permitirá a Entel convertirse en una compañía completamente digital, con una estructura sencilla, liviana, más transparente y operando en tiempo real con el cliente.

### ¿Qué es el viaje del cliente?

Conceptualmente, el viaje del cliente se refiere a la experiencia integral que tiene el cliente con la compañía. A través de una metodología, se mapean todos los puntos de interacción del cliente con la empresa; desde el primer contacto, la posterior compra y el uso de servicios y productos que contrata, hasta la postventa, todo con la finalidad de recoger dicha experiencia y transformar, a través de metodologías de innovación, las insatisfacciones en oportunidades.

La Transformación Digital de la compañía, no sólo traerá cambios en el viaje del cliente, sino que además es un enfoque global que reinventará la forma de hacer las cosas internamente. La colaboración y transversalidad es el sello que se ha instalado en el ADN de este programa, donde

los diferentes actores de la compañía -Mercados, Sistemas, Redes, Operaciones, Staff y Canales- se enfocan para trabajar por un objetivo común: la Transformación Digital de Entel.

Este proceso transformacional e innovador, invita a dos grandes desafíos: el técnico propio de la adopción e implementación de nuevos procesos standard de la industria, sistemas, herramientas y tecnología; y otro que apunta a la capacidad de quienes forman parte de la compañía a adaptarse, a trabajar en forma transversal y de manera colaborativa.

Con esto, la compañía ofrecerá una experiencia integrada, consciente y ágil en todos los canales (Omnicanal), acelerando la entrega de servicios y reduciendo costos en el proceso, lo que le permitirá posicionarse como una empresa líder en la región.









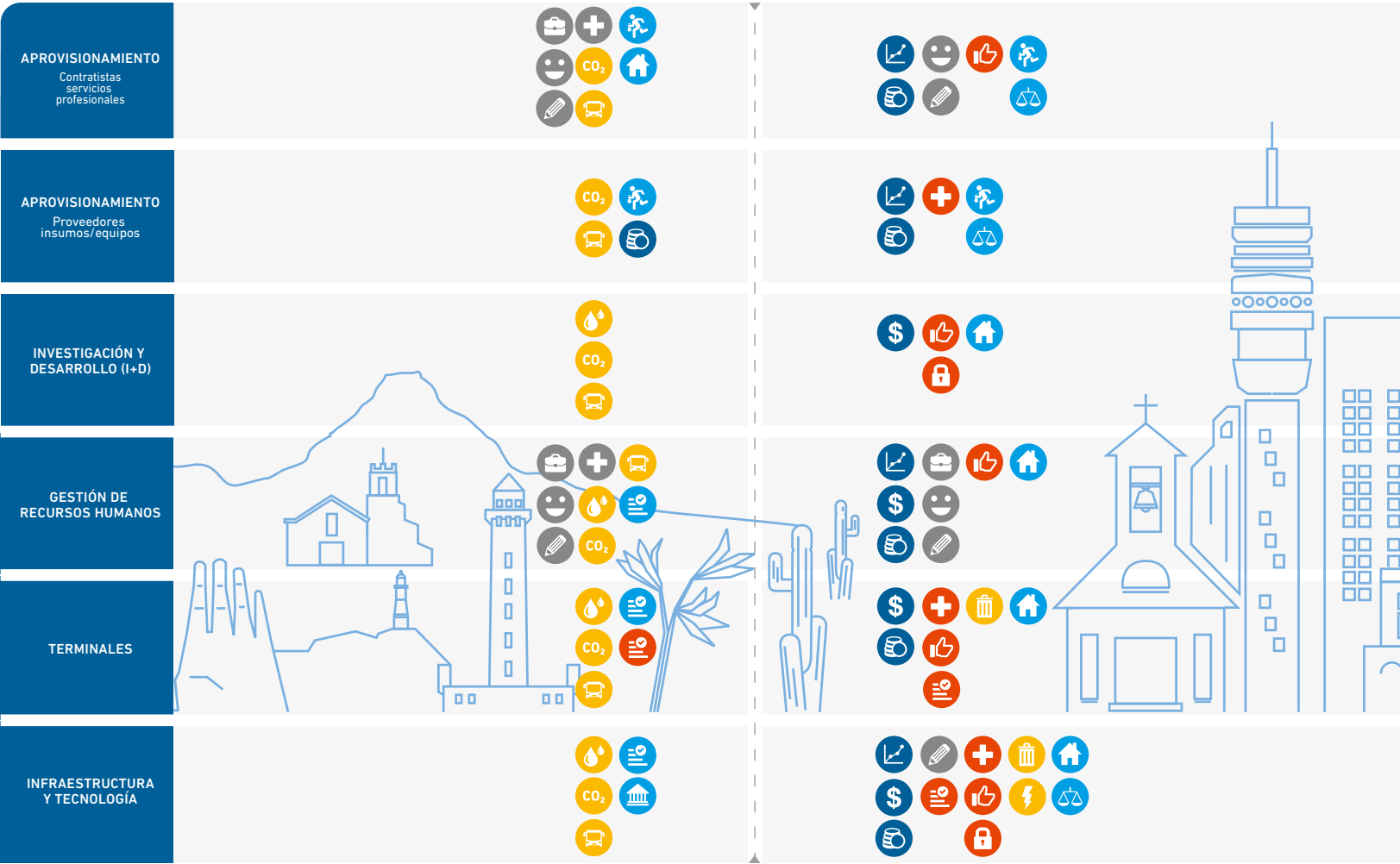


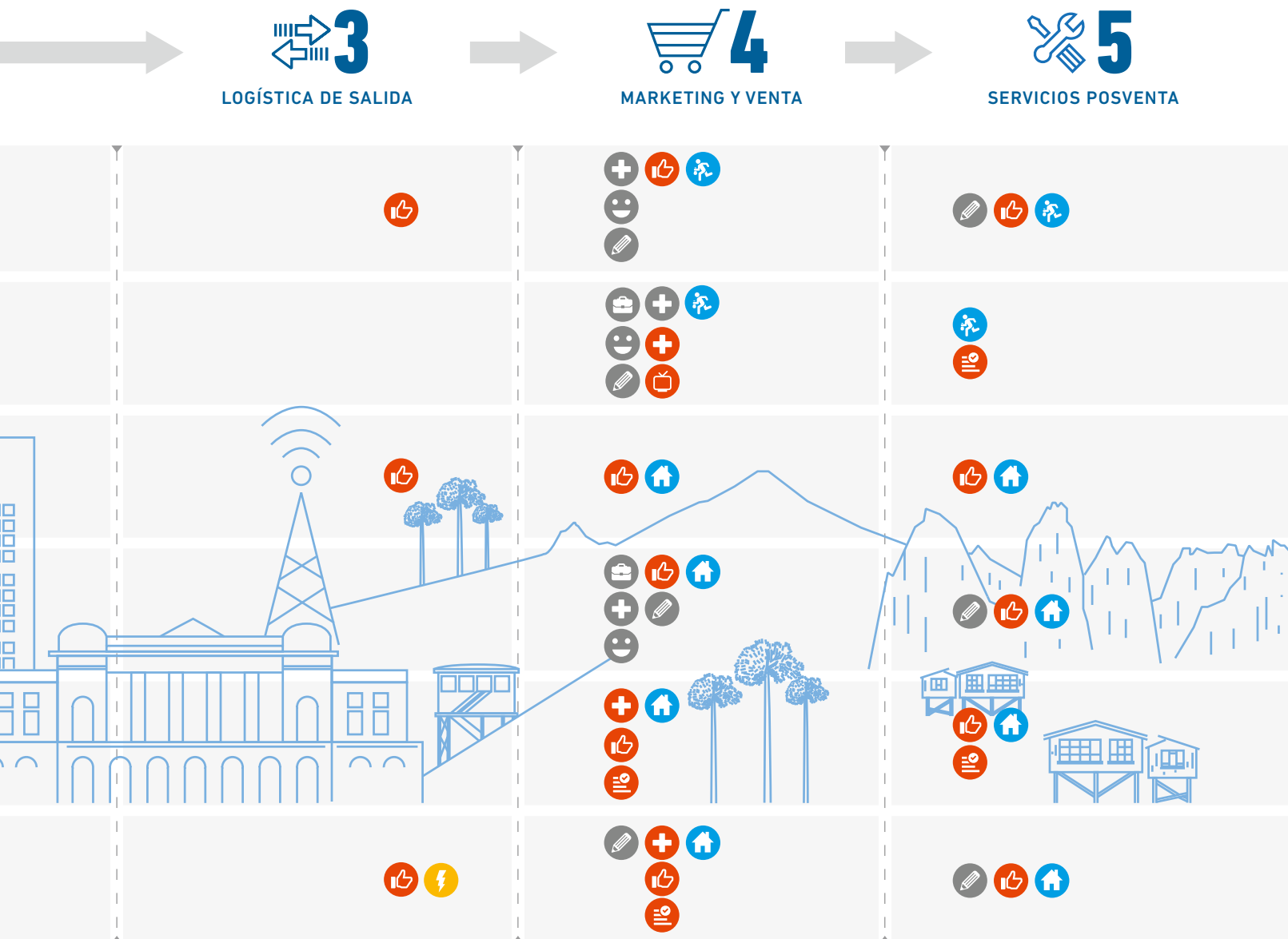


Camino a la Localidad de Belén a 3.240 mt de altura.  
Comuna de Putre, Región de Arica y Parinacota.  
Proyecto Conectando Chile.

# Cadena de valor Entel

G4-12  
G4-18  
G4-19  
G4-20  
G4-21





Impactos Sociales Laborales

- Empleo y Calidad de Empleo
- Salud y Seguridad Laboral
- Relaciones Laborales
- Capacitación y Desarrollo

Impactos Económicos

- Desempeño Económico
- Consecuencias Económicas Indirectas
- Prácticas de Adquisición

Impactos Ambientales

- Insumos Materias Primas
- Residuos
- Energía
- Emisión de CO<sub>2</sub>
- Productos y Servicios
- Transporte

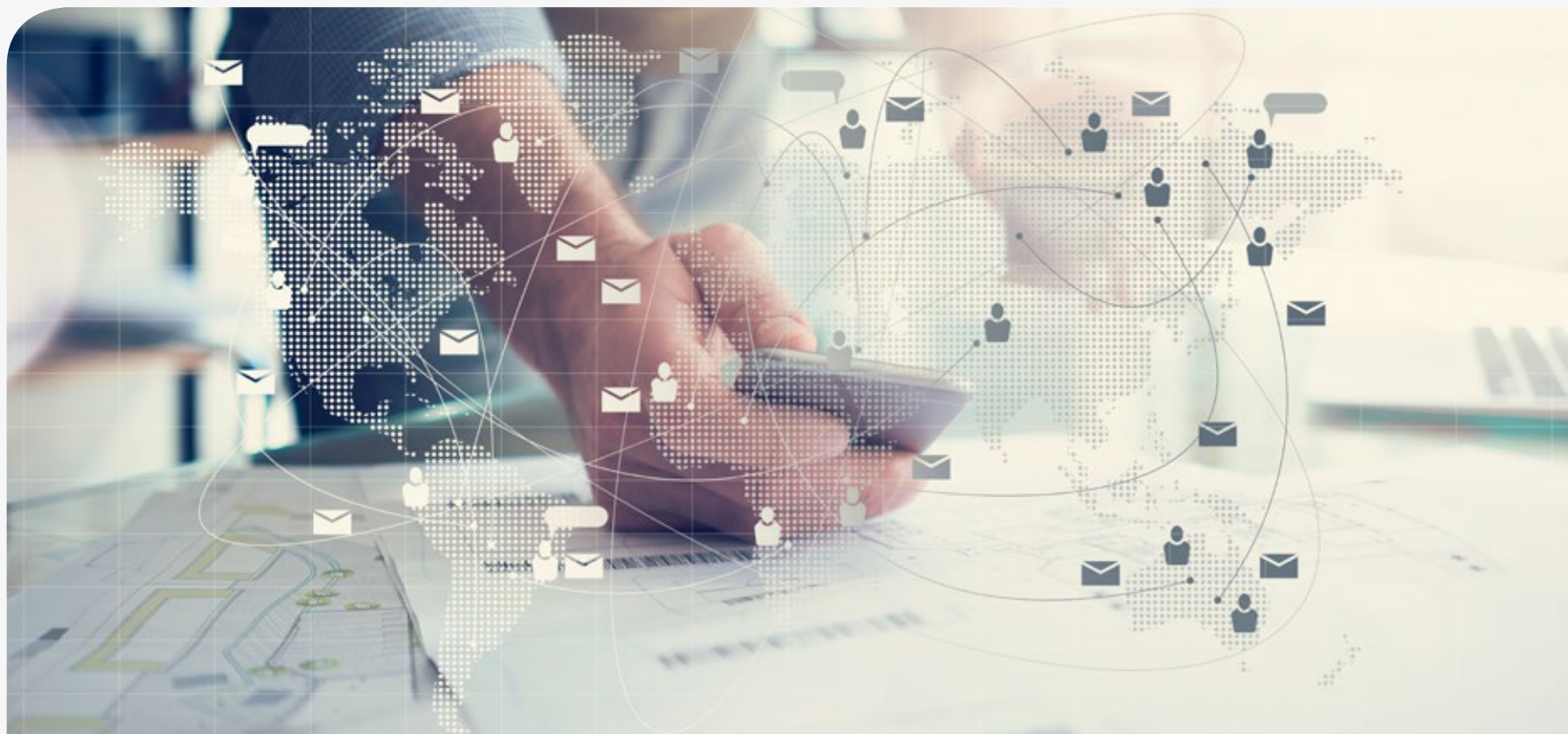
Impactos Sociales Comunidad

- Comunidades Locales
- Lucha contra la Corrupción
- Política Pública
- Prácticas de Competencia Desleal
- Cumplimiento Regulatorio

Impactos Sociales Cliente/Servicio

- Preocupación por la Salud y Seguridad del Cliente/Consumidor
- Satisfacción Cliente
- Prácticas de Marketing y Publicidad
- Privacidad Información del Cliente
- Cumplimiento Regulatorio





---

"Las personas digitales están cambiando las industrias, impulsadas por las nuevas formas de ver y relacionarse con el mundo, mediante un uso intensivo de las nuevas tecnologías..."

**Carlos Rodríguez,**

Gerente de Innovación de Entel Entel Summit 2016

---

## Innovación y Transformación hacia lo Digital

### La innovación como motor de los avances en Entel

Ser una compañía innovadora contribuye a los objetivos estratégicos planteados y requiere de una cultura organizacional que involucre a todos los colaboradores de la compañía. La innovación ha sido el canal central para muchos de los avances y desarrollos que se están implementando en Entel.

Consciente de la constante evolución que ha tenido la innovación en el mundo, Entel ha generado diferentes alianzas a nivel nacional e internacional que le permiten estar al día con las nuevas tendencias e ir mejorando la gestión en base al dinamismo de las ideas que se van impulsando y adaptando su gestión.

## Focos innovación 2016



### Impulsar Proyectos de Innovación Frontera

Analizar las tendencias, detectando amenazas y oportunidades de mediano y largo plazo y proponer acciones que permitan capturar dichas oportunidades.



### Apoyar los Proyectos de Innovación Base de cada área

Apoyar a las diferentes áreas de la compañía en sus desafíos, mediante la transferencia de metodologías de innovación, las cuales permitan superar con éxito dichos desafíos.



### Apoyar el desarrollo del Valor de Innovación

Ayudar a desarrollar una cultura de innovación que sea parte de nuestro ADN de manera permanente.



### Ampliar nuestra Capacidades de Innovación

Entregar a la organización alianzas que permitan impulsar procesos efectivos de innovación mediante el traspaso de metodologías y mejores prácticas.

### Programa Desafío e)makers

El programa Desafío e)makers busca trabajar en conjunto con los colaboradores de Entel en generar ideas para dar solución a desafíos que enfrenta la compañía. La iniciativa invita a todos los colaboradores que deseen aportar a la innovación, a generar propuestas que avancen en esta dirección. En 2016, participaron 154 colaboradores en el Desafío e)makers, en donde cada uno aportó con una idea relacionada a la innovación. Cabe destacar que, en el 2016, se sumó a la plataforma la iniciativa “Desafío Tengo una Idea”<sup>2</sup>, proyecto de voluntariado que busca que los colaboradores puedan generar proyectos sociales que entreguen beneficios y valor agregado a las comunidades.

### Innovation Day

Son charlas informativas que tienen el objetivo de inspirar a los colaboradores de Entel en temas de innovación, y así lograr la transformación que busca la compañía. Durante el 2016, se realizaron 5 charlas informativas, con 1.300 inscritos, en donde se destacó la participación de Juan Verde, co-director internacional de la campaña electoral de Barack Obama, y Rafael Yuste, creador del proyecto “Brain” que busca mapear el cerebro humano.

### Science Night

En el 2016, fue la primera vez que se realizaron las sesiones “Science Night”, jornadas que buscan difundir y acercar el desarrollo de la ciencia en Chile a los colaboradores de Entel. Las charlas de carácter gratuito están abiertas a toda la compañía. En el primer ciclo, se abordaron temáticas de Astronomía, Biotecnología, Robótica, e Inteligencia Artificial con la presencia de científicos del más alto nivel.

<sup>2</sup> Para mayor detalle del programa de voluntariado “Tengo una Idea”, dirijase al Capítulo N°7 “Comunidades e Inversión Social”, página 101.

## Hitos 2016

### 4G+

Entel es la primera empresa en Chile en desplegar la red 4G+, la más moderna de Latinoamérica, convirtiéndose en la primera empresa de telecomunicaciones del país en poner a disposición de sus clientes una red 4G en la banda 700 MHz. Al cierre del 2016 además de la Región Metropolitana, la compañía había desplegado la red 4G en las regiones de Biobío, Valparaíso, Tarapacá, Antofagasta y O'Higgins, cubriendo más del 70% de la población del país.

### Dow Jones Sustainability Index Chile

Durante 2016, Entel se convirtió en la primera empresa de telecomunicaciones chilena en ingresar al Dow Jones Sustainability Index Chile (DJSI), y una de las 18 compañías de telecomunicaciones a nivel mundial en estar presente en alguno de los índices Dow Jones. Estos son los de mayor reputación a nivel mundial en materia de sustentabilidad y de gran relevancia para los inversionistas y otros grupos de interés, debido a la rigurosidad con que analizan la gestión de las compañías en temas económicos, sociales y medioambientales.



MEMBER OF  
Dow Jones  
Sustainability Indices  
In Collaboration with RobecoSAM

### Conectando Chile

Entel anticipándose a los plazos comprometidos con la autoridad, entregó servicios de telefonía e internet móvil a más de 280 localidades aisladas de las 549 comprometidas a lo largo de todo el país, en el marco de la segunda etapa de su programa "Conectando Chile". La iniciativa contempla una inversión de alrededor de US\$ 170 millones y beneficiará a más de 85 mil chilenos.

### Oferta móvil

Entel lanzó nuevos planes que incluyen una cuota adicional de GB para el uso exclusivo de las aplicaciones de música y video Spotify, Apple Music, YouTube y Netflix. Sustentada en el despliegue de su oferta red 4G+, la compañía triplicó la cuota de datos de sus planes vigentes e incorporó una oferta multidispositivo, que permite compartir la cuota de tráfico del cliente con hasta cinco dispositivos adicionales (navegar en su móvil, tablet, computador u otro).

### Huawei

Huawei Device y Entel firmaron un acuerdo de cooperación en el ámbito de terminales, que considera incorporación del portafolio de wearables, además del desarrollo de terminales compatibles con 4G+.



## PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS<sup>3</sup>

### ENTEL CHILE

- ▶ **6to lugar**  
en ranking **Merco** de  
Reputación Corporativa.
- ▶ **Empresa**  
de telecomunicaciones más  
**innovadora** de Chile.
- ▶ **Líder**  
en experiencia de Clientes IZO.
- ▶ **1er Lugar**  
en satisfacción de clientes  
ProCalidad.
- ▶ **Premio Internacional**  
Amauta para Cursos Clic de  
Mercado Empresas.
- ▶ **Effie de Oro**  
comercial día de la Madre.

### ENTEL PERÚ

- ▶ **Mejor**  
reputación del sector  
Telecomunicaciones de Perú.
- ▶ **Reconocimiento**  
a la creatividad empresarial.
- ▶ **Mejor**  
experiencia satisfacción de  
cliente de telecomunicaciones  
IZO.
- ▶ **Cuatro Effie**  
para Entel Perú: dos Oro  
y dos Plata.
- ▶ **Entel Perú:**  
Mejor Lugar para Trabajar.

<sup>3</sup> Para mayor detalle de los reconocimientos recibidos por Entel en 2016, revisar Memoria Anual 2016.



G4-DMA  
G4-EC1

## VALOR GENERADO

| Valor Generado                       | 2015 M\$       | 2016 M\$       |
|--------------------------------------|----------------|----------------|
| Ingresos de actividades ordinarias   | 1.784.612.664  | 1.867.697.070  |
| Otros ingresos y otras ganancias     | 8.251.303      | 19.604.728     |
| Sub Total ingresos                   | 1.792.863.967  | 1.887.301.798  |
| Impuestos indirectos netos           | 111.324.848    | 92.638.745     |
| Total Ingresos                       | 1.904.188.815  | 1.979.940.543  |
| Costos directos (Bienes y servicios) | -1.070.978.533 | -1.102.954.443 |
| Total Generado                       | 833.210.282    | 876.986.100    |

## Valor Económico Generado y Distribuido

En el año reportado, el valor económico generado por Entel fue de M\$ 876.986.100, lo que significa un aumento de 5% en relación a 2015. Más de 63% de esta suma se distribuyó a los grupos de interés, incluyendo colaboradores, gobierno, comunidades locales, proveedores de bienes y servicios, contratistas, accionistas y acreedores financieros. El remanente se mantuvo dentro del negocio como reinversión.

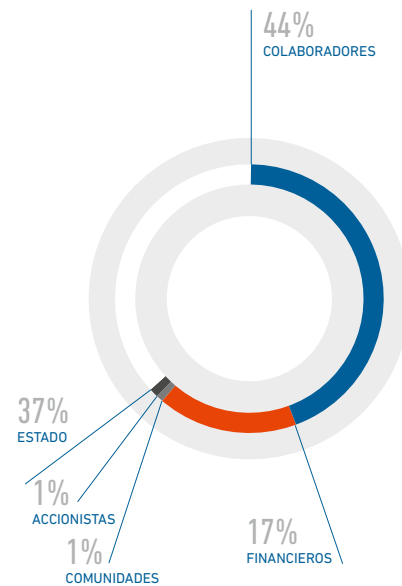
## VALOR DISTRIBUIDO

| Valor Distribuido         | 2015 M\$    | 2016 M\$    |
|---------------------------|-------------|-------------|
| Colaboradores             | 247.055.145 | 245.667.093 |
| Estado                    | 206.585.981 | 201.668.631 |
| Comunidad y medioambiente | 2.255.042   | 2.408.492   |
| Accionistas               | 8.041.806   | 0           |
| Financieros               | 92.213.912  | 105.712.255 |
| Valor económico retenido  | 277.058.396 | 321.529.629 |
| Total Distribuido         | 833.210.282 | 876.986.100 |

|                                        |             |             |
|----------------------------------------|-------------|-------------|
| Valor distribuido en grupos de interés | 556.151.886 | 555.456.471 |
|----------------------------------------|-------------|-------------|

VALOR DISTRIBUIDO 2015 M\$

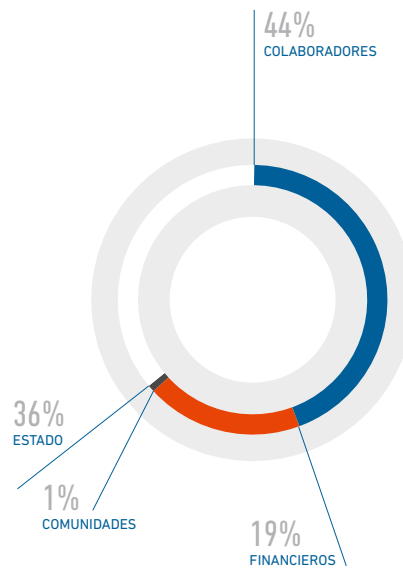


INGRESOS

|                                    | Cifra 2015 (M\$) | Cifra 2016 (M\$) |
|------------------------------------|------------------|------------------|
| Ingresos de actividades ordinarias | 1.784.612.664    | 1.867.697.070    |
| Otros ingresos y otras ganancias   | 8.251.303        | 19.604.728       |
| Subtotal ingresos                  | 1.792.863.967    | 1.887.301.798    |
| Impuestos indirectos netos         | 111.324.848      | 92.638.745       |
| Total ingresos                     | 1.904.188.815    | 1.979.940.543    |

En el período, los ingresos sumaron M\$1.887.301.798, aumentando un 5% respecto a 2015, principalmente producto del aumento de ingresos en Entel Perú (+46%), asociado al sólido crecimiento en la base de clientes (+54%). También aportaron al crecimiento, los servicios fijos en Chile ofrecidos en los mercados de Empresas y Corporaciones (+11%) y de Entel Hogar (+24%). En el mercado chileno, la industria de las telecomunicaciones experimentó un crecimiento de ingresos (+3%). Sin embargo, los ingresos de Entel Chile registraron una leve disminución (-1%), explicado por una reducción en servicios móviles. A pesar de la baja, la compañía creció

VALOR DISTRIBUIDO 2016 M\$



en el segmento de pospago (+2%), segmento que representa el 37% del total de clientes. En este escenario, las ventas fueron impulsadas por el modelo "SIM-only".

En Perú, la industria de las telecomunicaciones experimentó un leve crecimiento de ingresos cercano al 1%. Sin embargo, al cierre de 2016 los ingresos totales de Entel Perú aumentaron en 46% respecto de 2015. Este avance fue impulsado por

COSTOS

|                                                     | Cifra 2015 (M\$) | Cifra 2016 (M\$) |
|-----------------------------------------------------|------------------|------------------|
| Publicidad, comisiones y gastos de venta            | 550.944.502      | 549.026.844      |
| Cargos de acceso y participaciones a corresponsales | 171.632.992      | 195.926.152      |
| Arriendos                                           | 126.840.455      | 134.035.276      |
| Provisión incobrables                               | 51.680.056       | 48.100.143       |
| Outsourcing y materiales                            | 81.794.146       | 86.409.544       |
| Otros                                               | 88.086.382       | 89.456.484       |
| Total Costos                                        | 1.070.978.533    | 1.102.954.443    |



mayores ingresos de servicio (+53%), en línea con un crecimiento de la base de clientes del 54%. Los principales costos de la compañía en 2016, estuvieron en publicidad, comisiones y gastos de venta.

En general aumentaron un 3% respecto al año anterior, debiéndose principalmente al crecimiento en la actividad en Entel Perú por expansión de la base de clientes, impactando los costos de cargo de acceso. Adicionalmente, los costos de arriendo se incrementan principalmente en Entel Perú, asociado a la expansión de la red móvil.

### Distribución de Valor

El 63% del valor generado por las actividades comerciales de Entel fue distribuido entre sus principales grupos de interés en 2016. La distribución de valor generado evidenció un cambio importante en relación al 2015, período en el cual 67% del valor generado se distribuyó entre los grupos de interés. Esto fue impactado por un mayor aumento en el valor retenido por la empresa y al no pago de dividendos durante el ejercicio.

| COLABORADORES                            |               |               |
|------------------------------------------|---------------|---------------|
|                                          | 2015 (M\$)    | 2016 (M\$)    |
| Sueldos y salarios                       | 175.843.659   | 179.758.885   |
| Beneficios a corto plazo a los empleados | 17.368.078    | 15.601.250    |
| Beneficios por terminación y post empleo | 21.961.592    | 17.266.888    |
| Otros gastos de personal                 | 31.881.816    | 33.040.070    |
| Total empleados                          | (247.055.145) | (245.667.093) |

La dotación de Entel en 2016 fue de 8.653 personas, disminuyendo en un 2% respecto al 2015. En Entel Chile, la dotación disminuyó en un 7% en relación al 2015, debido a modificaciones en los canales de atención directa a clientes. Lo anterior fue compensado parcialmente por mayores gastos en Call Center en Chile y en Entel Perú.

| ESTADO                             |             |             |
|------------------------------------|-------------|-------------|
|                                    | 2015 (M\$)  | 2016(M\$)   |
| Gasto por impuesto a las ganancias | 77.538.637  | 86.929.865  |
| Otros impuestos                    | 17.722.496  | 22.100.021  |
| Impuestos indirectos netos         | 111.324.848 | 92.638.745  |
| Total Estado                       | 206.585.981 | 201.668.631 |

En 2016 se registró un menor aporte al estado (-2%), asociado a menores impuestos indirectos netos en Chile por disminución neta de los ingresos y mayores créditos fiscales asociadas a actividades de inversión, en parte compensados por mayores impuestos a las ganancias explicado por el alza en la tasa de impuestos corporativos desde 22,5% en 2015 a 24,0% en 2016. Este aumento influye en un incremento de la tasa asociada a los pagos provisionales mensuales que se aplica a los ingresos mensuales en Chile.

| COMUNIDAD                       |            |            |
|---------------------------------|------------|------------|
| Comunidad                       | 2015 (M\$) | 2016 (M\$) |
| Total Comunidad y medioambiente | 2.255.042  | 2.408.492  |

El valor distribuido a la comunidad y al medioambiente aumentó en un 7% en 2016 en relación a 2015. Este valor distribuido está compuesto por los aportes e inversiones que Entel realiza en los diferentes programas vinculados a su política de sustentabilidad y comunidades.

| ACCIONISTAS                    |            |            |
|--------------------------------|------------|------------|
| Accionistas                    | 2015 (M\$) | 2016 (M\$) |
| Pagos a proveedores de capital | 8.041.806  | 0          |

Para los accionistas no hubo distribución de dividendos en 2016 y durante el año se concretó un aumento de capital por \$ 353.703 millones equivalente a 65.493.418 acciones, para financiar inversiones en Perú y Chile.

#### FINANCIEROS

| Financieros                       | 2015(M\$)         | 2016(M\$)          |
|-----------------------------------|-------------------|--------------------|
| Ingresos financieros              | -12.183.865       | -5.952.920         |
| Gastos financieros                | 68.466.066        | 79.678.961         |
| Diferencia de cambio              | 12.945.839        | 16.051.379         |
| Resultados por unidad de reajuste | 22.985.872        | 15.934.835         |
| <b>Total Financiero</b>           | <b>92.213.912</b> | <b>105.712.255</b> |

Los aportes financieros aumentaron en 15% en 2016 comparado con 2015, debido principalmente a mayores gastos financieros netos, reajustes y otros, básicamente explicados por menores intereses ganados producto de la disminución de los niveles de caja invertidos y por ajustes negativos de valor de mercado que afectan a los instrumentos derivados por variaciones en las tasas de descuentos de dichos instrumentos.

#### RETENIDO EN LA EMPRESA

| Retenido en la empresa                             | 2015(M\$)          | 2016(M\$)          |
|----------------------------------------------------|--------------------|--------------------|
| Resultado del ejercicio                            | -1.101.996         | 34.158.100         |
| Impuestos a las ganancias y créditos por impuestos | -90.319.013        | -114.947.901       |
| Depreciación y amortización                        | 273.625.473        | 299.584.314        |
| Mantenciones                                       | 100.779.717        | 91.934.017         |
| Impairment                                         | 2.116.021          | 10.801.099         |
| Dividendos                                         | -8.041.806         | 0                  |
| <b>Total retenido en la empresa</b>                | <b>277.058.396</b> | <b>321.529.629</b> |

El valor retenido en la empresa aumentó en 16% respecto al año 2015, principalmente asociado a un mejor resultado del ejercicio, aumento por concepto de depreciaciones, amortizaciones y deterioro de activos fijos en línea con la inversión realizada en períodos anteriores y que la compañía no efectuó pago de dividendos a los accionistas. En parte compensada por un aumento en los impuestos y menores costos de mantención asociados a plan de mejoras y eficiencias.





### Capítulo III

## Gobierno Corporativo

### Estructura y Gestión del Directorio

El Directorio<sup>4</sup> es la instancia superior que administra el Gobierno Corporativo de Entel. Está compuesto por nueve miembros, quienes no desempeñan cargos ejecutivos en la compañía y cuyo ejercicio se extiende por dos años con posibilidad de ser reelectos. Los actuales miembros fueron elegidos en la Junta Ordinaria de Accionistas de abril 2015 y permanecerán en sus cargos hasta la Junta Ordinaria de Accionistas de 2017.

Dentro de sus funciones, el Directorio representa a los accionistas y conduce a la empresa hacia el cumplimiento de sus objetivos económicos, sociales y medioambientales. Supervisa la administración ejecutiva<sup>5</sup> de la compañía y se ocupa también del desarrollo de buenas relaciones con los grupos de interés, generando así valor a largo plazo.

El Directorio se encarga también de designar al Gerente General de la compañía, quien lidera a un grupo ejecutivo. De acuerdo a la Ley 18.046 sobre sociedades anónimas, este cargo es incompatible con los de presidente, director, auditor o contador

de la sociedad. El Gerente General de Entel y su grupo ejecutivo, presentan mensualmente los resultados de su gestión al Directorio, lo que permite un seguimiento de los indicadores estratégicos de la compañía en temas económicos, sociales y medioambientales, y la adopción de medidas necesarias para cumplir con las metas anuales.

Los principales documentos que definen las funciones y que guían el quehacer del Gobierno Corporativo de Entel son el Manual de Gobierno Corporativo<sup>6</sup>, el Código de Ética y Conducta de Entel y, el Manual de Aplicación del Código de Ética.

El trabajo colaborativo entre directores y ejecutivos es un principio que se encuentra protegido en el Manual de Gobierno Corporativo, y que es fundamental para las buenas prácticas dentro de la compañía. A su vez, Entel cuenta con 16 comités gerenciales, los cuales se dividen en tres categorías:

- > Estrategia
- > Ejecución
- > Coordinación.

<sup>4</sup> Para mayor información sobre la composición del Directorio y su rol, se puede consultar la Memoria Anual 2016, sección Información Corporativa, página 34 y 35.

<sup>5</sup> El organigrama de la Administración Ejecutiva de Entel se puede consultar en la Memoria Anual 2016, sección Información Corporativa, página 37.

<sup>6</sup> El Manual de Gobierno Corporativo se encuentra disponible en el sitio web [[http://www.entel.cl/libros/manual-gobierno-corporativo/files/assets/common/downloads/Manual\\_Gobierno\\_Corporativo\\_Entel.pdf](http://www.entel.cl/libros/manual-gobierno-corporativo/files/assets/common/downloads/Manual_Gobierno_Corporativo_Entel.pdf)]



G4-41  
G4-43  
G4-56  
G4-57  
G4-58  
G4-S03  
G4-S04

Además la empresa constituyó un Gobierno de Gestión de Riesgos, compuesto por el Comité Estratégico de Gestión Integral de Riesgos y los Comités Operativos de Gestión de Riesgo, que tienen el objetivo de contener una crisis a tiempo y mitigar su impacto.

### Inducción y capacitación a los directores

Entel cuenta con una política formal respecto a la inducción y capacitación a los directores nuevos. Esta política se encuentra plasmada en el Manual de Gobierno Corporativo.

Respecto a las inducciones realizadas a los directores nuevos, el artículo 19 del Manual de Gobierno Corporativo de Entel<sup>7</sup>, expresa que “Se les entregará información relevante, cualitativa y cuantitativa, oral y escrita, relacionada al funcionamiento del directorio y de los principales aspectos operacionales, financieros e institucionales de la compañía”. Asimismo, se les entrega información relevante sobre los principales grupos de interés de la compañía. El responsable de coordinar las actividades de inducción es el Presidente del Directorio, quien delega su función operativa en el Gerente General.

Sobre las capacitaciones, el artículo 20 del Manual de Gobierno Corporativo<sup>8</sup>, también incluye una política formal respecto a las capacitaciones que pueden recibir los directores. Adicionalmente se contempla la posibilidad de contar con la asesoría de expertos y presentaciones anuales de diferentes temas para el adecuado ejercicio de su función. El artículo 38 del mismo cuerpo normativo indica, que los directores deberán ser capacitados sobre la Política de Riesgos de la compañía y sobre los mecanismos de mitigación establecidos.<sup>9</sup>

## Código de Ética

El Código de Ética es también uno de los principales documentos que rige el quehacer del Gobierno Corporativo de Entel. Tiene como objetivo entregar los lineamientos del actuar de todos los colaboradores, estableciendo altos estándares de conducta que reflejen los principios éticos de la organización.

El Código de Ética entrega las normas básicas de comportamiento y se complementa con un Manual de Aplicación<sup>10</sup>, para que todos aquellos que forman parte Entel tengan claridad en la aplicación cotidiana de los valores y políticas del Código.

Tanto el Código de Ética como el Manual de Aplicación, son documentos a los cuales adhieren los colaboradores, contratistas, proveedores y clientes.

Entel cuenta con distintos canales para difundir y socializar el Código de Ética. Entre ellos, se destacan el portal Intranet, que permite a los colaboradores plantear y resolver dudas. También tres canales de denuncia anónimos y confidenciales: plataforma online, dirección de email y casilla postal. Las denuncias son investigadas y enviadas al Comité, que es el encargado de resolverlas. El Comité de Ética se encuentra integrado por seis miembros, ejecutivos de la compañía y designados por el Gerente General.

<sup>7</sup> Manual de Gobierno Corporativo de Entel, Artículo 19: Inducción de Directores para nuevos Directores de Entel, página 8. [[http://www.entel.cl/libros/manual-gobierno-corporativo/files/assets/common/downloads/Manual\\_Gobierno\\_Corporativo\\_Entel.pdf](http://www.entel.cl/libros/manual-gobierno-corporativo/files/assets/common/downloads/Manual_Gobierno_Corporativo_Entel.pdf)]

<sup>8</sup> Manual de Gobierno Corporativo de Entel, Artículo 20: Contratación de asesores del Directorio especialista en materias contables, financieras, legales, y otras para la Compañía, página 8. [[http://www.entel.cl/libros/manual-gobierno-corporativo/files/assets/common/downloads/Manual\\_Gobierno\\_Corporativo\\_Entel.pdf](http://www.entel.cl/libros/manual-gobierno-corporativo/files/assets/common/downloads/Manual_Gobierno_Corporativo_Entel.pdf)]

<sup>9</sup> Manual de Gobierno Corporativo de Entel, Artículo 38: Política de Riesgos, página 21. [<http://www.entel.cl/libros/manual-gobierno-corporativo/files/assets/common/downloads>]

<sup>10</sup> Puede acceder al Manual de Aplicación del Código de Ética de Entel, en [[http://www.entel.cl/corporativo/pdf/Or-Manual\\_de\\_Etica.pdf](http://www.entel.cl/corporativo/pdf/Or-Manual_de_Etica.pdf)]

## Canales de difusión del Código de Ética

- > Web corporativa
- > Intranet
- > Inducciones de la compañía
- > Anexo del Código de Ética en los contratos
- > Talleres regionales
- > E-Learning
- > Inscripción de proveedores.

A su vez, en el Código de Ética se establecen claramente los lineamientos para directores y colaboradores respecto a evitar conflictos de interés, como también el uso de influencia o recursos para beneficio personal. En línea con estos principios, Entel implementó en el 2016, un portal en Intranet que se establece un "Modelo de Prevención de Delitos". Lo anterior responde al cumplimiento de la Ley N°20.393 sobre Responsabilidad Penal de las Personas Jurídicas<sup>11</sup>. En dicho portal, los colaboradores de Entel pueden realizar cursos de E-Learning sobre los delitos y cómo prevenirlos. Además, se realizó una actualización sobre la "Declaración de Eventuales Conflictos de Interés", que fue socializado a más de 950 personas desde el primer nivel hasta los jefes de áreas.

Las buenas prácticas de Gobierno Corporativo de Entel -sus procedimientos y regulación de procesos, como también los documentos establecidos como guías en su actuar- están en cumplimiento con la implementación de la Norma N°385 de la Superintendencia de Valores y Seguros<sup>12</sup>, la cual regula la norma de difusión de la información respecto de las prácticas de Gobierno Corporativo. La norma N°385 deroga la norma N° 341 de 2012.

<sup>11</sup> La ley N°20.393 sobre Responsabilidad Penal de las Personas Jurídicas, hace referencia a las sanciones en delitos como, por ejemplo, lavado de dinero, cohecho a funcionarios públicos, receptación de especies robadas, entre otros.

<sup>12</sup> Norma de Carácter General N°385, "A todas las sociedades anónimas abiertas" [[http://www.svs.cl/normativa/ncg\\_385\\_2015.pdf](http://www.svs.cl/normativa/ncg_385_2015.pdf)]



G4-14  
G4-45  
G4-46  
G4-47



## Fomento a una Cultura en Gestión de Riesgos

### Política de Gestión de Riesgos

Entel cuenta con una Política Integral de Control y Gestión de Riesgo, la que establece los principios básicos y el marco general para la adecuada identificación, control y gestión de los riesgos que pudiesen afectar los planes, negocios, operación y funcionamiento de Entel, así como también, el seguimiento periódico de dichos riesgos y sus mitigaciones, de manera de mantener un nivel de riesgo conocido y controlado.

Durante 2016, se definió y presentó la Política Integral de Control y Gestión de Riesgo de Entel tanto a la Alta Administración como al Directorio para su aprobación. Una vez aprobada, se difundió a todos los altos ejecutivos que conforman el Gobierno de Gestión de Riesgos de la Compañía y a todas las jefaturas en las regiones del país. La política será ampliamente difundida durante 2017 a toda la Organización.



### Gobierno de Gestión de Riesgos de Entel

Entel ha establecido un Gobierno de Gestión de Riesgos basado en los principios definidos en la Política Integral de Control y Gestión de Riesgo, que permite mantener un adecuado control de los mismos, para dar respuesta, de manera organizada y efectiva junto con entregar la información necesaria para la toma de decisiones, con el fin de contener y mitigar la materialización de los posibles riesgos.

El Gobierno de Gestión de riesgos de Entel es una estructura organizacional transversal constituida en primera instancia por el Directorio; como órgano máximo de administración, la alta administración, las unidades organizacionales; responsables primarios por la identificación, evaluación, control y mitigación de sus riesgos, el Área de Gestión de Riesgos; responsable de la coordinación y apoyo a las unidades organizacionales, registro, seguimiento e información de la gestión de riesgos a la Alta Administración y al Directorio, y la Gerencia de Auditoría Interna; responsable de evaluar la efectividad de la implementación de la Política de Gestión y Control de Riesgo. Esta estructura de gobierno permite gestionan de forma integral los riesgos de la compañía, logrando una mirada transversal desde el nivel táctico como estratégico, con el fin de anticiparse y mitigar los riesgos en forma oportuna, destinando recursos y definiendo estrategias que permitan convertir los riesgos en oportunidades de rentabilidad para Entel.



### Gobierno de Gestión de Riesgos en acción

En 2016, Entel se vio afectado por la inundación del Edificio Parque Titanium, producto de las intensas lluvias y fallas en la infraestructura aledaña. Para hacer frente a esta situación, se implementó el Comité de Crisis de Entel y se gatillaron todos los procedimientos previamente establecidos del Plan de Continuidad de Negocios de la compañía, logrando en forma exitosa que más de 1.200 colaboradores estuviesen operando en otras instalaciones y la compañía siguiera su funcionamiento normal.

---

Para asegurar la protección de datos de los clientes Entel actualizó en 2016 la calidad de sus certificación ISO 27.001-2013.

---

#### **Macroriesgos y Riesgos emergentes**

Toda organización puede verse enfrentada a diversos riesgos durante su gestión, y es necesario contar con planes de acción para mitigar dichos riesgos y que el funcionamiento del negocio siga su rumbo normal. Entel, para hacer frente a potenciales riesgos, identifica cuáles son los con mayor trascendencia en el negocio y los analiza de acuerdo a su nivel de impacto y probabilidad de ocurrencia, así también se identifican sus controles para la mitigación. Existen funciones y cargos gerenciales específicos que realizan análisis de riesgos financieros, operacionales, de salud y seguridad ocupacional y de medioambiente.

A su vez, los riesgos que puede enfrentar una compañía no son estáticos y pueden ir evolucionando, cambiando o mutando con el tiempo. Nuevas tendencias van surgiendo y es necesario estar al tanto de las innovaciones y nuevas medidas en materia de seguridad para actualizar los planes de continuidad de negocio.

Es por ello que durante 2016 Entel, junto con la Consultora Deloitte, realizó una actualización de sus macroriesgos y el nivel de impacto de cada uno de ellos. Se conformó una lista con diversos riesgos identificados y se priorizaron aquellos más importantes y relevantes que Entel debe tener en consideración. En este trabajo participó el nivel gerencial de Entel, que permitió identificar las brechas y oportunidades de mejoras que serán parte de la Gestión de Riesgos de 2017 y del Plan de Auditoría Interna. La actualización de los macroriesgos fue presentada al Directorio.

Estas iniciativas permitieron a Entel focalizar su gestión en aquellos riesgos considerados más relevantes para la empresa.

## Riesgos Emergentes

G4-PR8

|                                                                                               |                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                   |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>NO ADAPTAR EL MODELO DE NEGOCIO ANTE NUEVAS TECNOLOGÍAS Y NECESIDADES DE LOS CLIENTES.</b> |  | <b>Impacto:</b> Quedar fuera de los nuevos negocios de la industria.                                                                                                                                                              |
|                                                                                               |  | <b>Mitigación:</b> Entel desde el 2014, se encuentra en un proceso de Transformación Digital que incluye las tecnologías, recursos humanos, procesos y estrategias de negocios de cara a los nuevos desafíos futuros del mercado. |
| <b>NO ELABORAR OPORTUNAMENTE UNA ESTRATEGIA EN CIBERSEGURIDAD.</b>                            |  | <b>Impacto:</b> Aumenta el riesgo de amenazas y filtraciones poniendo en peligro uno de los mayores activos de la empresa: los datos.                                                                                             |
|                                                                                               |  | <b>Mitigación:</b> Proyecto de Ciberseguridad apoyado por IBM.                                                                                                                                                                    |

## Seguridad de la Información y Protección de Datos

Uno de los principios resguardados en el Código de Ética es la protección de datos y antecedentes de los clientes. Como todos los años, Entel en 2016, actualizó y mejoró la calidad de su certificación ISO 27001-2013. De esta manera, la compañía reforzó su compromiso con la protección de datos. A través de dichos controles, se aseguró el liderazgo y participación activa de toda la línea ejecutiva en la gestión y control de los riesgos asociados al procesamiento y almacenamiento de la información privada de los clientes.

De la misma manera, y atendiendo a la protección de identidad y el acceso a la información sensible, durante el 2016 se automatizó -mediante la implementación de un software llamado Identity Access Management (IAM)- el proceso de gestión de accesos, roles y perfiles, para que cada usuario pueda acceder solo a la información que necesita para realizar sus actividades diarias.

Considerando la preocupación constante de Entel en temas de Seguridad y Protección de los Datos, en 2016 se realizó una consultoría con IBM sobre Ciberseguridad, para conocer las brechas respecto al funcionamiento actual e implementar un gobierno que le permitan a la compañía, en forma transversal, aplicar las mejores prácticas y realizar acciones de prevención. Se concluyó que es necesario implementar un Comité Táctico de Ciberseguridad al más alto nivel para hacer seguimiento a eventuales incidentes y tomar acciones de prevención ante posibles hackeos, malware, denegación de servicios, entre otros.

Todos los procesos y sistemas son auditados periódicamente -tanto interna como externamente- para revisar si existen potenciales vulnerabilidades. Particularmente en relación con la atención oportuna y efectiva de potenciales violaciones a los datos privados de los clientes, Entel cuenta con el Canal de Denuncias en su página web. Durante el 2016, no hubo reclamos por estos conceptos.









José Rivera, Pescador, Localidad La Pesca.  
Comuna de Licantén, Región del Maule.  
Proyecto Conectando Chile.







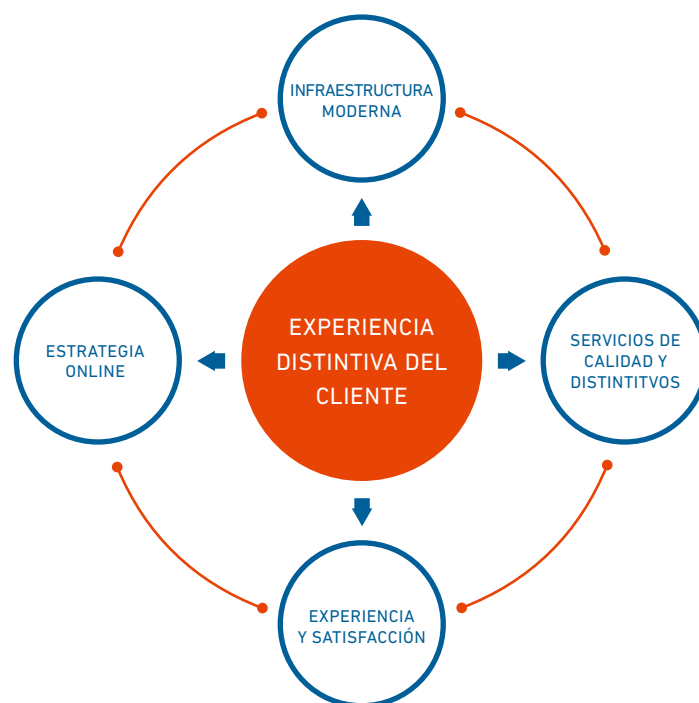


G4-DMA  
G4-EC7

## Relación de Entel con sus Clientes

Para Entel los clientes están en el centro de las decisiones. La compañía está comprometida con entregar de manera transversal la mejor experiencia de servicio en Chile y Perú.

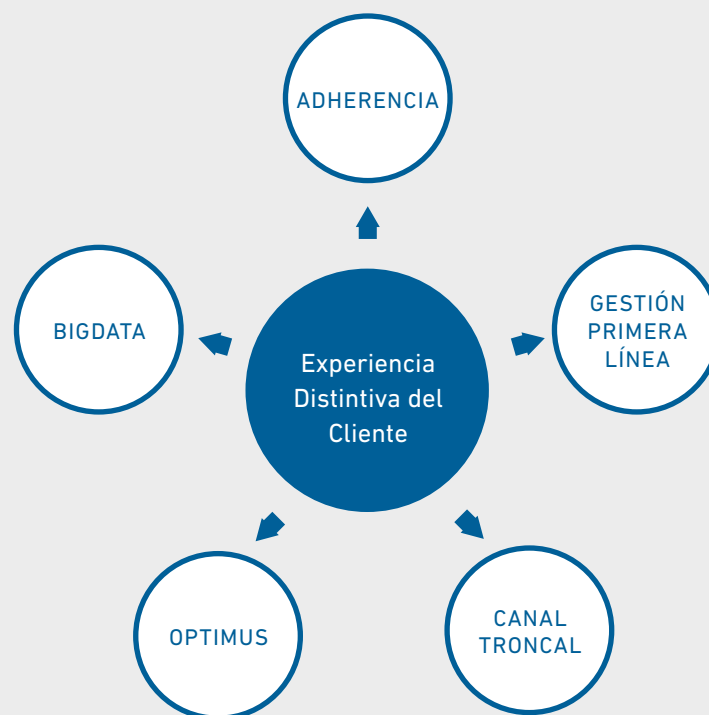
La relación con los clientes se enfoca en lograr que la interacción con la empresa se traduzca en una experiencia distintiva. Para velar por el logro de este objetivo, cuenta con un Comité de Clientes, que reúne a todas las áreas que influyen en la experiencia y viaje del usuario.



### Programas para asegurar una experiencia distintiva en el cliente

Entel reconoce la importancia de asegurar la adherencia del cliente en cada proceso, ya sea a través de canales digitales o interacciones presenciales. Para ello, desarrolla distintos programas:

1. **Programa de Adherencia:** Busca instalar en los líderes de cada canal, las herramientas necesarias para mejorar la gestión de atención, con el objetivo de hacer partícipes a los clientes en los procesos y productos creados especialmente para ellos.
2. **Gestión en Primera Línea:** Consiste en entregar soluciones desde el primer contacto con los clientes, a través de la optimización de procesos, cambios en los modelos de atención y capacitaciones a los ejecutivos que tienen directa relación con ellos.
3. **Canal Troncal:** Su objetivo es aumentar y fomentar la participación de los clientes en canales digitales, esto, a través de la transformación digital que está implementando la compañía para brindar una experiencia de viaje distintiva.
4. **Optimus:** Es un programa de incentivos a los colaboradores que están en contacto con clientes, premiando a los ejecutivos, líderes y tiendas destacadas. Estos incentivos tienen carácter experiencial, y se otorgan cuando se cumplen los indicadores de satisfacción y ventas.
5. **Bigdata:** Implementación de diversos proyectos que buscan profundizar a través de los datos, el entendimiento de las necesidades de los clientes, para así satisfacerlas de manera oportuna y óptima.





## Infraestructura

### 4G-LTE: Despliegue de la red en 700 MHz

Durante el 2016, Entel implementó su tecnología 4G LTE- Advanced Carrier Aggregation (4G+). En 2015, finalizó el despliegue de la banda 2.600 MHz, la que entrega una mayor capacidad y cobertura en espacios abiertos. Ella se complementó con el despliegue de la banda 700 MHz, segmento del espectro ideal para la transmisión de datos inalámbricos que, al ubicarse en una frecuencia baja, permite una mayor penetración de la señal. Al combinar las bandas de 2.600 MHz y 700 MHz, se optimiza la experiencia de los clientes, mejorando la oferta de servicios y uso de datos, al ampliar la cobertura y velocidad de conexión

ENTEL LANZA

# 4G+

en Chile, convirtiéndose en el primer operador que cuenta con esta tecnología en seis regiones al cierre de 2016 y con la red más moderna de Latinoamérica.



## Conectando Chile<sup>13</sup>

Con el despliegue de la banda 700 MHz en 2016, se logró un importante avance en la conectividad del país, aportando al desarrollo de zonas aisladas que no contaban con acceso a nuevas tecnologías, mejorando la calidad de vida de las personas.

A la iniciativa público-privada "Todo Chile Comunicado" en la que participó la compañía y que benefició a más de 3 millones de personas, de localidades aisladas, se suma el proyecto de Entel "Conectando Chile", el cual beneficia a un total de 730 localidades y 130.548 personas.

En el 2015, con el despliegue de la Red 2.600 MHz, Entel completó la primera etapa de "Conectando Chile", con 181 localidades aisladas conectadas y 44.831 personas beneficiadas. Mientras en 2017, la compañía finalizará la segunda etapa, con el despliegue de la contraprestación de la Red 700 MHz, sumando a 549 localidades aisladas y beneficiando a 85.717 personas.

G4-EC7

<sup>13</sup> Para mayor información, vaya al Capítulo N° 7 "Comunidades e Inversión Social".





### Tiendas Entel

Permanentemente Entel adapta y mejora sus tiendas presenciales, tomando en cuenta los nuevos desafíos tecnológicos de la industria y la importancia que tiene la innovación para la compañía, entregando experiencias distintivas a los clientes en los canales presenciales.

Durante el 2016, una de las remodelaciones más importante fue la realizada en la tienda de Manquehue, en Santiago de Chile, la que se equipó para entregar a los clientes una experiencia tecnológica completa e interactiva. Para ello, se instaló un Device Wall, pantalla tecnológica e interactiva que permite al cliente acceder a la información sobre un producto sin requerir

la atención de un ejecutivo. Esta tienda también cuenta con un Punto Smart, en el que se presta asesoría al cliente de los equipos para que obtengan el máximo potencial de uso. Además, de un Play Wall, -pantalla interactiva- en la que se puede acceder a diferentes juegos en los tiempos de espera de atención.

A su vez, se remodeló la tienda franquiciada de Costanera Center, aumentando los módulos de atención, lo que reduce los tiempos de espera y mejorar la experiencia del cliente. Entel también incorporó dos nuevas tiendas en Santiago, una en Mall Parque Arauco, y otra en Ahumada.

Este 2016, Entel actualizó la oferta de prestaciones en los distintos puntos presenciales, permitiendo a los clientes acceder al servicio que requieran en cualquier tienda del país.

Por su parte, Entel Perú, cuenta con cobertura en todas las regiones del Perú y una tienda propia o franquiciada en las ciudades más importantes de cada región.

**Entel Call Center**

Entel Call Center entrega un servicio de atención de calidad a los clientes a través de diferentes canales: llamadas telefónicas, redes sociales, contacto por email, plataformas backoffice, entre otros. Además, cuenta con una infraestructura y aplicativos<sup>14</sup> que entregan eficiencia y efectividad a los procesos, servicios y productos.

La transformación digital en el mercado de Entel Call Center, se traduce en un cambio en la forma de atención, generando que las llamadas recibidas se transformen en interacciones con distintos canales. En este sentido, ha ampliado su oferta, agregando sistemas de autoatención como el Interactive Voice Response (IVR), consulta de servicios a través de aplicaciones, bots<sup>14</sup> y la incorporación de canales como Whatsapp, Twitter y Facebook. La optimización de las plataformas de atención, permite mejorar la resolución de las atenciones en la primera interacción de los clientes, aumentando la satisfacción de servicio y reduciendo los reclamos.

Se ha continuado con la implementación del Modelo Gestión en Primera Línea, que busca resolver en la primera atención, los principales requerimientos de los clientes de manera efectiva. Para esto, se han realizado ajustes en los protocolos, unificando plataformas y capacitando a los ejecutivos en estos nuevos requerimientos.

<sup>14</sup> Los Bots son asistentes digitales que ayudan a analizar las palabras y oraciones. El análisis es mediante un texto proveniente de un medio digital como Whatsapp, Twitter o Facebook.



**Entel Call Center Vicuña Mackenna, ejemplo de modernidad y eficiencia**

Durante el 2016, se remodelaron las oficinas de Vicuña Mackenna en Santiago, juntando dos centros de operación en un solo espacio. Esta remodelación permitió un ahorro de energía eléctrica del 10%, debido a la instalación de luces LED, generó mejoras operacionales, de gestión de los servicios, disminución de traslados y efectividad en la comunicación entre áreas.

## MERCADO PERSONAS

G4-PR5



TELEFONÍA MÓVIL

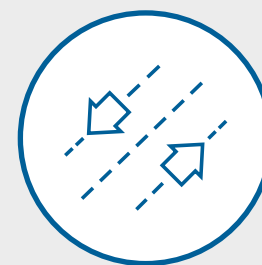


BANDA ANCHA MÓVIL



HOGAR

- › Telefonía fija
- › Banda Ancha inalábrica
- › Televisión



CARRIER LARGA DISTANCIA

Para garantizar una atención de calidad, en 2016, Entel Call Center creó un área de Satisfacción de Clientes, que vela por entregar un servicio de calidad de parte de los ejecutivos de cuentas. Asimismo, a finales de 2016, comenzó la implementación de Speech Analytics, software que permite analizar las interacciones de los ejecutivos con clientes y detectar oportunidades de mejora.

Estos avances se reflejan en los niveles de satisfacción de los clientes y usuarios. De acuerdo a la medición realizada por Praxis<sup>15</sup>, en 2016 el nivel de satisfacción, ha aumentando 10 puntos porcentuales con respecto al año 2015.

### Datacenter

Los Datacenter de Entel tienen certificaciones de Tier III Design Documents, Tier III Constructed Facility y Tier III Gold-Concurrently Maintainable todos otorgados por el Uptime Institute, de clase mundial, con una infraestructura moderna y avanzada que proporciona al cliente una experiencia

distintiva. Entrega a los usuarios soluciones orientadas a la continuidad operativa de las plataformas de procesamiento y transaccionalidad, mediante la provisión de servicios de alojamiento, monitoreo, administración y explotación de las plataformas.

Esta infraestructura soporta diversos servicios de TI como, por ejemplo, servicios de housing, plataformas de Cloud computing, proporciona a los clientes un aplicativo de uso común como correo electrónico o herramientas de colaboración y entrega de outsourcing integral de TI, entre otros servicios tecnológicos.

<sup>15</sup> Encuesta realizada por una empresa privada.





### Mercado de Personas

A través del Mercado de Personas, Entel brinda diferentes soluciones a los clientes, entregando un servicio distintivo en todos sus canales de atención.

#### Soluciones telefonía móvil, innovando para los clientes

En las soluciones de telefonía móvil, Entel se encuentra innovando su oferta comercial con el fin de entregar un servicio de calidad y a la altura de los nuevos desafíos tecnológicos. Uno de los grandes retos es el aumento significativo en el uso de datos. Para responder a esta necesidad, se lanzaron planes Smart Fun, que contienen una cuota de datos diversificada, libres, para música y video.

Además, Entel lanzó ofertas de planes sin equipo, lo que permite acceder a cargos fijos menores por las mismas e inclusive mayores prestaciones.

#### Soluciones hogar, ampliando la conectividad

Una de las principales líneas de crecimiento para Entel en Chile es su segmento Hogar. Los servicios que ofrece consisten en telefonía fija, banda ancha inalámbrica y televisión satelital.

Experiencia de los clientes en el Segmento Personas

La experiencia de clientes se encuentra articulada y monitoreada en torno a tres dimensiones: la marca, productos y servicios, y puntos de contacto. Dimensiones que se articulan en un modelo de gestión que permite hacerle seguimiento y analizar su impacto en el negocio, teniendo al cliente en el centro de las decisiones. Este modelo permite gestionar los distintos indicadores de servicio, calidad y negocio, desde la perspectiva del viaje del cliente.

Para Entel es importante medir el nivel de satisfacción de los clientes en cuanto a la experiencia que están teniendo. Es por ello, que se realiza un monitoreo constante de la gestión, a través de indicadores cuantitativos y la aplicación de encuestas, que permiten evaluar y dar cuenta de las áreas en las que existe espacio de mejora.

La satisfacción del cliente se mide a nivel estratégico y a nivel táctico.

El nivel estratégico considera los resultados de la encuesta Adimark<sup>16</sup>, que se centra en los principales indicadores de servicios y productos que posee la compañía, con una medición mensual sobre 2.600 clientes, tanto de suscripción como prepago.

Durante el año 2016, la satisfacción general de los clientes se mantuvo estable en 58 puntos, de un total de 100.

TABLA 1: SATISFACCIÓN GENERAL DE CLIENTES (NET SATISFACTION SCORE)

| Categoría                        | 2015                 | 2016                 |
|----------------------------------|----------------------|----------------------|
| Satisfacción General de Clientes | 58pts                | 58pts                |
| Cobertura de la medición         | 95% de confiabilidad | 95% de confiabilidad |

La satisfacción táctica se mide a través de la Encuesta Post Atención (EPA)<sup>17</sup> en todos los canales de atención.

Para mejorar la gestión de experiencia, estos indicadores se comunican transversal e internamente a toda la compañía, a través de publicaciones en el sitio web, correos masivos a los colaboradores y al Comité de Clientes de la Vicepresidencia del Mercado de Personas.

Todos estos avances, se reflejan en los reconocimientos y premios obtenidos<sup>18</sup>. El 2016, Entel fue reconocido por 14vo año consecutivo por ProCalidad, como la Empresa de Telefonía Móvil con la Mejor Satisfacción de Clientes. Asimismo por 6to año consecutivo como la Empresa de Telecomunicaciones con la mejor experiencia de clientes en Chile, por BCX, que también la reconoció por 5to año consecutivo como la Empresa de telecomunicaciones con la mejor experiencia de cliente en Iberoamérica.

Estos reconocimientos fueron comunicados a los clientes a través de medios masivos de comunicación: diarios, revistas y redes sociales.

<sup>16</sup> La Encuesta Adimark, se realiza mensualmente a más de 2.600 clientes en Chile para medir su nivel de satisfacción sobre distintos servicios.  
<sup>17</sup> La Encuesta EPA, se realiza mensualmente a más de 40.000 clientes en Chile para medir su nivel de satisfacción en algunos de los canales de atención Entel.  
<sup>18</sup> Para mayor información sobre premios y reconocimientos, refiérase a la Memoria, página 24 y 25.



# Mejor Experiencia

en Iberoamérica 5 años consecutivos  
Best Consumer Experience BCX.



# Satisfacción de Cliente

en Chile 14 años consecutivos  
Pro Calidad.



# Mejor Experiencia

en Chile 6 años consecutivos  
Best Consumer Experience BCX.

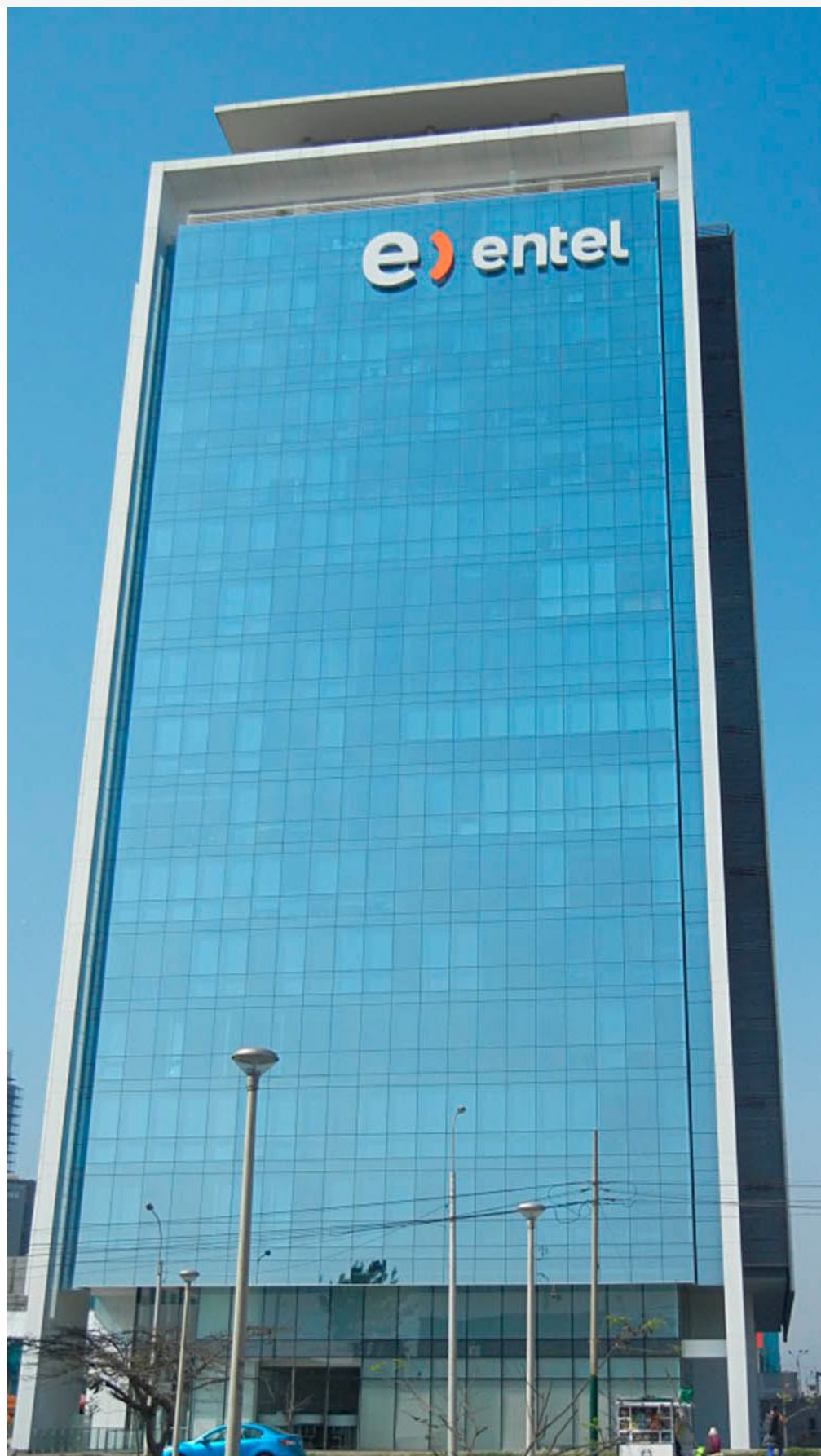


### Gestión de Entel Perú en Mercado de Personas

El Mercado de Personas en Perú también ha experimentado grandes avances, destacándose el aumento en la base de clientes prepago y suscripción.

Al cierre del año 2016, Entel Perú alcanzó la suma de 1.852.515 clientes en suscripción, aumentando en un 33% en este segmento respecto a 2015. Asimismo, con 2.956.240 clientes prepago, aumentando un 70,3% en este segmento.

Respecto al nivel de satisfacción de los usuarios de prepago y de suscripción, Entel Perú sigue siendo líder con un nivel de satisfacción de 71% en 2016, confirmando su compromiso por entregar un servicio de calidad a los clientes y mejorar su experiencia.



# MERCADO EMPRESAS



## SOLUCIONES MÓVILES

- › Planes empresas multimedia
- › Banda ancha móvil
- › Roaming



## SOLUCIONES TI

- › MDM
- › Office 365
- › GPS
- › Factura Net



## SOLUCIONES FIJAS

- › Pack Negocio
- › NGN
- › Tramas digitales
- › Líneas telefónicas

## Mercado de Empresas

Los clientes empresariales son una línea fundamental en el negocio, es por ello que se busca entregar un viaje distintivo a través de soluciones móviles, fijas y de tecnología de la información. El uso de plataformas Cloud ha sido significativa, estas soluciones integrales -móviles, telefonía fija y TI- permiten a Entel ser un proveedor líder que entrega respuestas personalizadas a sus clientes empresariales considerando siempre sus necesidades.

Otro foco fundamental para Entel es brindar un rol de facilitador a los pequeños y medianos empresarios en su gestión de negocio. Para ello, desde el 2014 la compañía se encuentra realizando los Cursos CLIC. Éstos consisten en capacitaciones efectivas que entregan conocimientos, casos prácticos y herramientas concretas aplicables a la gestión de su negocio. Son gratuitos y abiertos a todo público, no es requisito ser cliente de Entel para recibir esta preparación. Los cursos se realizan vía online y presencial, para lograr una mayor cobertura en todo Chile.



La relevancia del contenido de Cursos Clic, el estilo de comunicación directa y cercana, y la experiencia oportuna, fueron elementos esenciales que nos llevaron a lograr un alto número de inscritos a nivel nacional y un fuerte nivel de compromiso e interés. Para ello resultaba fundamental una capacitación efectiva, que se adecuara a sus tiempos y que fuese personalizada a su realidad de manera que apoyara la gestión favorable de sus negocios”.

**Gustavo Larraín,**  
Gerente de Marketing y  
Producto Mercado Empresas de Entel



Durante el 2016, se realizaron 6 cursos, en los que se abordaron diferentes temáticas con el objetivo de potenciar las habilidades de pequeños y medianos empresarios. Estos contaron con los datos adjuntos a continuación:

#### Cifras Cursos Clic

18.188

INSCRITOS

de los cuales el 81% de los participantes asistieron a los cursos vía online y el 19% vía presencial.

69%

INSCRITOS

son clientes Entel Empresa.

Esta iniciativa de Entel enfocada a los pequeños y medianos empresarios, fue reconocida internacionalmente en los Premios Amauta, organizado por la Federación de las Asociaciones de Marketing Directo e Interactivo de América Latina (ALMADI), por lograr la máxima distinción, categoría oro, en Programas de Fidelización y Relacionamento.

#### Gestión Entel Perú en Mercado de Empresas

Entel Perú también ha experimentado grandes avances y logros en el Mercado de Empresas. Respecto a la satisfacción de clientes, los usuarios presentan una mayor satisfacción general en comparación a otras compañías de telecomunicaciones. Lo mismo ocurre con pequeños y medianos empresarios, en el que Entel Perú lidera en satisfacción de sus clientes.



# MERCADO CORPORACIONES



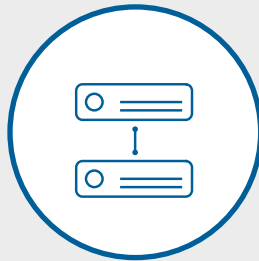
## SOLUCIONES MÓVILES

- › Telefonía e internet Móvil
- › Servicio Blackberry
- › Aplicaciones móviles empresariales



## SOLUCIONES TI

- › Housing y Hosting
- › Cloud computing
- › IoT y Bigdata
- › Administración aplicaciones SAP



## SOLUCIONES FIJAS

- › Redes de Datos
- › Internet Corporativo
- › Interconexión Datacenter

## Mercado de Corporaciones

El enfoque de Entel Corporaciones consiste en asistir y acompañar a las grandes empresas del país en la transformación de sus negocios, entregando soluciones personalizadas y a la medida de cada usuario, con una oferta sustentada en una infraestructura de excelencia y en la experiencia y entendimiento de los desafíos del negocio de sus clientes.

Respecto a las soluciones de telefonía móvil, y frente a un escenario de fuerte agresividad tarifaria, Entel Corporaciones se centró en mejorar la experiencia de navegación, el acceso a la información y canales para la gestión de la cuenta y autogestión del usuario. Se introdujeron planes con uso ilimitado de datos para aplicaciones empresariales y se desarrollaron aplicativos que permiten a los clientes trabajar en forma digital con la compañía.

En los negocios de Telecomunicaciones Fijo y Tecnologías de la Información (TI), el foco estuvo en mejorar la rentabilidad con una inversión intensiva y eliminando aumentos innecesarios de costos.

Durante 2016, Entel Corporaciones lanzó la Estrategia de Ciberseguridad, componente clave para resguardar la información y sustentabilidad del negocio de las organizaciones que avanzan hacia la transformación digital. Con un portafolio integral de soluciones -Entel Cyber Secure- que permite dar respuesta y protección a empresas, corporaciones e instituciones gubernamentales, ante los riesgos de los negocios en un mundo digital. Asimismo, se inauguró el Centro de Ciberinteligencia, CCI, que cuenta con expertos en ciberseguridad y tecnologías con estándares de clase mundial.

Uno de los objetivos estratégicos del Plan de Entel 2017-2019, consiste en generar nuevos negocios adyacentes que son de relevancia en el mediano plazo. Un ejemplo en estos avances, es lo que ha realizado Entel Corporaciones en Telemedicina.

La Gerencia de Gobierno de Mercado Corporaciones de Entel, junto a la Unidad de Sanidad de la Policía de Investigaciones de Chile (PDI), desarrollaron durante el 2016, un proyecto conjunto en Teleoftalmología para atender a distancia a funcionarios de la PDI. Este servicio es único,



ya que entrega una atención completa, que junto con realizar el examen permite enviar la receta, órdenes de exámenes o derivación a otro especialista, la que es recibida en tiempo real por el paciente. Este programa comenzó como plan piloto en julio, en la ciudad de Puerto Montt, generándose 166 atenciones. Para 2017, se espera ampliar este sistema de telemedicina a más especialidades y regiones del país. Con estos avances, Entel entrega soluciones integrales y modernas a sus clientes, pero a la vez, está generando avances tecnológicos en el área de la salud y aportando al desarrollo de Chile.

Asimismo, Mercado Corporaciones continuó la implementación de la estrategia "Optimus", con el fin de obtener mejores niveles de satisfacción de clientes y eficiencia operativa a través del rediseño en el proceso de viaje de los clientes, proporcionando una experiencia distintiva.

Entel Corporaciones logra generar una experiencia distintiva en sus clientes, monitoreando constantemente su nivel de satisfacción. Para esto, se ha desarrollado una metodología conjunta con el cliente, mediante la cual ellos mismos evalúan y proponen nuevas iniciativas, tomando un rol activo en la validación de los prototipos, entregando de esta manera un servicio diferenciador.

Esta información se complementa con visitas a terreno, encuestas cualitativas y con un "heatmap", que permite analizar en detalle la satisfacción de cada cliente. Asimismo, se han incorporado mediciones validadas internacionalmente, logrando un mayor conocimiento del comportamiento del cliente y de sus preferencias.

En 2016, el nivel de satisfacción del segmento fijo fue de 63%, aumentando en 7 puntos porcentuales con respecto al 2015. En el segmento móvil, el nivel de satisfacción de los usuarios aumentó en 4 puntos porcentuales respecto al año anterior, obteniendo un 71,5%.

TABLA 5: SATISFACCIÓN NETA EN MERCADO DE CORPORACIONES

| Categoría                   | 2015  | 2016  |
|-----------------------------|-------|-------|
| Satisfacción Segmento Fijo  | 56%   | 63%   |
| Satisfacción Segmento Móvil | 67,1% | 71,5% |

Estos indicadores son comunicados, analizados y discutidos en instancias formales y periódicas con los distintos grupos de interés, con énfasis en entender e identificar dónde están los mayores aciertos y brechas con respecto a las expectativas de los clientes para generar una mejora continua.

## MERCADO MAYORISTA



### ROAMING INTERNACIONAL

- › Telefonía e internet Móvil
- › Servicio Blackberry
- › Aplicaciones móviles empresariales



### ROAMING NACIONAL Y SERVICIOS OMV

- › OMV es un conjunto de prestaciones necesarios para operadores móviles virtuales



### REDES DE DATOS



### SERVICIOS DE TRÁFICO LARGA DISTANCIA INTERNACIONAL

## Mercado Mayorista

Esta unidad de negocios de Entel fue creada para satisfacer las necesidades de los operadores de telecomunicaciones nacionales e internacionales, ofreciendo arriendo de servicios de red móvil en zonas donde estos operadores necesitan complementar su cobertura o donde no tienen cobertura propia.

El mercado Mayorista provee de infraestructura de redes y servicios a más de 46 operadores de telecomunicación nacionales y 95 internacionales. Entre los nacionales destacan Grupo Claro, Grupo Movistar, Grupo GTD, Falabella Móvil y WOM. Respecto a los operadores internacionales, los clientes son AT&T, Sprint, Vodafone, BT, entre otros.

La oferta de servicio del Mercado Mayorista contempla: Servicios de Roaming Internacional, Servicio OMV (Operadores Móviles Virtuales), Roaming Nacional, y Redes de Datos.

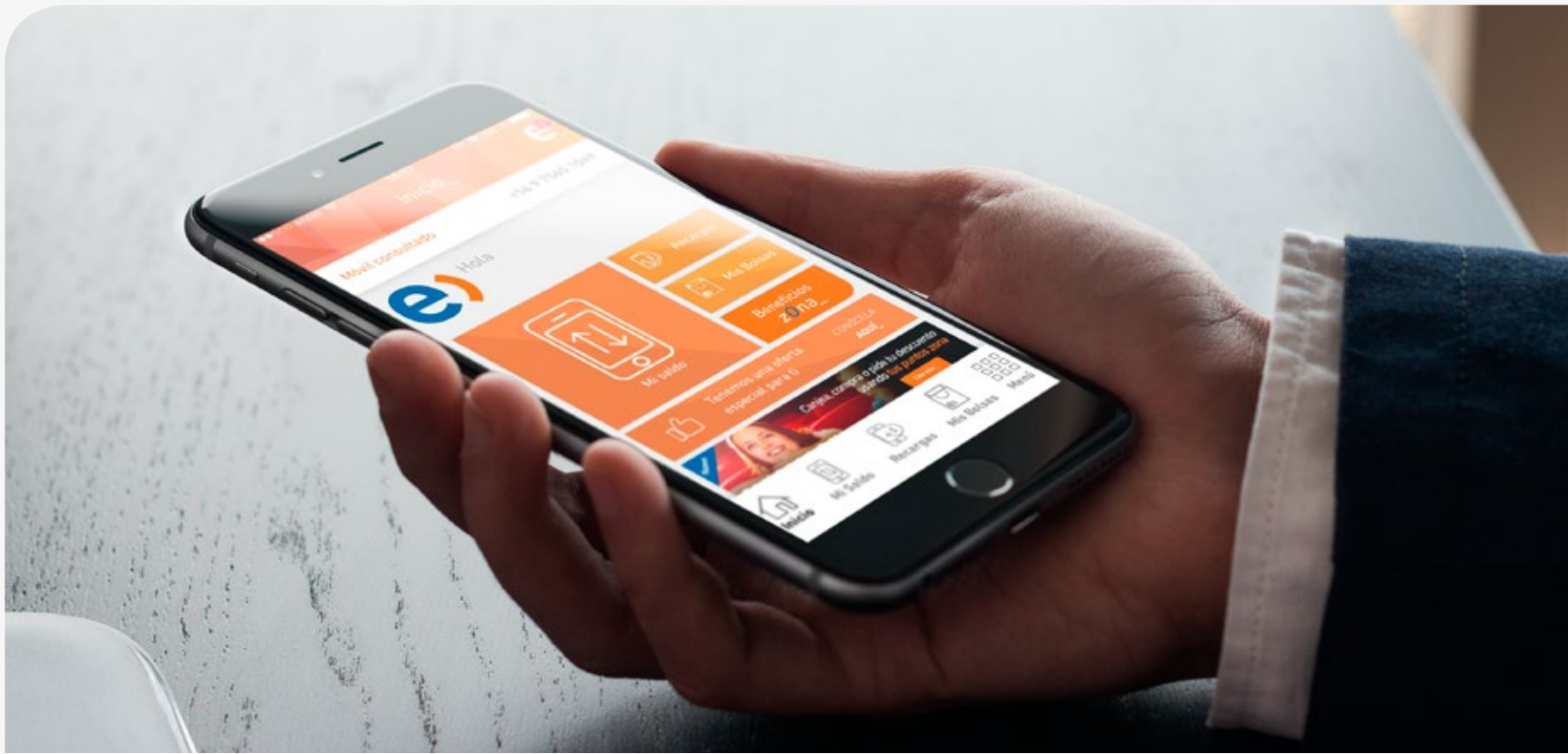
## Estrategia y Presencia Online

El avance y desarrollo de las nuevas tecnologías, ha influido en el cambio estructural y organizacional

en que se encuentra trabajando Entel con su proyecto de Transformación Digital. Este proceso de transformación requiere de una estrategia sobre presencia online de la compañía, la cual se basa en tres pilares fundamentales:

1. **Migrar las atenciones hacia canales digitales:** El cliente podrá realizar sus actividades cotidianas a través de un canal de autoatención, que le permitirá realizar el pago de su cuenta, consultar su saldo y consumo de datos.
2. **Rentabilización del canal:** las principales actividades son venta móvil, venta hogar y recargas.
3. **Mejorar el viaje y experiencia del cliente:** entregando un servicio basado en un sistema simple, rápido y resolutivo.





### Plataformas Online

Las plataformas online con las que cuenta Entel son los portales públicos, privados y la APP.

La estrategia del canal online se ha traducido en un apoyo para los canales presenciales, derivando atenciones que permiten descomprimir el alto tráfico de usuarios. Se ha producido un aumento sostenido en el uso del canal online para las atenciones más cotidianas y recurrentes. Específicamente, la APP de Entel supera los 6 millones de transacciones mensuales.

En 2016, el canal online creció 8 puntos porcentuales en el mix de sus atenciones de servicios. Esto se traduce en una mejor experiencia de los clientes quienes pueden realizar sus trámites de manera online sin necesidad de destinar tiempos a traslados o de espera por una atención.

TABLA 6: ESTRATEGIA ONLINE

| Categoría                                                                     | 2016  |
|-------------------------------------------------------------------------------|-------|
| Porcentaje de clientes que usan plataforma online para servicios y soluciones | 10,3% |
| Porcentaje de ventas asociados a servicios online                             | 4,4%  |



## Hitos destacados 2016

1

**Nuevo modelo de servicio de la Generencia de Recursos Humanos adecuado a los permanentes desafíos tecnológicos**

La transformación digital que está experimentando Entel conlleva un cambio en la forma de hacer las cosas. Se requiere una estructura más plana, transversal, diversa y ágil.

2

**Enfoque en las necesidades y características específicas de los colaboradores**

Planes especializados y focalizados para cada mundo:

- › Gestión\_Liderazgo
- › Operación\_Adherencia
- › Operación\_Especialización

3

**Diversidad e Inclusión**

Comenzó con el diseño de una Política de Diversidad e Inclusión de Entel

4

**Trabajo Transversal y Colaborativo**

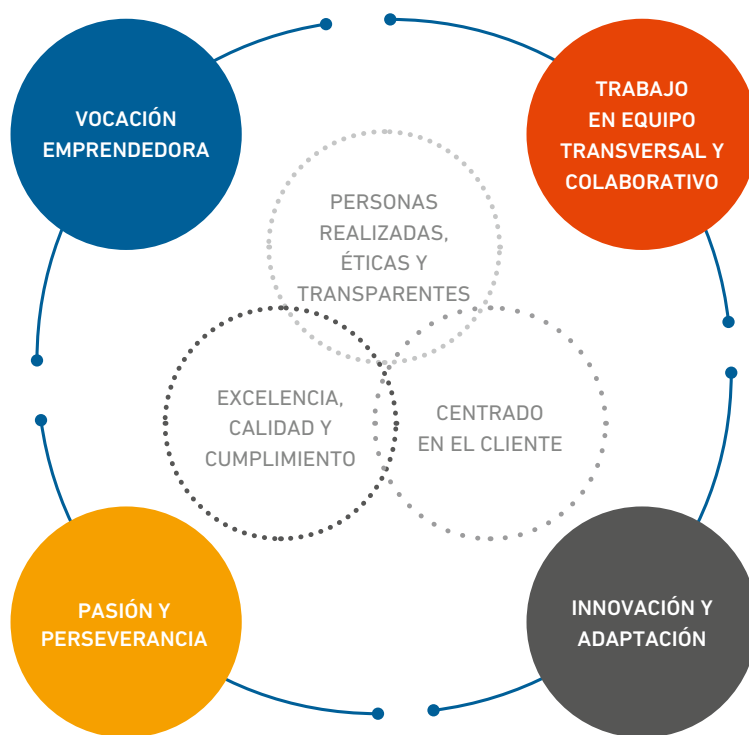
En el 2016, se realizó por primera vez la Evaluación de Desempeño de 360°, en la que los colaboradores se evalúan entre ellos.

5

**Clima laboral**

"Great Place to Work" 2016  
83% de los colaboradores señaló que Entel es un Gran Lugar para Trabajar

## Pilares Culturales



## Nuestro Enfoque

**P**ara hacer realidad nuestros pilares culturales, se lleva a cabo un conjunto de acciones orientadas al desarrollo de las personas que les provean un crecimiento profesional y, al mismo tiempo, un adecuado balance entre trabajo y vida personal. Entre estas acciones está la medición y gestión del clima laboral, la capacitación y diversas actividades de desarrollo organizacional, como talleres de liderazgo o de trabajo en equipo. El propósito es dar a cada colaborador asignaciones desafiantes y alineadas al negocio, en un clima estimulante que aumente el engagement, en que cada uno encuentre un espacio de realización personal en el rol que desempeña.

Durante los últimos dos años la Gerencia de Recursos Humanos de Entel ha trabajado para alinear la gestión de capital humano con la estrategia de negocios. El año 2015 Entel adoptó una nueva estructura organizacional que buscó, acercar las jefaturas a sus equipos y, de esta manera, a los clientes y sus necesidades. Este modelo, más horizontal y con menos niveles intermedios, priorizó el trabajo interdisciplinario.

En 2016, el mayor desafío consistió en profundizar esta estructura más liviana, ajustando todas las iniciativas a ella. A su vez, con el objetivo de convertirse en una empresa 100% digital y hacer más eficiente, ágil e interactiva la experiencia del cliente, la compañía inició un proceso de integración de nuevas tecnologías presentando desafíos para los colaboradores:



El técnico, propio de la adopción e implementación de nuevos sistemas, herramientas y tecnología.

- > El desafío de la adaptación, que significa trabajar en forma transversal y de manera colaborativa para llegar a responder en tiempo real a las demandas de los clientes.

### Nuevo Modelo de Gestión de Personas

En este contexto, el nuevo modelo de gestión incorpora una estrategia de servicio de la gerencia de Recursos Humanos que se integra de manera más efectiva con las áreas de negocio. Para esto, el 2016 se formalizó la existencia de tres grandes mundos dentro de la compañía:

- > Mundo Gestión\_Liderazgo: se centra en potenciar los liderazgos de la organización.
- > Mundo Operación\_Adherencia: enfocado en entrenar habilidades que facilitan la gestión en áreas operativas, específicamente aquellas que impactan en el negocio, como satisfacción de clientes y ventas.
- > Mundo Operación\_Especialización: se centra en potenciar habilidades específicas y técnicas, generando caminos viables para el desarrollo de los colaboradores expertos en diferentes materias.

Dicho modelo contempla el trabajo conjunto entre Business Partners, Centros de Excelencia y Comités de Capital Humano en cada mercado y gerencia (doce en total), los que buscan definir e implementar las estrategias de gestión de personas adecuadas a cada negocio. Estos se reúnen mensualmente para revisar los principales “tracks” o caminos de desarrollo, y entregar retroalimentación sobre los focos estratégicos. Además, existe un comité semestral en el que se reúne el Gerente General con sus reportes directos.



### Programa de Adherencia

Consiste en entrenar en habilidades y metodologías que facilitan la gestión en áreas operativas, particularmente aquellas que impactan en el negocio, como las áreas de contacto con el cliente. Para ello, se realiza un acompañamiento en terreno y modelamiento en los puestos de trabajo, además de una serie de actividades de formación en el aula y workshops.

Este programa es transversal a los tres mundos, ya que implica formación en las habilidades operativas de los colaboradores (Mundo de Operación Especializada) como también con los líderes de cada área (Mundo de Gestión), entrenándolos en el uso sistemático de herramientas concretas que permitan facilitar la gestión.

Durante el 2016, se avanzó en la continuidad y despliegue de los programas pilotos implementados el 2015. Además, se iniciaron proyectos en nuevas áreas como en los canales venta de Grandes Empresas y Pyme y la Gerencia de Data Center de SERTI. De esta forma, el programa logró impactar a más de 1.800 colaboradores, disminuyendo las brechas en la ejecución de procedimientos, lo que permitió observar mejoras en indicadores del negocio como en satisfacción de clientes y ventas.

8.653  
COLABORADORES  
PROPIOS DURANTE  
EL 2016

4.731  
ENTEL CHILE

1.514  
CALL CENTER

2.408  
ENTEL PERÚ

## Indicadores de Empleo y Diversidad

A nivel de cantidad de colaboradores involucrados, las tres mayores unidades de negocios son: Entel Chile, Entel Perú y Entel Call Center. En el 2016, la dotación propia más contratistas, sumó un total de 20.322 colaboradores.

La dotación propia del grupo Entel en 2016, fue de 8.653 personas, disminuyendo en un 2% respecto al 2015. En Entel Chile, la dotación propia disminuyó en un 7% en relación al 2015, debido a la estrategia comercial de traspasar parte de la operación a tiendas franquiciadas. Los procesos de desvinculación fueron planificados por un equipo específico de Recursos Humanos y de la Vicepresidencia de Personas, resguardando el respeto de los derechos fundamentales de quienes dejaron la compañía.

Como una manera de facilitar la reincorporación al mercado laboral de quienes vieron interrumpida su continuidad, la empresa puso en contacto a los trabajadores desvinculados con potenciales empleadores que operan la franquicia. A quienes no tuvieron la oportunidad de reemplazarse en estas empresas, se les apoyó con un proceso de outplacement.

Por otra parte, Entel Perú aumentó su dotación en 5,6% respecto de 2015, lo cual se explica por la expansión y crecimiento de este negocio. En la filial de Call Center, la dotación propia aumentó en 1,4% en relación al 2015.

### Diversidad e Inclusión en Entel

Un principio fundamental de Entel, es apoyar, respetar y proteger los derechos humanos de todos sus colaboradores, este compromiso está claramente establecido en el Código de Ética y en su Manual de Aplicación<sup>19</sup>. En ese sentido, Entel valora la persona en su integridad, y no discrimina arbitrariamente por motivos de género, raza, estado civil, religión, ideología política, sindical u otros. Asimismo, entrega un trato justo, basado en el respeto a su condición humana, independientemente del cargo que ocupa en la organización y se compromete a ofrecer un entorno de trabajo seguro, cuidando la seguridad, higiene y bienestar de todos.

Para velar por el cumplimiento de este principio, Entel cuenta con un Comité de Ética<sup>20</sup>, el cual -entre sus diversas funciones- investiga, coordina acciones y da respuesta a las denuncias anónimas que se formulen en los distintos canales de denuncia, y dictamina en tiempo y forma, respetando los derechos de los colaboradores, especialmente el derecho de ser

TABLA N°1: DOTACIÓN ENTEL 2016

| Tipo de contrato | Entel Chile   |               | Entel Call Center |              | Entel Perú   |              | Entel Consolidado |               |
|------------------|---------------|---------------|-------------------|--------------|--------------|--------------|-------------------|---------------|
|                  | 2015          | 2016          | 2015              | 2016         | 2015         | 2016         | 2015              | 2016          |
| Plazo fijo (%)   | 1%            | 1%            | 15%               | 12%          | 7%           | 9%           | 5%                | 5%            |
| Indefinido (%)   | 99%           | 99%           | 85%               | 88%          | 93%          | 91%          | 95%               | 95%           |
| <b>Total</b>     | <b>100%</b>   | <b>100%</b>   | <b>100%</b>       | <b>100%</b>  | <b>100%</b>  | <b>100%</b>  | <b>100%</b>       | <b>100%</b>   |
| Dotación propia  | 5.060         | 4.731         | 1.493             | 1.514        | 2.281        | 2.408        | 8.834             | 8.653         |
| Contratistas     | 11.608        | 10.995        | 754               | 649          | 44           | 25           | 12.406            | 11.669        |
| <b>Total</b>     | <b>16.668</b> | <b>15.726</b> | <b>2.247</b>      | <b>2.163</b> | <b>2.325</b> | <b>2.433</b> | <b>21.240</b>     | <b>20.322</b> |

\* Entel Chile está compuesto por las filiales Entel SA, Entel PCS y Entel Phone.

<sup>19</sup> Para mayor información sobre las políticas de las Empresas Entel en relación a los colaboradores, refiérase al Manual de Aplicación del Código de Ética de Entel, Sección 3.3, página 18 [[http://www.entel.cl/corporativo/pdf/Or-Manual\\_de\\_Etica.pdf](http://www.entel.cl/corporativo/pdf/Or-Manual_de_Etica.pdf)]

<sup>20</sup> Para mayor información sobre el Comité de Ética de Entel, refiérase al Manual de Aplicación del Código de Ética de Entel, Sección 3.12, página 43 [[http://www.entel.cl/corporativo/pdf/Or-Manual\\_de\\_Etica.pdf](http://www.entel.cl/corporativo/pdf/Or-Manual_de_Etica.pdf)]

escuchados, a defenderse adecuadamente y a que la resolución que se tome sea fundada.

El compromiso que Entel tiene de respetar, apoyar y proteger los derechos humanos de sus colaboradores se puede apreciar en su activa participación en la red de Pacto Global Chile de las Naciones Unidas y en su compromiso a colaborar como empresa en el avance de la Agenda de Desarrollo Sostenible 2030 y sus 17 objetivos (ODS)<sup>21</sup>. En el 2016, se destaca la participación de Entel en grupos de trabajo y en encuentros temáticos referidos a la productividad y equidad de género.

Con la convicción de que la diversidad enriquece la mirada de la organización, el 2016 comenzó la elaboración de una Política de Diversidad e Inclusión. Este trabajo fue organizado en etapas, considerando en el paso inicial un levantamiento de información a nivel compañía a través de grupos de conversación con colaboradores de diferentes áreas y cargos, además de grupos de interés externos a la empresa considerados como referentes en esta materia.

El equilibrio es un pilar fundamental, por eso la compañía fomenta el desarrollo profesional equitativo, reconociendo el valor de la diversidad para la gestión del negocio e impulsando a su vez el desarrollo de roles de liderazgo femenino en la empresa.

Si bien en Entel la escala de rentas es definida de acuerdo al mercado, por la experiencia, formación y desempeño, durante 2016 nuevas contrataciones y promociones generaron una variación en la composición de cada segmento y la escala de rentas. Esto impactó en la brecha salarial según género en las distintas categorías, resultando el 2016 de 10,2% en el segmento gerencial, 10,7% en el segmento profesional y 7,8% en el segmento de administrativos y técnicos.

TABLA : PORCENTAJE DE DISTRIBUCIÓN DE LA DOTACIÓN SEGÚN GÉNERO

| Género      | Entel |      | Entel Call Center |      | Entel Perú |      | Entel Consolidado |      |
|-------------|-------|------|-------------------|------|------------|------|-------------------|------|
|             | 2015  | 2016 | 2015              | 2016 | 2015       | 2016 | 2015              | 2016 |
| Hombres (%) | 63    | 66   | 45                | 53   | 60         | 54   | 59                | 60   |
| Mujeres (%) | 37    | 34   | 55                | 47   | 40         | 46   | 41                | 40   |

TABLA : DOTACIÓN FEMENINA POR CATEGORÍA DE EMPLEO.

| Categoría de empleo      | Entel Consolidado |      |
|--------------------------|-------------------|------|
|                          | 2015              | 2016 |
| Gerencial                | 19                | 26   |
| Ejecutivo/Profesional    | 1147              | 1139 |
| Administrativos/Técnicos | 2439              | 2110 |

<sup>21</sup> Para mayor información sobre la participación de Entel en la red Pacto Global Chile de las Naciones Unidas, refiérase al Capítulo "Nuestra visión sobre Sustentabilidad", página 8.



# 199.953

Horas de capacitación a nivel consolidado<sup>22</sup>

EJECUTIVOS

11.173  
HORAS

PROFESIONALES Y TÉCNICOS

60.032  
HORAS

ADMINISTRATIVOS

128.748  
HORAS



## Desarrollo de Capital Humano

### Capacitaciones

Para garantizar las herramientas necesarias para que los equipos puedan desarrollar su trabajo con un estándar de clase mundial, el área de capacitación de Entel desarrolla programas y actividades que permitan gestionar de la mejor manera el conocimiento al interior de la organización.

A nivel de empresa consolidada, durante el 2016, se realizaron 199.953 horas de capacitación en programas de formación orientados a los distintos cargos. Entel realizó, en promedio, 23 horas de capacitación por colaborador.

Durante el 2016, en Entel Chile, las capacitaciones estuvieron enfocadas en el diseño de planes de formación y desarrollo de acuerdo a los objetivos estratégicos de la compañía: Gestión\_Liderazgo, Operación\_Adherencia y Operación\_Especialización. Por eso se realizaron dos tipos de capacitaciones:

- > Capacitaciones transversales (comunes a todos los colaboradores) Ejemplo: Inducción, Liderazgo, Relatores Internos y Adherencia Conductual.
- > Capacitaciones técnicas (conocimientos y habilidades específicas según las necesidades del Mundo de la Operación Especializada) Ejemplo: Programa de Desarrollo en Gestión de Proyectos

| Tipo de Capacitación | Total de Horas | N° Participantes |
|----------------------|----------------|------------------|
| Técnico              | 48.072         | 3.669            |
| Transversal          | 20.485         | 1.757            |
| Total general        | 68.557         | 5.426            |

La inversión total en capacitaciones con código SENCE fue de \$83.139.416 pesos, aumentando en 51% con respecto al 2015.

<sup>22</sup> Consolidado Entel Chile, Entel Perú y Entel Call Center.

## Capacitaciones transversales

### Programa Up Grade

**Objetivo:** Busca desarrollar las habilidades y competencias definidas en el Modelo de Competencias vigente. Cada curso aborda una de las competencias corporativas.

**Cobertura 2016:** Asistieron 1.065 personas, con un total de 8.520 horas de capacitación.

G4-LA9  
G4-LA10

### Certificación Relatores Internos

**Objetivo:** Consiste en compartir la expertise técnica de los colaboradores para potenciar el conocimiento interno, entregándoles herramientas necesarias para el diseño e implementación de capacitaciones en la organización.

**Cobertura 2016:** 38 colaboradores se certificaron como relatores internos de Entel.

### Programa de inducción corporativa "Welcome" #Yocreocultura

**Objetivo:** Este taller es parte del proceso de "Bienvenida" a la cultura corporativa de Entel. En la jornada se experimenta la visión, misión y los pilares culturales de la compañía.

**Cobertura 2016:** Más de 170 personas, abarcando un total de 1.444 horas de capacitación, incluyendo al 90% de los colaboradores en regiones.

## Capacitaciones técnicas

### Desarrollo de Competencias en Gestión de Proyectos

**Objetivo:** Está orientado a desarrollar las competencias críticas de los gestores de proyectos a través de un modelo de gestión de personas que busca, a partir de una visión integral del negocio, impactar en la eficiencia de los proyectos claves de Entel.

**Cobertura 2016:** Participaron 250 personas, con un total de 564 horas.

El foco de capacitaciones que tuvo Entel Call Center, se centró en mejorar sus servicios de atención, lo que permitió hacer más eficiente los tiempos. De esta manera, el colaborador estará mejor preparado de acuerdo a los tipos de llamados que recibe en la atención de usuarios finales. Durante el 2016, se realizaron 113.134 horas de capacitación.

Dada la internacionalización del negocio, Entel Perú se centró en la promoción de la cultura corporativa y la gestión de líderes. En total, se realizaron 18.262 horas de capacitación.

|         | Entel Chile | Entel Call Center | Entel Perú | Entel Consolidado |
|---------|-------------|-------------------|------------|-------------------|
| Hombres | 53.026      | 62.825            | 10.285     | 126.137           |
| Mujeres | 15.531      | 50.309            | 7.977      | 73.817            |
| Total   | 68.557      | 113.134           | 18.262     | 199.953           |



83%

respondió que Entel Chile es un gran lugar para trabajar (+4 puntos porcentuales respecto de 2015)

86%

respondió que Entel Perú es un gran lugar para trabajar (Se mantuvo respecto de 2015)

#### Potenciando el desarrollo de carrera

La definición de mundos (gestión, operación y operación especializada) permitió afinar la búsqueda de perfiles y selección de personas, estableciendo estrategias diferenciada según tracks (desarrollo de carrera) y necesidades específicas de cada mercado al interior de la compañía.

Entel cuenta con un Programa Desarrollo de Competencias en Gestión de Proyectos (Mundo de Operación Especializada, Track de Proyectos) en el que, a través de una prueba de conocimientos específicos, se realiza un mapeo de habilidades e identificación de brechas individuales. A partir de esta información, se trabaja con cada colaborador en potenciar sus fortalezas y acortar las brechas, facilitando el desarrollo de competencias críticas de los gestores de proyectos clave para Entel.

En 2016, se desarrolló un Programa de Atracción de Talentos conformado por alumnos con excelencia académica de las mejores universidades de Chile.

#### Atracción y retención de talento

##### Gestión de Desempeño

La compañía implementó un modelo de Gestión por Competencias Corporativas, que alineado con los pilares culturales, contribuye al cumplimiento de los desafíos estratégicos de Entel. Es un proceso en 180° en el que, basado en competencias transversales y específicas (según estamento), se evalúa el desempeño del año y se concuerdan planes de trabajo individual. El esquema establece espacios formales de retroalimentación entre jefaturas y colaboradores, potenciando una comunicación transparente al interior de los equipos.

El 2016, en la primera etapa del proceso (abril a mayo), 4.176 personas fueron evaluadas en Entel Chile, lo que corresponde al 99% de las personas sujetas a evaluación, reflejando gran nivel de cobertura.

Adicionalmente, se realizó por primera vez una Evaluación de Desempeño de 360°. En ella, se alcanzó una cobertura de 100% del total de gerentes departamentales evaluados.

99% de los colaboradores de Entel Chile fueron evaluados en gestión de desempeño.

ENTEL CHILE

78%

NIVEL SATISFACCIÓN

COBERTURA 2016:

93%

ENTEL CALL CENTER

58%

NIVEL SATISFACCIÓN

COBERTURA 2016:

51%

ENTEL PERÚ

83%

NIVEL SATISFACCIÓN

COBERTURA 2016:

96%

"GREAT PLACE  
TO WORK"  
2016

75%

SATISFACCIÓN A  
NIVEL CONSOLIDADO



### Clima Laboral

La transparencia fomentada en los procesos de evaluación de desempeño, la claridad en los planes de desarrollo y espacios de crecimiento, una cultura laboral basada en el trabajo en equipo, y un sistema de beneficios y convenios enfocados en la preocupación por el bienestar de las personas, en sintonía con las necesidades de los colaboradores, han contribuido a un clima laboral de calidad en la compañía.

Entel mide el clima laboral mediante un análisis de los resultados de la encuesta "Great Place to Work", en la que se evalúa cinco dimensiones: credibilidad, imparcialidad, respeto, orgullo y camaradería. Las cuales entregan un nivel de satisfacción que se expresa en porcentaje. Esta encuesta se aplica una vez al año y está validada a nivel mundial, convirtiéndose en un indicador para el desarrollo de planes de clima laboral para Entel.

En el 2016, los colaboradores de Entel Chile y de Entel Perú, manifestaron un alto nivel de satisfacción y expresaron que la compañía es un gran lugar para trabajar. Al segmentar los resultados de la encuesta por género, no se aprecian diferencias significativas.

### Construcción de un buen clima laboral

En Entel, la Encuesta "Great Place to Work" es una herramienta de medición que entrega indicadores clave para el desarrollo de planes de clima laboral del año siguiente. Estos resultados permiten identificar criticidad en el acompañamiento de las áreas que requieren trabajar en mejoras de su clima laboral a través de un programa de mentoría.

- > Equipos con buenos resultados: se los reconoce mediante los líderes a quienes se les invita a ser mentores de sus colaboradores.
- > Equipos con resultados intermedios: se les asigna un mentor que obtuvo buen resultado con la finalidad de que compartan buenas prácticas de trabajo asociadas a la gestión de personas.
- > Equipos con resultados inferiores: se les asigna un mentor externo y se les realiza un diagnóstico más focalizado, con el fin de trabajar las brechas más relevantes que inciden en el clima de sus equipos.

De esta forma también se potencia un trabajo colaborativo y transversal, y un proceso de retroalimentación constante.





## Rotación de Personas

A nivel consolidado, la tasa de rotación de personas en Entel fue de 1,91% en el 2016, disminuyendo en 0,15% respecto del 2015. La rotación voluntaria fue de 0,84%.

Analizando los datos según género, la rotación de hombres fue de 2,1% y la de mujeres de 1,3%.

TABLA : ROTACIÓN TOTAL Y VOLUNTARIA

| Género                       | Entel |      | Entel Call Center |       | Entel Perú |       | Entel Consolidado |       |
|------------------------------|-------|------|-------------------|-------|------------|-------|-------------------|-------|
|                              | 2015  | 2016 | 2015              | 2016  | 2015       | 2016  | 2015              | 2016  |
| Total rotación colaboradores | 1,43% | 1,6% | 5,15%             | 3,56% | 1,44%      | 1,46% | 2,06%             | 1,91% |
| Total rotación voluntaria    | 0,4%  | 0,4% | 2,32%             | 2,09% | 0,94%      | 0,93% | 0,86%             | 0,84% |

TABLA : PORCENTAJE DE ROTACIÓN SEGÚN GÉNERO

| Género      | Entel |       | Entel Call Center |       | Entel Perú |       | Entel Consolidado |       |
|-------------|-------|-------|-------------------|-------|------------|-------|-------------------|-------|
|             | 2015  | 2016  | 2015              | 2016  | 2015       | 2016  | 2015              | 2016  |
| Hombres (%) | 1,59% | 2,60% | 2,93%             | 1,73% | 1,35%      | 1,43% | 1,75%             | 2,12% |
| Mujeres (%) | 1,33% | 1,09% | 2,22%             | 1,83% | 1,56%      | 1,50% | 1,54%             | 1,33% |
| Total       | 1,43% | 1,61% | 5,15%             | 3,56% | 1,44%      | 1,46% | 2,06%             | 1,91% |

### Nuevas oportunidades dentro de Entel

Entel ofrece permanentemente oportunidades de desarrollo profesional en distintas áreas de la compañía. De acuerdo a las necesidades del negocio, se publican abiertamente las posiciones disponibles junto con el perfil del cargo, los

requisitos y competencias. La movilidad interna en Entel puede ser horizontal o vertical.

Durante el 2016, se ocuparon 476 vacantes, correspondientes al 10% de la dotación propia de Entel. El 72% de ellas correspondieron a movimientos verticales y el 28% a movimientos horizontales al interior de la compañía.

## COLABORADORES

518

CURSOS

2.523

PARTICIPANTES

8.691

HORAS DE CAPACITACIÓN



## CONTRATISTAS Y PROVEEDORES

78

CURSOS

1.750

PARTICIPANTES

1.187

HORAS DE CAPACITACIÓN



G4-LA4

## Salud y Seguridad Ocupacional

Para la compañía es prioritario mantener bajo control los riesgos profesionales asociados al negocio a través del respeto a la legislación vigente, de la optimización de la operación y de la contribución a la calidad de vida de los colaboradores, proveedores y contratistas.

Estos principios se encuentran declarados en el Código de Ética de Entel<sup>23</sup>. Como una manera de velar por su comprensión e implementación, se generó un Sistema de Gestión Preventivo en Seguridad y Salud Ocupacional, el que incluye un estándar técnico de procedimientos de trabajo seguro para realizar las tareas de mayor potencial de riesgo, los cuales son monitoreados permanentemente a través de auditorías e inspecciones en terreno. Así todos los colaboradores viven la Cultura de Gestión Preventiva de Entel, que se promueve y difunde por distintas vías, a través de canales de comunicación masivos, en reuniones y otras instancias de comunicación personal.

Durante el 2016, se implementó el Protocolo para el Desarrollo de Tareas Críticas que contempló la entrega de teléfonos satelitales a los colaboradores que trabajan en terrenos de difícil acceso y escasa conectividad de red.

Se generó además el Encuentro Nacional de Comités Paritarios en octubre de 2016, en el que participaron 130 personas para establecer metodologías de trabajo.

En Entel Chile, las tasas de accidentabilidad y siniestralidad mostraron una baja con respecto al 2015. En 2016, la tasa de siniestralidad y el índice de gravedad disminuyeron ambos en un 30%. En Entel Call Center, la tasa de siniestralidad disminuyó en un 60% y el índice de gravedad en un 64% en relación al año anterior.

Cabe destacar que en 2016, se continuó con la tendencia del 2015, de mantener en cero las fatalidades de los colaboradores en la compañía.

<sup>23</sup> Para mayor información sobre las políticas de las Empresas Entel en relación a los colaboradores, refiérase al Código de Ética de Entel, sección 3.3, página 10 [<http://www.entel.cl/corporativo/pdf/codigo-etica.pdf>]

G4-LA2  
 G4-LA5  
 G4-LA6

| Entel Chile                                  |       |      |                   |       |
|----------------------------------------------|-------|------|-------------------|-------|
| Categoría                                    | Entel |      | Entel Call Center |       |
|                                              | 2015  | 2016 | 2015              | 2016  |
| Tasa de accidentabilidad                     | 1,00  | 0,58 | 0,87              | 0,82  |
| Tasa de siniestralidad                       | 23    | 19   | 7,99              | 3,23  |
| Índice de gravedad                           | 92    | 75   | 185,97            | 66,57 |
| Índice de frecuencia                         | 3,99  | 2,28 | 30,99             | 29,37 |
| Total días perdidos                          | 1.223 | 920  | 96                | 34    |
| Días perdidos por enfermedades profesionales | 216   | 589  | 0                 | 0     |
| Número de víctimas fatales                   | 0     | 0    | 0                 | 0     |

El indicador del total de días perdidos correspondiente al 2015 considera la información real del año. Sin embargo, para el 2016 aún quedan cuatro casos pendientes en la Asociación Chilena de Seguridad.

Se generó además un Encuentro Nacional de Comités Paritarios en octubre de 2016, en el que participaron 130 personas para establecer metodologías de trabajo. Cabe señalar que a nivel consolidad de empresas

Entel, el 55% de los trabajadores está representado en Comités Paritarios, destacando que en Entel Chile y Entel Call Center, el porcentaje de representación es superior a 80%.

| Categoría                                | Entel |      | Entel Call Center |      | Entel Perú |      | Entel Consolidado |      |
|------------------------------------------|-------|------|-------------------|------|------------|------|-------------------|------|
|                                          | 2015  | 2016 | 2015              | 2016 | 2015       | 2016 | 2015              | 2016 |
| Porcentaje de trabajadores representados | 80%   | 80%  | 100%              | 100% | 50%        | 50%  | 59%               | 55%  |
| Número de comités paritarios             | 22    | 18   | 4                 | 3    | 1          | 1    | 27                | 22   |

Promoviendo un estilo de vida saludable en Entel



BENEFICIOS TRANSVERSALES

- › Incorporación al Club de Campo Entel, tarjeta para snacks y café, vestuario para Ejecutivos de Tienda, Asistentes Ejecutivas, Secretarías y Administrativos.
- › Celebraciones (Fiestas Patrias y fiesta corporativa).



DEPORTE Y ESPARCIMIENTO

- › Club de Campo Corporativo (Peñalolén): canchas de fútbol, tenis, piscina, y zona de quinchos.
- › Actividades extra laborales con financiamiento compartido: ramas deportivas, coro, teatro, yoga, radioaficionados.
- › Convenios con gimnasios.



CONDICIONES DE TRABAJO APTAS

- › Se dispone de instalaciones acordes a la necesidad de la naturaleza del trabajo, ya sea en clima, iluminación, mobiliario, etc.



INTEGRACIÓN FAMILIAR

- › Regalos para la familia: ajuar para recién nacidos, regalo de navidad para la familia, regalo de navidad para los hijos (menores de 12 años), regalo día del niño (menores de 12 años).
- › Educación: kit escolar para hijos (menores de 17 años); beneficio jardín infantil (sala cuna y niños de 2 a 5 años); becas y financiamiento de estudios.



SALUD

- Planes colectivos de salud (Isapre Consalud y Colmena):**
- › Seguro de Salud, Dental, Catastrófico y Vida.
  - › Fondo de salud solidario: donde colaboradores pueden obtener ayudas económicas adicionales (administrado por Entel y sus sindicatos).
  - › Programa preventivo de salud para colaboradores mayores a 40 años.
  - › Campaña de vacunación gratuita para la influenza.



FLEXIBILIDAD HORARIA

- › Flexibilidad horaria para la realización de trámites personales, vacaciones, matrimonio, nacimientos, cumpleaños, enfermedades graves y fallecimiento de algún familiar.



### Relaciones Laborales

A nivel consolidado, en el 2016, un 48% de los trabajadores de la compañía estaban sindicalizados y un 65% cubiertos por contrato colectivo. Esto se explica ya que Entel Perú como empresa entrante aún no tiene organizaciones sindicales, sin embargo el Código de Ética y Reglamento Interno de Trabajo reconoce el derecho a la libertad sindical, lo que es conocido y promovido a todos los trabajadores.

Respecto a Entel Call Center, En 2016 se realizó la negociación con uno de los sindicatos de la empresa, con el cual no se logró llegar a acuerdo,

generándose por primera vez una huelga legal, que duró tres días. Sin embargo, la empresa contaba con planes de contingencia que sirvieron para no interrumpir los servicios ni afectar a los clientes.

Durante el 2016, 73,93% de los trabajadores de Entel Chile estaban sindicalizados y el 100% cubierto por instrumentos colectivos. Las buenas relaciones entre la empresa y las distintas organizaciones sindicales permitieron 3 negociaciones colectivas, todas ellas en forma anticipada.

TABLA: PORCENTAJE DE SINDICALIZACIÓN

| Categoría                                     | Entel Chile |        | Entel Call Center |      |
|-----------------------------------------------|-------------|--------|-------------------|------|
|                                               | 2015        | 2016   | 2015              | 2016 |
| Trabajadores sindicalizados                   | 76,75%      | 73,93% | 34,45%            | 44%  |
| Trabajadores cubiertos por contrato colectivo | 100%        | 100%   | 34,45%            | 60%  |

\*Entel Perú no tiene sindicato







G4-10

Entel busca entregar productos y servicios de calidad a sus clientes, a través de toda la cadena de valor. Para esto, los proveedores y contratistas son un pilar fundamental.

La organización se relaciona con distintos tipos de proveedores y contratistas, segmentados de acuerdo a los siguientes criterios:

### Contratistas y Proveedores

Existe una gran responsabilidad de Entel como mandante, ya que, los contratistas representan la imagen de la compañía y colaboran a mantener la continuidad operacional. Para ello se debe controlar constantemente el cumplimiento de las obligaciones laborales del contratista, capacitar a los trabajadores para que desempeñen su

función en las mejores condiciones laborales y disminuir la posibilidad de que los proveedores no mantengan un respaldo financiero suficiente para hacer viable su actividad.

### Segmentación de Contratistas y Proveedores

- > **Naturaleza del servicio:** proveedores de bienes, de servicios o contratistas.
- > **Origen:** nacional e internacional.
- > **Tamaño:** grandes empresas o pequeñas y medianas empresas (PyME)





INFORMACIÓN DE PROVEEDORES Y CONTRATISTAS  
POR SEGMENTO ENTEL CHILE

|                                                         | 2015   | 2016   |
|---------------------------------------------------------|--------|--------|
| Número total de empresas                                | 2.219  | 2.029  |
| Número total de empresas de contratistas y partners     | 461    | 442    |
| Número de empresas locales                              | 2.069  | 1.891  |
| Número de empresas internacionales                      | 150    | 138    |
| Número de PyME                                          | 1.448  | 1.152  |
| Empleo indirecto generado                               | 11.609 | 10.995 |
| % del gasto total en proveedores y contratistas locales | 80,6%  | 78%    |
| % del gasto en proveedores, contratistas y partners     | 55%    | 61%    |

Durante el 2016, se trabajó con 2.029 empresas de proveedores y contratistas, disminuyendo en 9% la cantidad en relación a 2015. Esta variación se debió a una reorganización en la base de proveedores en algunas categorías de bienes y servicios, lo que permitió centralizar servicios y disminuir costos. Del total de empresas proveedoras, 442 corresponde a empresas contratistas, generando empleo indirecto a 10.995 trabajadores en el año.

A su vez, el gasto total en proveedores fue de M\$783.082.737, un 7% menos que en 2015. Dentro del gasto total, el 78% corresponde a proveedores locales, lo que se traduce en una cercanía de Entel con proveedores del país. Asimismo, el 61% del gasto en compras correspondió a la categoría, contratistas y "partners".

## Modelo de Gestión de Contratistas y Proveedores

G4-EC8



### Trabajo conjunto para un servicio de calidad

La compañía se preocupa de que la gestión de los proveedores sea de calidad y cumpla con los altos estándares que los clientes esperan. Ella se enmarca en el Código de Ética<sup>24</sup>, el cual establece los principios de transparencia, integridad, honestidad y conveniencia mutua. Asimismo, su elección responde a principios de mérito y capacidad, considerando la calidad y costo del producto o servicio. Además, se asegura que todos los potenciales proveedores tengan el mismo acceso a la información para elaborar sus propuestas.

El Código de Ética<sup>25</sup>, en armonía con lo establecido en la Ley N° 20.393, prohíbe expresamente conductas que puedan dar lugar a la imputación

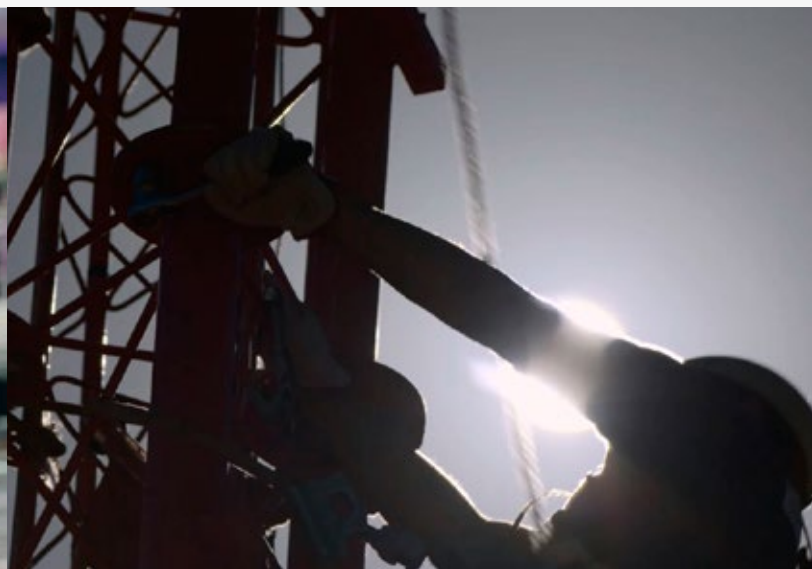
penal de la empresa, ya sea por actos u omisiones cometidos por cualquier colaborador o externos que de manera directa o indirecta representen a Entel. A través del Modelo de Prevención de Delitos, se disminuyen los riesgos de que no se atente contra los valores y principios de Entel.

A su vez, Entel exige a las empresas que contrata, que cumplan con la legislación laboral vigente, buscando que se reconozcan y respeten los derechos de los trabajadores. Los contratistas y proveedores son representantes de Entel en los servicios y productos que entregan a los clientes, es por esto que la organización se asegura de entregarles las herramientas necesarias para el cumplimiento adecuado de su gestión.

<sup>24</sup> Estos principios se encuentran descritos en el N° 3.2.1 del Código de Ética de Entel, página 8. Asimismo, la aplicación de estos principios, se encuentra en el N° 3.2, del Manual de Aplicación del Código de Ética de Entel, página 13.

<sup>25</sup> Para mayor información, revisar el Manual de Aplicación del Código de Conducta de Entel, página 42. [[http://www.entel.cl/corporativo/pdf/Or-Manual\\_de\\_Etica.pdf](http://www.entel.cl/corporativo/pdf/Or-Manual_de_Etica.pdf)]





El Modelo de Gestión de Contratistas y Proveedores contiene etapas específicas con rigurosos procesos, que buscan garantizar un servicio de calidad para los clientes.

Cuando un cliente interno tiene la necesidad de trabajar con un proveedor, se busca en el mercado las empresas que cumplen con los estándares técnicos definidos. Luego comienza el proceso de Calificación y Selección, teniendo en cuenta además, si cumplen con los requisitos establecidos en la Política de Proveedores y Contratistas de Entel.

Adicionalmente, se implementó el Sistema de Evaluación a Proveedores, que permite medir el desempeño de estos servicios bajo una mirada holística y transversal a la compañía, con el objetivo de mejorar los procesos y mitigar posibles riesgos.

Para la evaluación, se recopila información de desempeño por medio de encuestas a distintas áreas de la organización y a los proveedores y contratistas.

Por medio de un mecanismo en el cual se ponderan los porcentajes de cada pilar de las encuestas se llega a un resultado por cada proveedor. Este puede ser bueno, regular o deficiente, dependiendo del porcentaje obtenido en la evaluación.

Los criterios de evaluación son:

---

DEFICIENTE  
(0-70%)

---

REGULAR  
(71-85%)

---

BUENO  
(86-100%)

---



Este mecanismo de evaluación permite identificar las buenas prácticas y las áreas en las que se debe mejorar la gestión. Asimismo, posibilita el desarrollo de planes de acción en base a los resultados obtenidos. De acuerdo a estos planes, se realiza una reevaluación, en la cual se miden los aspectos identificados con necesidad de mejora.

La Evaluación de Proveedores se encuentra en Ariba, plataforma cloud de SAP y WorldClass, a la cual se migró a fines de 2016, lo que otorga una mayor transparencia en el proceso.

El Sistema de Evaluación de Proveedores y Contratistas permite además identificar los riesgos asociados a cada prestador. Para gestionarlos, Entel realiza análisis y auditorías que permitan monitorear que se cumplan las exigencias establecidas en ámbitos económicos, sociales, laborales y medioambientales. Asimismo, el Comité de Ética de la compañía conoce y resuelve los casos provenientes del canal de denuncias anónimas de

proveedores, respecto a las actividades vinculadas al negocio que pudiesen presentar riesgos o afectar el resultado de la gestión encargada y los derechos de los proveedores y contratistas.

Durante el 2016, el 39% del gasto en contratación de proveedores contuvo cláusulas en materia de sustentabilidad, debiendo el proveedor cumplir requisitos mínimos en temas económicos, sociales, laborales y medioambientales.

Asimismo, un 15% de los proveedores y contratistas se sometió a un análisis de riesgo en temas de sustentabilidad, permitiendo identificar a aquellos que presentan altos niveles en esta materia. A su vez, 39 fueron evaluados y monitoreados en su gestión de sustentabilidad.

De los contratistas y partners, el 5% presentó altos niveles de riesgo económico y ninguno exhibió altos niveles de riesgo ambiental.

| Información                                                                                | Cifra 2015 | Cifra 2016 |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|------------|------------|
| % de proveedores con análisis de riesgo en sustentabilidad.                                | 7%         | 15%        |
| % de contratistas y partners con altos niveles de riesgo económico.                        | 2%         | 5%         |
| % de contratistas y partners con altos niveles de riesgo ambiental.                        | 0%         | 0%         |
| % del gasto total en compras en proveedores con contratos con cláusulas de sustentabilidad | 10%        | 39%        |
| N° de proveedores evaluados y monitoreados en su gestión de sustentabilidad en el 2016.    | 35         | 39         |

100%  
de los contratistas y  
partners no presenta alto  
nivel de riesgo ambiental.

"El éxito de nuestros contratistas y proveedores, es también el éxito de Entel. Es por ello que la compañía se preocupa de entregarles herramientas y capacidades para que puedan desarrollar su gestión en línea con nuestros valores."

**Adolfo Olivares**

Subgerente de Operación y Desarrollo Supply Chain.

Las cifras de 2016 -respecto de 2015- han aumentado sustancialmente. El porcentaje que se somete a un análisis de riesgo en sustentabilidad creció en más de un 100%. A su vez, aumentó en 3 veces el porcentaje de proveedores con contratos que tienen cláusulas de sustentabilidad.

En relación a los contratistas, en 2016, se continuó avanzando para entregar un servicio de calidad a los clientes, mediante un estricto control y evaluación de los riesgos asociados que pueden presentar los prestadores de servicios. En el 2016, se realizaron 295 auditorías a contratistas y partners.

**89%** de los contratistas<sup>26</sup>

que instalan infraestructura de telecomunicaciones participó en capacitaciones de relacionamiento comunitario.

**3%** de los contratistas y partners

presentaron altos niveles de riesgo en materia laboral: corresponde a casos en que el prestador de servicios mostraba problemas financieros importantes que podrían repercutir en su funcionamiento y en la entrega de servicios a la compañía.

**14** reclamos fueron recibidos

relativos a prácticas laborales. Estos fueron abordados por Entel y resueltos mediante el canal formal de denuncias anónimas, establecido en el Código de Ética.

<sup>26</sup> Ver capacitaciones a contratistas en relacionamiento comunitario. Capítulo 7 "Comunidades e Inversión Social".

Riesgos identificados en base a las medidas de gestión y control:

| Información                                                                                                                  | Cifra 2015 | Cifra 2016 |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|------------|
| % de contratistas y partners (críticos y no críticos) donde se identificó altos niveles de riesgo en materia laboral.        | 1%         | 3%         |
| % de contratistas y partners (críticos y no críticos) donde se identificó altos niveles de riesgo social.                    | 3%         | 8%         |
| Nº de auditorías realizadas a contratistas y partners                                                                        | -          | 295        |
| % de auditorías (respecto al total de auditorías) realizadas a contratistas identificados como de alto riesgo                | 5%         | 6%         |
| Nº de reclamos sobre prácticas laborales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamo. | -          | 14         |

Capacitaciones a Contratistas y Proveedores

Entel, también se preocupa que sus proveedores y contratistas reciban capacitaciones en temas de salud y seguridad organizacional para evitar accidentes laborales y promover seguridad en el trabajo, como también capacitarlos en temas de relacionamiento comunitario al momento de instalar infraestructura de telecomunicaciones<sup>27</sup>.

A pesar de todos los esfuerzos que realiza Entel por transmitir medidas de seguridad a sus proveedores y contratistas, lamentablemente este año 2016 hubo dos accidentes fatales de contratistas en instalación de infraestructura de telecomunicaciones. Ante ello, Entel tomó todas las medidas necesarias para reforzar su política de seguridad hacia terceros.

**Compromiso con la pequeña y mediana empresa**  
Entel está certificado con el Sello ProPyme, otorgado por el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo de Chile, a las empresas que cumplen con el pago de sus proveedores PyME (pequeña y mediana empresa) en un plazo máximo de 30 días corridos. Con ello la compañía demuestra su compromiso con el desarrollo del emprendimiento nacional.



<sup>27</sup> Para mayor información, refiérase al Capítulo 7 "Comunidades e Inversión Social".





**Asegurando la comercialización y distribución de los servicios y productos**

Entel cuenta con tres tipos de distribuidores, quienes comercializan al menos 30% de los productos y servicios: Canal Agente, Franquicia y Express.

Para asegurar la calidad de los servicios y productos entregados por los distribuidores, se utilizan dos indicadores de la encuesta EPA y un monitoreo telefónico perceptual que permite ver si el protocolo de atención de público fue gestionado correctamente. Además, se realizan convenciones de trabajo para alinear y hacer seguimiento a los compromisos e indicadores de negocio.

Con respecto a la externalización de franquicias llevada a cabo en 2016, el foco fue asegurar la calidad de la cadena de distribución de los productos.

El proyecto Adherencia, busca instalar en líderes de canales las herramientas necesarias para una mejor atención, generó un importante impacto en la gestión de calidad.

Se entregaron metodologías de trabajo a las personas en contacto con los clientes, quienes se comprometen con la ejecución sistemática de las políticas, procedimientos y protocolos definidos bajo el modelo de operación de franquicias.

TABLA 3: CADENA DE DISTRIBUCIÓN

| Categoría                                                                                                                             | 2015 | 2016 |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|------|
| Porcentaje de distribuidores que recibieron una actualización de los estándares sobre la gestión de Calidad de Cadena de Distribución | 100% | 100% |
| Porcentaje de distribuidores que participaron en talleres sobre Calidad de Cadena de Distribución                                     | 100% | 100% |
| Porcentaje de capacitaciones formales en Calidad de Cadena de Distribución                                                            |      | 100% |

TABLA 4: PORCENTAJE DE PROVEEDORES ALCANZADOS

| Categoría                                            | 2015 | 2016 |
|------------------------------------------------------|------|------|
| Porcentaje de auditorías internas                    | 100% | 100% |
| Porcentaje de auditorías externas                    | 100% | 100% |
| Porcentaje de auditorías externas basadas en ISO9000 | 100% | 100% |



G4-DMA  
G4-15

## Entel y su Relación con el Entorno Social

Entel se encuentra inserto en un entorno social marcado por el avance de las tecnologías de información. Es por ello, que busca promover el desarrollo social mediante la reducción de la brecha digital y la mejora en la accesibilidad e inclusión de las personas. En su esfuerzo por lograr una sociedad más inclusiva y equitativa, la compañía focaliza sus esfuerzos para aumentar el acceso a las telecomunicaciones con el fin de que todos tengan las mismas oportunidades en esta era digital, aprovechando las ventajas de la tecnología y contribuyendo al desarrollo del país.

Para maximizar los impactos positivos en las personas, Entel ha involucrado en este proceso no sólo a sus colaboradores, quienes a través de programas de voluntariado ayudan a las comunidades en su desarrollo, sino que también ha incorporado a los clientes, proveedores y ha establecido alianzas con las instituciones públicas.

La relación de la compañía con las comunidades busca ser cercana y transparente, manteniendo un diálogo abierto y estableciendo conexiones humanas en los lugares en donde opera.

### Pilares que Guían el Relacionamiento con la Comunidad:



El enfoque de Entel en su relacionamiento con la comunidad en el 2016, se enmarcó en el esfuerzo de colaborar como compañía en la implementación de la Agenda de Desarrollo Sostenible 2030 de las Naciones Unidas y el logro de sus 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), lanzados en el 2015 y en donde Chile firmemente adhirió a su cumplimiento. La meta de los ODS es lograr que, en los próximos 15 años, los países, ciudadanos y empresas, intensifiquen sus esfuerzos para poner fin a la pobreza en todas sus formas, reducir la desigualdad y luchar contra el cambio climático.

En 2016, Entel realizó un proceso de priorización de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)<sup>28</sup>, enfocándose en aquellos en los que la empresa puede contribuir con un mayor impacto:



### Monitoreo de oportunidades de relacionamiento con comunidades

Para asegurar conectividad y el acceso a las telecomunicaciones, la instalación de infraestructura es fundamental. Es por esto, que Entel busca a través del diálogo y la co-creación mantener un vínculo permanente con las comunidades donde opera.

En el 2016, se desarrolló un Modelo Predictivo de Oportunidades de relacionamiento con comunidades que permitió clasificar los riesgos asociados a la instalación de infraestructura de telecomunicaciones y focalizarse en aquellas comunas en las que es necesario un mayor diálogo y relación con la comunidad, para generar oportunidades de trabajo conjunto, que permitieran

agregar valor a la empresa y su entorno. Este modelo ha fortalecido los vínculos de Entel, ya que se forjan relaciones abiertas y basadas en el diálogo, teniendo en cuenta las necesidades y expectativas de la comunidad.

### Iniciativas de Relacionamiento Comunitario

#### Taller para Dirigentes Sociales

En el año 2016 se continuó con la estrategia territorial y de acercamiento comunitario a través de la realización de talleres para dirigentes sociales en distintas regiones del país.

En base al acuerdo firmado entre Entel y la Organización de Consumidores y Usuarios (ODECU) para potenciar la educación del usuario

<sup>28</sup> Para mayor información sobre la Agenda de Desarrollo Sostenible y los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas, refiérase al sitio web <http://www.un.org/sustainabledevelopment/es/la-agenda-de-desarrollo-sostenible/>



## Cobertura 2016 Taller de Dirigentes Sociales

- > Más de 1.000 dirigentes sociales de las comunas de Antofagasta, Biobío, Araucanía, Magallanes y Aysén, participaron de los talleres.

### Temáticas

- > Despliegue de infraestructura
- > Derechos y Deberes de los Consumidores (Acuerdo con ODECU)
- > Redes sociales para el rol de Dirigente Social

### Principales resultados

- > Potenciar el rol del Dirigente Social en sus comunidades y ampliar sus redes de contacto.
- > Potenciar el rol de Entel

de telecomunicaciones, se continuaron impartiendo talleres de capacitación sobre derechos y deberes del usuario.

Asimismo, los talleres permitieron entregar herramientas tecnológicas e información sobre la red de conectividad del país, buscando fortalecer el rol y gestión del dirigente social a través del uso de la tecnología.

### Capacitaciones a contratistas en relacionamiento comunitario

Establecer relaciones de confianza con las comunidades, manteniendo un diálogo abierto, es también responsabilidad de los contratistas, quienes -en la instalación de infraestructura de telecomunicaciones- representan a Entel.

Entel continuó realizando talleres de capacitación a contratistas con el objetivo de mejorar la relación con las comunidades, entregando herramientas y conocimientos sobre cómo actuar en situaciones complejas para evitar que sucedan conflictos. Para ello, se exponen los protocolos de relacionamiento comunitario y se reflexiona sobre experiencias que hayan tenido con los vecinos de los lugares en que han prestado servicios.

En 2016, el 89% de las empresas contratistas que instalan infraestructura de telecomunicaciones, participaron de las capacitaciones de relacionamiento comunitario.

# 89%

de las empresas contratistas que instalan infraestructura de telecomunicaciones participaron en las capacitaciones de relacionamiento comunitario





### Líneas de Acción en Inversión Comunitaria

La inversión de Entel en sus comunidades se divide en dos categorías: Aportes a ONG e inversión comunitaria, a través de diversos proyectos e iniciativas.

| Categoría             | Total 2015 | Total 2016 |
|-----------------------|------------|------------|
| Aportes a ONG         | 37,8%      | 17,3%      |
| Inversión Comunitaria | 62,2%      | 82,7%      |

La inversión comunitaria de Entel puede, a su vez, segmentarse entre la inversión realizada en programas o iniciativas que permiten avanzar en la disminución de la brecha digital y en iniciativas que impulsan el desarrollo social y mejoran la calidad de vida de las personas vinculadas al entorno en que opera.

En 2016, se destinó la inversión comunitaria en iniciativas tales como Mujeres ON, Yo Leo, Convenio con Asociación de Sordos de Chile (ASOCH), Biblioteca Física Digital en la comuna de Independencia y Jóvenes ON, con el objetivo de avanzar en erradicar la brecha digital. Además, se destinó en inversión comunitaria para iniciativas como Uniendo Personas, Escuela de Música y Artes de Rapa Nui y diversos voluntariados.

|                                                    | Iniciativas                                                                                                                                                       |
|----------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Programas orientados a disminuir la brecha digital | <ul style="list-style-type: none"><li>› Mujeres ON</li><li>› Yo LEO</li><li>› ASOCH</li><li>› Biblioteca Pública Digital</li><li>› Jóvenes on</li></ul>           |
| Inversión comunitaria para el desarrollo social    | <ul style="list-style-type: none"><li>› Uniendo Personas</li><li>› Escuela de Música y Artes de Rapa Nui</li><li>› Voluntariados (Tengo una Idea, etc).</li></ul> |

## Disminuyendo la Brecha Digital a través de la Inclusión e Innovación Social

A través de diversas iniciativas impulsadas o apoyadas por la compañía, se busca mejorar la calidad de vida de las personas y erradicar la brecha digital.

### I. Desarrollo de infraestructura y servicios, conectando a las personas

#### Conectando Chile

Sumado a la iniciativa “Todo Chile Comunicado”<sup>29</sup>, alianza público-privada entre Entel y el Gobierno de Chile, que desarrolló uno de los proyectos más importantes y ambiciosos en materia de conectividad en zonas aisladas y rurales del país<sup>30</sup>, este año, Entel nuevamente continuó trabajando para lograr que todos los chilenos vivan mejor conectados a través de su proyecto “Conectando Chile”, que en el marco de los concursos públicos llevados a cabo por la Subsecretaría de Telecomunicaciones, Entel se adjudicó el segmento más importante de la licitación del despliegue de la red 700 MHz, asumiendo el desafío y responsabilidad de mayor conectividad en zonas aisladas.

Entel dio inicio a su proyecto “Conectando Chile” durante el 2014, la primera etapa del programa consistió en el despliegue de la Red 2.600 MHz, que benefició a 181 localidades finalizando en el 2015.

El 2016, se logró avanzar en la segunda etapa con el despliegue de la Banda 700 MHz, que al finalizar contará con 549 localidades -aún más aisladas- conectadas y 85.717 personas beneficiadas. Además, se conectarán a 212 escuelas aisladas y 373 kilómetros de ruta.

En total el proyecto permitirá conectar a 730 localidades, beneficiando a 130.548 personas durante el 2017.

<sup>29</sup> En el 2014, Entel lanzó el libro “Todo Chile Comunicado”, que recoge los testimonios e historias de los habitantes de las localidades conectadas. Para mayor información, refiérase a [[http://www.entel.cl/pdf/TODO\\_Chile\\_Comunicado.pdf](http://www.entel.cl/pdf/TODO_Chile_Comunicado.pdf)]  
<sup>30</sup> El proyecto permitió que 1.474 localidades se conectarán, beneficiando a un 90% de la población rural del país.



Conecta todo Chile a través de Banda Ancha Móvil Entel.



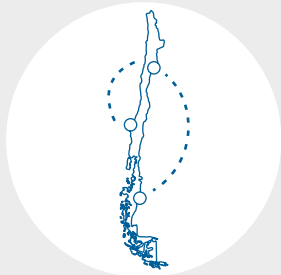
Oportunidad para gran cantidad de chilenos de desarrollar su potencial productivo y humano.



Tarifas especiales para localidades que no tienen acceso a otros servicios de telecomunicaciones.



Más del 90% de la población rural de Chile ahora cuenta con oferta de internet.



### Conectando Chile

- Banda 2.600 MHz**
- > 181 localidades conectadas
  - > 44.831 beneficiados
  - > Inversión: US\$48 millones

- Banda 700 MHz**
- > 549 localidades conectadas
  - > 85.717 beneficiados
  - > 212 escuelas
  - > 373 kilómetros de rutas
  - > Inversión: US\$ 170 millones

- Total Conectando Chile**
- > 730 localidades conectadas
  - > 130.548 personas beneficiadas

G4-EC7  
G4-S01

### Entel Hogar

Entel, en su segmento Hogar, ha desarrollado servicios que generan beneficio económico para la compañía, pero al mismo tiempo, se hacen cargo de una necesidad social. Tradicionalmente, la telefonía fija no tenía cobertura en zonas periféricas, rurales o de baja densidad. Para suplir esta necesidad social, Entel desarrolló los productos "Entel Hogar", los cuales, al ser inalámbricos, entregan acceso a telefonía, Internet y televisión en lugares en que otras compañías no llegan o que el servicio que tienen es de baja velocidad como ocurre en las zonas periféricas y/o rurales.

Con estos productos, Entel ha avanzado en disminuir las brechas en conectividad y digital de los chilenos, especialmente en aquellas familias de segmentos socioeconómicos más vulnerables. Esto no sólo ha permitido mejorar la experiencia de los clientes mediante la entrega de un servicio de calidad a un precio conveniente, sino que además ha generado un impacto social en las familias, que gracias a estos productos, han logrado acceder a tecnologías de la información y vivir mejor conectados.

### II. Alfabetización Digital y diversidad Mujeres ON:

En una alianza público-privada entre Entel y el Servicio Nacional de la Mujeres y Equidad de Género (SERNAMEG), el proyecto consiste en capacitar y empoderar a mujeres jefas de hogar emprendedoras, con el fin de que puedan vender y mejorar sus productos, usando nuevas tecnologías y herramientas digitales. Esta iniciativa

se enmarca dentro del programa del SERNAMEG, "Mujeres Jefas de Hogar".

El eje transversal de este proyecto es impulsar la alfabetización digital en las mujeres jefas de hogar emprendedoras, cuyos pilares son:

- > Comercialización
- > Comunidad
- > Diseño
- > Formación

La primera versión del proyecto "Mujeres ON" se realizó entre junio y septiembre de 2016, capacitándose a 108 mujeres en temas de innovación, diseño, gestión del negocio, manejo de redes sociales y alfabetización digital. Lo anterior se complementa con mejoras al diseño de productos y logotipos, salidas a terreno, talleres de formalización, asesoramiento legal y contactos comerciales para las emprendedoras. El programa cuenta con un portal [www.mujereson.cl](http://www.mujereson.cl), en el que pueden vender sus productos, llegando a miles de personas.

Este proyecto significó un avance en la disminución de la brecha digital en dos áreas relevantes:

- > Utilización de Internet como canal de venta.
- > Poseer un teléfono inteligente, permitiendo una mejor gestión en el negocio.



## Principales Impactos

### ALFABETIZACIÓN DIGITAL

94%

Ha mejorado en el uso de  
teléfono inteligente en el  
negocio

### COMERCIALIZACIÓN

52%

Generó vínculos  
comerciales a largo  
plazo, incluyéndose en  
el mercado laboral

### COMUNIDAD

585

Personas vinculadas por  
la comunidad Mujeres ON

### DISEÑO

103

Intervenciones al diseño  
de los emprendimientos

## Brecha Digital

### ANTECEDENTES

19%

Utilizaba Internet  
como canal de  
venta



### RESULTADOS DE MUJERES ON

78%

Utiliza Internet  
como canal de  
venta

86%

Poseía un  
teléfono  
inteligente



100%

posee un teléfono  
inteligente



## Caso de Éxito

### “Logré perder el miedo a la tecnología”.

Elsa Poblete, emprendedora participante del proyecto, no tenía Whatsapp, Facebook, ni correo. Finalizó el programa mandando tableros de Pinterest por Whatsapp, catálogos por categoría y usando comercio electrónico.







### Jóvenes ON

Alianza público-privada entre Entel, Everis Chile y CORFO, que generó el proyecto “Semana de la Programación – Jóvenes ON”, con el objetivo de fomentar la programación, robótica y emprendimiento en jóvenes de 7° Básico a 4° Medio, utilizando herramientas digitales y tecnología como elementos claves en la transformación de la sociedad.

Se capacitaron 300 estudiantes de la red de colegios Fundación Belén Educa, de los cuales, el 70% fueron mujeres, considerado como un gran avance, ya que, solo el 5% de los profesionales y técnicos que se desarrollan en este sector son mujeres, proporción que se espera revertir con este tipo de iniciativas.

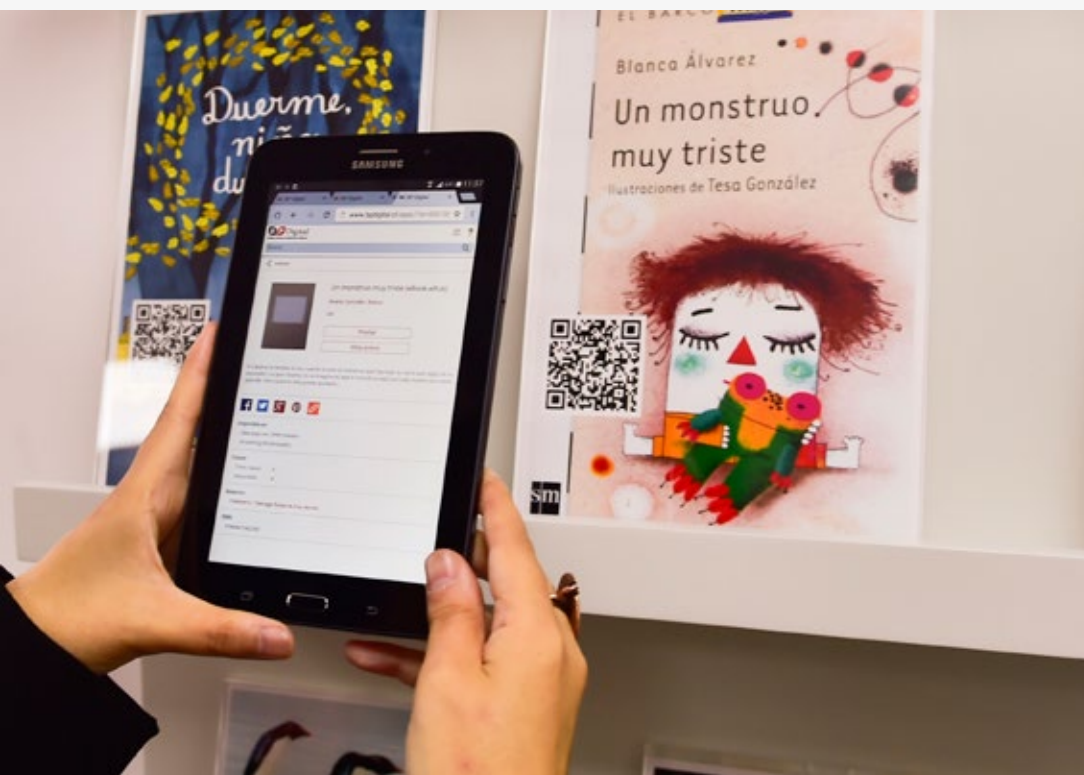
Se destacaron las presentaciones de distintos expositores de gran trayectoria en estos temas, como el bioquímico Eduardo Castro, premiado por la revista MIT Technology Review, y la doctora en medicina informática e investigadora del Banco

Mundial, Carol Hullin, entre otros. Con ello, se buscó motivar a los asistentes a seguir carreras ligadas con las ciencias de la computación, área que está en pleno crecimiento y que será fundamental para el futuro.

### Yo Leo Mapudungún y Rapa Nui

El proyecto “Yo Leo”, fomenta la lectura en español y en la lengua de pueblos originarios en niños de Kinder a 3° Básico, a través de la utilización de dispositivos digitales. Este programa contribuye a disminuir la brecha digital y potenciar la educación de los niños, preservando, a su vez, la cultura e identidad de los pueblos originarios de Chile.

En 2016, se continuó con el proyecto “Yo Leo Araucanía”, implementado en el 2015, el cual impulsa la lectura en español y lengua mapudungún en niños de Kinder a 2° Básico, mediante la utilización de dispositivos digitales. Este proyecto benefició a más de 400 niños con



## Cifras Biblioteca Pública Digital

12.000  
títulos  
disponibles

859  
usuarios de la  
biblioteca en 6  
meses

la entrega de 126 tablets en distintas comunas de la región de La Araucanía.

En esta misma línea, en el segundo semestre de 2016, se implementó el proyecto “Yo Leo Rapa Nui”, con el objetivo de fomentar la lectura en español y lengua Rapa Nui, de los niños de 1° a 3° Básico de Isla de Pascua, a través de dispositivos digitales. El proyecto “Yo Leo Rapa Nui” beneficia a todos los estudiantes que asisten a los 3 colegios de Isla de Pascua, entregándose 122 tablets.

Con estas iniciativas de carácter educacional, la compañía aporta a la disminución la brecha digital y fomenta el patrimonio cultural de los pueblos originarios.

### **Biblioteca Pública Digital “Pablo Neruda” de la comuna de Independencia**

Entel realizó una alianza público-privada junto a la Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos (DIBAM) y a la Municipalidad de Independencia

para disminuir las brechas de acceso a la lectura en los vecinos de esta comuna. Gracias a este acuerdo se inauguró la Biblioteca Pública Digital Pablo Neruda, la primera biblioteca física digital, pionera de su tipo en América Latina.

Este proyecto innovador, cuenta con los mismos servicios de una biblioteca tradicional, aprovechando las ventajas de los recursos digitales. A través del sitio web [www.bpdigital.cl](http://www.bpdigital.cl), se puede acceder a la Biblioteca Pública Digital, descargar materiales en forma de préstamo, leer en línea, y descargar un máximo de cuatro libros simultáneos hasta por 14 días.

Adicionalmente, en la Biblioteca Física Digital se facilitan tablets con acceso a la aplicación que permite acceder a más de 12 mil títulos. Asimismo, se podrán realizar actividades innovadoras, por ejemplo, participar de cuenta cuentos vía videoconferencia o clubes de lectura a través de redes sociales, entre otros.





### **Alianza con la Asociación de Sordos de Chile (ASOCH)**

En su compromiso por respetar y apoyar la diversidad, e ir avanzando hacia una sociedad más inclusiva, Entel y la Asociación de Sordos de Chile (ASOCH) firmaron un acuerdo en agosto de 2016 con el objetivo de democratizar el acceso a las telecomunicaciones, buscando mejorar los servicios y establecer ofertas diferenciadas dirigidas a personas con discapacidad auditiva.

En virtud de este acuerdo, la compañía se comprometió a financiar 10 cupos anuales para que sus colaboradores se capaciten en lengua de señas chilena, para brindar un servicio personalizado de atención a los clientes con discapacidad auditiva. La ASOCH, por otro lado, orientará y apoyará a Entel en todas las materias sobre el acceso en igualdad de oportunidades para personas sordas y sobre el reconocimiento y promoción de sus derechos e identidad cultural y lingüística. Además, apoyará a Entel en el desarrollo de su Política de Diversidad e Inclusión.

En 2016, la empresa comenzó con la implementación de planes especiales para sordos los cuales cuentan con bolsas de mensajes de texto e Internet. A su vez, se dispuso de una oficina de atención en lengua de señas en la Torre Entel de Santiago.

### **Fomentando el Desarrollo Social**

#### **Uniendo Personas**

Con el objetivo de aportar a mejorar la calidad de vida, durante el 2016, la empresa reorientó su proyecto “Barrio Feliz” hacia el proyecto “Uniendo Personas”, impulsando la conectividad tecnológica y humana. Esto, con el fin de contribuir al desarrollo de la comunidad, mediante la intervención, recuperación y mejora de espacios públicos e infraestructura deteriorados de distintas localidades aisladas y vulnerables de Chile, la iniciativa busca transformar estos espacios en lugares de encuentro y entretenimiento para la comunidad, acompañándolo de acceso a la conectividad.

En el siglo XXI  
solo serán líderes  
las empresas  
comprometidas  
con el respeto  
a los derechos  
fundamentales de  
todos los seres  
humanos.

**Gustavo Vergara**  
Presidente de ASOCH



Este proyecto es financiado por Entel con la colaboración de los clientes, quienes contribuyen mediante la suscripción de boleta por correo electrónico y a través del reciclaje de celulares en desuso.

Con el objetivo de solucionar necesidades reales de las comunidades, los dirigentes y vecinos de las localidades trabajan activamente junto con Entel, para definir qué obras son más necesarias y orientadas a la mejora real de su calidad de vida.

Durante el 2016, se trabajó en las siguientes comunas:

- > Traiguén
- > Calama
- > Purén
- > La Reina
- > Ñuñoa

Desde el inicio del proyecto, “Uniando Personas” se ha implementado en 16 comunas, lo que ha permitido recuperar cerca de 16.000m<sup>2</sup>, beneficiando a más de 6.000 familias.

Trabajo con la comunidad rural “Reducción Contreras” de Traiguén (La Araucanía)

- > Mejoras en caminos internos.
- > Mejoras en el centro ceremonial “Rehue”.
- > Solución de provisión eléctrica.

En Entel Perú también se implementa esta iniciativa, en la que han participado más de 3.600 personas. Se han realizado los siguientes proyectos: losas deportivas, módulos recreativos para niños, áreas de cómputo, murales culturales, en las siguientes Comunas:

- > Huaraz
- > Juliaca





---

Continuidad al proyecto "Uniando Personas" en La Pintana.

Un colaborador de Entel presentó una iniciativa a la junta de vecinos de La Pintana. Juntos co-crearon un cyber centro para impulsar el desarrollo de la comunidad y disminuir la brecha digital

---

#### **Escuela de Música y Artes de Rapa Nui**

En 2016, se inauguró en Rapa Nui, la primera escuela de construcción sustentable de América Latina. La Escuela de Música y las Artes funcionaba en distintos lugares de la Isla, impartiendo clases gratuitas de piano, violín, cello y ukelele a 70 niños y jóvenes. La inauguración de este edificio sustentable, permitirá que más alumnos asistan a clases y aprendan disciplinas como danza, lengua, pintura y escultura, entre otras, preservando la cultura Rapa Nui.

La Escuela de Música y Artes de Rapa Nui fue construida en base a la combinación de materiales básicos como cemento y la reutilización de elementos en desuso, como neumáticos, botellas plásticas, vidrio, cartones y latas de aluminio, entre otros.

Esta iniciativa de ONG Toki Rapa Nui nació en 2014, y contó con el apoyo de Entel, Desafío Levantemos Chile y la Municipalidad de Isla de Pascua. El proyecto fue diseñado por el arquitecto experto en construcciones sustentables, Michael Reynolds, quien lleva más de 40 años levantando obras de este tipo en todo el mundo.

Programa Sumaq Llaqta Perú

El programa Sumaq Llaqta, consiste en la implementación de campañas escolares y de salud dirigidas a los pobladores de distintos departamentos del país donde la compañía opera, beneficiando a más de 1.350 personas. Además, se han desarrollado campañas y festividades especiales en las que participa toda la comunidad, por ejemplo: aniversarios, inauguraciones, eventos deportivos, entre otros en las comunas de:

- > Lima
- > Piura
- > Junin
- > Huaraz

Voluntariados

Los colaboradores de Entel, a través de diversos programas de voluntariado, contribuyen con la misión de la compañía de aportar al desarrollo social del país.

Voluntariado Tengo Una Idea

Esta iniciativa busca que los propios colaboradores de la empresa generen proyectos sustentables, contribuyendo al bienestar de las comunidades con las que se relacionan.

El proceso consiste en que los colaboradores desarrollen propuestas e ideas para solucionar distintas problemáticas identificadas en la comunidad. Una vez seleccionados los proyectos ganadores, Entel entrega los fondos para que se ejecuten esas iniciativas.

El 2016, los colaboradores postularon 60 proyectos. A su vez, participaron más de 400 colaboradores, aumentando un 17% respecto al 2015. De los proyectos inscritos quedaron seleccionados 37 y las ideas ganadoras contribuyeron en diferentes áreas, tales como:

- > Diversidad e inclusión social
- > Disminuir la brecha digital
- > Continuidad al proyecto “Uniendo Personas”.

Enseña Chile y Enseña Perú

Entel y Enseña Chile aliados por mejorar la educación del país. El apoyo de Entel en este proyecto consiste en capacitaciones a docentes en distintas regiones del país, como también, colaboración en los procesos de selección de profesores que formarán parte de la red de profesionales de excelencia de Enseña Chile.

En el 2016, se desarrollaron dos proyectos pilotos que se replicarán en el 2017:

- > Voluntariado para dar apoyo de mentorías por parte de colaboradores de Entel a estudiantes de 1er año de Universidad, provenientes de colegios en los cuales está presente Enseña Chile.
- > Tecnogira Entel: se realizaron jornadas a estudiantes de 3ero Medio de colegios con especialidad en Telecomunicaciones, se les explicó el funcionamiento de la empresa, y se compartieron experiencias de cultura organizacional, innovación y sustentabilidad. La jornada también incluyó una visita a las instalaciones de Entel.

Por su parte, Entel Perú firmó un acuerdo con Enseña Perú en el 2014, comprometiéndose los colaboradores a realizar clases a los niños pertenecientes a la red. La visión de Enseña Perú es que al año 2032, 8 de cada 10 niños y jóvenes reciba una educación de excelencia.

Voluntariado Tengo Una Idea logró una cobertura en 10 regiones del país, con más de 147.000 beneficiados.

En 2016, más de 200 colaboradores de Entel Perú participaron en este voluntariado y más de 400 niños de 5 colegios fueron beneficiados.

### Yo Salto Por (Entel Perú)

Esta iniciativa consiste en invitar a celebridades para que salten en parapente. A cambio de este desafío, Entel Perú entrega Internet a un colegio de la red Enseña Perú, para mejorar la calidad de educación en los niños.

## Conectando a todos mediante el Deporte y Cultura

### Entel Maratón de Santiago

Es la maratón más importante de Chile. En el 2016, se realizó la décima versión de la Entel Maratón de Santiago, con una participación de 3.000 personas, provenientes de distintos países. Los corredores pudieron escoger entre los 42, 21 o 10 kilómetros de carrera que pasa por distintos puntos de Santiago. Se destacó la participación de personas mayores de 70 años, de las cuales, 47 fueron hombres y 9 mujeres, reflejando un estilo de vida saludable en todos los grupos etarios.

### Entel "Prende la ciudad" con cicletadas nocturnas familiares

Bajo el slogan "Entel Prende la ciudad" el año 2016 la compañía realizó dos cicletadas nocturnas en la Región de Coquimbo y en la Región de O'Higgins, en la que participaron 5.000 personas. La actividad busca unir y conectar a las personas a través del deporte y la vida al aire libre.

### Festival Hecho en Casa Entel

En noviembre de 2016, se realizó la cuarta versión del festival de arte urbano "Hecho en Casa Entel", que se presentaron cinco intervenciones urbanas a gran escala, creaciones de connotados artistas internacionales en diferentes puntos de Santiago. El objetivo de esta iniciativa fue involucrar y conectar a los habitantes de Santiago con el arte y la ciudad.

Un ejemplo de estas intervenciones artísticas fue "huevos del cielo" del artista holandés Henk Hofstra, que consistió en una puesta en escena que dispuso diez huevos fritos gigantes de plástico en Plaza Italia, exhibición de surrealismo urbano en Santiago de Chile.

A través de este festival -gratuito y abierto a todo público- Entel invita a vivir más conectado con los espacios públicos de la ciudad.

### Entel 10 Lima

En 2016, Entel Perú realizó la tercera versión de la carrera "Entel10, la carrera que dura 10 años". El objetivo es promover el running, a través de un compromiso de largo plazo con esta actividad que ayuda a mejorar la calidad de vida de quienes la practican.

Los ganadores que corran durante los 10 años, cada una de las carreras de 10 kilómetros, podrán recibir premios de hasta 25 mil dólares.



## Gestión de Impactos Medioambientales

El cuidado por el medioambiente forma parte de la visión y misión de Entel a través de su Política de Sustentabilidad, la cual se ha materializado de forma progresiva y transversal en todas sus operaciones.

El respeto por el entorno de los lugares donde Entel opera, la búsqueda permanente de nuevas

tecnologías y buenas prácticas que permitan la eficiencia en el uso de recursos en los procesos y la gestión responsable del ciclo de vida de los materiales y productos, son el centro del quehacer en materia de medioambiente de la Dirección de Sustentabilidad y responden directamente a los impactos medioambientales que Entel ha identificado como resultado de sus operaciones.

### Instalación de antenas

#### Respeto por el entorno

- > Este año se instalaron 469 nuevas antenas con el consentimiento del 100% de las comunidades.

### Consumo de energía y emisiones de gases de efecto invernadero

#### Cambio climático y eficiencia energética

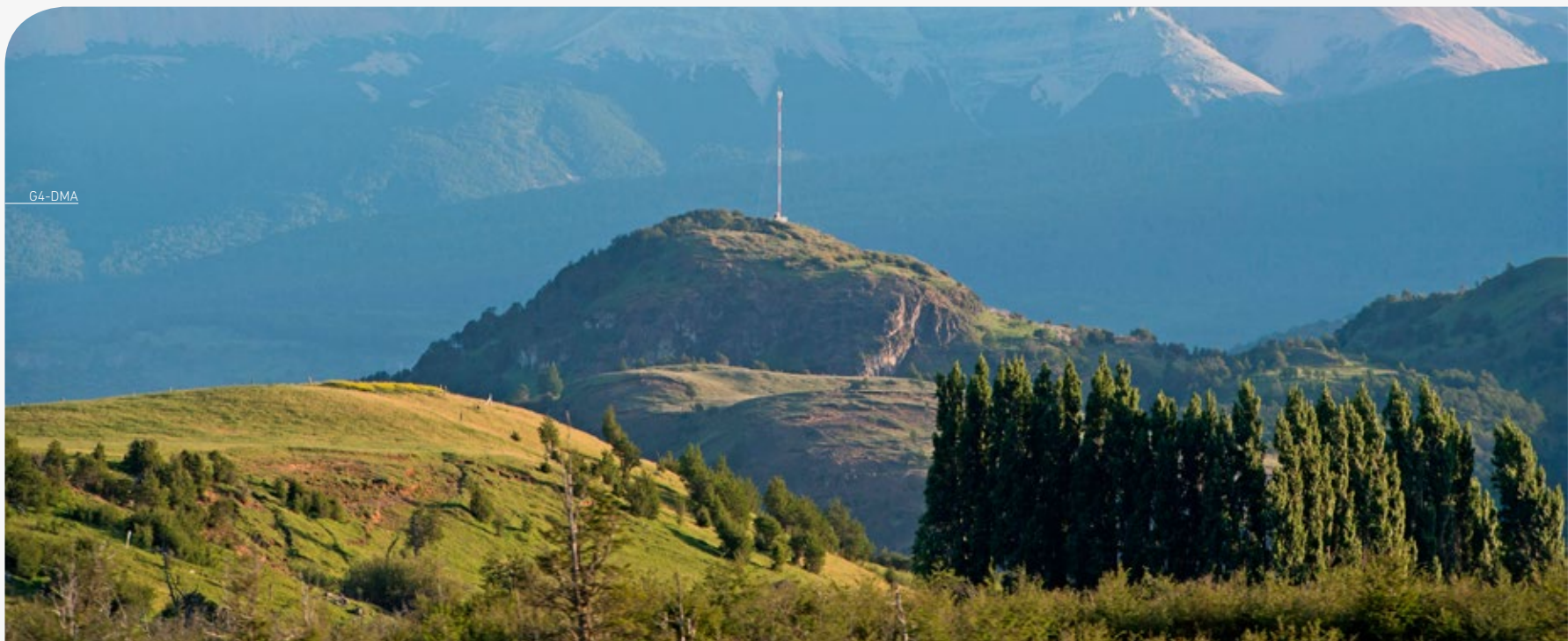
- > Se realizó la medición de la Huella de Carbono para el 100% de las operaciones de Entel en Chile.
- > Este año continuó el desarrollo de iniciativas de eficiencia energética, lográndose una disminución de 3,3% en el PUE (Power Usage Effectiveness) de los Data Center.

### Generación de residuos

#### Gestión de residuos

- > Durante el año 2016, tanto en Chile como en Perú, aumentaron las acciones vinculadas al reciclaje de teléfonos, accesorios y baterías. En Chile se recolectaron 13.114 kg de residuos electrónicos y 361 kg en Perú.





## Respeto por el Entorno

En Chile, la Ley 20.599, que regula la instalación de antenas emisoras y transmisoras de servicios de telecomunicaciones, impone obligaciones para el despliegue, operación, expansión y modernización de las redes de los operadores de servicios de telecomunicaciones móviles, es por esto, que Entel cumple con un exigente estándar en:

- > La seguridad respecto a las emisiones de radiación electromagnética. En este aspecto, la norma chilena es una de las más restrictivas en el mundo en relación a los límites máximos de emisión de radiaciones, ya que, establece que el límite de densidad de potencia deberá ser igual o menor al promedio simple de los cinco estándares más rigurosos establecidos en los países que integran la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico. (OCDE). Además la Resolución N° 3103/2012 de la Subsecretaría de Telecomunicaciones, establece los límites de potencia relacionados a este estándar y protocolos de medición para su cumplimiento.
- > La participación de la ciudadanía y la autoridad en el proceso de emplazamiento de infraestructura. Esto, facilitó la instalación de 469 nuevas infraestructuras de telecomunicaciones, el relacionamiento con las comunidades y autoridades locales, generando instancias de diálogo y favoreciendo la resolución de conflictos. Este permitió fortalecer la red y el acceso a la conectividad.
- > Cumplimiento de las distancias que deben existir entre torres soportantes de sistemas radiantes y de estas, con las zonas sensibles <sup>31</sup>.
- > La información que se entrega a la ciudadanía, dirigentes sociales, colaboradores y contratistas respecto a los impactos de la instalación de antenas en zonas urbanas y rurales a través de capacitaciones y talleres.

<sup>31</sup>Se entiende por zona sensible aquellas áreas donde se encuentran escuelas, salas cuna, jardines infantiles, hospitales, clínicas o consultorios, asilos de ancianos y otras áreas similares que cumplan con la definición específica de zona sensible establecida por SUBTEL según lo consagrado en la Ley y, que a su vez, hayan sido identificadas por los Municipios dentro de sus respectivas comunas.



G4-EN15  
G4-EN16  
G4-EN17

> Potenciar el cumplimiento normativo de la armonización de torres para que éstas se integren de manera armónica al entorno donde se emplazan. En este aspecto, destaca que el 70% de las estructuras urbanas de Entel se encuentran armonizadas con el entorno.

Para Entel, es de suma importancia establecer relaciones a largo plazo con las comunidades donde opera y con la sociedad en general. En este sentido, la entrega de información y el acceso a ella es un factor que facilita las comunicaciones transparentes y fortalece las relaciones de confianza entre ambas partes. Es por esto que, durante 2016, se continuó informando a las comunidades respecto a los estudios existentes en campos electromagnéticos a través de las reuniones de la Dirección de Sustentabilidad y Comunidades y del despliegue de talleres a más de 1.000 dirigentes sociales en 3 Regiones de Chile.

Se patrocinó a través de la Asociación de Telefonía Móvil (ATELMO) el estudio "Benchmark internacional sobre regulación de instalación de antenas de

telecomunicaciones móviles", realizado por Facultad de Ingeniería Civil en Telecomunicaciones de la Universidad de Concepción.

Además, durante 2016, el 99% de las antenas instaladas en Chile, fueron parte del proyecto "Conectando Chile", lo que refuerza el compromiso de Entel con la inclusión y el desarrollo digital del país.

## Cambio Climático

Durante 2016, una de las áreas donde Entel desarrolló su gestión sustentable es en la medición de su contribución al fenómeno del cambio climático.

En este contexto, se realizó la medición de la huella de carbono del año 2016, es decir, las emisiones de gases de efecto invernadero generados por Entel a nivel corporativo producto de sus operaciones, tanto directa (alcance 1) como indirectamente (alcances 2 y 3).

En la medición se incorporaron todas las unidades de negocio de Chile, que corresponden al 80% del total de ingresos de la compañía.

En la figura, se puede apreciar que las emisiones de gases de efecto invernadero de Entel son 181.118,3 toneladas de CO<sub>2</sub>e<sup>32</sup>, de ellas sólo el 1,7% (3.177 toneladas de CO<sub>2</sub>e) corresponden a emisiones generadas directamente por las operaciones, mientras que el 18% (32.510,1 toneladas de CO<sub>2</sub>e) son generadas en los puntos que se midieron en la cadena de valor: importación y distribución de equipos, viajes aéreos y uso de papel.

Las mayores emisiones (145.431,2 toneladas de CO<sub>2</sub>e) son producidas indirectamente por la generación y distribución de energía eléctrica (Alcance 2) y corresponden al 80,3% del total de las emisiones de gases de efecto invernadero de Entel. Su magnitud está dada por dos factores: la constitución de la matriz energética en Chile (en cuanto a su porcentaje de energía proveniente de combustibles fósiles) y el consumo en redes, tiendas, oficinas y Data Center de Entel.

Los resultados de este primer ejercicio de medición, servirán como línea base para definir cómo Entel puede, a través de su gestión, trabajar en la reducción de su huella de carbono, así como también estimar de qué manera sus productos y servicios contribuyen o mitigan la emisión de gases de efecto invernadero e identificar los riesgos y oportunidades para el negocio, derivados del fenómeno de cambio climático.

Con todo esto, se espera contribuir a los esfuerzos que se están realizando a nivel nacional e internacional para mitigar los efectos del cambio climático.

### **Eficiencia energética**

En línea con la medición de la huella de carbono, uno de los aspectos que Entel gestiona, y que tiene un gran potencial para reducir emisiones de gases de efecto invernadero, es el consumo de energía.

El consumo intensivo de energía en el negocio se encuentra principalmente en las redes y en la operación de los Data Center. Es por esto, que en línea con el desarrollo de procesos limpios y costo eficiente, las áreas de Redes y Data Center de Entel han trabajado en los últimos años en la implementación de diversas medidas de eficiencia energética.

El área de Redes en Chile, es provista en un 100% por Ericsson, uno de los socios estratégicos más importantes de la compañía. Y que además contribuye a mejorar la eficiencia energética de sus redes a través de la implementación de productos especialmente diseñados para un bajo consumo, ofreciendo un rendimiento líder de la industria.

Durante el transcurso de 2017 se trabajará en conjunto con Ericsson en un plan de actualización de equipamiento, con lo cual se espera avanzar en materia de eficiencia energética y, de paso, reducir las emisiones de gases de efecto invernadero.

Tanto en infraestructura como en operación, los Data Center de Entel han llevado la delantera en lo que se refiere a eficiencia energética. Las decisiones tomadas hace algunos años en esta materia han permitido que actualmente los Data Center puedan ampliar su capacidad y crecer en infraestructura sin necesidad de consumir más energía.

Para las instalaciones existentes, gran parte de las iniciativas mayores de eficiencia energética fueron desarrolladas el año 2015 y anteriores, sin embargo, durante 2016 se continuó desarrollando programas para mejorar el PUE en los Data Center, entre ellas, se pueden mencionar:

<sup>32</sup> CO<sub>2</sub>e: Dióxido de Carbono equivalente. Es una unidad que permite dimensionar la capacidad que refleja el calor de un Gas de Efecto Invernadero en relación al Dióxido de Carbono.





### Torre Entel

- > Confinamiento de pasillos
- > Apagado de UMAs
- > Modificación de la inyección de chiller

### Data Center Amunátegui

- > Confinamiento de pasillos
- > Mediciones de caudales de aire para optimización de niveles de operación
- > Apagado de UMAs
- > Enductamiento de descarga de aire caliente chiller

### Data Center Ciudad De Los Valles

- > Medición PUE parcial por salas
- > Nuevo proyecto en Ciudad de los Valles 3 desarrollado con equipamiento de intercambio de aire indirecto. Considera 12 Unidades de Climatización con tecnología pionera en Latinoamérica.
- > Instalación de 9 sistemas de confinamiento de aire.

### En todos los Data Center

#### Ciudad de los Valles, Ñuñoa, Pedro de Valdivia, Amunátegui, y Torre Entel

- > Se realiza la medición de PUE en todos los sitios: Se busca la mejorar continuamente para que la medición sea automática en todos los sitios
- > Capacitación de personal en talleres de Eficiencia Energética de Data Center
- > Renovación de equipamiento con nuevas tecnología basada en Freecooling
- > Se realiza el control y seguimiento de consumos de energía a nivel de empalme y de cargas TI.



Adicionalmente, en 2016 se renegociaron los contratos de energía con los suministradores, permitiendo obtener un ahorro en el costo de alrededor de US\$ 2,8 millones en un plazo de 4 años de contrato.

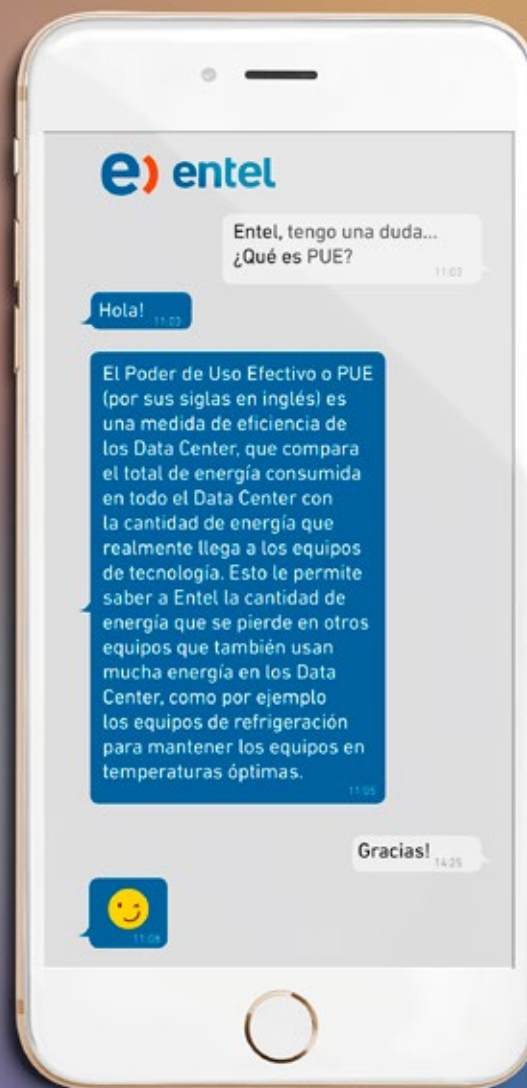
Entel a nivel corporativo, incluyendo el 100% de sus unidades de negocio en Chile, lo que corresponde al 80% del total de sus ingresos, tuvo un consumo de energía eléctrica de 355,38 MWh.

Para Entel es importante comenzar a valorizar medioambientalmente todos los esfuerzos realizados en materia de eficiencia y avanzar, de esta forma, en el desarrollo sostenible y eco-eficiente de sus operaciones.



Este año los Data Center lograron reducir el porcentaje promedio del PUE en un 3,3% en el 100% de sus instalaciones.

El ahorro energético de los Data Center este año fue de 2.796.000 kWh. Lo que equivale al consumo promedio aproximado de 13.980 viviendas en Chile.





### Bolsas Reutilizables:

El proyecto Bolsa Reutilizable es una iniciativa público-privada entre distintos municipios y Entel que busca contribuir al cuidado del medioambiente y fomentar una forma de vida más sustentable en el país, a través de la distribución gratuita de miles de bolsas reutilizables entre las personas.

La iniciativa pretende disminuir el uso de las bolsas plásticas y generar conciencia sobre el efecto que su uso puede ocasionar en el medioambiente. El proyecto forma parte de la estrategia de sustentabilidad de la compañía, especialmente en lo relativo al cuidado del medioambiente. Durante 2016, se distribuyeron más de 100 mil bolsas reutilizables por medio de alianzas firmadas con los municipios de Iquique, Coquimbo, La Serena, Rancagua, Villarrica, Temuco, Valdivia y Puerto Montt.

### Reutilización de telas de PVC:

Como empresa comprometida con la Sustentabilidad, en 2016 las gerencias de Marketing y la Dirección de Sustentabilidad implementaron un plan piloto para reciclar y medir la trazabilidad de las piezas publicitarias fabricadas con materiales que pueden afectar el medioambiente. El objetivo a mediano plazo es establecer una política para el manejo responsable de residuos generados por las campañas publicitarias de PVC y malla mesh en la vía pública. A través de este plan piloto, la compañía recuperó 1.104 m2 de tela PVC, equivalente a 485,8 kilos de material.

Gestión de Residuos

La gestión responsable de residuos es un tema de gran relevancia para Entel, debido al tipo de residuos generados a través de su cadena de valor. La gestión de residuos de la operación y el reciclaje de celulares y accesorios de clientes es realizada por la Gerencia de Logística y la Dirección de Sustentabilidad y Comunidades.

Residuos de la operación en Chile

| Tipo de Residuo                                                     | Tratamiento                                                                              | Cantidad (kg) 2015 | Cantidad (kg) 2016 |
|---------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|--------------------|
| Residuos electrónicos (celulares, accesorios, baterías, etc.)       | Programas de reciclaje.                                                                  | 4.350              | 13.114             |
| Residuos provenientes del despliegue y funcionamiento de la red (1) | Acuerdo con Ericsson que cuenta con un procedimiento de gestión sustentable de residuos. | 257.926            | 347.358            |
| Plásticos en general                                                | Operador de reciclaje y residuos                                                         | 799                | 37.878             |
| Papel                                                               | Planta de tratamiento                                                                    | 1.354              | 13.977             |
| Cartón                                                              | Reciclaje                                                                                | 58.544             | 229.496            |
| Residuos peligrosos (baterías, celdas, bancos de baterías)          | Planta de tratamiento                                                                    | 28.685             | 39.220             |
| Residuos industriales sólidos no peligrosos                         | Relleno sanitario                                                                        | 18.980             | 13.830             |

En la tabla anterior, se puede apreciar que durante 2016 aumentó la generación de residuos provenientes del despliegue y funcionamiento de la red, esto se debió a que este año se realizó el cambio de equipamiento de la Red. Sin embargo, también se firmó un acuerdo con Ericsson para el manejo sustentable de residuos.

Por otra parte, también aumentó la cantidad de plásticos, papeles y cartones utilizados y reciclados. Esto debido a que en 2016 se incorporó cláusulas medioambientales en el contrato del operador logístico, estableciéndose que ahora éste

debe disponer de los desechos de la operación. Gracias a esta medida hoy es posible para Entel tener un registro más completo de sus residuos generados.

Finalmente, uno de los principales hitos de la gestión de Entel en materia medioambiental fue el aumento de acciones vinculadas al reciclaje de teléfonos, accesorios y baterías, lo cual puede verse reflejado en el considerable aumento de residuos electrónicos reciclados.





### Programa de reciclaje de equipos en desuso

Los desechos electrónicos generados en el mundo, constituyen una problemática en términos de la logística necesaria para su disposición final. En la mayoría de los casos, los teléfonos celulares, accesorios y baterías terminan siendo desechados por los usuarios finales en lugares que no están preparados para esto. Lo anterior sin considerar que en los aparatos electrónicos pueden encontrarse oro, plata, platino, paladio, cobre, estaño y zinc, pudiendo reutilizarse en diferentes industrias.

Dada la naturaleza del negocio, no es posible aún prescindir del uso de estos equipos y por lo mismo es importante para Entel hacerse responsable, de la forma más amplia posible, del destino final de los productos que comercializa para que éstos sean tratados apropiadamente o reutilizados. Este es el espíritu con el cual Entel ha participado

activamente de las mesas del Ministerio del Medio Ambiente sobre la Ley de Responsabilidad Extendida del Productor (Ley REP) y también ha promovido, en conjunto con la Organización de Consumidores y Usuarios de Chile (ODECU), los derechos, deberes y responsabilidades de los consumidores enfatizando en la responsabilidad de disponer los desechos electrónicos derivados del uso de los productos comercializados por Entel.

En este contexto, en 2014, Entel lanzó su programa de reciclaje de equipos en desuso y, desde entonces, ha implementado una extensa red de puntos de recolección en varias regiones de Chile. Actualmente, la compañía cuenta con 600 puntos de recolección a lo largo del país. Durante 2016, se habilitaron 300 nuevos puntos de recolección en 3 regiones de Chile, lo que convierte a Entel en el operador de la industria



## Proceso de Reciclaje



de las telecomunicaciones con el mayor y único despliegue a nivel nacional.

Los equipos recogidos en este programa son retirados y procesados por la empresas especializadas Midas Chile y Recycla, las cuales recuperan los materiales reutilizables de los equipos como cobre, aluminio y plástico, entre otros.

Entel Perú también implementó 50 puntos de recolección en todas las capitales distritales, lo cual lo convierte en el primer operador con un plan de manejo de residuos electrónicos aprobado por el estado peruano.

El Programa de reciclaje considera el costo logístico de la recolección y el proceso de reciclaje de equipos celulares, audífonos, baterías y cargadores.

### Programa Contenedores para Chile

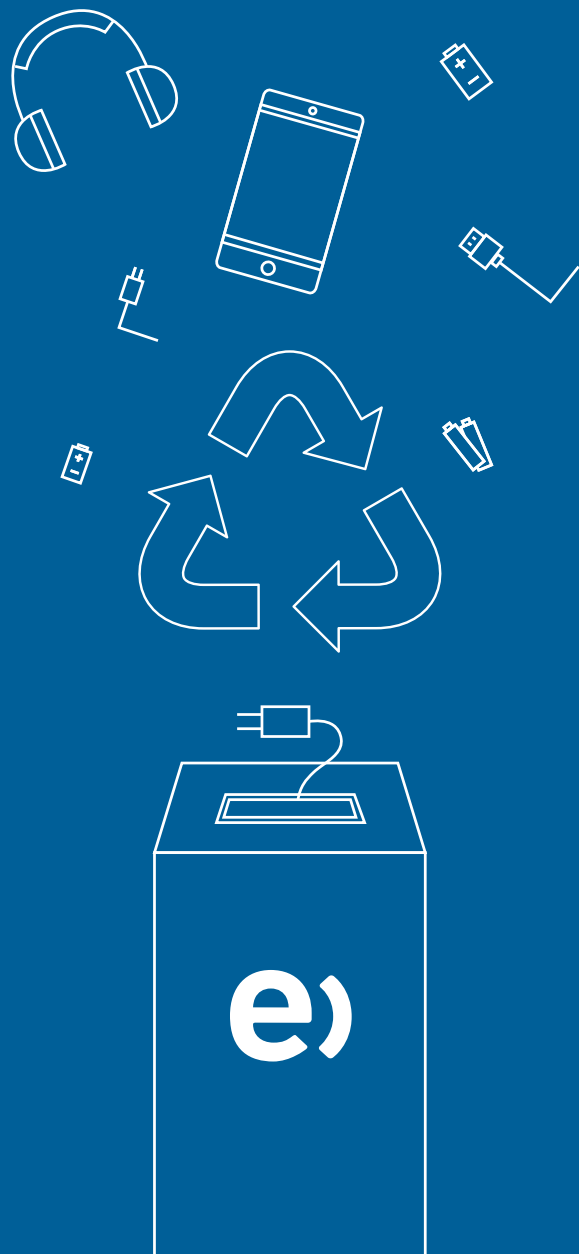
Con la intención de socializar sus programas de reciclaje, durante 2016, Entel patrocinó junto con otras empresas, la instalación de nuevos puntos de reciclaje de cartridges y toners, CDs y DVDs, celulares, y accesorios (audífonos, cables, cargadores, mouse, controles remotos, etc.) en el

marco del programa contenedores para Chile, en asociación con Fundación Recyclápolis y cuyos objetivos son:

- > Concientizar a la ciudadanía respecto del problema de la basura electrónica, de su impacto negativo en el medioambiente y las soluciones que existen para disminuir sus consecuencias.
- > Realizar un aporte social, al instalar un contenedor de reciclaje de residuos electrónicos en cada colegio para su comunidad, fortaleciendo la concientización de las futuras generaciones.
- > Dar visibilidad corporativa a los distintos actores, al instalar contenedores de reciclaje en lugares de acceso público, tales como instituciones gubernamentales, museos, municipalidades, etc.

Este año, el programa se centró en la implementación y la gestión de contenedores de reciclaje de residuos electrónicos en la Región Metropolitana. En una segunda y tercera etapa en Valparaíso y Concepción.

## Programa de reciclaje entel



**TOTAL CHILE 13.114<sup>kg</sup>**

### PROGRAMA DE CELULARES EN DESUSO

**1.668<sup>kg</sup>**  
CELULARES

**1.664<sup>kg</sup>**  
ACCESORIOS

**470<sup>kg</sup>**  
BATERÍAS

**7.381<sup>kg</sup>**  
PILAS

**1.931<sup>kg</sup>**  
CATRIDGES Y CD

**TOTAL PERÚ 361<sup>kg</sup>**

### PROGRAMA DE RECICLAJE

**135<sup>kg</sup>**  
CELULARES

**130<sup>kg</sup>**  
ACCESORIOS

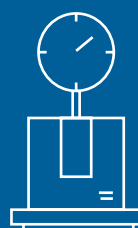
**88<sup>kg</sup>**  
BATERÍAS

**8<sup>kg</sup>**  
PILAS

2016

**13,4**

**TONELADAS**  
de residuos electrónicos



### CONTENEDORES CHILE

#### TIENDAS ENTEL Y PUNTOS HABILITADOS

**299**  
CONTENEDORES



#### CONTENEDOR PARA CHILE

**304**  
CONTENEDORES



### CONTENEDORES PERU

**50**  
CONTENEDORES



#### TOTAL PUNTOS DE CONTACTO

**653**  
CONTENEDORES



Localidad de Villa Renoval, Puerto Natales.  
Región de Magallanes y La Antártica Chilena.  
Proyecto Conectando Chile.









# Indicadores GRI G4 Pacto Global (COP)

## Contenidos Básicos Generales

| Indicador GRI G4                       | Descripción del Indicador                                                                                                                                                                            | Capítulo                             | Página    | Omisiones y Comentarios | Principio del Pacto Global |
|----------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|-----------|-------------------------|----------------------------|
| ESTRATEGIA Y ANÁLISIS                  |                                                                                                                                                                                                      |                                      |           |                         |                            |
| G4-1                                   | Declaración del responsable principal de las decisiones de la organización sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y la estrategia de esta con miras a abordar dicha cuestión. | Carta                                | 2         |                         |                            |
| G4-2                                   | Descripción de los principales efectos, riesgos y oportunidades                                                                                                                                      | Visión                               | 18        |                         |                            |
| PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN              |                                                                                                                                                                                                      |                                      |           |                         |                            |
| G4-3                                   | Nombre de la organización.                                                                                                                                                                           | Somos Entel                          | 21        |                         |                            |
| G4-4                                   | Marcas, productos y servicios más importantes de la organización.                                                                                                                                    | Somos Entel                          | 21        |                         |                            |
| G4-5                                   | Lugar donde se encuentra la sede de la organización.                                                                                                                                                 | Somos Entel                          | 21        |                         |                            |
| G4-6                                   | Países en donde opera la organización.                                                                                                                                                               | Somos Entel                          | 21        |                         |                            |
| G4-7                                   | Naturaleza del régimen de propiedad y su forma jurídica.                                                                                                                                             | Somos Entel                          | 23        |                         |                            |
| G4-8                                   | Mercados servidos.                                                                                                                                                                                   | Somos Entel / Clientes               | 21        |                         |                            |
| G4-9                                   | Escala de la organización                                                                                                                                                                            | Colaboradores                        | 70        |                         |                            |
| G4-10                                  | Desglose de los empleados de la organización.                                                                                                                                                        | Colaboradores                        | 70 -71-81 |                         | Principio 6                |
| G4-11                                  | Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos.                                                                                                                                          | Colaboradores                        | 79        |                         | Principio 3                |
| G4-12                                  | Descripción de la cadena de suministro de la organización.                                                                                                                                           | Somos Entel                          | 30        |                         |                            |
| G4-13                                  | Cambios significativos durante el periodo objeto de análisis en el tamaño, la estructura, la propiedad accionarial o la cadena de suministro de la organización                                      | Colaboradores                        | 69        |                         |                            |
| G4-14                                  | Descripción de cómo aborda la organización, si procede, el principio de precaución.                                                                                                                  | Gobierno Corporativo                 | 44        |                         |                            |
| G4-15                                  | Principios u otras iniciativas externas de carácter económico, ambiental y social que la organización suscribe o ha adoptado.                                                                        | Visión Sustentabilidad / Comunidades | 8 -89     |                         |                            |
| G4-16                                  | Asociaciones y las organizaciones de promoción nacional o internacional a las que la organización pertenece.                                                                                         | Visión Sustentabilidad               | 16        |                         |                            |
| ASPECTOS MATERIALES Y COBERTURA        |                                                                                                                                                                                                      |                                      |           |                         |                            |
| G4-17                                  | Listado de las entidades que figuran en los estados financieros consolidados de la organización y otros documentos equivalentes.                                                                     | Visión Sustentabilidad               | 17        |                         |                            |
| G4-18                                  | Descripción del proceso que se ha seguido para determinar el contenido de la memoria y la cobertura de cada aspecto                                                                                  | Visión Sustentabilidad / Somos Entel | 18-30     |                         |                            |
| G4-19                                  | Listado de los Aspectos materiales que se identificaron durante el proceso de definición del contenido de la memoria.                                                                                | Visión Sustentabilidad / Somos Entel | 19-20-30  |                         |                            |
| G4-20                                  | Cobertura dentro de la organización de cada Aspecto material                                                                                                                                         | Visión Sustentabilidad / Somos Entel | 19-30     |                         |                            |
| G4-21                                  | Cobertura fuera de la organización de cada Aspecto material                                                                                                                                          | Visión Sustentabilidad / Somos Entel | 19-30     |                         |                            |
| G4-22                                  | Descripción de las consecuencias de las reformulaciones de la información facilitada en memorias anteriores y sus causas.                                                                            | Visión Sustentabilidad               | 18        |                         |                            |
| G4-23                                  | Cambios significativo en el Alcance y la Cobertura de cada Aspecto con respecto a memorias anteriores.                                                                                               | Visión Sustentabilidad               | 18        |                         |                            |
| PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS |                                                                                                                                                                                                      |                                      |           |                         |                            |
| G4-24                                  | Listado de los grupos de interés vinculados a la organización.                                                                                                                                       | Visión Sustentabilidad               | 9         |                         |                            |
| G4-25                                  | Descripción sobre la elección de los grupos de interés con los que se trabaja.                                                                                                                       | Visión Sustentabilidad               | 9-18      |                         |                            |
| G4-26                                  | Descripción sobre el enfoque de la organización sobre la participación de los grupos de interés.                                                                                                     | Visión Sustentabilidad               | 9         |                         |                            |
| G4-27                                  | Descripción sobre cuestiones y problemas clave se han identificado a raíz de la participación de los grupos de interés y la evaluación hecha por la organización.                                    | Visión Sustentabilidad               | 9-18      |                         |                            |

| Indicador GRI G4     | Descripción del Indicador                                                                                                                                                                                          | Capítulo                                      | Página      | Omisiones y Comentarios | Principio del Pacto Global |
|----------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|-------------|-------------------------|----------------------------|
| PERFIL DE LA MEMORIA |                                                                                                                                                                                                                    |                                               |             |                         |                            |
| G4-28                | Periodo objeto de la memoria                                                                                                                                                                                       | Visión Sustentabilidad                        | 17          |                         |                            |
| G4-29                | Fecha de la última memoria                                                                                                                                                                                         | Visión Sustentabilidad                        | 17          |                         |                            |
| G4-30                | Ciclo de presentación de memorias                                                                                                                                                                                  | Visión Sustentabilidad                        | 17          |                         |                            |
| G4-31                | Punto de contacto para solventar las dudas que puedan surgir en relación con el contenido de la memoria.                                                                                                           | Visión Sustentabilidad                        | 17          |                         |                            |
| G4-32                | Indicadores GRI y opción de la guía que se ha escogido.                                                                                                                                                            | Visión Sustentabilidad                        | 18          |                         |                            |
| G4-33                | "Descripción de la política y las prácticas vigentes de la organización con respecto a la verificación externa de la memoria."                                                                                     | Visión Sustentabilidad                        | 18          |                         |                            |
| GOBIERNO             |                                                                                                                                                                                                                    |                                               |             |                         |                            |
| G4-34                | Estructura de gobierno de la organización y Comités, responsables de la toma de decisiones sobre cuestiones económicas, ambientales y sociales.                                                                    | Gobierno Corporativo                          | 41          |                         |                            |
| G4-35                | "Descripción sobre el proceso mediante el cual el órgano superior de gobierno delega su autoridad a la alta dirección y a determinados empleados en cuestiones de índole económica, ambiental y social."           | Gobierno Corporativo                          | 41          |                         |                            |
| G4-38                | Composición del órgano superior de gobierno y de sus comités                                                                                                                                                       | Gobierno Corporativo                          | 41          |                         |                            |
| G4-39                | Descripción de que si la persona que preside el órgano superior de gobierno ocupa también un puesto ejecutivo                                                                                                      | Gobierno Corporativo                          | 41          |                         |                            |
| G4-41                | Descripción de los procesos mediante los cuales el órgano superior de gobierno previene y gestiona posibles conflictos de intereses.                                                                               | Gobierno Corporativo                          | 42          |                         |                            |
| G4-43                | Medidas adoptadas para desarrollar y mejorar el conocimiento colectivo del órgano superior de gobierno con relación a los asuntos económicos, ambientales y sociales.                                              | Gobierno Corporativo                          | 42          |                         |                            |
| G4-45                | Descripción de la función del órgano superior de gobierno en la identificación y gestión de los impactos, los riesgos y las oportunidades de carácter económico, ambiental y social.                               | Gobierno Corporativo                          | 41-44-45-46 |                         |                            |
| G4-46                | Descripción de la función del órgano superior de gobierno en el análisis de la eficacia de los procesos de gestión del riesgo de la organización en lo referente a los asuntos económicos, ambientales y sociales. | Gobierno Corporativo                          | 44-45-46    |                         |                            |
| G4-47                | Frecuencia con que el órgano superior de gobierno analiza los impactos, los riesgos y las oportunidades de índole económica, ambiental y social.                                                                   | Gobierno Corporativo / Visión Sustentabilidad | 9-44-45-46  |                         |                            |
| G4-48                | Comité o encargado que revisa y aprueba la memoria de sostenibilidad de la organización                                                                                                                            | Visión Sustentabilidad                        | 9           |                         |                            |
| G4-49                | Descripción del proceso para transmitir las preocupaciones importantes al órgano superior de gobierno.                                                                                                             | Visión Sustentabilidad                        | 9           |                         |                            |
| ÉTICA E INTEGRIDAD   |                                                                                                                                                                                                                    |                                               |             |                         |                            |
| G4-56                | Descripción de los valores, principios, estándares y normas de la organización, tales como códigos de conducta o códigos éticos                                                                                    | Gobierno Corporativo / Visión Sustentabilidad | 6 - 42      |                         | Principio 10               |
| G4-57                | Mecanismos internos y externos de asesoramiento en pro de una conducta ética y lícita, y para consultar los asuntos relacionados con la integridad de la organización.                                             | Gobierno Corporativo                          | 42-43       |                         |                            |
| G4-58                | "Mecanismos internos y externos de denuncia de conductas poco éticas o ilícitas y de asuntos Gobierno Corporativo relativos a la integridad de la organización."                                                   | Gobierno Corporativo                          | 42-43       |                         |                            |

# Indicadores GRI G4 Pacto Global (COP)

## Contenidos Básicos Específicos

| Aspectos Materiales                           | Descripción del Indicador                                                                                   | Capítulo                          | Página              | Omisiones y Comentarios | Principio del Pacto Global |
|-----------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|---------------------|-------------------------|----------------------------|
| ECONOMÍA                                      |                                                                                                             |                                   |                     |                         |                            |
| DESEMPEÑO ECONÓMICO                           |                                                                                                             |                                   |                     |                         |                            |
| G4-DMA                                        | Enfoque de gestión                                                                                          | Desempeño Económico               | 37                  |                         |                            |
| G4-EC1                                        | valor económico directo generado y distribuido                                                              | Desempeño Económico               | 37                  |                         |                            |
| G4-EC4                                        | Ayudas económicas otorgadas por entes del gobierno                                                          | Colaboradores (Sence)             | 72                  |                         |                            |
| CONSECUENCIAS ECONÓMICAS INDIRECTAS           |                                                                                                             |                                   |                     |                         |                            |
| G4-EC7                                        | Desarrollo e impacto de la inversión en infraestructura y los tipos de servicios.                           | Somos Entel/Clientes/ Comunidades | 25-51-93            |                         |                            |
| G4-EC8                                        | Impactos económicos indirectos significativos y alcance de los mismos.                                      | Proveedores                       | 82                  |                         |                            |
| PRÁCTICAS DE ADQUISICIÓN                      |                                                                                                             |                                   |                     |                         |                            |
| G4-EC9                                        | Porcentaje del gasto en los lugares con operaciones significativas que corresponde a proveedores locales    | Proveedores                       | 82                  |                         |                            |
| MEDIOAMBIENTE                                 |                                                                                                             |                                   |                     |                         |                            |
| MATERIALES                                    |                                                                                                             |                                   |                     |                         |                            |
| G4-DMA                                        | Enfoque de gestión                                                                                          | Medioambiente                     | 103-104-106-108-109 |                         | Principio 7 y 8            |
| ENERGÍA                                       |                                                                                                             |                                   |                     |                         |                            |
| G4-EN3                                        | Consumo energético interno                                                                                  | Medioambiente                     | 106-108             |                         | Principio 7 y 8            |
| G4-EN6                                        | Reducción del consumo energético                                                                            | Medioambiente                     | 106-108             |                         | Principio 7 y 8            |
| EMISIONES                                     |                                                                                                             |                                   |                     |                         |                            |
| G4-EN15                                       | Emisiones directas de gases de efecto invernadero (alcance 1)                                               | Medioambiente                     | 105                 |                         | Principio 7 y 8            |
| G4-EN16                                       | Emisiones indirectas de gases de efecto invernadero al generar energía (alcance 2)                          | Medioambiente                     | 105                 |                         | Principio 7 y 8            |
| G4-EN17                                       | Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero (alcance 3)                                       | Medioambiente                     | 105                 |                         | Principio 7 y 8            |
| EFLUENTES Y RESIDUOS                          |                                                                                                             |                                   |                     |                         |                            |
| G4-EN23                                       | Peso total de los residuos, según tipo y método de tratamiento                                              | Medioambiente                     | 109-110             |                         | Principio 7 y 8            |
| PRODUCTOS Y SERVICIOS                         |                                                                                                             |                                   |                     |                         |                            |
| G4-EN27                                       | Grado de mitigación del impacto ambiental de los productos y servicios.                                     | Medioambiente                     | 103                 |                         | Principio 7 y 8            |
| EVALUACIÓN AMBIENTAL DE LOS PROVEEDORES       |                                                                                                             |                                   |                     |                         |                            |
| G4-EN32                                       | Porcentaje de los nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios ambientales.                 | Proveedores                       | 87                  |                         | Principio 7 y 8            |
| DESEMPEÑO SOCIAL                              |                                                                                                             |                                   |                     |                         |                            |
| PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DIGNO           |                                                                                                             |                                   |                     |                         |                            |
| EMPLEO                                        |                                                                                                             |                                   |                     |                         |                            |
| G4-DMA                                        | Enfoque de gestión                                                                                          | Colaboradores                     | 68                  |                         |                            |
| G4-LA1                                        | Número y tasa de contrataciones y rotación media de empleados, desglosados por grupo etario, sexo y región. | Colaboradores                     | 70-76               |                         | Principio 6                |
| G4-LA2                                        | Prestaciones sociales para los empleados a jornada completa                                                 | Colaboradores                     | 78                  |                         |                            |
| RELACIONES ENTRE LOS TRABAJADORES Y DIRECCIÓN |                                                                                                             |                                   |                     |                         |                            |
| G4-LA4                                        | Plazos mínimos de preaviso de cambios operativos o posible inclusión de éstos en los convenios colectivos.  | Colaboradores                     | 79                  |                         | Principio 3                |
| SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO               |                                                                                                             |                                   |                     |                         |                            |
| G4-LA5                                        | Porcentaje de trabajadores que está representado en comités formales de salud y seguridad                   | Colaboradores                     | 78                  |                         |                            |
| G4-LA6                                        | Tipo y tasa de lesiones, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y víctimas mortales          | Colaboradores                     | 78                  |                         |                            |
| CAPACITACIÓN Y EDUCACIÓN                      |                                                                                                             |                                   |                     |                         |                            |
| G4-LA9                                        | Promedio de horas de capacitación anuales por empleado, desglosado por sexo y categoría laboral             | Colaboradores                     | 72-73               |                         | Principio 6                |
| G4-LA10                                       | Programa de gestión de habilidades y de formación continua                                                  | Colaboradores                     | 72-73               |                         |                            |
| G4-LA11                                       | Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional.       | Colaboradores                     | 74                  |                         |                            |

| Aspectos Materiales                                      | Descripción del Indicador                                                                                                                                                            | Capítulo             | Página         | Omisiones y Comentarios                                                         | Principio del Pacto Global |
|----------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|----------------|---------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|
| DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES                   |                                                                                                                                                                                      |                      |                |                                                                                 |                            |
| G4-LA12                                                  | Composición de los órganos de gobierno y desglose de la plantilla por categoría profesional, sexo, edad, u otros indicadores de diversidad                                           | Colaboradores        | 71             |                                                                                 | Principio 6                |
| IGUALDAD DE RETRIBUCIÓN ENTRE MUJERES Y HOMBRES          |                                                                                                                                                                                      |                      |                |                                                                                 |                            |
| G4-LA13                                                  | Relación entre el salario base de los hombres con respecto al de mujeres                                                                                                             | Colaboradores        | 71             |                                                                                 | Principio 6                |
| EVALUACIÓN DE LAS PRÁCTICAS LABORALES DE LOS PROVEEDORES |                                                                                                                                                                                      |                      |                |                                                                                 |                            |
| G4-LA14                                                  | Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a prácticas laborales.                                                                          | Proveedores          | 87             |                                                                                 |                            |
| G4-LA15                                                  | Impactos negativos significativos en las prácticas laborales en la cadena de suministro.                                                                                             | Proveedores          | 87             |                                                                                 |                            |
| MECANISMO DE RECLAMACIÓN SOBRE LAS PRÁCTICAS LABORALES   |                                                                                                                                                                                      |                      |                |                                                                                 |                            |
| G4-LA16                                                  | Número de reclamaciones sobre prácticas laborales                                                                                                                                    | Proveedores          | 87             |                                                                                 |                            |
| SOCIEDAD                                                 |                                                                                                                                                                                      |                      |                |                                                                                 |                            |
| G4-DMA                                                   | Enfoque de gestión                                                                                                                                                                   | Comunidades          | 89             |                                                                                 |                            |
| COMUNIDADES LOCALES                                      |                                                                                                                                                                                      |                      |                |                                                                                 |                            |
| G4-S01                                                   | Porcentaje de centros donde se han implantado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación en las comunidades locales.                                          | Comunidades          | 93             |                                                                                 | Principio 1                |
| G4-S02                                                   | Centros de operaciones han tenido o pueden tener efectos negativos significativos sobre las comunidades locales.                                                                     | Comunidades          | 90             |                                                                                 | Principio 1                |
| LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN                               |                                                                                                                                                                                      |                      |                |                                                                                 |                            |
| G4-S03                                                   | *Número y el porcentaje de centros en los que se han evaluado los riesgos relacionados con la                                                                                        | Gobierno Corporativo | 42             |                                                                                 | Principio 10               |
| G4-S04                                                   | Políticas y los procedimientos de la organización para luchar contra la corrupción.                                                                                                  | Gobierno Corporativo | 42             |                                                                                 | Principio 10               |
| CUMPLIMIENTO REGULATORIO                                 |                                                                                                                                                                                      |                      |                |                                                                                 |                            |
| G4-S08                                                   | Valor de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y normativa                                                              |                      |                | Ver nota 32 en Estados Financieros, págs. 123-131 de la Memoria Financiera 2016 |                            |
| EVALUACIÓN DE LA REPERCUSIÓN SOCIAL DE LOS PROVEEDORES   |                                                                                                                                                                                      |                      |                |                                                                                 |                            |
| G4-S09                                                   | Porcentaje de los nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relacionados con la repercusión social.                                                               | Proveedores          | 87             |                                                                                 |                            |
| G4-S010                                                  | Impactos negativos significativos para la sociedad en la cadena de suministro.                                                                                                       | Proveedores          | 87             |                                                                                 |                            |
| RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS                          |                                                                                                                                                                                      |                      |                |                                                                                 |                            |
| G4-DMA                                                   | Enfoque de gestión                                                                                                                                                                   | Clientes             | 51             |                                                                                 |                            |
| ETIQUETADO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS                      |                                                                                                                                                                                      |                      |                |                                                                                 |                            |
| G4-PR5                                                   | Resultados de encuestas para medir la satisfacción de los clientes                                                                                                                   | Clientes             | 56-58-60-62-64 |                                                                                 |                            |
| COMUNICACIONES DE MERCADOTECNIA                          |                                                                                                                                                                                      |                      |                |                                                                                 |                            |
| G4-PR7                                                   | Número de casos de incumplimiento de la normativa o los códigos voluntarios relativos a las comunicaciones de mercadotecnia, tales como la publicidad, la promoción y el patrocinio. |                      |                | Ver nota 32 en Estados Financieros, págs. 123-131 de la Memoria Financiera 2016 |                            |
| PRIVACIDAD DE CLIENTES                                   |                                                                                                                                                                                      |                      |                |                                                                                 |                            |
| G4-PR8                                                   | Número de reclamaciones fundamentadas sobre la violación de la privacidad y la fuga de datos de los clientes                                                                         | Gobierno Corporativo | 47             |                                                                                 |                            |
| CUMPLIMIENTO REGULATORIO                                 |                                                                                                                                                                                      |                      |                |                                                                                 |                            |
| G4-PR9                                                   | Multas significativas por incumplir la normativa o la legislación relativas al suministro y el uso de productos y servicios.                                                         |                      |                | Ver nota 32 en Estados Financieros, págs. 123-131 de la Memoria Financiera 2016 |                            |



DISEÑO  
libredeideas.cl

IMPRESIÓN  
A Impresores





WWW.ENTEL.CL