

e) entel

INFORMACIÓN
CORPORATIVA

50_AÑOS

Identificación de la Sociedad

.....

Identificación Básica

Razón Social

Empresa Nacional de Telecomunicaciones S.A. (Entel Chile S.A.)

Domicilio Legal

Santiago, Chile.

Rol Único Tributario

92.580.000-7

Tipo de Entidad

Sociedad Anónima Abierta, inscrita en el Registro de Valores de la Superintendencia de Valores y Seguros bajo el N° 0162 y regida por las normas de la Ley N° 18.046 y su reglamento.

Direcciones

Dirección Postal

Casilla 4254, Santiago.

Teléfono

(56-2) 2360 0123

Fax

(56-2) 2360 3424

Gerencia General

Avenida Costanera Sur Río Mapocho N° 2760, piso 22, Torre C, Las Condes, Santiago.

Gerencia de Finanzas y Control de Gestión

Avenida Costanera Sur Río Mapocho N° 2760, piso 22, Torre C, Las Condes, Santiago.

Relaciones con Inversionistas

Carmen Luz De La Cerdá Castro, cdelacerda@entel.cl

Oficina de Partes

Avenida Costanera Sur Río Mapocho N° 2760, piso -2, Torre C, Las Condes, Santiago.

Sitio Web

www.entel.cl

Índice

.....

| | |
|-----------------------------------|----|
| Identificación de la Sociedad | 01 |
| Carta del Presidente | 04 |
| 50 años conectando a los chilenos | 13 |
| Hitos 50 años | 18 |
| Hitos 2014 | 20 |

Información Corporativa 23

| | |
|----------------------|----|
| Perfil | 24 |
| Gobierno Corporativo | 30 |
| Directorio | 35 |
| Administración | 36 |
| Recursos Humanos | 38 |
| Imagen Corporativa | 44 |

Pilares Estratégicos 49

| | |
|-------------------------|----|
| Infraestructura | 50 |
| Experiencia del Cliente | 54 |
| Innovación | 59 |

Negocios 63

| | |
|-----------------------|----|
| Industria | 65 |
| Marco Regulatorio | 70 |
| Mercados | 74 |
| Mercado Personas | 76 |
| Mercado Empresas | 82 |
| Mercado Corporaciones | 86 |
| Mercado Mayoristas | 90 |

Sustentabilidad 95

| | |
|-----------------|----|
| Sustentabilidad | 96 |
|-----------------|----|

Resultados 101

| | |
|-------------------------|-----|
| Resultados Consolidados | 102 |
|-------------------------|-----|

Filiales 107

| | |
|-------------------|-----|
| Entel Perú | 108 |
| Americatel Perú | 112 |
| Entel Call Center | 116 |

Nota:
Ver aspectos Financieros en
Tomo "Información Financiera"

Carta del Presidente

.....





Estimados accionistas:

En diciembre del año 2014 celebramos 50 años de Entel. Son cinco décadas que han visto pasar el auge y obsolescencia de tecnologías, regulaciones y mercados.

Hay hitos que marcan nuestra historia, tales como la primera estación satelital de Latinoamérica en Longovilo en 1968, el multicarrier en Chile y otros países en los '90, la primera red móvil GSM y el "que llama paga" hacia el final de dicha década y principios de los años 2000.

En el último tiempo son la fibra, el Internet móvil, el 3G y 4G, los que junto con los smartphones y la portabilidad numérica, determinan nuestra historia reciente.

Han sido 50 años de constante adaptación y reinención, en un mercado que no ha dejado de sorprender por su dinamismo permanente. El 2014 fue un año con contrastes, de mayor complejidad por los desafíos afrontados, pero que nos permitió, como en otras ocasiones, establecer bases muy importantes para el desarrollo futuro de Entel.

Es en este contexto que, en representación del Directorio, tengo el agrado de presentar a ustedes los resultados de la gestión del ejercicio que recién termina.

EXITOSO LANZAMIENTO DE ENTEL PERÚ

Luego de la adquisición y toma de control de Nextel Perú en agosto de 2013, iniciamos un trabajo que continuó durante todo el 2014, a efectos de preparar la compañía para esta nueva etapa.

Se han abarcado múltiples frentes: conocer mejor el mercado peruano; desarrollar equipos de trabajo alineados con el desafío; desplegar red 3G y 4G de última generación en todo Perú, duplicando la cantidad de sitios, y pasando así a

ser la red 4G de mayor cobertura y calidad, usando el espectro AWS que se adquirió en 2013; establecer canales de distribución y de recarga; y ampliar la oferta comercial y de terminales, entre otros.

Así, luego de prepararnos adecuadamente, en octubre de 2014 estuvimos listos para el lanzamiento. Sólo entonces se concretó el que hasta ahora consideramos un exitoso cambio de marca de Nextel a Entel en Perú.

Durante el cuarto trimestre, Entel Perú captó el 39% del crecimiento neto del mercado de suscripción y el 33% del de prepago. La empresa aumentó su base en 258 mil clientes netos en sólo un trimestre, con un alto porcentaje de clientes portados de alto valor. Del total de portaciones en 2014, Entel captó el 52%.

Al cierre de 2014, Entel Perú alcanzó una base de clientes de 1.738.450, de los cuales 53% son clientes de suscripción (con contrato).

En este tiempo transcurrido podemos decir que las razones de nuestra presencia en Perú se han ido validando: se ha podido desplegar red, torres y la infraestructura necesaria; la regulación promueve la inversión y la competencia; existe disponibilidad de espectro; se ha podido expandir la red de canales comerciales; el mercado está en plena transformación del servicio hacia los datos y hay espacio para ofertas de estructura novedosa y disruptiva; hay lugar para una marca fresca, que se diferencia por su oferta de servicio.

Estamos entusiasmados con lo alcanzado hasta ahora pero sabemos que es un trabajo de largo aliento. La visión de ser un operador significativo, que aporte valor en Perú, y también para nuestros accionistas, es realizable pero queda mucho por hacer.

Hay que balancear costos de adquisición con crecimiento de clientes, hay que seguir desplegando red y plataformas para entregar una calidad coherente con nuestra promesa, hay que seguir jugando un rol transparente y que aporte a la sociedad peruana, de la mano de nuestros colaboradores en Perú.

BASE DE CLIENTES EN CHILE

Al cierre de 2014, la base de clientes móviles en Chile llegó a 10.102.116 usuarios, un 3% menos que al cierre de 2013. La participación de mercado móvil de la compañía se mantuvo relativamente estable, cerrando 2014 en alrededor de 38%.

Esta variación de la base de clientes se produjo fundamentalmente por la baja de clientes del segmento de prepago (voz y banda ancha móvil), cuya disminución no sólo afectó a Entel, sino que también a la industria, la que presentó una caída del 1%. Este fenómeno obedece principalmente a factores tales como la disminución de promociones, luego de la reducción de 75% en los cargos de acceso móviles, así como a la ralentización de la economía.

No obstante lo anterior, el modelo de negocio de la compañía, que se basa en contar con alta calidad de servicio y la mejor red e infraestructura con un alto grado de innovación, ha permitido capturar una mayor cantidad de clientes suscritos (con contrato), especialmente aquellos de alto valor.

Así, la base de clientes de suscripción (voz y banda ancha móvil), que ya equivalen al 35% de la base de clientes de la compañía, creció un 4% en al año.

DE LA VOZ A LOS DATOS

A diciembre de 2014 el 66% de los clientes de suscripción de Entel tiene algún plan o bolsa de datos (Internet), lo que

representa un importante y continuo crecimiento frente al 55% de 2013, el 42% en 2012 y el 28% en 2011.

Consecuente con este aumento de penetración y uso, el total anual de datos traficados por la red, medidos en gigabytes (GB), que realizaron nuestros clientes de prepago y suscripción a través de smartphones, subió un 45% en 2014.

Para hacer consistente nuestro modelo de negocios con estas tendencias, Entel comenzó en 2013 un proceso de transformación de la estructura tarifaria. Introdujimos un sistema que se caracteriza por cobrar un cargo fijo, más un adicional por el consumo de datos en exceso por sobre los límites del plan contratado. Esto no obedece sólo a una realidad de Chile sino que responde a las tendencias globales.

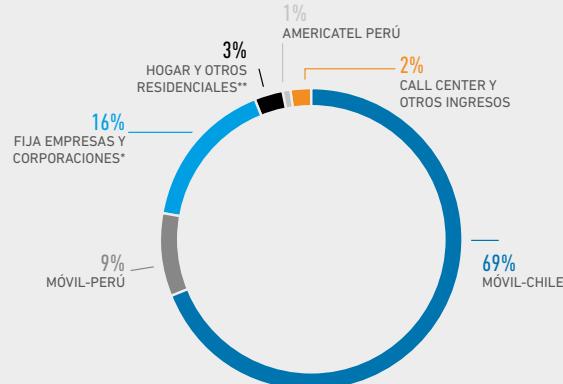
Este año la compañía profundizó esta tendencia, complementándola con planes con minutos ilimitados en algunos segmentos, lo que era impensable hace algunos años. Esto permite que los ingresos consolidados sean menos sensibles a las reducciones en el uso de la voz tradicional, protegiendo el ingreso promedio por usuario (ARPU), y a su vez dándole espacio de crecimiento debido al mayor consumo de datos.

SERVICIOS 4G Y ESPECTRO EN CHILE

Luego de la publicación del decreto respectivo, a partir de marzo de 2014 la compañía puso a disposición de los clientes una red 4G LTE, usando la banda de 2.600 MHz. A diciembre de 2014 esta red contaba con más de 800 puntos de presencia a nivel nacional.

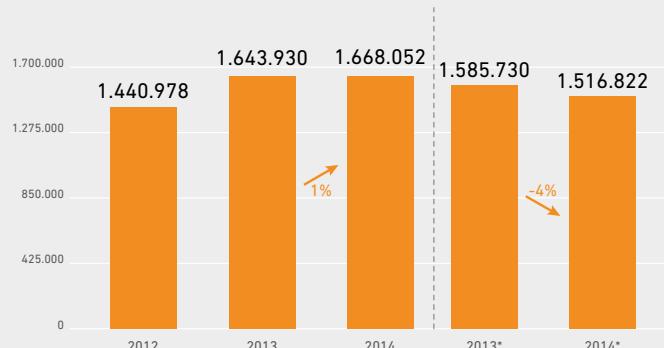
Este despliegue fue un primer paso. El verdadero 4G vendrá con la disponibilidad de espectros como el de 700 MHz, que esperamos esté pronto disponible tras el fallo de la Corte de Apelaciones que rechazó las impugnaciones de la adjudicación del concurso, las que mantenían detenida su implementación.

DISTRIBUCIÓN DE INGRESOS CONSOLIDADOS POR TIPO DE SERVICIO (%)



* Servicios integrados de (voz, datos e Internet) para Empresas y Corporaciones y negocio de arriendo de redes y tráfico.

** Oferta Hogar y LD.

INGRESOS CONSOLIDADOS
En millones de \$INGRESOS CONSOLIDADOS AJUSTADO
En millones de \$

* Base Contable comparable y se excluye Entel Perú.

Con esta combinación de espectros se podrán ofrecer servicios de datos de alta velocidad, con mayor cobertura y mejor calidad, particularmente en los espacios al interior de las edificaciones ("indoor").

La compañía, a la espera de la publicación de los decretos, realizó durante 2014 la primera prueba exitosa de 4G LTE en la banda 700 MHz de Chile y Latinoamérica.

SERVICIOS A EMPRESAS

En Empresas, las ventas e ingresos de productos masivos fijos sobre fibra óptica tuvieron un crecimiento positivo. Esto ha sido posible gracias a nuestras inversiones –tanto de este año y anteriores- en redes de fibra óptica con tecnología GPON, focalizada en barrios y edificios empresariales.

Los clientes del Mercado Corporaciones en tanto, además de los tradicionales proyectos de conectividad de redes de datos, siguen creciendo en el uso de nuestros data centers y plataformas en la nube, o "cloud".

Los ingresos de datos, servicios TI e Internet sobre redes fijas para clientes empresas y corporaciones, crecieron 14% durante 2014. Un importante crecimiento en un segmento de mercado que, como un todo, presenta crecimientos más bien vegetativos.

En servicios móviles, la penetración de planes o bolsas de datos sobre la base de clientes empresas y corporaciones alcanzó un 56% a diciembre 2014.

HOGAR

Los servicios de Entel Hogar Inalámbrico, introducidos en 2012 y orientados a zonas de baja cobertura de servicios fijos, nos han permitido crecer en el ámbito de la telefonía fija, mientras el resto de la industria se encuentra estable o decrece.

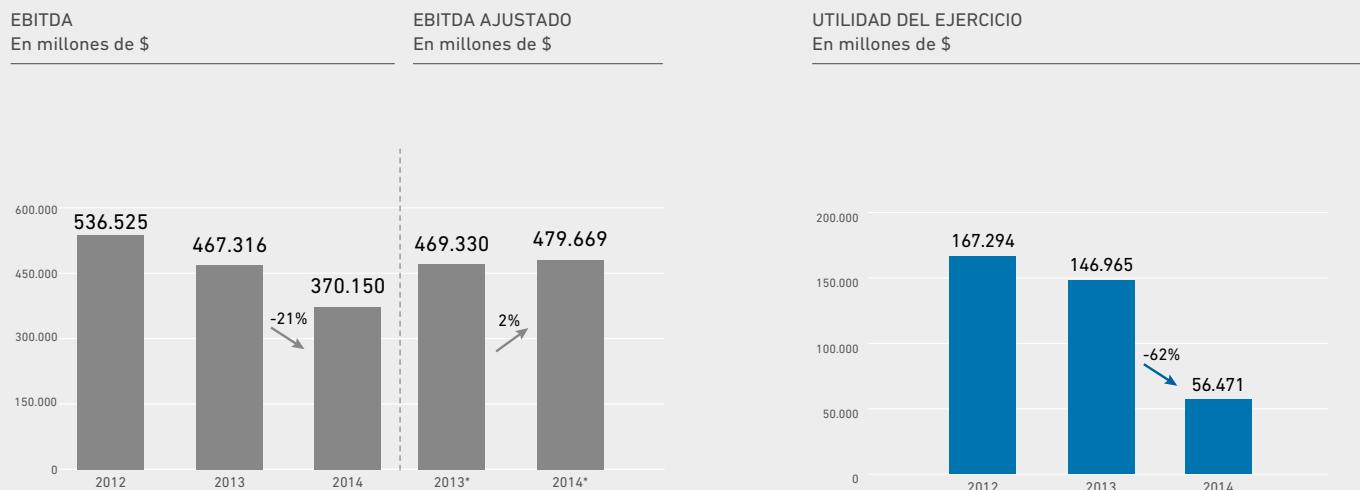
Durante 2014 se lanzó una nueva oferta denominada "auto-pack", un kit autoinstalable de telefonía fija que se vende en canales de distribución masivos y grandes tiendas.

Considerando el total de los servicios al cierre de 2014, la base de Entel Hogar alcanzó los 275.987 servicios contratados.

INVERSIONES

Las inversiones de 2014 alcanzaron USD 893 millones. De este monto, USD 287 millones se destinaron a Entel Perú, principalmente para renovar y hacer crecer la red de voz y datos 2G, 3G y 4G.

Por otro lado, de las inversiones realizadas en Chile, USD 370 millones fueron directamente al negocio móvil, principalmente para aumentar la capacidad de la red 3G, la man-



* Base Contable comparable y se excluye Entel Perú.

tención de su calidad de servicio, y para la implementación de la red 4G. En dicho monto se incluyen USD 48 millones correspondientes a las obligaciones de cobertura para localidades rurales, contempladas en el concurso público por el espectro 2.600 MHz.

Adicionalmente, se realizaron inversiones en infraestructura de datos y redes de acceso fijas, expansión de plataformas compartidas y en data centers, por un valor de USD 120 millones. Por último y dentro de la habitual actividad de estos segmentos, en 2014 se invirtieron USD 93 millones en proyectos y servicios para empresas y corporaciones.

FINANCIAMIENTO

En julio de 2014 se concretaron dos exitosas colocaciones de bonos. Una primera emisión se realizó en el mercado local, por UF 7 millones, a un plazo de 21 años y una tasa final de UF + 3,53%, superando claramente las expectativas.

La segunda colocación -también con muy buenos resultados- se realizó en el mercado internacional. Fue por un monto de USD 800 millones, a 12 años, y alcanzó una demanda de más de USD 2 mil millones.

Los recursos se destinaron al prepago de deuda y financiamiento del plan de inversiones, y dejan a la compañía en

una posición financiera sólida, acorde a su flujo de caja y plazos de maduración de los negocios en Chile y Perú.

Los resultados obtenidos por estas operaciones reflejan la confianza de los inversionistas en nuestra compañía, sustentada en una consistente estrategia de negocios, una marca sólida, probada capacidad de ejecución, así como una importante capacidad de generación de caja.

RESULTADOS FINANCIEROS

Durante 2014, reflejo en parte del ajuste que está sufriendo la industria en Chile por la caída de los cargos de acceso, y el menor dinamismo que registró la economía, cambió la tendencia de crecimiento de los ingresos a tasas de dos dígitos que venía mostrando la compañía.

Los ingresos consolidados totalizaron \$1.668.052 millones, cifra que representa un aumento de 1% en 12 meses. Esta variación incluye \$151.729 millones de la operación móvil de Perú.

Cabe destacar que los ingresos netos del grupo Entel -excluyendo Entel Perú- alcanzaron \$1.516.822 millones, lo que significa un 4% de caída respecto de 2013. Si se excluye de los ingresos el efecto de los cargos de acceso en ambos años y se usa una base comparable en el tratamiento contable de los terminales de suscripción, se obtiene un crecimiento de 2%.



En línea con los efectos esperados por el esfuerzo de posicionamiento en Perú, que requiere importantes inversiones y costos comerciales, el EBITDA pasó de \$467.316 millones en 2013 a \$370.150 millones en 2014. Sin embargo, al excluir el impacto de las diferencias contables por terminales de suscripción y los efectos de la filial peruana en ambos años, la misma comparación arroja un crecimiento sobre 2%.

Este crecimiento, si bien modesto, se da en un año de baja del cargo de acceso móvil, y de una importante desaceleración económica, por lo que creemos da fe de un negocio en Chile bastante robusto.

La utilidad de la compañía, en tanto, se situó en \$56.471 millones en 2014, una disminución de 62% comparado con la ganancia obtenida el año anterior. Además del impacto de la disminución en EBITDA antes mencionada, la utilidad también se vio afectada por los mayores gastos financieros netos asociados a un mayor nivel de deuda, así como a una mayor inflación local que impacta los instrumentos en unidades de fomento (UF).

SUSTENTABILIDAD

El constante compromiso con el desarrollo de las telecomunicaciones en Chile, aportando también por esta vía a disminuir la brecha digital, ha sido parte de la misión y visión de Entel desde el terremoto de 1960.

El proyecto Conectando Chile, que comenzó este 2014 se enmarca en esta visión, ya que nos permitirá entregar telefonía e Internet a 730 localidades aisladas y rurales del país.

La iniciativa, que se implementará en dos etapas, beneficiará en la primera a 181 comunidades y a 549 en la segunda,

y surgió en el marco de las inversiones comprometidas por Entel en el despliegue de sus redes 2.600 MHz y 700 MHz.

A este tipo de proyectos se suman otros como "Entel Barrio Feliz", que busca recuperar espacios públicos para mejorar la calidad de vida de las personas. Los clientes de Entel colaboran con su financiamiento, reciclando sus celulares o recibiendo su boleta vía correo electrónico, lo que nos permitió recuperar cerca de 6.600 m² de espacios públicos, en los que se crearon nuevas áreas verdes e infraestructura moderna que podrán disfrutar más de 1.600 familias de siete comunas del país.

DISTINCIÓNES

En el marco de nuestro compromiso con la excelencia y calidad, en 2014 recibimos importantes reconocimientos en materia de gestión empresarial, sustentabilidad y calidad de servicio. Hay varios destacables como el "Best Place to Innovate 2014" en la industria de comunicaciones, que entrega la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad de Chile; y el premio de la Fundación Recyclápolis y El Mercurio, por el éxito del proyecto "Entel Barrio Feliz".

Para nosotros es un también orgullo que, por tercera vez, nuestra compañía haya sido galardonada con el premio Mejor Experiencia de Cliente en Telecomunicaciones de Iberoamérica, otorgado por la Asociación Iberoamericana de Relaciones Empresa Cliente (Aiarec); y que por duodécimo año consecutivo hayamos obtenido el primer lugar en la categoría de "Telefonía Móvil" del Premio Nacional de Satisfacción de Clientes ProCalidad.

Estimados señores accionistas, cincuenta años han pasado desde la creación de Entel. En este tiempo la empresa ha

mostrado capacidad de adaptarse a los cambios, y ha reformulado permanentemente su modelo de negocio.

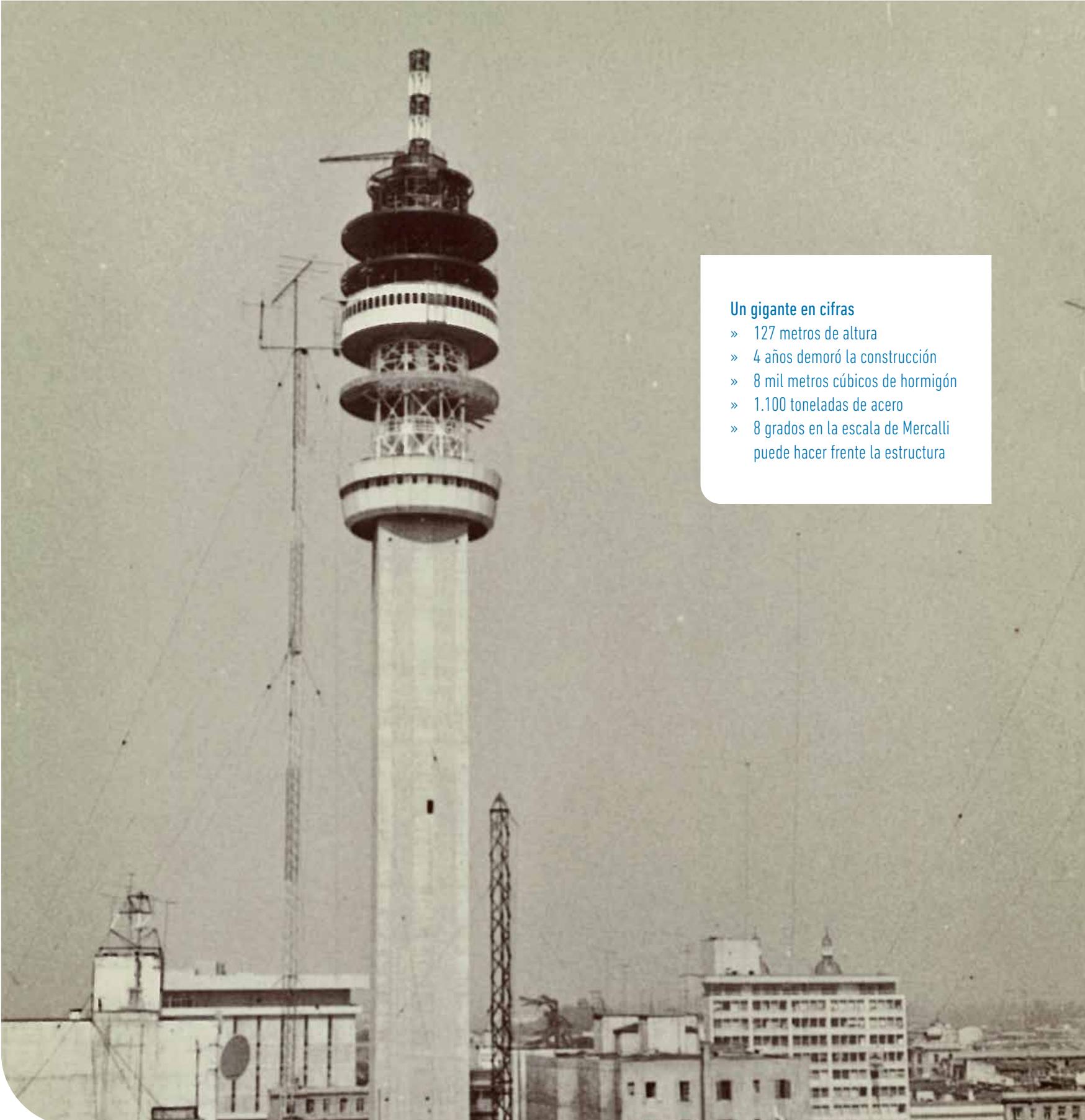
Como señalé al comenzar, al revisar la gestión 2014 encontramos un año complejo y exigente para el sector y la empresa, un año intenso, en el que creo que se avanzó de manera importante construyendo las bases para el desarrollo presente y futuro de Entel.

Para terminar, sólo me queda agradecer el esfuerzo y dedicación profesional y humana de todos nuestros colaboradores; la receptividad y comprensión de todos los que impactamos día a día con nuestra actividad; el soporte y trabajo conjunto de nuestros proveedores; la preferencia y a veces tolerancia de nuestros clientes; y por supuesto, la confianza depositada en la compañía por parte de ustedes nuestros accionistas.

Un saludo afectuoso



Juan Hurtado Vicuña
Presidente del Directorio



Un gigante en cifras

- » 127 metros de altura
- » 4 años demoró la construcción
- » 8 mil metros cúbicos de hormigón
- » 1.100 toneladas de acero
- » 8 grados en la escala de Mercalli puede hacer frente la estructura

50 años conectando a los chilenos

► El origen

El terremoto de 1960, una de las mayores catástrofes que han azotado a Chile y el mayor sismo del que se tiene registro en el mundo hasta la fecha, hizo evidente la necesidad de contar con un sistema de telecomunicaciones moderno y seguro.

Con este objetivo, y luego de algunas etapas intermedias, en 1964 se terminó la creación de la Empresa Nacional de Telecomunicaciones (Entel), entidad de carácter público que, como parte de su misión, debía asegurar la continuidad de las comunicaciones interurbanas y también proveer conectividad de larga distancia internacional.

Apoyada desde entonces en el empuje de su gente y en su capacidad de innovación, la historia de Entel ha estado íntimamente ligada al desarrollo de Chile. Para cumplir con su misión de dar conectividad a todos los chilenos, la empresa fue desplegando variadas obras: desplegó una, para la época, moderna red de microondas en la mayor parte del territorio nacional; en 1968 levantó la primera estación satelital de Latinoamérica en la localidad de Longovilo; luego, y dada la necesidad de contar con un nodo central para el sistema de telecomunicaciones, la empresa decidió a principios de la década de los 70 emprender su proyecto más emblemático, la Torre Entel.

Santiago Astrain Castro, ingeniero civil electricista de la Universidad de Chile, fue el primer gerente general de Entel y ocupó dicho cargo entre 1965 y 1970.

► Un ícono para Chile y parte clave de la imagen de la ciudad de Santiago

El megaproyecto inició su construcción en julio de 1970 y con sus 127 metros de altura constituyó

para la ingeniería uno de los mayores desafíos de la época. Adelantada a sus tiempos, la estructura incluso se ideó para hacer frente a movimientos sísmicos de hasta ocho grados en la escala de Mercalli, y producto de sus especiales características de rigidez, las oscilaciones frente a un evento de gran magnitud se hacen prácticamente imperceptibles.

Ubicada en la estratégica esquina de Alameda con Amunátegui, la estructura se emplazó sobre la ciudad sustentada en más de ocho mil metros cúbicos de hormigón y más de 1.100 toneladas de acero. En agosto de 1974, la torre celebró la edificación de su altura final y, con ello, la obtención del estatus del edificio más alto de Chile, condición que mantuvo por más de dos décadas.

Actualmente, si bien la estructura no desempeña el mismo rol que antes, bajo ella y su alrededor operan un nodo importante para Entel, con equipos asociados a la red troncal y los servicios públicos de telefonía, Internet, televisión y radiodifusión.

Dos gerentes fueron los responsables de esta obra. La construcción comenzó durante la gestión de Salomón Suwalsky (1970-1973) y fue concluida en la de Rodrigo José Alonso (1974-1977).

► El negocio de la voz

Los servicios de telefonía local de voz representaban cerca del 60% de los ingresos totales de la industria; la larga distancia, entre el 25% y el 35%, y el resto correspondía a servicios de voz y datos privados, principalmente a empresas, que necesitaban una batería de soluciones orientadas a datos fijos y satelitales.

En esta etapa, el sector de Telecomunicaciones contaba con una escasa participación, de menos de 2% en la canasta de consumo, pero este escenario estaba pronto a cambiar radicalmente. Una de las primeras modificaciones en la industria se produjo luego de que la ley estableció como principios generales la libertad tarifaria y de ingreso al mercado. A ello se agregó un marco que establecía criterios económicos objetivos, con procesos reglados, para fijar tarifas en los casos en que fuese necesario; obligatoriedad de interconexión entre operadores fijos, móviles y otros servicios, y tarifas de interconexión máximas fijadas de acuerdo a criterios de costos.

La expansión de la red satelital comenzó en 1977 y permitió dar cobertura a todo Chile continental en 1985. El proyecto empezó durante la gestión de Jaime Machuca B., quien estuvo en la gerencia general entre 1977-1982.

► Privatización y control

Luego del conjunto de cambios antes señalados, el Estado chileno inició en 1986 un proceso de privatización, que para Entel culminó en 1992. Este sería uno de los pasos más importantes que cambiarían por completo la estructura de la industria. Un año después y a través de una serie de transacciones en el mercado bursátil, Chilquinta (hoy Almendral) adquirió el 19,9% de las acciones de la compañía. En junio de 1996, la Junta de Accionistas de Entel autorizó un aumento de capital que permitió el ingreso de Stet International Netherlands N.V. (absorbida más tarde por Telecom Italia), la que, a través de un Pacto de Accionistas, compartía el control con Chilquin-

ta. En marzo de 2001, Telecom Italia compró las acciones de Chilquinta y el Grupo Matte, con lo que accedió al 54,76% de la propiedad

El grupo italiano mantuvo esta participación de control hasta marzo de 2005, fecha en que Almendral S.A. recompró este paquete accionario, el que mantiene al cierre de 2014.

El proceso de privatización de Entel comenzó mientras Gerson Echavarría estaba en la gerencia de la compañía (1982-1986) y culminó mientras la lideraba Iván van de Wyngard (1986-1994).

> Nueva industria y reinvención

El desarrollo tecnológico, los cambios regulatorios y la explosiva globalización de los años 90 propiciaron más cambios en el mercado de telecomunicaciones. En 1994 se estableció el sistema denominado Multicarrier, que hizo posible al cliente elegir muy fácilmente al operador de su llamada de larga distancia nacional o internacional.

En este escenario de cambios, manteniendo la visión que le dio origen, Entel definió entonces una estrategia que le ha permitido consolidar su posición de liderazgo en la cambiante y dinámica industria de las telecomunicaciones, reformulando permanentemente su modelo de negocios para participar en mercados altamente competitivos. Esta se basa en tres pilares: alta calidad de servicio, infraestructura y capacidad de innovación y adaptación.

Así, durante la década de los 90 la empresa, al mismo tiempo que conservó en un mercado en competencia una fuerte posición en larga distancia, con su código 123, ingresó con éxito en el mercado de telefonía móvil. En la segunda mitad de los 90, operadores como Entel fueron autorizados para obtener espectro, y mediante el despliegue de redes y el cambio regulatorio que

estableció el sistema Calling Party Pays (el que llama paga), la compañía se sumó a la revolución que trajo el mundo móvil, rápidamente tomando una posición de liderazgo en una industria en plena expansión en los años 2000.

En paralelo a este proceso de expansión, la compañía, luego de incursionar en Internet fija residencial con servicios de Internet conmutado y luego con alternativas de banda ancha, decidió focalizarse en el segmento de servicios a empresas. El explosivo avance de las necesidades de conectividad de las empresas fue capitalizado por Entel, transformándose en un líder transversal en todos los segmentos de este negocio, como un proveedor de servicios de conectividad y redes, y de servicios relacionados con soluciones integradas de voz, datos e Internet en el modelo de "Outsourcing" de Tecnologías de Información.

> Innovación e infraestructura

Producto de la evolución permanente de la industria, la compañía ha variado y actualizado su modelo de negocios. Esta visión ha permitido a Entel sostener un espíritu de cambio e innovación, cuyos esfuerzos se han reflejado en hitos trascendentales no sólo para el país, sino para el continente. Fue así que introdujo la primera red GSM (Sistema Global para Comunicaciones Móviles) en Latinoamérica, en 1998; la primera red comercial a nivel latinoamericano con tecnología ATM, que evolucionó hacia la actual Red IP multiservicios, para ofrecer soluciones de banda ancha fija (1997), y el primer servicio de banda ancha móvil a través de la plataforma GPRS en la banda de 1.900 MHz (2001).

Entel fue pionero al traer a Chile el servicio que permitió acceder al correo electrónico por medio del teléfono móvil (2005) y la innovación también fue regional, cuando se convirtió en el primer operador en Latinoamérica en lanzar comercialmente una red con tecnología 3.5G (2006) y red HSDPA+ (2009).

El esfuerzo de Entel por ofrecer servicios de última generación favoreció en 2011 la introducción de la tecnología HSPA+ Dual Carrier, cuya plataforma le permitió a la compañía ubicarse entre las primeras empresas del mundo en ofrecer este estándar.

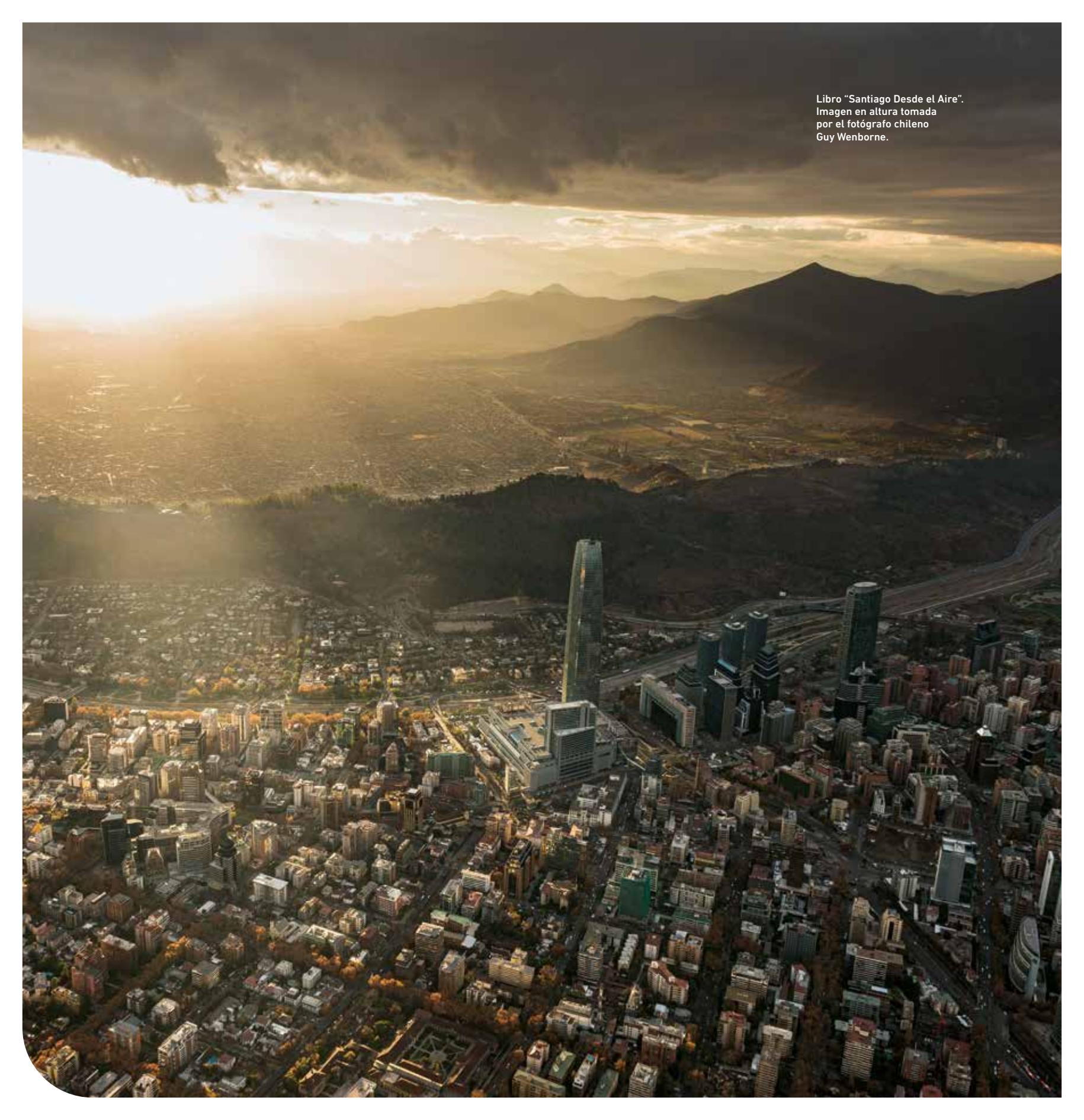
Esta capacidad de innovación, inherente a la compañía, le brinda la oportunidad de sostener el liderazgo en la integración de servicios de Tecnologías de la Información con redes empresariales de alta capacidad, por medio del primer data center certificado Tier III en el país. Para fortalecer y ampliar este tipo de innovaciones, Entel ha realizado alianzas estratégicas con líderes globales de tecnología, como Vodafone, Samsung y Ericsson, con el propósito de continuar ofreciendo servicios de primer nivel.

A Richard Büchi Buc le correspondió liderar el proceso de reinvención de Entel en los 90. Cuando tomó la gerencia general de la compañía, en 1994, su negocio era la larga distancia y sólo operaba en Chile. Expidió la compañía a Centroamérica, Estados Unidos, Venezuela y Perú, y cuando dejó su cargo en 2011, era líder en telefonía móvil y contaba con presencia en datos, voz y TI, además de la creación de negocios como Call Center, entre otros.





Escuela de Chaca, Arica.
Alumna beneficiada con el
proyecto "Todo Chile Comunicado",
que conectó a más de tres millones
de chilenos.

A high-angle, aerial photograph of Santiago, Chile at sunset. The city is densely packed with buildings, including several skyscrapers. In the center-right, the Gran Santiago tower (Torre Gran Santiago) is prominent. The city is surrounded by hills and mountains, with the Andes range visible in the background under a dramatic, cloudy sky.

Libro "Santiago Desde el Aire".
Imagen en altura tomada
por el fotógrafo chileno
Guy Wenborne.



► Experiencia distintiva

Para facilitar la cercanía con los clientes en una industria de vertiginoso crecimiento, a mediados de 2011 Entel comenzó a operar en forma integrada sus negocios móviles y fijos, bajo una estructura que consolida cada uno de los segmentos de mercado en los cuales opera: Personas, Empresas, Corporaciones y Mayoristas.

En enero de 2012, la compañía enfrentó un escenario más competitivo, con la entrada en vigencia en todo el país del sistema de Portabilidad Numérica en telefonía móvil y también el desbloqueo de equipos. Producto del competitivo escenario, continuó extendiendo sus servicios, y por medio de Entel Hogar comenzó a ofrecer telefonía fija inalámbrica, televisión satelital e Internet móvil en el segmento residencial. En el período, además, inició una nueva línea de negocios en Mercado Mayoristas, con la suscripción de un contrato con Falabella para ofrecer servicios asociados a la infraestructura de redes y así permitir su participación dentro de la categoría de Operadores Móviles Virtuales (OMV).

Ya en marzo de 2013 fue oficializado en el Diario Oficial el decreto que adjudicaba el Bloque B de frecuencias de la banda de 2.600 MHz a WILL S.A., concesionaria del grupo Entel. Esta licencia permitió a la compañía implementar la red 4G LTE, la más grande del país a esa fecha, con más de 800 puntos de presencia a nivel nacional, y de paso permitió consolidar el liderazgo tecnológico de la compañía.

Antonio Büchi Buc lidera la compañía desde 2011 a la fecha y es quien ha llevado el proceso de transformación de la compañía desde el negocio de voz al de datos.

► Regionalización

Desde 2002, Entel cuenta con operaciones en Perú. Primero por medio de la firma Americatel y, posteriormente, con Servicios Call Center.

Sin embargo, fue en 2013 cuando la presencia en Perú tomó un tamaño de mayor magnitud en el mercado. En esa fecha, Entel adquirió el 100% de las acciones de Nextel, la tercera firma móvil de Perú, al perfeccionar el acuerdo de compra a NII Holdings, firmado en abril del mismo año. La operación involucró USD 410,6 millones por el total del capital accionario.

Luego, la adjudicación en 2013 de un bloque de 40 MHz en la banda AWS implicó un nuevo paso en la estrategia de Entel para posicionarse a una escala mayor en el vecino país. Este espectro le permitió desplegar redes con tecnología 4G LTE en Perú.

Perú se ha concentrado en el fortalecimiento de su capacidad técnica a través de la renovación del 100% de su red, considerada actualmente la más moderna del país y con la mejor experiencia 4G LTE, y el aumento de su infraestructura de telecomunicaciones para mejorar cada día la calidad y cobertura de los servicios móviles. La meta es dar un servicio de datos confiable, cobertura total de 4G LTE y una propuesta de voz que permita independencia a los clientes.

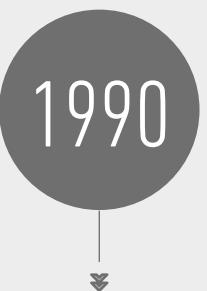
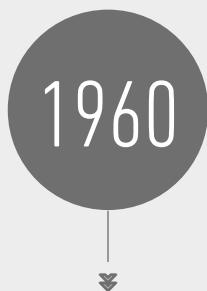
Este proceso se completó en octubre de 2014, tras nueve meses de trabajo, cuando se concretó el cambio de marca de sus operaciones desde Nextel Perú a Entel.

La compañía retomó su senda de regionalización y quedó de esta manera en pie para desarrollar en el vecino país una estrategia similar a la que le ha permitido profundizar en estos 50 años en Chile.

Son cinco décadas en que Entel se ha diversificado, entregando servicios de clase mundial que permiten a los chilenos vivir cada día mejor conectados, proyecto que hoy también traspasa las fronteras.

2014: exitoso lanzamiento de nueva marca Entel Perú, con foco en captar el Mercado de Personas.

Hitos 50 años



1964

CREACIÓN

Por decreto del Ministerio de Hacienda, el 30 de diciembre fue constituida la sociedad Empresa Nacional de Telecomunicaciones S.A., Entel, para proveer telefonía de larga distancia nacional e internacional y servicios telegáficos a empresas.

1968

PRIMERA ESTACIÓN SATELITAL

En Longaví, Entel instaló la primera estación satelital de Latinoamérica.

SERVICIO PARA ISLA DE PASCUA

Entel instaló la infraestructura necesaria para entregar telefonía en Isla de Pascua, ubicándose como el único operador con presencia de esta índole en la zona.

1974

TORRE ENTEL

La compañía inauguró el edificio de 127 metros de altura en el cual opera el Centro Nacional de Telecomunicaciones.

1977

EXPANSIÓN SATELITAL

Construcción de tres nuevas estaciones satelitales para dar cobertura a todo Chile Continental, proyecto que concluyó en 1985.

1987

DIGITALIZACIÓN DE RED

Entel confirmó su liderazgo tecnológico con la digitalización de su red de larga distancia nacional e internacional.

1990

RED DE FIBRA ÓPTICA

Comenzó el desarrollo de la red de fibra óptica de Entel, que actualmente se extiende por más de 5.000 km a lo largo de Chile.

1992

PRIVATIZACIÓN

Culminó el traspaso de la propiedad de Entel a privados, proceso iniciado en 1986.

1993

INTERNACIONALIZACIÓN

Con la creación de Americatel Corp para prestar servicios de larga distancia en Estados Unidos, Entel inició su expansión en el exterior. Durante el año siguiente, accedió al control de Americatel Centroamérica. Ambas fueron vendidas en 2006.

1994

SISTEMA MULTICARRIER

Con el código 123 dentro del sistema de Multicarrier, Entel comenzó a competir con otros operadores en su negocio de origen.

1995

SERVICIOS INTERNET

Entel inició la prestación de servicios de conexión de Internet.

1996

TELEFONÍA LOCAL

A través de la filial Entel Telefonía Local, la empresa comenzó sus operaciones en este negocio.

TELEFONÍA CELULAR ANALÓGICA

Entel tomó el control de la empresa Telecom Celular S.A., que proveía servicios de Telefonía Móvil Celular analógica con cobertura en algunas regiones del país.

1997

TELEFONÍA MÓVIL PCS

Luego de adjudicarse dos licencias PCS (Personal Communication Service), Entel comenzó a prestar servicio de telefonía móvil en todo el país. En el año 1998, Entel comenzó a ofrecer telefonía móvil digital sobre 60 MHz de la banda de los 1.900 MHz.

2000

2000

CALL CENTER

Para dar una mejor atención a sus clientes, potenciando canales remotos, la compañía creó la filial Entel Call Center, empresa que luego expandió sus servicios a otros clientes en Chile y Perú.

2001

BANDA ANCHA MÓVIL

Entel PCS lanzó el primer servicio de Banda Ancha Móvil de América Latina, al implementar la primera plataforma GPRS en la banda 1.900 MHz, que permite navegar desde equipos móviles.

EXPANSIÓN A PERÚ

Entel creó Americatel Perú para proveer servicios de larga distancia y terminación de tráfico en ese país.

ENTEL WILL

EntelPhone obtuvo dos licencias en la banda 3.500 MHz para proveer servicios de telefonía fija inalámbrica; también le permite proveer acceso a banda ancha para Internet (Entel Will).

2005

CONECTANDO A LA ANTÁRTICA

Entel instaló la infraestructura necesaria para entregar conectividad de telefonía a la Antártica.

2010

2010

NUEVO DATA CENTER

En Ciudad de Los Valles, Santiago, Entel inauguró la primera etapa de 2.000 m² de data center, proyectada para 8.000 m² de sala. Éste fue el inicio de un cambio en la industria hacia data center locales de alto estándar.

COMPRA DE TRANSAM Y WILL

Entel adquirió la totalidad de las acciones de las empresas Transam, proveedora de servicios intermedios de telecomunicaciones y operadora de larga distancia, y de Will, compañía de telefonía local inalámbrica y de transmisión de datos.

2011

PRIMEROS EN DUAL CARRIER

Entel se convirtió en el primer operador en Latinoamérica en implementar HSPA+ Dual Carrier, un nuevo hito tecnológico en la evolución de su red 3G HSDPA+, para entregar a los usuarios velocidades máximas de descarga de hasta 22 Mbps, cifra que casi duplica lo posible hasta entonces.

**EMISIÓN DE TARJETA
ENTEL VISA**

Fruto de su alianza de largo plazo con el Banco de Chile, se lanzó la Tarjeta Entel Visa.

INTEGRACIÓN DE ENTEL

Para lograr mayor cercanía con sus clientes y adaptarse a los nuevos desafíos y transformación del mercado, Entel rediseñó su organización, integrando los negocios fijos y móviles. En la nueva estructura, las actividades están organizadas en unidades de acuerdo con los segmentos de mercado.

2012

TODO CHILE COMUNICADO

Entel y el Gobierno de Chile finalizaron con éxito el primer gran proyecto de conectividad que permitió entregar cobertura de banda ancha a un total de 1.474 localidades rurales, beneficiando a más de tres millones de personas.

**ADJUDICACIÓN DE
ESPECTRO PARA 4G**

Entel se adjudicó el bloque central de 40 MHz de la banda 2.600 MHz licitada por la Subsecretaría de Telecomunicaciones, espectro que hace posible la prestación de servicios sobre redes de tecnología LTE o 4G.

EXPANSIÓN A TV DE PAGO

Con el producto Entel Hogar, la compañía comenzó a otorgar servicios de telefonía fija inalámbrica, televisión satelital e Internet en el segmento residencial. El propósito es satisfacer las necesidades de conectividad y entretenimiento de clientes de zonas con baja cobertura de estos servicios.

SERVICIOS PARA OMV

Entel firmó un acuerdo con Falabella para proveer servicios de infraestructura de redes para la filial que esta compañía creó para participar como Operador Móvil Virtual (OMV), nuevo segmento de negocios creado en el país.

2013

**INAUGURACIÓN SEGUNDA ETAPA
CIUDAD DE LOS VALLES**

En marzo, la compañía inauguró la segunda etapa del Data Center Ciudad de los Valles, con lo que alcanzó una superficie total de 4.000 metros cuadrados de sala en esa ubicación (y más de 3.000 en otras). El proyecto cuenta con las certificaciones Tier III Design Documents y Tier III Constructed Facility, que otorga Uptime Institute.

COMPRA DE NEXTEL PERÚ

Entel adquirió a NII Holdings el 100% de las acciones de Nextel Perú, la tercera compañía móvil de ese país.

ESPECTRO PARA 4G EN PERÚ

A través de la filial Americatel Perú, Entel se adjudicó un bloque de 40 MHz en la banda AWS, espectro que le permitirá desplegar redes con tecnología LTE.

Hitos 2014



Fijación cargos de acceso

Una disminución del 75% en los cargos de acceso móviles aplicó la autoridad a comienzos del año, como parte del proceso de fijación tarifaria que realiza quinquenalmente a este segmento de la industria.

Primera firma de Latinoamérica en el PMI Global Executive Council

Entel se transformó en la primera empresa de la región en pertenecer al PMI Global Executive Council, organización mundial que reúne a representantes de compañías de clase mundial, como la agencia espacial Nasa, Boeing, Airbus, Microsoft, Dell, entre otros.

Premio por eficiencia en operación de data center

Entel recibió el Brill Awards, una de las más importantes distinciones en materia de eficiencia en operación que entrega Uptime Institute, entidad reconocida mundialmente por la creación y gestión de la clasificación Tier III, a la que aspiran los proveedores de data center.

Certificación Excellent como Sap Hosting Partner

Luego de cumplir exitosamente un riguroso proceso de revisión, Entel se adjudicó la certificación SAP Hosting Partner nivel Excellent, transformándose en la única empresa en Chile con este reconocimiento.

Enero

Marzo

Mayo

Julio

EXITOSA EMISIÓN DE BONOS EN MERCADO LOCAL

Con una alta demanda de los inversionistas, que superó por casi el doble la oferta, Entel realizó una exitosa colocación de bonos en el mercado local por un monto de UF 7 millones, "bullet" a 21 años. Los recursos recaudados en esta operación se destinaron en un 100% al refinamiento de pasivos existentes.

Colocación de bonos en mercado internacional

PREMIO MEJOR EXPERIENCIA DE CLIENTE 2014

La Asociación Iberoamericana de Relaciones Empresa Cliente (Airec) galardonó a Entel con el premio Mejor Experiencia de Cliente 2014, en la categoría Telecomunicaciones de Iberoamérica. Además, por tercer año consecutivo le entregó el premio Mejor Experiencia de Cliente en la categoría Telecomunicaciones del país. La distinción se basa en la opinión de 130 mil consumidores de Brasil, Chile, Colombia, España, México y Venezuela.

Entel realizó una exitosa colocación de bonos en el mercado internacional por USD 800 millones a 11,5 años, la segunda operación de su tipo que realiza la empresa fuera de Chile y que se materializó en Nueva York. Los recursos recaudados se destinarán al financiamiento del plan de inversiones de la compañía y otros fines corporativos.

PREMIO NACIONAL DE SATISFACCIÓN AL CLIENTE

Por duodécimo año consecutivo la compañía fue distinguida con el primer lugar en la categoría de Telefonía Móvil del Premio Nacional de Satisfacción de Clientes ProCalidad, confirmando el liderazgo de Entel en calidad de servicio.

Certificación Sap Hana Operation Services

Entel se convirtió en la primera empresa de telecomunicaciones de Chile en recibir la certificación SAP Hana Operation Services, que asegura que cumple con todas las exigencias requeridas por SAP AG para el despliegue de servicios de hosting y administración de plataformas para sus clientes en el segmento Corporaciones.

Eliminación de la LDN

En agosto de 2014 concluyó el proceso de eliminación de la larga distancia nacional, iniciativa que se había desarrollado de manera paulatina desde marzo en cada una de las 13 zonas del país.

Agosto

Conectando Chile

Se inicia el proyecto Conectando Chile, que permitirá entregar telefonía e Internet a 730 localidades aisladas y rurales del país. La iniciativa se implementará en dos etapas, la primera beneficiará a 181 comunidades, y durante la segunda se sumarán las 549 restantes. El proyecto surgió a partir de las inversiones comprometidas por Entel en el marco del despliegue de sus redes 2.600 MHz y 700 MHz.

LÍDER EN GOBIERNO CORPORATIVO

ALAS20 distinguió a Entel con el tercer lugar en la categoría Empresa Líder en Gobierno Corporativo, en el marco del proyecto que Govern Art realiza en Chile, Colombia y Perú, para promover y reconocer a aquellas empresas, inversionistas y profesionales que aporten al desarrollo sustentable de Latinoamérica de cara al año 2020.

LANZAMIENTO MARCA ENTEL EN PERÚ

La compañía lanzó exitosamente la marca "Entel Perú", apoyada por la expansión y modernización de la red existente de 2G, 3G y 4G, con una atractiva oferta comercial centrada en clientes de alto valor.

Octubre

Premio mejor empresario y empresas 2014

En esta premiación de Diario Financiero, Entel obtuvo el primer lugar en la categoría Mejor Iniciativa Empresarial por lanzar su servicio 4G y dar acceso a esta red a todos los clientes que tuvieran un plan Multimedia Full y equipos 4G, sin cobro adicional al valor de su plan.

Premio recyclápolis-El Mercurio para "Barrio Feliz"

Fundación Recyclápolis y El Mercurio otorgaron el segundo lugar en la categoría Tierra al proyecto Entel "Barrio Feliz", que busca recuperar espacios públicos para mejorar la calidad de vida de las personas. Los clientes de Entel colaboran con su financiamiento, reciclando sus celulares o recibiendo su boleta vía correo electrónico.

Noviembre

Entel Perú, líder en portabilidad

Más de 87 mil clientes nos privilegiaron y se cambiaron a Entel Perú desde que en julio de 2014 el plazo máximo que puede demorar el cambio de operador se redujo a 24 horas. Esta confianza nos permitió liderar ampliamente el número de clientes portados, tanto en prepago como pospago, casi duplicando al competidor más cercano.

Líder en innovación

El ESE Business School de la Universidad de los Andes distinguió a Entel con el primer lugar de la industria de Telecomunicaciones en el ranking Most Innovative Companies Chile.

Mejor lugar para innovar

En reconocimiento a sus políticas e iniciativas de innovación, Entel fue destacada con el premio Best Place to Innovate 2014 en la industria de Telecomunicaciones, entregado por la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad de Chile, en colaboración con Corfo y la empresa de investigación Cadem.

EXITOSO PILOTO DE 4G-LTE EN BANDA 700 MHz

Entel, en conjunto con Ericsson, realizaron en Rancagua la primera prueba en Latinoamérica sobre la red 4G LTE en banda 700 MHz. Con 10 sitios de ensayo, se transmitió sobre la red APT700 (Asia-Pacific Telecommunity 700 MHz), que permite dar cobertura tanto al interior de edificios como en exteriores.

Diciembre



Vista nocturna del sector
"Parque Titanium", donde se aloja
el edificio corporativo de Entel.

* 1.

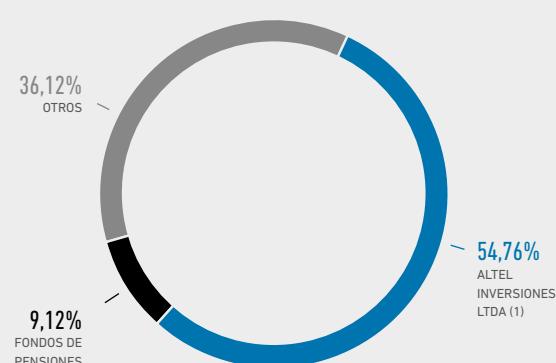
INFORMA_
CIÓN
CORPORA_
TIVA

Perfil

POR MEDIO DE LA INFRAESTRUCTURA más moderna de la industria, ofrecemos servicios de telecomunicaciones de calidad distintiva para que cada día más personas viven mejor conectadas.

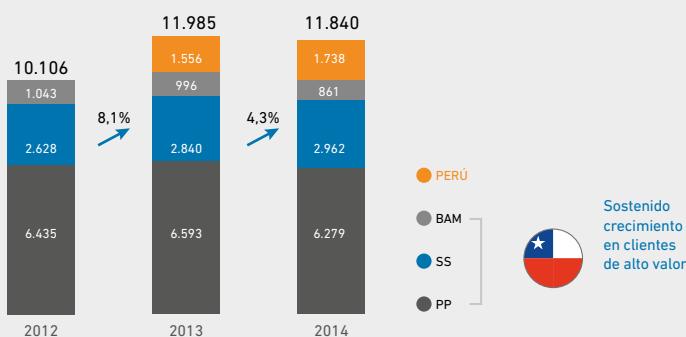
ESTRUCTURA ACCIONARIA

Capitalización de mercado de USD 2.377 MM



ABONADOS MÓVILES

11,8 millones



POSICIÓN COMPETITIVA

Revenue Share Industria 29,7%



Entel Móvil Chile

- » Revenue Share Serv 44,7%
- » Market Share 38%
- » TOM 46%
- » Preferencia de Marca 46%

Líder en clientes de alto valor que se refleja en

- » ARPU +27%
- » Gap Satisfacción +32pp

Fija

- » Revenue Share Empresas 20%.
- » Revenue Share Corporaciones 63%
- » Gap Satisfacción Corporaciones 5pp

CAPEX 2014

893 USD MM

CAPEX / INGRESOS TOTAL: 30,8%

| | |
|----------------------------------|---------|
| Entel Perú | 10,0 pp |
| Obligaciones 4G (no comerciales) | 1,7 pp |
| Entel Hogar | 0,5 pp |
| CAPEX Extraordinario | 12,2 pp |
| CAPEX Regular | 18,6 pp |

Fuente: Capex e Ingresos IDG Dic 2014 en CLP.

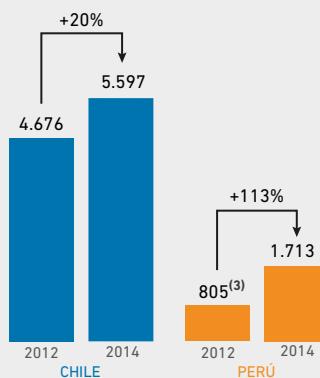
ESPECTRO

Chile: 150 MHz. Perú: 156,5 MHz

Chile⁽¹⁾2012
80 MHz → 2014
150 MHzPerú⁽²⁾2012
81,5 MHz → 2014
156,5 MHz

INFRAESTRUCTURA

Chile: 5.597 POPs. Perú: 1.713 E POPs



Cobertura Inbuilding desplegada
ene-sep '14
Chile⁽⁴⁾: 1.817.000 m²

M² Data Center:
Chile: 7.500 Perú: 600

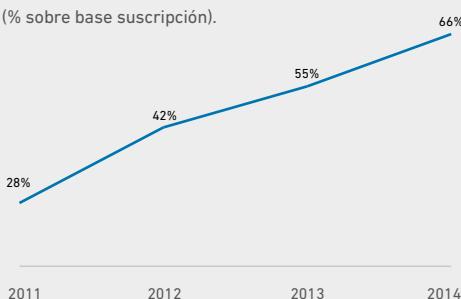
CONVERSIÓN A DATOS

Datos sobre base suscripción 66%

Planes de datos (% sobre base suscripción).



2011 2012 2013 2014



Fuente: Datos Internos.

(1): Espectro Chile incluye solamente Móvil.

(2): Espectro Perú incluye solamente Americatel 2012, Americatel + Entel Perú 2014.

(3): Puntos de Presencia (Point of Presence, POPs) de Americatel + Nextel Perú el año 2012.

(4): En la ciudad de Santiago, los m² ingresados en aña 2013 fueron 300.000.

Entel es uno de los mayores proveedores de telecomunicaciones de Chile y se propone ofrecer servicios de calidad distintiva, por medio de la infraestructura más moderna de la industria en los negocios que desarrolla. Ofrece una gama completa de servicios, incluidos comunicaciones móviles, fijas, Outsourcing TI y contact center, que le permiten entregar una experiencia de conectividad de clase mundial a personas, empresas y corporaciones.

Ha sido esta estrategia consolidada en 50 años de experiencia en el rubro la que la ha posicionado como una empresa sólida y confiable, cuya estructura financiera le permite seguir desarrollando su liderazgo en Chile y, a la vez, abordar las oportunidades de desarrollo que ofrece hoy el mercado de las telecomunicaciones en Perú y posicionarse así como un operador global.

En Perú opera a través de sus filiales Entel Perú, Americatel Perú y Servicios de Call Center del Perú. Con una propuesta análoga de posicionamiento y ampliación de servicios, por medio de la infraestructura más moderna, la compañía lanzó exitosamente la marca "Entel Perú" durante 2014, apoyado por la expansión y modernización de la red móvil de 2G, 3G y 4G, con una atractiva oferta comercial centrada en clientes de alto valor.

PARTICIPACIÓN DE MERCADO

A diciembre de 2014, Entel encabeza el mercado de servicios móviles en Chile, con una participación de 38% sobre el total de abonados, considerando tanto voz como Banda Ancha Móvil. A esa fecha, Entel cuenta con 10.102.116 clientes móviles.

Por su parte, en Perú registra 1.738.450 clientes, con un alza neta de abonados del 11% respecto del período anterior, alcanzando una participación de mercado aproximada del 6%.

PROPIEDAD

Con una capitalización bursátil de USD 2.377 millones al cierre de 2014, Entel Chile S.A. es una de las mayores sociedades anónimas del país. Su propiedad se encuentra distribuida entre 2.086 accionistas al cierre del ejercicio. Con 54,76% 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 que poseen presencia en los sectores más relevantes de la economía chilena y un gran compromiso con el desarrollo de la industria de las Telecomunicaciones y Tecnologías de la Información.

INVERSIONES

Entel invierte en forma continua en redes, plataformas y data center, tanto en Chile como en Perú. El total invertido en 2014 (USD 893 millones) incluye la ejecución del proyecto de Localidades Obligatorias y despliegue de la Cobertura Mínima para la adquisición de la Banda 2.600 MHz en Chile.

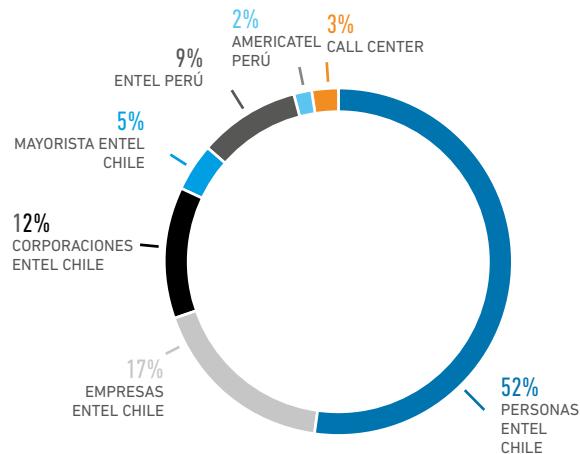
RATINGS CREDITICIOS

Para sostener la solvencia en la gestión del negocio, el objetivo de Entel es mantener una clasificación de ratings crediticios de "Grado de Inversión" y, por lo tanto, gestiona la estructura de deuda en función de este criterio.

RATINGS CREDITICIOS

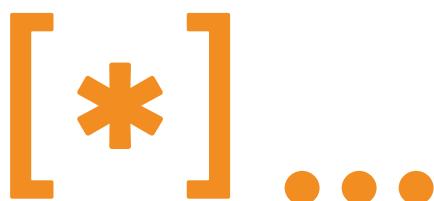
| Clasificadoras | Rating | Outlook | Fecha Clasificación |
|---------------------|--------|----------|---------------------|
| Standard & Poors's | BBB | Estable | Julio-2014 |
| Fitch International | BBB+ | Estable | Julio-2014 |
| Fitch Local | AA- | Estable | Julio-2014 |
| ICR Local | AA | Negativa | Noviembre-2014 |

DISTRIBUCIÓN INGRESOS BRUTOS POR MERCADO



CIFRAS RELEVANTES (millones de pesos)

| | 2014 | 2013 | Var. % | 2012 |
|---------------------------------|-----------|-----------|--------|-----------|
| Ingresos consolidados | 1.668.052 | 1.643.930 | 1% | 1440978 |
| EBITDA | 370.150 | 467.316 | -21% | 536525 |
| Utilidad operacional | 126.769 | 218.037 | -42% | 221580 |
| Utilidad del ejercicio | 56.471 | 146.965 | -62% | 167294 |
| Utilidad por acción (\$) | 238,75 | 621,36 | -62% | 707,3 |
| Retorno de dividendos (%) | 3,77 | 5,26 | - | 5,61 |
| Rentabilidad del patrimonio (%) | 6,15 | 17,34 | - | 21,08 |
| | | | | |
| Activos | 3.035.795 | 2.256.950 | 35% | 1.695.255 |
| Pasivos | 2.079.451 | 1.375.865 | 51% | 881.249 |
| Patrimonio | 956.345 | 881.085 | 9% | 814.007 |



A close-up photograph of a young child with brown hair, wearing a blue superhero mask and a red superhero cape. The background is a soft-focus blue.

ESTRATEGIA

> Misión

Nuestra misión es hacer que todos vivamos mejor conectados, contribuyendo responsablemente a transformar nuestra 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.

DAN SOPORTE A NUESTRA MISIÓN Y VISIÓN una marca sólida, un ambiente laboral que desafía integralmente, las redes y data center más modernos y confiables, las mejores prácticas en servicio al cliente y una cultura de innovación sistemática y transversal.

FOCOS DEL NEGOCIO Y PILARES QUE LO SUSTENTAN

Crecer en datos móviles, transformar la oferta

Solución inalámbrica a hogar

Fibra óptica para micro a medianas empresas

Servicios TI en corporaciones

Crecer en Perú

Invertir en espectro e infraestructura

Mejoras y eficiencia desde el cliente

Innovar en productos y servicios

Personas que adhieren a cultura y trabajo

Contribuir al país con capacidad transformadora. Sustentabilidad

Focos del negocio

Pilares que los sustentan

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

1.

Mantener los estándares de servicio de nuestra infraestructura de redes y TI

Asegurar la calidad de extremo a extremo mediante redes y plataformas tecnológicas eficientes y de alto estándar, diseñadas para asegurar estándares de experiencia, permitiendo ofrecer a nuestros clientes un servicio de máxima calidad.

2.

Mejorar continuamente la experiencia y lealtad de nuestros clientes

Trabajamos sistemáticamente para que nuestros clientes puedan disfrutar la mejor experiencia al interactuar con nosotros, desde personas hasta grandes corporaciones, ya sea en servicios móviles, fijos o TI. De esta forma ellos tienen acceso a la conectividad y a los servicios asociados de una manera más fácil, segura y confiable, y así logramos y conservamos su preferencia.

3.

Impulsar la innovación

Nuestro objetivo es poner a disposición de nuestros clientes la gama más atractiva e innovadora de servicios móviles y fijos. Contamos con las personas y recursos no sólo para poner a disposición las últimas soluciones en tecnología, sino que para transformarnos coherentemente y así brindar la experiencia distintiva que deseamos.

4.

Ampliar los servicios de datos móviles

Nos seguimos adaptando para liderar la transformación de datos móviles, explorando las necesidades y oportunidades específicas de nuestros clientes, rediseñando nuestra oferta y facilitando las interacciones en tiendas, plataformas digitales y otros canales de atención.

5.

Impulsar el crecimiento de servicios de outsourcing

Trabajamos para mantener nuestra posición de liderazgo en el mercado de las empresas, ayudando a los clientes en cada segmento con ofertas integradas de productos de alta calidad. Nos proponemos aumentar nuestra participación en el mercado TI en los segmentos de Empresas y Corporaciones, focalizándonos en servicios integrados con la conectividad, plataformas cloud, outsourcing TI y otros.

6.

Expandir los servicios en el mercado residencial

Queremos aprovechar nuestro fuerte reconocimiento de marca mediante la ampliación de nuestra oferta de voz, Internet y televisión en segmentos específicos del mercado residencial.

7.

Aumentar nuestra operación en Perú

Nos hemos propuesto que Entel Perú se distinga en todas las dimensiones de servicio. Seguiremos desplegando nuestra experiencia y capacidades para capturar las oportunidades que generan el desarrollo y crecimiento de este importante mercado.

8.

Eficiencia en inversiones y costos

Creemos firmemente que la calidad y la excelencia que deseamos brindar a nuestros clientes exige una ejecución eficiente de nuestra operación y la localización de nuestros recursos. Nos medimos y contrastamos con los estándares de los mejores en cada mercado.

Gobierno Corporativo

EL OBJETIVO DEL GOBIERNO CORPORATIVO DE ENTEL es generar valor de manera sustentable para sus accionistas y la sociedad, a través de un aporte relevante al desarrollo de las telecomunicaciones y las tecnologías de la información.



Entel Mountainbike Challenge
2014, conectados con el deporte.
Más de 3.500 ciclistas asistieron
al evento más grande de esta
categoría del país.

PRINCIPIOS Y MANUAL DE GOBIERNO CORPORATIVO

El Gobierno Corporativo de Entel considera como principios de su gestión para el cumplimiento de su objetivo la protección de los derechos de los accionistas, velando por el tratamiento equitativo de todos ellos; la divulgación oportuna y precisa de cualquier información relevante acerca de la compañía; la responsabilidad del Directorio en la toma de decisiones y la aprobación de las directrices estratégicas.

A su vez, considera de vital importancia la supervisión de la gestión ejecutiva de acuerdo a esos lineamientos y el buen desarrollo de la relación con sus grupos de interés, creando relaciones sustentables con ellos (accionistas, trabajadores, clientes, proveedores y la comunidad), asegurando de esta forma una creación de valor de largo plazo.



Con el propósito de velar por una correcta y eficiente gestión, Entel cuenta con un Manual de Gobierno Corporativo, cuya última actualización se efectuó el 31 de marzo de 2014. El Manual regula aspectos que se relacionan con las leyes de Mercado de Valores y de Sociedades Anónimas que pretenden contribuir al perfeccionamiento de los gobiernos corporativos, el reglamento de sociedades anónimas y, en virtud de la Norma de Carácter General 341 de la Superintendencia de Valores y Seguros, la adopción de estándares o pautas de conducta de Gobierno Corporativo que contribuyen a un mejor gobierno de la empresa.

En consecuencia, el Manual de Gobierno Corporativo pretende considerar en un solo cuerpo todas las pautas sobre estas materias y debidamente actualizadas las comprendidas en el anterior Reglamento del Comité de Directores, como en el Reglamento de Manejo de Información de Interés, sin perjuicio de lo establecido en los estatutos sociales y en el Código de Ética.

ORGANIZACIÓN Y FUNCIONAMIENTO

Comité de Directorio

El Gobierno Corporativo de Entel es administrado por un Directorio constituido por nueve miembros que no desempeñan cargos ejecutivos en la compañía y cuyo ejercicio se extiende por dos años, con la posibilidad de ser reelegidos. La actual mesa directiva fue electa en la junta ordinaria celebrada en abril de 2014.

Dentro de sus funciones, el Directorio representa a los accionistas y conduce a la empresa hacia el cumplimiento de sus objetivos económicos, sociales y ambientales. A su vez, designa al gerente general, quien posee todas las facultades y obligaciones legales propias de su ejercicio. En conformidad con la ley, este cargo es incompatible con los de presidente, director, auditor o contador de la sociedad.

Para un seguimiento continuo al desempeño de la compañía, cada mes el gerente general presenta los aspectos más

destacados de la gestión y por medio de las correspondientes evaluaciones se plantean los pasos a seguir en virtud del cumplimiento de las metas y objetivos corporativos.

En conformidad con la ley, Entel cuenta con un Comité de Directores cuya función radica en la representación de los accionistas minoritarios: el examen de los informes de los auditores externos, del balance y demás estados financieros, la proposición al Directorio de auditores externos y agentes calificadores de riesgo y la revisión de transacciones entre partes relacionadas y otras materias consignadas en el Manual de Gobierno Corporativo.

Este Comité está conformado por tres integrantes: Luis Felipe Gazitúa Achondo (Presidente del Comité), Richard Büchi Buc (Director del controlador) y Alejandro Pérez Rodríguez (Director independiente).

Ética

Con el propósito de velar por la gestión y responder a los más altos estándares de buenas prácticas, Entel ha constituido, además, un Comité de Ética integrado por seis ejecutivos de la empresa designados por el gerente general, que tiene a su cargo resolver diversos aspectos relacionados con sus normas y, especialmente, dar respuesta a las denuncias que se formulen a través de los canales creados para este propósito.

Este Comité está compuesto por Manuel Araya, Juan Barraqui, Luis Cerón, Cristián Maturana, Alfredo Parot y Felipe Straub. El secretario del Comité es Diego Santa María.

Como eje para el ejercicio de este Comité, la empresa estableció un Código de Ética en 2009 que delimita el actuar de sus colaboradores. La última actualización del documento se efectuó el 3 de junio de 2013 e incorpora a los directores dentro de los rubros que les sean aplicables, y adapta contenidos en lo pertinente a la nueva visión, misión, marco valórico y compromiso de Entel y sus filiales, luego del proceso de integración de los negocios fijo y móvil.



Además, el Código de Ética considera el marco de la actualización de las pautas de Gobierno Corporativo, la consolidación en el Manual de Gobierno Corporativo y la aprobación de las medidas de autoevaluación contempladas en la Norma de Carácter General 341 de la Superintendencia de Valores y Seguros.

RESPONSABILIDAD PENAL DE PERSONAS JURÍDICAS

En atención a la responsabilidad penal de personas jurídicas por ciertas figuras delictivas, la empresa ha establecido el modelo de prevención de delitos contemplado en la Ley N° 20.393 y ha nombrado al Gerente de Auditoría Interna como encargado de velar por el correcto funcionamiento del modelo.

Riesgos estratégicos

La compañía ha diseñado, con la colaboración del consultor externo Deloitte, una guía con los principales riesgos estratégicos del negocio y los correspondientes planes para su mitigación.

Área auditoría interna

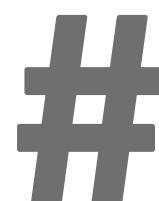
Entel cuenta también con una Gerencia de Auditoría Interna Corporativa que confirma que el Sistema de Control Inter-

no opere eficaz y eficientemente, identificando de manera oportuna eventuales riesgos y recomendando acciones para su mitigación.

A su vez, y al menos dos veces en el año, el Directorio y el Comité de Directores se reúnen con los auditores externos para revisar el programa anual de auditorías, eventuales diferencias detectadas respecto de prácticas contables, sistemas administrativos y auditoría interna, y eventuales conflictos de interés en la relación con la empresa de auditoría o su personal, tanto en el plano de la prestación de otros servicios a la sociedad o a las compañías de su grupo empresarial.

MEJORES PRÁCTICAS CORPORATIVAS

El 31 de marzo de 2014, Entel remitió a la Superintendencia de Valores y Seguros la información de prácticas de Gobierno Corporativo adoptadas en conformidad a lo dispuesto en la NCG 341.





REMUNERACIONES DEL DIRECTORIO

Una vez al año, la Junta Ordinaria de Accionistas aprueba la remuneración de los directores (detallada en el cuadro adjunto). Ninguno de los miembros del Directorio ni los ejecutivos de la organización son remunerados con acciones o participación en el patrimonio de la compañía ni por su desempeño como directores en sociedades filiales.

60

denuncias recibió el Comité de Ética en 2014.

100%

de las denuncias fueron analizadas y derivadas para su investigación.

95%

de las denuncias recibidas en 2014 fueron cerradas durante el mismo año.

| NOMBRE | RUT | 2014 M\$ | 2013 M\$ |
|-----------------------------|-------------|----------|----------|
| Juan Hurtado Vicuña | 5.715.251-6 | 73.455 | 70.500 |
| Luis Felipe Gazitúa Achondo | 6.069.087-1 | 69.273 | 66.478 |
| Raúl Alcaíno Lihn | 6.067.858-8 | 33.573 | 34.235 |
| Juan Bilbao Hormaeche** | 6.348.511-K | 35.658 | 36.261 |
| Richard Büchi Buc | 6.149.585-1 | 49.335 | 48.348 |
| Juan José Claro González* | 5.663.828-8 | 11.332 | 32.221 |
| Andrés Echeverría Salas | 9.669.081-9 | 33.534 | 36.261 |
| Juan Mac-Auliffe Granello | 5.543.624-K | 37.785 | 35.254 |
| Alejandro Pérez Rodríguez | 5.169.389-2 | 50.380 | 48.348 |
| Bernardo Matte Larraín | 6.598.728-7 | 21.162 | - |
| Total | | 415.489 | 407.906 |

* Juan José Claro González dejó el cargo de director en abril de 2014.

** Juan Bilbao Hormaeche presentó su renuncia el 23 de diciembre del 2014.

Durante su ejercicio, el Comité de Directores no incurrió en gastos ni contrató asesorías.

RELACIÓN CON INVERSIONISTAS

Entel cuenta con un área de relación con inversionistas que tiene como propósito atender las necesidades de información requeridas por el mercado financiero y difundir hechos relevantes de la compañía acordes con la normativa vigente. A su vez, pone a disposición toda la información pertinente disponible en entel.cl/inversionistas.

REPUTACIÓN CORPORATIVA

Entel se mantuvo como la empresa de la industria de las Telecomunicaciones con mejor reputación del país en el Ranking Merco 2014 de reputación corporativa. La compañía se ubicó undécima entre las 100 empresas evaluadas por el estudio, que en su quinta versión se basó en las respuestas de 430 directores de firmas con una facturación superior a USD 30 millones anuales.

El análisis estuvo a cargo de 368 expertos, que valoraron tanto los resultados financieros como la calidad de la información y el compromiso con la comunidad, la calidad laboral y los productos y/o servicios ofrecidos.



Directorio

.....

01 **Juan José Hurtado Vicuña**

Presidente

Ingeniero Civil, Universidad de Chile.
C.I.: 5.715.251-6

02 **Luis Felipe Gazitúa Achondo**

Vicepresidente

Ingeniero Comercial, Universidad de Chile.
C.I.: 6.069.087-1

03 **Bernardo Matte Larraín**

Director

Ingeniero Comercial, Universidad de Chile
C.I.: 6.598.728-7

04 **Richard Büchi Buc**

Director

Ingeniero Civil, Universidad de Chile. MBA
Wharton School Of Business, University of
Pennsylvania.
C.I.: 6.149.585-1

05 **Juan José Mac-Auliffe Granello**

Director

Ingeniero Comercial, Pontificia
Universidad Católica de Chile.
C.I.: 5.543.624-K

06 **Andrés Echeverría Salas**

Director

Ingeniero Comercial, Pontificia
Universidad Católica de Chile. MBA
University of California, Los Ángeles.
C.I.: 9.669.081-9

07 **Alejandro Pérez Rodríguez**

Director independiente

Ingeniero Civil Industrial, Universidad de
Chile. Master in Economics, The University
of Chicago.
C.I.: 5.169.389-2

08 **Raúl Alcaíno Lihn**

Director

Ingeniero Civil Industrial, Universidad de
Chile.
C.I.: 6.067.858-8

Juan Bilbao Hormaeche

Director

Ingeniero Comercial, Pontificia
Universidad Católica de Chile. MBA The
University of Chicago.
C.I.: 6.348.511-K

Nota: Renunció al cargo de director el 23 de diciembre de 2014.

Administración

Entel gestiona sus negocios de acuerdo con los distintos segmentos de mercado: Personas, Empresas y Corporaciones. Estas divisiones cuentan con sus propios equipos para las funciones de innovación y desarrollo de productos, precios, marketing, ventas y servicio al cliente. Las actividades técnicas tradicionales (redes, sistemas y operaciones), junto con las de atención al Mercado Mayoristas, están agrupadas bajo un área convergente de Tecnología y Operaciones. La administración, operación y explotación de las plataformas tecnológicas de procesamiento, transaccionales y conectividad (servicios cloud, data center, outsourcing) están a cargo de Servicios TI.

La totalidad de las unidades operan bajo un solo liderazgo y fueron concebidas en línea con las mejores prácticas internacionales, anticipando una estrecha interacción entre las áreas, debido a las crecientes sinergias tecnológicas.

Con el propósito de tratar apropiadamente todos los temas estratégicos y de gestión, el grupo ejecutivo cuenta con un esquema de gobierno transversal que va en apoyo a sus correspondientes responsabilidades. Dentro de los asuntos gestionados por medio de este esquema destacan: la aprobación y seguimiento de inversiones, el control de la operación alineada con los objetivos de calidad en relación a

los clientes, la gestión del capital humano y sus estrategias asociadas, y las comunicaciones.

REMUNERACIONES DE EJECUTIVOS

En 2014, el monto de las remuneraciones de los gerentes y ejecutivos superiores ascendió a \$9.431.287.490 para una dotación promedio de 104 personas, considerando Entel S.A. y sus correspondientes filiales. Los bonos pagados a dichos gerentes y ejecutivos en el año totalizaron \$5.891.760.626. En tanto, las indemnizaciones por término de contrato de trabajo en el ejercicio correspondientes a 2014 alcanzaron a \$549.157.291, las que se pagaron a un total de seis ejecutivos.

Los bonos anuales se pagan de acuerdo con fórmulas pre establecidas, relacionadas a cumplimiento de metas corporativas y de cada área respectiva. Existe un plan de largo plazo establecido para un horizonte de al menos seis años, a lo largo del cual se devengan pagos fijos y variables por cumplimiento de metas, estableciéndose un tope superior para los montos variables. Todos los pagos realizados bajo estos conceptos se encuentran comprendidos en los valores antes señalados para el año 2014.

DOTACIÓN

| | Entel S.A | Entel PCS | Call Center S.A. | Otras filiales | Call Center Perú | Americatel Perú | Entel Perú (Nextel) | Total |
|---------------------------------|-----------|-----------|------------------|----------------|------------------|-----------------|---------------------|--------|
| Ejecutivos | 54 | 41 | 18 | 1 | 9 | 26 | 58 | 207 |
| Profesionales y técnicos | 2.039 | 1.337 | 191 | 34 | 253 | 89 | 163 | 4.106 |
| Trabajadores | 795 | 1.102 | 1.685 | 269 | 2.058 | 204 | 1.968 | 8.081 |
| Total | 2.888 | 2.480 | 1.894 | 304 | 2.320 | 319 | 2.189 | 12.394 |

PRINCIPALES EJECUTIVOS



Antonio Büchi Buc Gerente General Grupo Entel

Desde marzo de 2011.
Varios cargos en el grupo Entel desde el año 2000.

Ingeniero Civil Industrial, Pontificia Universidad Católica de Chile. Master of Arts in Economics, The University of Chicago.
RUT 9.989.661-2

Felipe Ureta Prieto
Gerente de Finanzas y Control de Gestión
Desde abril de 2005.
Varios cargos en el grupo Entel desde enero 1994.

Ingeniero Comercial, Pontificia Universidad Católica de Chile.
RUT 7.052.775-8

Juan Baraqui Anania
Gerente de Riesgo y Administración
Desde marzo de 2011.
Varios cargos en el grupo Entel desde 1994.

Ingeniero Comercial, Universidad de Santiago de Chile. MBA University of California, Los Ángeles.
RUT 7.629.477-1

Felipe Straub Barros
Gerente de Recursos Humanos
Desde enero de 2012.

Sicólogo, Pontificia Universidad Católica de Chile. MBA, Universidad Alberto Hurtado/Loyola College in Maryland.
RUT 8.131.463-2

Cristián Maturana Miquel
Gerente de Legal
Desde marzo de 1994.

Abogado, Universidad de Chile.
RUT 6.061.194-7

Manuel Araya Arroyo
Gerente de Regulación y Asuntos Corporativos
Desde marzo de 2011.
Varios cargos en el grupo Entel desde mayo de 1994.

Ingeniero Civil Industrial y Magíster en Administración de Empresas, Pontificia Universidad Católica de Chile.
RUT 10.767.214-1

Luis Cerón Puelma
Gerente de Auditoría Interna
Desde julio de 1997.

Contador Auditor, Universidad Católica de Valparaíso.
RUT 6.271.430-1

José Luis Poch Piretta
Vicepresidente Mercado Personas
Desde marzo de 2011.
Varios cargos en el grupo Entel desde febrero de 1993.

Ingeniero Comercial, Pontificia Universidad Católica de Chile.
RUT 7.010.335-4

Mario Núñez Popper
Vicepresidente Mercado Empresas
Desde marzo de 2011.
Varios cargos en el grupo Entel desde el año 1993.

Ingeniero Civil Industrial, Pontificia Universidad Católica de Chile.
RUT 8.165.795-5

Julián San Martín Arjona
Vicepresidente Mercado Corporaciones
Desde diciembre 2006.

Ingeniero Civil Industrial, Universidad de Las Américas. Ingeniero en Computación, Universidad de Chile.
RUT 7.005.576-7

Alfredo Parot Donoso
Vicepresidente Tecnología y Operaciones
Desde marzo de 2011.
Varios cargos en el grupo Entel desde enero de 1996.

Ingeniero Civil Industrial, Pontificia Universidad Católica de Chile.
RUT 7.003.573-1

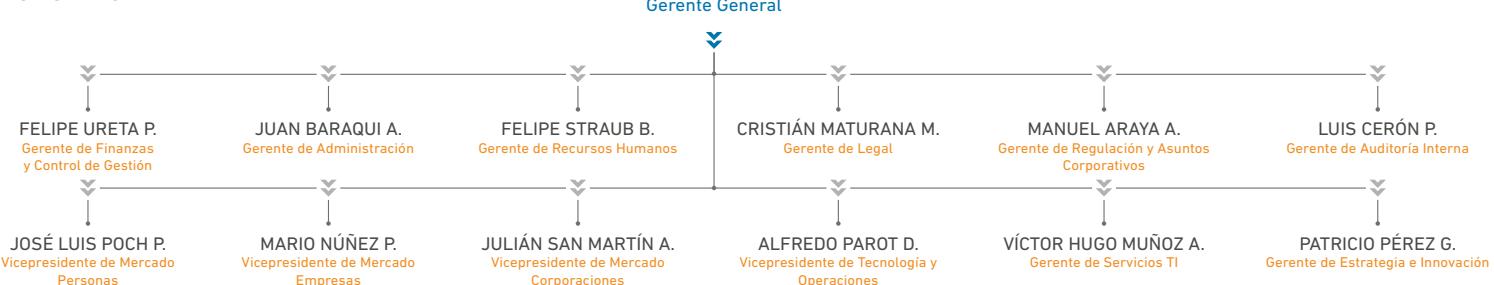
Víctor Hugo Muñoz Álvarez
Gerente de Servicios TI
Desde marzo de 2011.
Varios cargos en el grupo Entel desde agosto 2005.

Ingeniero Civil Electrónico, Universidad Técnica Federico Santa María. Pade Universidad de los Andes
RUT 7.479.024-0

Patricio Pérez Gómez
Gerente de Estrategia e Innovación
Desde mayo de 2014.

Ingeniero Civil Industrial y Magíster en Ciencias de la Ingeniería, Pontificia Universidad Católica de Chile. MBA, Universidad Adolfo Ibáñez.
RUT: 11.847.168-7

ORGANIGRAMA



Recursos Humanos

ALINEADOS CON LA ESTRATEGIA DE NEGOCIOS, dimos continuidad al trabajo de potenciar el capital humano.



CULTURA ENTEL

- » Inicio de operaciones plataforma Success Factors, de SAP.
- » 81% de los colaboradores reconocieron que Entel es “un gran lugar para trabajar” en la medición Great Place to Work.
- » Participación de 98% de la dotación en el sistema de Evaluación de Desempeño.
- » Con una tasa de accidentalidad de 1,39% a diciembre 2014, la compañía se sitúa muy por debajo del promedio del rubro Telecomunicaciones (2,44%).

Durante 2014, los esfuerzos se concentraron en la consolidación y arraigo de la cultura Entel, declarada a través de su misión, visión y pilares culturales. Para ello, se ejecutó un plan de difusión con foco específico en 12 zonas del país, que consistió en talleres experienciales que involucraron espacios de conversación, análisis y reflexión, permitiendo fortalecer en cada participante los conceptos asociados a la cultura, empoderándolos como facilitadores.

En estas jornadas participó el 70% de la dotación ubicada en las ciudades de Iquique, Antofagasta, Calama, Valparaíso, Viña del Mar, Rancagua, Chillán, Concepción, Temuco, Puer-

to Montt y Punta Arenas. Adicionalmente, se continuó con este programa en Santiago, dirigido a jefes de área. En total, se invirtieron más de 2.650 horas en estos talleres, en los cuales se concluyó que el pilar más arraigado en la compañía es "Centrado en el cliente".

NUEVAS Y MEJORES FORMAS DE TRABAJO

En el marco de transformación cultural iniciada el año 2012, se concretó la renovación de distintos espacios de trabajo en Santiago y regiones, de acuerdo con un nuevo estándar de infraestructura que se alinea con los pilares culturales. De esta forma, en 2014 se remodelaron cuatro nuevas oficinas, ubicadas en Santiago, Valdivia y Puerto Montt, favoreciendo a 224 colaboradores de distintas gerencias. El diseño arquitectónico respondió a la idea de que las personas son lo más importante para Entel y a la necesidad de innovar continuamente en el mercado mediante un trabajo colaborativo, de comunicación clara y transparente y uso intensivo de la tecnología.

MOVILIDAD INTERNA

Con el propósito de reconocer el desempeño de los colaboradores de Entel, la compañía brindó oportunidades de desarrollo interno a 380 personas en 2014. De ellos, 190 fueron promovidos a cargos de mayor responsabilidad y 190 asumieron nuevos roles al interior de la empresa. De esta forma, el proceso de movilidad interna benefició al 6,7% de la dotación de la compañía (cifras a noviembre).

POLÍTICAS DE ROTACIÓN Y CONTRATACIÓN

Con el objetivo de mantener los estándares de calidad en todos sus procesos, durante el año todos los colaboradores de Entel participan del sistema de Evaluación del Desempeño.

Estos resultados permitieron a la compañía retener los talentos. De hecho, la rotación mensual 2014 se ubicó en 1,3%, lo que representa la salida de 920 colaboradores.

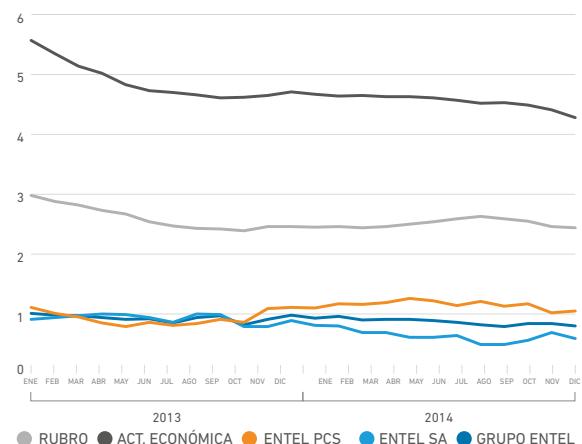
Para completar estas posiciones y las que se generaron por los movimientos internos, se realizaron 1.067 procesos de selección entre enero y diciembre, lo que permitió contar con las personas competentes que requiere la organización.

380

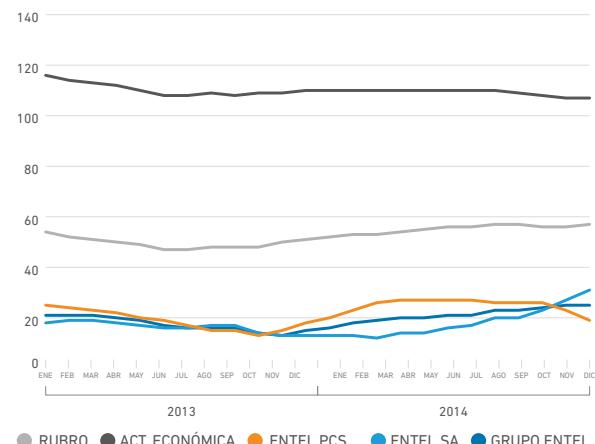
colaboradores se
beneficiaron de las políticas
de desarrollo interno de la
compañía.

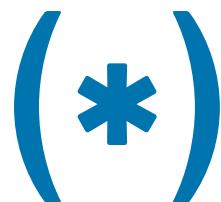


COMPARACIÓN CON RUBRO Y ACTIVIDAD
Tasa de accidentabilidad. Ene 2013 - dic 2014



COMPARACIÓN CON RUBRO Y ACTIVIDAD
Tasa de siniestralidad. Ene 2013 - dic 2014





SEGURIDAD Y SALUD OCUPACIONAL

En concordancia con nuestra cultura y compromiso con la seguridad, hemos establecido una Política de Seguridad y Salud Ocupacional diseñada para integrar estos aspectos a cada uno de los procesos del negocio.

En esta línea, la compañía cuenta con un Sistema de Gestión Preventivo en Seguridad y Salud Ocupacional para empresas contratistas. A diciembre, este sistema registró 223 empresas en régimen de Gestión y Desarrollo en materias de Prevención de Riesgos. A su vez, la iniciativa otorga un estándar técnico de seguridad que describe los riesgos asociados a las 29 tareas más críticas en términos de potencial de riesgo, con el fin de apoyar a estas empresas a través de sus asesores de prevención, supervisores, comités paritarios y trabajadores.

Este tipo de iniciativas y la gestión de Prevención de Riesgos al interior de la compañía ha contribuido para mantener bajo control la tasa de accidentabilidad y siniestralidad, las cuales alcanzaron a diciembre de 2014 un 1,39% y 31%, respectivamente.

De acuerdo con la información registrada por la Asociación Chilena de Seguridad (ACHS) hasta diciembre de 2014, las tasas de la compañía se ubican muy por debajo del promedio del rubro Telecomunicaciones, las cuales registran 2,4% y 57% para la accidentabilidad y siniestralidad, respectivamente.

Producto de este buen desempeño, Entel preside la mesa de seguridad de telecomunicaciones liderada por la ACHS e integrada por las principales empresas de la industria.

El año 2014, además, Entel integró un selectivo grupo de las 15 empresas destacadas en términos de salud ocupacional y prevención de riesgos.

BENEFICIOS PRO CALIDAD DE VIDA

Enfocados en el cuidado de las personas, en la gestión 2014 se otorgaron beneficios orientados a mejorar la calidad de vida de los colaboradores. De esta forma, la empresa destinó \$3.773 millones a programas de salud orientados a colaboradores y sus familias (60% del gasto correspondiente a beneficios), entre otros.

RELACIONES LABORALES

La empresa cuenta con un alto porcentaje de sindicalización, tasa que a diciembre de 2014 llegaba a 72,5%. Esta cifra sitúa a la compañía dentro de las empresas con mayor porcentaje de sindicalización del país y muy por sobre la media a nivel nacional.

Lo anterior guarda absoluta relación con la mirada de la corporación, que considera que el crecimiento y los avances de la compañía necesariamente pasan por el trabajo conjunto con sus trabajadores. En este ámbito, un papel relevante lo cumple cada una de las directivas sindicales de la organización.

Mantener las buenas relaciones laborales es parte de la política de la compañía. En relación a lo anterior, la empresa y los representantes de trabajadores han propiciado de manera permanente el diálogo constructivo.

Cabe precisar que en 2014 no hubo negociaciones colectivas.

2.187
colaboradores
se capacitaron en 2014.

1,39%
fue la tasa de
accidentalidad, muy por
debajo del promedio de la
industria (2,46%), según
la ACHS.

98%
de los colaboradores
participó en el proceso de
evaluación de desempeño.

CLIMA ORGANIZACIONAL

Los esfuerzos por potenciar el capital humano se vieron reflejados en la encuesta de clima Great Place To Work, que en 2014 alcanzó una participación de 88% de los colaboradores. En la medición, el 81% de los colaboradores reconocieron que Entel es "un gran lugar para trabajar".

Este positivo clima organizacional se hizo evidente también en la participación de más de 5.000 personas en las actividades de Fiestas Patrias a nivel nacional, 530 familias en la celebración de Navidad en Santiago, 61 equipos de hombres y nueve de mujeres en el campeonato de futbolito. Además, en los programas de voluntariado corporativo se registró un aumento importante en la participación de los colaboradores. En Tengo Una Idea participaron 547 personas, lo que implica un aumento de 30% en relación con el año anterior; en el Día del Niño, 780 personas, y en Navidad, 890, es decir, una asistencia 24% y 9% mayor, respectivamente, que la lograda en 2013.

DESEMPEÑO Y COMPENSACIONES

En la gestión 2014, el 98% de los colaboradores participó en el proceso de evaluación de desempeño con los pertinentes seguimientos durante el año. De esta forma, Entel consolidó un modelo de gestión por competencias corporativas.

Con el propósito de reconocer el desempeño de los colaboradores, la compañía utiliza un sistema de compensaciones basado en objetivos, en el cual participa el 13,3% de la organización (gerentes, subgerentes y jefes de área). Mientras que para los otros estamentos se recurre a un programa de incentivo variable asociado a metas de productividad de la compañía.

Esta estructura y el modelo de gestión permiten definir las bandas salariales para todos los cargos y sus respectivos niveles de desarrollo. Por medio de este modelo, Entel continuó su avance en la profesionalización de la gestión de las compensaciones y, con ello, una mejora en la equidad interna y la competitividad de mercado.

PERFECCIONAMIENTO DE CAPACIDADES

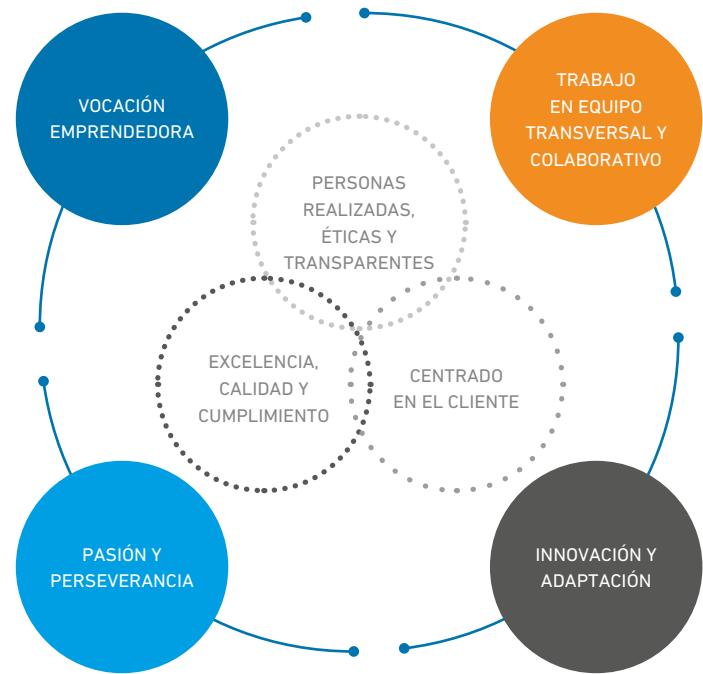
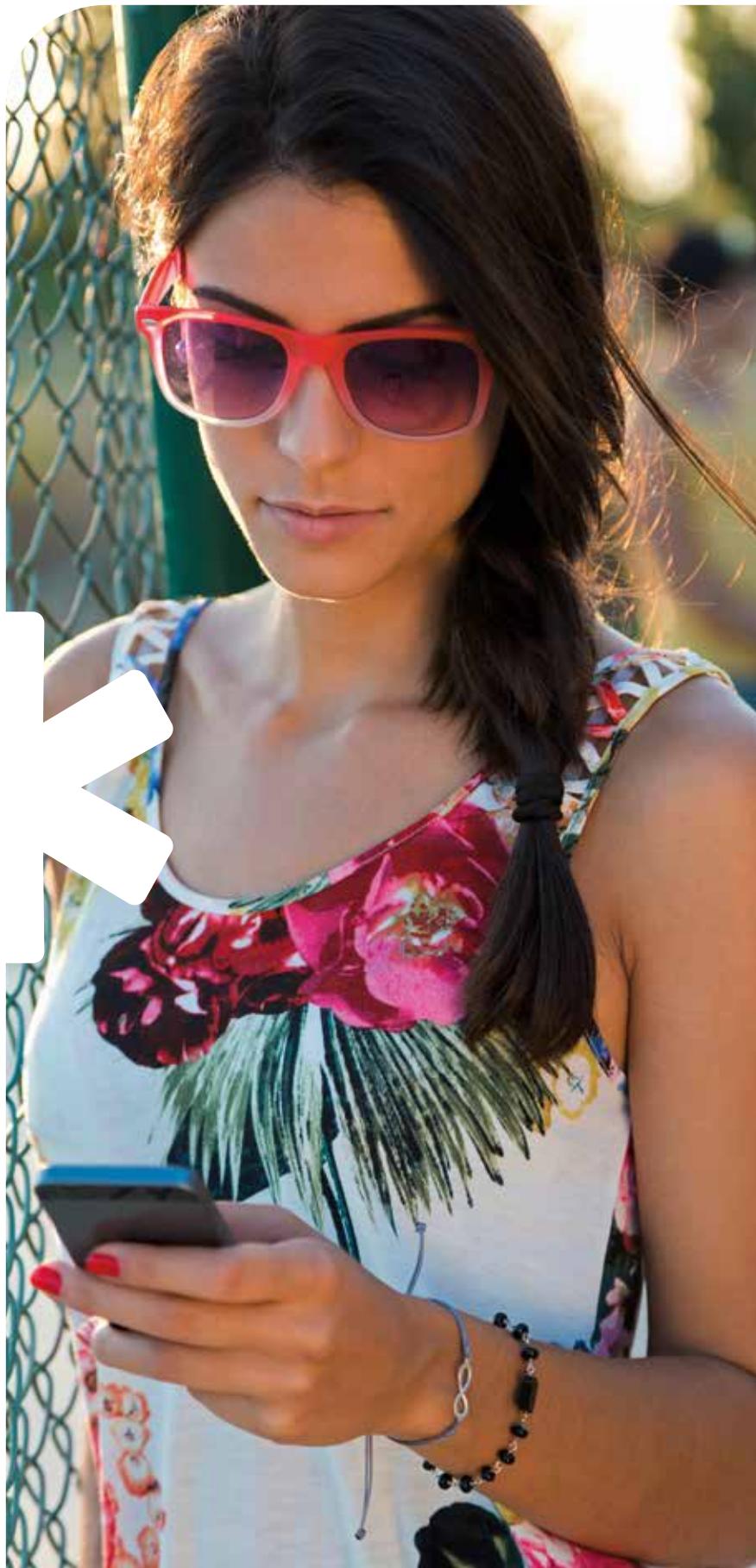
Con la asistencia del Comité de Capital Humano fueron diseñados seis programas de formación, cuya orientación radica en responder a las necesidades específicas de las distintas unidades de negocio. Así, y con el propósito de potenciar el negocio y el desarrollo de las personas, en la gestión 2014 la compañía destinó \$1.294 millones en la capacitación del 40% de la dotación (2.187 colaboradores), a través de cursos y talleres que totalizaron 72.766 horas-hombre.

Estas iniciativas se complementaron con procesos de certificación orientados a los requerimientos de cada unidad. Dentro de éstas destacan la recertificación de Entel como Partner Gold de Cisco y la nueva certificación de Entel como Partner Master de Cisco. Adicionalmente, durante 2014 se optimizó el programa de Certificaciones ITIL, esto mediante la implementación de relatorías dictadas por profesionales de la compañía, lo que permitió certificar a 73 profesionales.

Por otra parte, durante el año 2014 se inició el proceso de certificación "Data Center Sustentable", según las normas establecidas por Uptime Institute. Para esto se diseñaron las mallas de formación que permiten mantener los conocimientos necesarios para la administración y operación sustentable del data center.

HERRAMIENTA DE CLASE MUNDIAL

En 2014 la gestión de talento comenzó a operar con la plataforma Success Factors, de SAP, software de gestión de personas con estándares de clase mundial. Esta solución informática permite automatizar los procesos de manera integral y pone a disposición de cada jefatura de manera inmediata y directa la información necesaria para la toma de decisiones en relación al desarrollo de los colaboradores.



EXCELENCIA, CALIDAD Y CUMPLIMIENTO

1

Nos hacemos cargo responsablemente de nuestras decisiones y acciones y nos comprometemos a cumplir altos estándares en la entrega de los servicios ofrecidos, tanto externos como internos, sin olvidar que nuestros compromisos afectan a los de otros. Trabajamos siempre para afianzar nuestro liderazgo.

2

CENTRADO EN EL CLIENTE

Trabajamos siempre en función de lo que el cliente valora y espera, con el fin de cumplir sus expectativas, teniendo siempre como criterio orientador la consideración de cómo nuestras acciones y decisiones tienen impacto final en él. Aspiramos así a establecer relaciones de confianza a largo plazo con nuestros clientes, para entender y anticiparnos a sus necesidades.

3

PERSONAS REALIZADAS, ÉTICAS Y TRANSPARENTES

Promovemos un contexto de empatía, apertura, sinceridad, lealtad y honestidad; un ambiente exigente, pero estimulante y entretenido, que permita a las personas realizarse y crecer integralmente.

4

TRABAJO EN EQUIPO, TRANSVERSAL Y COLABORATIVO

Trabajamos con espíritu de equipo, privilegiando la visión global sobre la propia, para así alcanzar un fin común. La transparencia, apertura, honestidad y transversalidad son imperativas. Buscamos promover relaciones transversales de cooperación y aprendizaje, incentivando la colaboración en red entre las distintas áreas, con una actitud colaborativa al ofrecer siempre nuestra ayuda y al compartir información, conocimientos y experiencias.

5

INNOVACIÓN Y ADAPTACIÓN

Experimentamos nuevas formas de hacer las cosas y alentamos a otros a experimentar, cuestionar y proponer ideas. Aceptamos los errores como oportunidades de aprendizaje y estamos abiertos a los cambios. Fomentamos la autocritica y la revisión de lo actuado, porque creemos que siempre podemos aprender y mejorar lo que hacemos.

6

PASIÓN Y PERSEVERANCIA

Llevamos nuestras iniciativas a cabo con energía y empuje, siempre con una actitud positiva. Estamos siempre dispuestos y preparados para ayudar y nos entusiasma tanto lograr el objetivo como el camino para alcanzarlo, ya que sabemos que no será siempre fácil y habrá que aprender y adaptarnos en el camino.

7

VOCACIÓN EMPRENDEDORA

Buscamos proactivamente solucionar los problemas, priorizando, simplificando y enfocándonos en aquello que genera los mejores resultados. Tomamos la iniciativa y empujamos para que las cosas se hagan con energía, teniendo conciencia de los riesgos.

Pilares culturales

Siete pilares culturales
constituyen el marco
valórico de Entel

Imagen Corporativa

TRAS 50 AÑOS, ENTEL SIGUE SIENDO LA MARCA LÍDER en telecomunicaciones, distinguida por sus atributos diferenciadores de mejor calidad de comunicación, cobertura, tecnología avanzada y cercanía.

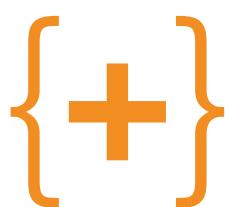


POSICIONAMIENTO: RECORDACIÓN Y PREFERENCIA

- » Profundización del liderazgo en reconocimiento y preferencia de marca con 46% de Top of Mind de Marca (Móvil).
- » Entel concreta el cambio desde Nextel a Entel en Perú y se transforma en una marca regional en América Latina.
- » Undécimo año como auspiciador oficial de la Selección Chilena de Fútbol.
- » Consolidación de eventos masivos de entretenimiento y deporte.

Entel cumplió 50 años como una de las marcas más sólidas del mercado nacional. En 2014, en un año escenario de alta competencia y desaceleración del crecimiento de la industria en las telecomunicaciones en el país, debido tanto al menor dinamismo de la economía como a cambios en algunos segmentos del negocio, la compañía mantuvo su liderazgo e incluso aumentó las diferencias si se analizan las mediciones de imagen de marca disponibles respecto de las demás empresas de telecomunicaciones que operan en Chile.

De acuerdo con estudios de mercado realizados para el segmento Personas, Entel siguió siendo líder durante todo el año en el Top of Mind de Marca (Móvil), cerrando 2014 con



un índice de 46%, frente al 43,5% que obtuvo en 2013. Este resultado es, además, 17 puntos porcentuales mayor que el obtenido por la segunda compañía de mayor recordación. Una diferencia similar logró Entel en las encuestas que miden preferencia de marca, con un índice de 46%, contra 29% de su más cercano competidor.

ATRIBUTOS

Hacer que vivamos mejor conectados es la misión de Entel y durante el año 2014 la empresa continuó fortaleciendo los atributos de marca que son un fiel reflejo de este objetivo y que, sostenidamente, los usuarios asocian también a la compañía: mejor calidad de comunicación, mejor cobertura, tecnología avanzada y cercanía. Todo lo anterior, en línea con el modelo de negocio, que se sustenta en tres pilares: contar con una alta calidad de los servicios, la mejor infraestructura de red y con un alto grado de innovación.

REGIONALIZACIÓN

Tras un trabajo de nueve meses, en octubre de 2014 la firma concretó el cambio de marca de las operaciones de Nextel Perú a Entel. A partir de este hito, la empresa de telecomunicaciones inicia sus operaciones en dicho mercado bajo la marca Entel, tras su ingreso en 2013, con la adquisición del 100% de las acciones de la compañía norteamericana NII Holdings.

Esta operación implica la regionalización de la marca Entel, que queda de esta forma posicionada para crecer en un mercado de alto potencial como el peruano.

COMUNICACIÓN

“50 años conectando a los chilenos” fue la campaña que cerró el año 2014 en conmemoración de la cinco décadas de la compañía y que vino a reforzar la imagen de marca con miras a destacar el apoyo de la firma al desarrollo del país. Se suma al esfuerzo del año, que incluyó, entre otras, las estrategias desarrolladas para dar a conocer las nuevos planes multimedia del área móvil y la primera campaña na-

cional para el segmento Entel Hogar: “Entel llegó para darle más vida a tu hogar”.

Conscientes de que el atributo de cercanía se construye en el contacto con los clientes en todo el país, en 2014 la compañía continuó profundizando la relación de los chilenos con la marca con la realización de eventos y auspicios de amplio alcance. A ello se suma el nexo que genera el club Zona Entel, que este año otorgó beneficios a ocho millones de clientes.

En materia deportiva, en la gestión 2014 Entel acompañó a los hinchas en la gesta de la selección chilena de fútbol en la Copa Mundial de Brasil 2014. Como auspiciador oficial del equipo, la empresa estuvo con los fanáticos que siguieron minuto a minuto y por las más variadas plataformas la suerte de la Selección. Apoyada en la imagen de Arturo Vidal, que como Rey Arturo arengó a todos los chilenos, Entel estuvo acompañando a los hinchas tanto en Chile como a los que viajaron siguiendo a la Selección, y consiguió así conectar a todo un país que vibró por los esfuerzos del equipo de todos.

En línea con la importancia que Chile como sociedad le está dando al deporte, Entel también auspició el Maratón de Santiago 2014, fue por sexto año sponsor del Mountainbike Challenge y también del RallyMobil, que lleva la pasión por el deporte tuerca a los rincones de Chile y en el que la compañía participa con el team Entel Xperia. Todo lo anterior, sin olvidar el apoyo que la firma entrega también a los equipos deportivos de provincia.

En materia de entretenimiento hemos mantenido nuestra alianza con las principales productoras de eventos, como Time4Fun y Street Machine, y nos hemos consolidado como auspiciador de eventos de alta calidad, al traer a Cirque du Soleil, Creamfields y Mysteryland, entre otros, y apoyar conciertos como los de Avril Lavigne, Metallica, One Direction y de otros dos artistas en 2014, en muchas ocasiones con preventas exclusivas para nuestros clientes.

En regiones también hemos seguido siendo un aporte, conectando todo Chile a través de espectáculos, deporte y vida



2.500

clientes empresas en 10 ciudades del país contactó la Gira Entel Empresas.

[*]...

sana. Nuestro "Tour Días e)" se posiciona como una instancia importante durante el año para compartir con la familia: recitales de artistas chilenos reconocidos, corridas y cicletadas familiares fueron algunas de las actividades que se realizaron con alto nivel de convocatoria local.

Los eventos y auspicios en regiones también cumplen un rol importante; estuvimos presentes en las principales actividades de cada zona, como El Champion de Rancagua, Festival de La Pampilla en Coquimbo y las Semanas Musicales de Frutillar, entre otros. Es relevante para nosotros contribuir con el apoyo a las municipalidades y entidades locales, con el fin de generar un mejor vínculo con nuestros clientes y potenciales clientes en cada región.

Este 2014, coincidiendo con el cierre del ejercicio en que la Torre Entel celebró sus 50 años, el espectáculo de fuegos artificiales de fin de año en la comuna de Santiago reunió a 400 mil personas en su vigésimo tercera versión.

ENCUENTROS EMPRESARIALES

Como lo hemos hecho en nuestros primeros 50 años de vida, Entel quiere contribuir con nuestra sociedad con infraestructura, servicio e innovación.

Así, la compañía realizó nuevamente la Gira Entel Empresas, evento a través del cual tomó contacto directo con alrededor de 2.500 clientes empresas de 10 ciudades del país, ofreciendo charlas orientadas a entregarles información sobre herramientas innovadoras que potencien su negocio. A éstas se sumó este 2014 el encuentro "Empresas Conectadas. El futuro es hoy", que recorrió siete ciudades.

Joi Ito, empresario tecnológico y director del MIT Media Lab, fue el orador principal de la séptima versión del Entel Summit, que se realizó en octubre en alianza con proveedores estratégicos para abordar el tema "Hacia la conectividad total" y que se ha ido transformando en el evento del año en este segmento.



358.664

seguidores en Twitter.



633.482

fans en Facebook.

Junto con Ito, una de las 25 personas más influyentes de la web según Businessweek, expusieron el gerente del Instituto Municipal de informática del Ayuntamiento de Barcelona, Manel Sanromà; el cofundador y Chief of Staff de la empresa de software Globant, Martín Umarán; el vicepresidente y CIO de Miami Children's Hospital, Edward Martínez, y Fernando Beltrán, Engagement Manager Walt Disney World Parks and Resorts.

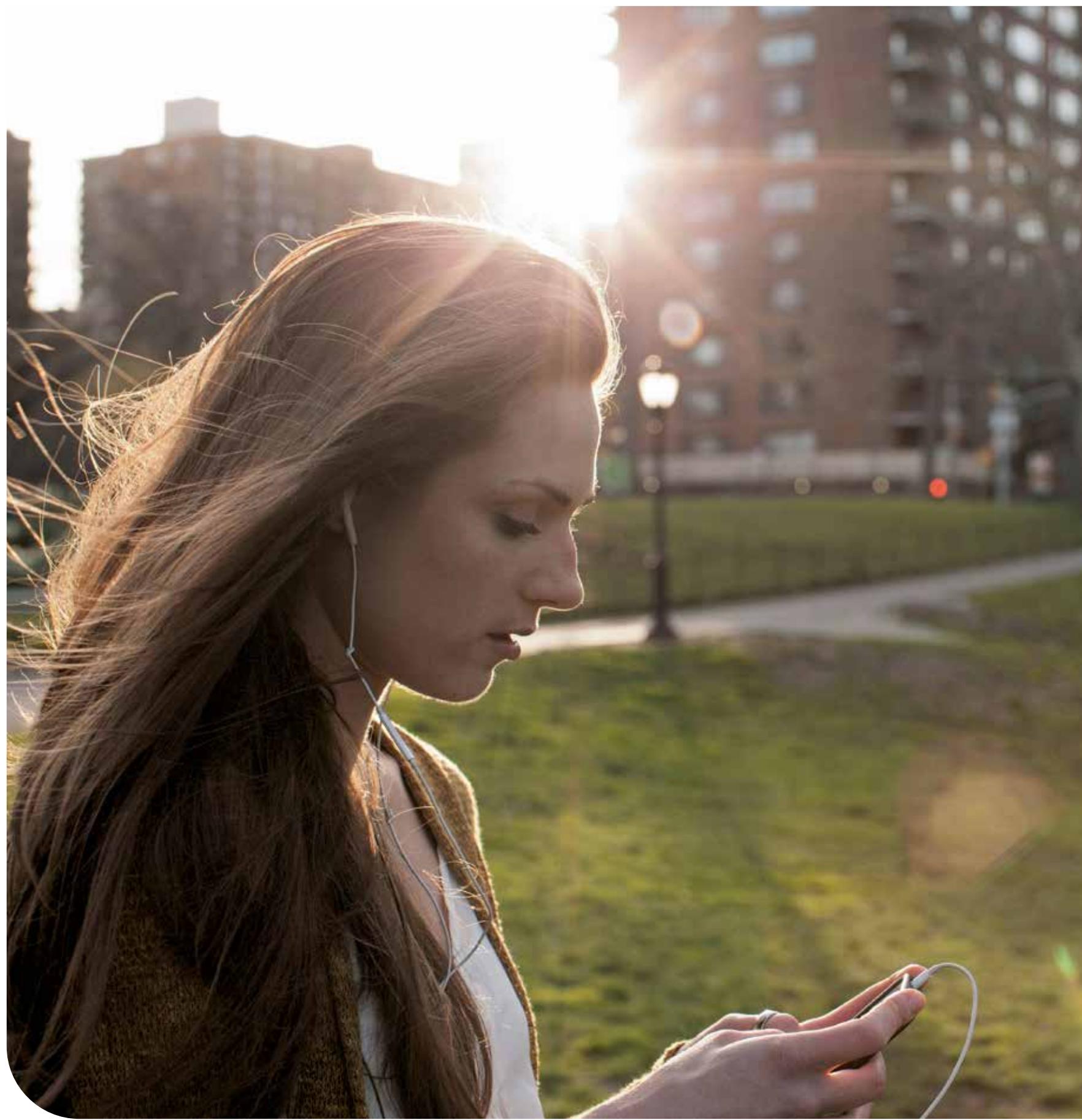
Para el apoyo a pequeñas y medianas empresas, en tanto, Entel otorgó cerca de 50 auspicios para el desarrollo de eventos relacionados con sus clientes de Mercado Empresas.

MARKETING ONLINE

El espacio digital dejó en 2014 de ser un ente aislado del mundo de la comunicación masiva. En este ejercicio, la tendencia que ya había comenzado el año previo se profundizó y llevó a la compañía a integrar la comunicación online y offline, así como a difundir las actividades de eCommerce y eCare para potenciar el canal online como un medio de servicios y transacciones.

Así es que todas las acciones comunicacionales se planificaron en forma integral y se trabajó para dar más contenido a los usuarios aprovechando la conectividad.

Con el objetivo de generar plataformas para atender mejor al cliente y generar contenidos, a la creación del canal YouTube exclusivo de Entel Ayuda y la atención a través de la fanpage de Entel, se sumó la página elhincha.cl, que fue especialmente relevante durante el Mundial 2014 y que siguió activa con el Torneo de Clausura. Adicionalmente, iniciativas como la realización del docureality #voyallegar tuvieron muy buena recepción y lograron una integración exitosa entre comunicación online y offline.



* 2.

PILARES
ESTRATÉ_
GICOS

Infraestructura

PARA OTORGAR UNA EXPERIENCIA DISTINTIVA A NUESTROS CLIENTES es esencial la capacidad y eficacia de nuestras redes y data center. Es por ello que durante 2014 continuamos fortaleciendo nuestra infraestructura en Chile y Perú, con inversiones totales por USD 893 millones.

- » Despliegue proyecto Localidades Obligatorias y Cobertura Mínima de Banda 2.600 MHz.
- » Adjudicación Banda 700 MHz.
- » Expansión de capacidad, nuevos carriers y sitios de tecnología 3G.
- » Despliegue de infraestructura móvil en Entel Perú.

INVERSIONES 2014

| | 2014 (MM USD) |
|----------------------|---------------|
| Negocio Móvil | 371,3 |
| Negocio Fijo | 129,2 |
| Proyectos a Clientes | 93,0 |
| Filiales ECC y AMP | 12,1 |
| Entel Perú | 286,9 |
| TOTAL | 892,5 |

INVERSIONES

Con el propósito de continuar otorgando un servicio de primer nivel a nuestros clientes por medio de infraestructura propia de altísima calidad, Entel invierte en forma continua en redes, plataformas y data center. En este contexto, durante el año 2014 la compañía destinó en total USD 893 millones a infraestructura.

El monto invertido en 2014 está compuesto por USD 313 millones asociados a crecimiento y mantenimiento de infraestructura de red móvil en Chile, en el que están incluidos USD 48 millones asociados a la ejecución del proyecto de Localidades Obligatorias y despliegue de la Cobertura Mínima para la adquisición de la Banda 2.600 MHz. Adicionalmente, se realizaron inversiones por USD 108 millones asociados a despliegues de red fija, cubriendo áreas de interés con red de fibra óptica de última generación, así como a proyectos a clientes para los mercados Empresas y Corporaciones.

En línea con el desarrollo del negocio TI, se realizaron inversiones en infraestructura por USD 29 millones asociados a proyectos de crecimiento, habilitando 1.000 nuevos m² en el Edificio 2 de Ciudad de los Valles, y el inicio de obras para la habilitación de 300 m² en el data center de Amunátegui, Certificación TIIER-III, UpTime Institute, para CDLV-2, segundo piso, además de otras mejoras en todos nuestros data center, en las plataformas on demand y en proyectos a clientes.

Además, en 2014 se realizaron inversiones en plataformas de sistemas y equipamiento destinadas a apoyar tanto la gestión técnica como comercial por un monto de USD 49 millones (USD 10 millones más que el año 2013).

100%

de los sitios móviles en Perú
están conectados con red de
microondas.

USD
893 millones
destinó en infraestructura Entel.



DESPLIEGUE DE REDES EN PERÚ

En 2014, la compañía continuó el despliegue de redes de voz y datos 2G y 3G a través de la banda 1.900 MHz que se adjudicó en 2007.

El proceso de desarrollo es efectuado por medio de criterios de diseño y segmentación poblacional y geográfica, con el que pretende elevar de manera considerable la cobertura de todo el territorio peruano hacia fines de 2015. Este proceso utiliza, además de la lógica de cobertura, una lógica de diseño centrado en estándares de calidad, similar a lo utilizado en Chile. Con este criterio se han casi duplicado los puntos de presencia de antenas, llegando a más de 1.700 POPs en todo Perú, y se han establecido siete nuevos puntos de presencia de la "red Core" o el cerebro de la red.

SERVICIOS 4G PARA ENTEL PERÚ

Luego de adjudicarse en 2013, a través de la filial America-tel Perú, el bloque B de la banda AWS 40 MHz, licitada por la autoridad peruana para el despliegue del servicio LTE, Entel inició su oferta de servicios de datos ampliando su gama de tecnologías de acceso móvil. La compañía desplegó simultáneamente con las redes 2G y 3G, utilizando antenas activas y single RAN, tecnología de última generación que optimiza las inversiones, disminuye los plazos de ejecución y los futuros costos de operación.

EXPANSIÓN DE RED DE FIBRA ÓPTICA EN CHILE

Durante 2014 continuó el despliegue de la red de fibra óptica de tecnología GPON iniciado en 2010, con el propósito de expandir la cobertura y capacidad de atención al segmento Empresas. Al término de la gestión se alcanzó un total de 25.000 direcciones de negocio (Business Passed) construidas durante el año 2014, incluyendo el despliegue tanto horizontal como vertical en edificios comerciales, llegando a un total de más de 66.000 Business Passed acumulados hasta hoy.

REDES DE TRANSPORTE

Fibra Óptica

La red de Fibra Óptica Troncal (FO) posee más de 5.000 km a lo largo de Chile. Incorpora tecnologías de transmisión SDH y DWDM, con las que se alcanzan capacidades de transporte de hasta 400 Gbps. Esta red es utilizada principalmente por la red IP/ MPLS, tanto de servicios fijos como móviles. Durante 2014 la compañía elevó a 75% la proporción de fibra óptica dentro de sus planes de transmisión hacia los puntos de agregación de tráfico IP.

Con el objetivo de separar las redes troncales (Norte y Sur) se dispuso de una topología "Super Core" que interconecta 3 POPs de Core (CNT, CDLV y un tercer punto), para que funcionen lógicamente como parte de un solo POP altamente escalable y, a la vez, podrá disminuir la vulnerabilidad evitando concentrar el tráfico en un solo lugar.

Microondas

Esta red es utilizada actualmente como una red de derivaciones y accesos, permitiendo conectar localidades, principalmente rurales, a nodos de la red troncal de FO.

Tiene cobertura a nivel nacional y es utilizada para interconectar la red de acceso, principalmente entregando servicios de telefonía móvil y servicios de datos inalámbricos. La tendencia de esta red es migrar hacia el protocolo IP, retirando los nodos legacy paulatinamente.

Satelital

La red satelital cuenta con 18 estaciones terrenas, distribuidas a lo largo de Chile y abarcando zonas aisladas, como Puerto Williams, Villa O'Higgins e Isla de Pascua.

En 2014 se amplió la capacidad satelital de la Isla de Pascua desde 120 Mbps a 150 Mbps (subida más bajada), además se adjudicó la concesión de Servicio Intermedio de Telecomunicaciones para Isla de Pascua (Proyecto FDT), con el que se alcanzará una capacidad satelital de 250 Mbps (175 Mbps de subida y 75 Mbps de bajada). Con ello se podrá mejorar la oferta comercial en la isla.

Utiliza capacidad de los sistemas satelitales de Intelsat y Telesat para dar soporte a servicios de telefonía, datos, transporte de señales de televisión y audio digital.

Asimismo, Entel opera una plataforma VSAT, orientada a tráfico de redes privadas LAN/IP e Internet, con tecnología DVB.

REDES DE ACCESO_

Red Acceso xDSL

La Red de Acceso xDSL tiene cobertura en 142 comunas del país. Permite entregar servicios de voz, datos e Internet a través de una variada gama de productos.

El foco de las inversiones asociadas a esta red está puesto en el aumento de velocidades, cantidad de servicios y renovación de equipamiento.

Red Acceso MPLS

Tanto en el Core como en el acceso, la red MPLS ha evolucionado a conexiones Gigabit Ethernet a lo largo de todo el territorio nacional, para brindar servicios dedicados y de alta disponibilidad para voz y datos.

Actualmente, Entel posee alrededor de 766 POPs con servicios Switch/MPLS en 300 comunas. En la Región Metropolitana cuenta con una red Metro Ethernet de alta redundancia, conformada por anillos ópticos primarios de hasta 10 Gbps, además de anillos secundarios Ethernet de alta velocidad para accesos de servicios móviles y privados.

Red GPON

En 2014, la red de fibra óptica GPON para atender a clientes de Mercado Empresas alcanzó a más de 66 mil BP, incluyendo microempresas, infraestructura que fortalece la cobertura en 36 comunas del país.

Red Móvil 2G

Red Móvil 2G sigue siendo un pilar importante para el servicio que presta Entel a sus usuarios. La red 2G está implementada con tecnología GSM/GPRS/EDGE en la totalidad de sus puntos de presencia; se encuentra dimensionada y configurada para soportar especialmente el servicio de voz, aunque también soporta datos con velocidades de conexión de promedio de 100 kbps, hoy en día de utilidad sobre todo para conexiones de datos M2M.

Red Móvil 3G

Sobre la red 3G se sustenta el servicio de Banda Ancha Móvil, el servicio de telefonía de voz para los clientes con teléfonos 3G y los servicios de datos para los clientes smartphone.

Con estas tecnologías se pueden alcanzar velocidades peak teóricas de transmisión de datos de 42 Mbps de bajada y 5,7 Mbps de subida.

La red de acceso móvil 2G y 3G cuenta con alrededor de 5.500 POPs de red. La compañía aumenta permanentemente la capacidad de esta red, para satisfacer el constante incremento de la demanda de tráfico. Durante 2014 fueron implementados cerca de 478 nuevos sitios 3G banda 1.900 y 203 sitios 3G banda 900.

Red Móvil LTE

El despliegue de la red móvil de cuarta generación comenzó en 2013 gracias a la adjudicación de la banda de 2.600 MHz en agosto de 2012. En marzo de 2014 finalizó el despliegue de sitios LTE 2.600 comprometidos con Subtel, con un total de 880 sitios completados. Adicionalmente, se desplegó un total de 50 sitios LTE en seis cluster de interés comercial, cuatro de ellos en Santiago y dos en la Sexta Región. Entel espera seguir creciendo de forma gradual, aunque un despliegue más profundo de LTE se podrá alcanzar con la nueva licitación de espectro para LTE en banda 700 MHz.

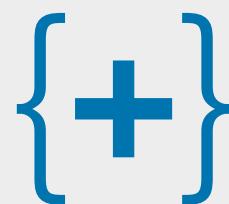
Red de data center

Entel cuenta con siete data center interconectados entre sí a través de redes de Fibra Óptica IP/ MPLS/DWDM, los que son denominados de acuerdo a su ubicación como: Amunátegui, Pedro de Valdivia, Ñuñoa, Longovilo, Vicuña Mackenna y Ciudad de los Valles.

Estos data center tienen una superficie de más de 7.500 m² en sala ya habilitados y un masterplan de crecimiento proyectado hasta los 11.675 m². Desde estos centros, Entel ofrece servicios de outsourcing de operación TI; desde housing hasta servicios más complejos que involucran la operación y explotación de las plataformas que soportan los procesos de negocio de los clientes.

Los servicios de data center se orientan a empresas que requieren maximizar la disponibilidad de las aplicaciones vitales del negocio, mejorar los niveles de seguridad y protección de la información crítica, y reducir considerablemente las inversiones en infraestructura comparadas con las que debería destinar un cliente promedio para obtener un servicio equivalente en forma directa.

7.500 m²
superficie de data center
habilitadas.





Data Center Ciudad de los Valles.

INFRAESTRUCTURA DE ENTEL PERÚ

Red Móvil

Red 3G 1.900 MHz (UMTS), desplegada a través de 1.713 sitios a nivel nacional, 905 en Lima. En Lima y Callao su cobertura alcanza a alrededor del 90%.

Red iDEN (800 MHz), conocida como red PTT (Push to- Talk). Entel Perú posee 637 sitios en todo el país (455 de éstos se encuentran en Lima).

Espectro Móvil

Entel Perú posee las siguientes bandas para dar servicio:

- » 800 MHz, utilizados en servicio PTT de Motorola llamado iDEN.
- » 1.900 MHz, utilizados para dar servicios de telefonía móvil y de datos 3G.
- » 2.500 MHz y 3.500 MHz, utilizados en redes WiMax por Americatel.
- » AWS (1.700-2.100 MHz), adquirido por Americatel Perú en 2013. Servirá para dar servicios LTE a Entel Perú.

Transmisión

El 100% de los sitios móviles actuales está conectado con red de microondas.

Entel Perú no posee red de fibra óptica.

Experiencia del Cliente

ENTREGAR UN SERVICIO DISTINTIVO Y DE CLASE MUNDIAL está en el centro de la estrategia. En 2014 avanzamos en esta visión, trabajando de manera transversal y multicanal, e incorporando siempre las necesidades del cliente.

- » Premio Iberoamericano Mejor Experiencia de Clientes 2014 en la categoría Telecomunicaciones / Estudio Best Customer Experience (BCX) elaborado por IZO.
- » Premio Nacional Mejor Experiencia Clientes 2014, empresas TELCO Chile / Estudio Best customer Experience (BCX) elaborado por IZO.
- » Premio Nacional de Satisfacción de Clientes ProCalidad por 12 años consecutivos / Primer lugar en la categoría de Telefonía Móvil.
- » Compañía con menor cantidad de reclamos recibidos por la Subtel respecto de la cantidad de usuarios, de acuerdo con estudio 2014 elaborado por Subtel.
- » Liderazgo en satisfacción de clientes en todos los mercados, según estudio mensual y anual 2014 realizado por Adimark GFK.

ENFOQUE

Para alcanzar la visión de ser una empresa de servicio de clase mundial, Entel gestiona sistemática y permanentemente la experiencia de sus clientes en todos los mercados en los cuales participa, con una visión integral, de punta a punta, para cada viaje de cliente.

En este ámbito, una herramienta importante es el permanente benchmarking a nivel internacional que Entel realiza, entre

otros, principalmente con su aliado estratégico Vodafone, líder mundial en comunicaciones móviles.

Para hacer realidad la visión de una experiencia distintiva, Entel se apoya en varios pilares. En primer lugar, está la constante inversión que Entel realiza en infraestructura y tecnología de redes y data center y plataformas, factores claves para la conectividad y la calidad del servicio. En este concepto, todo el diseño y operación de redes y plataformas está centrado desde el expertise tecnológico, pero para dar un nivel de experiencia deseado.

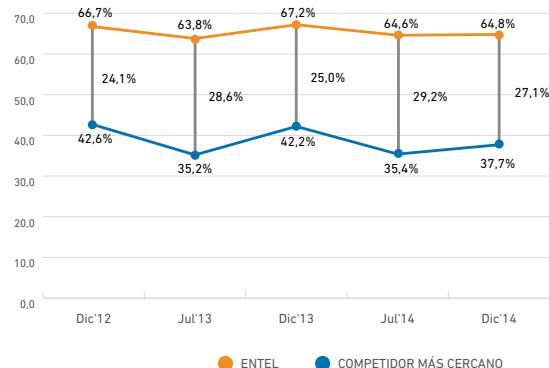
Otro factor importante es que la empresa adopta y aplica de manera sistemática mejores prácticas en la relación directa con sus clientes, tanto en la realización de proyectos como en los procesos de venta y posventa, entre otros. Esto abarca la utilización, capacitación y mantención de variadas metodologías y sistemas, tales como el Sistema de Gestión de Calidad certificado ISO 9001, prácticas ITIL, certificaciones COPC, etc.

PERSONAS

En el segmento de Mercado Personas, la gestión de la experiencia de clientes es monitoreada en tres instancias principales: en la relación con la marca Entel, en el uso de los productos y en la interacción directa con la compañía a través del contacto personal en los canales presenciales y remotos.

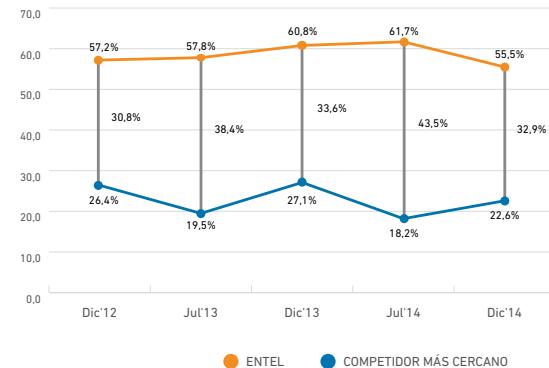
Durante 2014, la compañía siguió con el proceso de transformación de sus tiendas que inició en 2013, y que continuará en los próximos dos años, con el propósito de generar en

SATISFACCIÓN GENERAL COMPAÑÍA: CLIENTES PREPAGO
Mercado Personas



Fuente: Adimark GFK, Estudio Interno Tracking de Satisfacción de Clientes Servicios Móviles.

SATISFACCIÓN GENERAL COMPAÑÍA: CLIENTES SUSCRIPCIÓN
Mercado Personas



Fuente: Adimark GFK, Estudio Interno Tracking de Satisfacción de Clientes Servicios Móviles.

todas ellas espacios más amplios, donde los clientes pueden experimentar los equipos y ser atendidos por asesores en todo el proceso de compra, de forma integral. Durante el último año, transformó cuatro tiendas a este nuevo concepto, las que se suman a las seis que remodeló el año 2013 y a las que iniciaron la transformación como experiencia piloto en 2012. Para 2015 se propone convertir seis tiendas más a este nuevo modelo de atención.

Adicionalmente, en 2014 se remodelaron 33 tiendas express (franquiciados de menor tamaño), mejorando la experiencia del cliente en este formato, continuando con el desarrollo de este canal que al término del año 2014 alcanzó una cobertura a nivel nacional de 197 tiendas.

Este canal, que complementa las 33 tiendas operadas directamente, tiene un horario ampliado y mayor capilaridad, lo que permite llegar a todos nuestros clientes con un canal presencial que realiza venta y atención, y que este año ha ampliado su oferta de servicio, incluyendo mayor cantidad de transacciones disponibles, impactando en la cercanía y satisfacción de nuestros clientes.

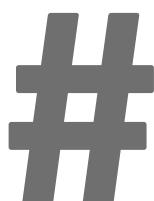
Para lograr la visión de otorgar un servicio de clase mundial, Entel ha continuado avanzando en la mirada multicanal. El cliente elige dónde ser atendido y la compañía busca ofrecer el mejor servicio en todos sus canales de atención, y consistencia entre ellos. En el último año, en sus indicadores de satisfacción operacional, Entel logró aumentar la satisfacción de los clientes que interactúan a través de sus

canales en cuatro puntos porcentuales promedio. Call Center destaca por lograr un alza de 10 puntos porcentuales respecto del año anterior. También es significativo el aumento en IVR 103 (canal transaccional y de autoatención), el cual presenta una variación de 12 puntos en relación al 2013. En el canal Tiendas, destaca el incremento de nueve puntos en el formato Propias.

EMPRESAS

La Vicepresidencia de Mercado Empresas inició la transformación de la experiencia de clientes bajo el enfoque de viajes de clientes (todo lo que vive un cliente cuando interactúa con Entel por alguna necesidad, de inicio a fin), realizando un diagnóstico, diseño e implementación del Proceso de Cotización y Provisión de Servicios Masivos Fijos, logrando un aumento del 58% de la satisfacción al cierre del año respecto del inicio de la transformación. Se está iniciando la transformación de dos nuevos procesos relacionados con los servicios fijos.

Por otro lado, respecto de los modelos de cobertura de cada segmento, se implementaron nuevas prácticas de gestión, estandarizando el método de trabajo en base a mejores prácticas y realizando seguimiento diario a la gestión de los ejecutivos comerciales en base a KPIs y metas desafiantes, permitiendo disciplina y eficiencia en su gestión. Adicionalmente, en el segmento pyme, se implementó el rediseño del modelo de cobertura con los objetivos de experiencia que aspira el modelo: resolutividad, accesibilidad y asesorar al cliente con oferta de servicios móviles, fijos y TI.





Para el segmento más masivo de empresas no carterizadas se abrieron dos exclusivos Centros de Negocio en Santiago, innovando en la programación de la visita mediante agendamiento y entregándole una asesoría experta. La satisfacción de estos centros estuvo muy por sobre lo esperado, superando en un 15% la meta propuesta.

Respecto de la satisfacción general, Entel mantuvo su liderazgo en este mercado, alcanzando un 53% de satisfacción general en el servicio móvil, generando una brecha de siete puntos porcentuales respecto de la industria. En los servicios fijos, mantuvo su liderazgo, alcanzando 61% de satisfacción como promedio del año.

CORPORACIONES

En la gestión 2014, la Vicepresidencia del Mercado Corporaciones dio continuidad al proyecto de transformación de viajes de clientes, en el que la voz del cliente, la visión de la organización y el análisis de eficiencia de procesos son los tres enfoques que se consideraron para mejorar la satisfacción con el servicio. Así, durante el ejercicio, Entel Corporaciones implementó la nueva plataforma telefónica de atención técnica llamada CAT Corp, orientada a brindar una respuesta distintiva y dedicada al usuario para la resolución de incidentes técnicos móviles.

El diseño y operación del CAT Corp tiene en su centro al cliente y, por lo tanto, cada procedimiento, protocolo comunicacional y métrica definida han sido establecidos desde una perspectiva de co-creación con ellos, recogiendo las necesidades de agilidad y calidad que han manifestado.

Asimismo, porque la mejora continua a los procesos forma parte del ADN, se desarrollaron modificaciones en el procedimiento de atención de incidentes Telco, alineándolo a las necesidades de los usuarios. Se cambió la forma de priorizar los problemas más críticos y se creó una mesa de cierre de incidentes que permite validar proactivamente la restitución del servicio con los clientes.

Todas estas acciones han sido muy valoradas por los usuarios, percepción que se refleja en los incrementos experimentados en los indicadores de satisfacción.

MAYORISTAS

Durante 2014, Mercado Mayoristas integró un área de calidad e implementó la recién creada Subgerencia de Roaming Mayoristas, cuyo objetivo es maximizar los niveles de servicio a los abonados de Entel que realizan Roaming sobre redes internacionales, y de los abonados de otras compañías que llegan a Chile y seleccionan a Entel como su red preferida.

Para seguir potenciando la experiencia de los clientes de Entel que utilizan servicios de Roaming en el extranjero, se trabajó especialmente en desarrollar canales para conocer su experiencia de uso, así como mejorar los tiempos de solución a los problemas que se presentan.

En esta línea, se implementó un panel de indicadores clave para monitorear la calidad del servicio, basado en pruebas reales de las redes de los operadores móviles internacionales que proveen a Entel el servicio en distintos países. A



51,6%
de satisfacción de usuarios obtuvo
Entel en el segundo semestre,
liderando a la industria, según
encuesta Subtel.

partir de los resultados se pudieron implementar diversas acciones de mejora focalizada y proactivas.

Asimismo, se trabajó en mejoras y optimizaciones técnicas para soportar los aumentos de tráfico que se preveían con ocasión de la Copa Mundial de Fútbol, desarrollada en Brasil. Gracias a éstas se pudo entregar una buena experiencia de navegación y comunicación de voz a los usuarios que visitaron ese país. Al mismo tiempo, se dio inicio a las actividades que permitirán habilitar servicios 4G a los clientes de Entel cuando estén en el extranjero.

EXPERIENCIA ONLINE

Alineado con la estrategia global de entregar la mejor experiencia de canales, el canal online tiene cada día una mayor relevancia para proveer la mejor experiencia de clientes, para todos los mercados y segmentos de Entel.

Durante 2014, se siguieron desarrollando mejoras en los contenidos y en la manera de entregar la información de forma más simple y transparente a nuestros clientes, tanto en la web tradicional como en la versión mobile. También se implementaron mejoras de experiencia de uso en los portales "Mi Entel" para los mercados Personas y Empresas, facilitando la autoatención en línea y la contratación de nuevos productos y servicios.

Para complementar la oferta de canales digitales, en 2014 se lanzó la nueva App Entel para smartphones con sistema Apple iOS y Android, logrando en pocas semanas una alta penetración de clientes, ofreciendo de esta forma información y transacciones en todo momento y lugar.

En el ámbito de las redes sociales, Entel provee soporte personalizado a través de Facebook, Twitter y YouTube, logrando de esta forma satisfacer las necesidades de cada tipo de cliente en el menor tiempo posible.

PREMIO EXPERIENCIA DE CLIENTE 2014

Por tercer año consecutivo, Entel recibió el premio Mejor Experiencia de Cliente 2014 en la categoría Empresa de Telecomunicaciones de Chile. Esta distinción se basa en los resultados del estudio Best Customer Experience (BCX), elaborado por la consultora IZO sobre la base de una muestra de más de 13.000 opiniones de consumidores, quienes evaluaron alrededor de 130 empresas de distintos sectores en Brasil, Chile, Colombia, España, México y Venezuela.

En Chile se realizaron más de 4.000 encuestas para conocer la opinión de los consumidores, considerando sus experiencias en los ámbitos de marca, productos y servicios.

PREMIO NACIONAL DE SATISFACCIÓN DE CLIENTES

Confirmando el liderazgo de Entel en la calidad de servicio, por duodécimo año consecutivo Entel fue distinguida con el primer lugar del Premio Nacional de Satisfacción de Clientes ProCalidad en la categoría de Telefonía Móvil. Este ranking es el único que analiza la satisfacción de los chilenos con 25 sectores de servicios sobre la base de más de 30.000 encuestas de opinión directa de los clientes, realizadas en el plazo de un año.

MENOR ÍNDICE DE RECLAMOS

La preocupación por asegurar una mejora continua de la experiencia de clientes se vio reflejada en la notoria mejoría que muestra el índice de reclamos de Entel en 2014, según el ranking de reclamos en el mercado de telefonía móvil realizado por el Servicio Nacional del Consumidor y la Subsecretaría de Telecomunicaciones.

En la última medición, Entel registra en 2014 la menor cantidad de reclamos recibidos por la Subtel respecto de la cantidad de usuarios, en telefonía móvil (0,7 por cada 10.000 clientes), comparado con las compañías con red propias de telecomunicaciones de Chile.

Asimismo, en el indicador de calidad de red de telefonía móvil (voz), Entel aparece en el segundo semestre con un 99,3% de las llamadas establecidas exitosas respecto de los intentos de llamadas totales, el más alto dentro de las empresas medidas, siendo consistente con su promesa al cliente de vivir mejor conectado. Este indicador se mide a través de mediciones Drive Test en cuatro comunas de la Región Metropolitana (La Florida, Maipú, Pudahuel y Puentel Alto), realizadas simultáneamente en modalidad exterior (outdoor) y en igualdad de condiciones, a los operadores con redes propias (2G y 3G), con 400 mediciones en promedio para cada operador.

Respecto de satisfacción de clientes, el estudio Subtel incluye el indicador de satisfacción de usuario, donde Entel se sitúa en el primer lugar en el segundo semestre del año 2014, con un 51,6, confirmando el liderazgo en servicio frente al resto de los operadores del país.



02

Pilares Estratégicos

Innovación

LA INNOVACIÓN ES EL MEDIO QUE NOS PERMITE GENERAR una oferta de valor distintiva y transformadora. La realizamos desde y para las personas, y está situada en el cruce de la tecnología y el negocio.

- » Premio Best Place to Innovate 2014 en ranking de las 50 empresas más innovadoras realizado en conjunto por Corfo, la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad de Chile y Cadem.
- » Primer lugar de la industria de Telecomunicaciones en ranking Most Innovative Companies Chile 2014 elaborado por el ESE Business School de la Universidad de los Andes.
- » Implementación de iniciativa Intrainnovación.
- » Creación de Facturanet.
- » Implementación piloto de smartparking.
- » Acuerdo de colaboración con la Subsecretaría de Transportes para optimizar gestión del transporte público.

ENFOQUE

En una industria que se mueve por los cambios tecnológicos y las tendencias sociales, la innovación juega un rol crucial al momento de otorgar soluciones a las necesidades de los clientes. Es por ello que en Entel la innovación es una tarea de todos sus colaboradores. De esta forma, la compañía busca permanentemente fortalecer un ecosistema capaz de generar valor de manera gestionable y constante, con focos claros y equipos comprometidos.

La innovación y la capacidad de adaptación son parte de los pilares culturales de la compañía, cuya propuesta promue-

ve que cada colaborador, independientemente del área en la cual trabaja, esté constantemente desafiándose y buscando nuevas oportunidades para entregar un mejor servicio.

Al mismo tiempo, y gracias a sus alianzas, Entel analiza las tendencias mundiales de la industria para, junto con sus socios y aliados, apostar por iniciativas que ayuden al desarrollo del país y que promuevan su liderazgo en los mercados en los cuales participa.

ECOSISTEMA

La compañía cuenta con tres gerencias que articulan la estrategia de largo plazo. La Gerencia de Innovación, la de Evaluación Económica e Inversiones y la de Planificación y Nuevos Negocios operan de manera integrada para apoyar, implementar y ejecutar iniciativas en beneficio de la empresa.

La Gerencia de Innovación tiene la responsabilidad de fomentar y madurar la innovación dentro de la compañía, explorar proyectos disruptivos y gestionar las alianzas necesarias para su desarrollo. Mediante una red, Entel involucra a todos los colaboradores de la compañía para identificar oportunidades y desarrollar proyectos que permitan crear nuevas ofertas de valor y entregar siempre un mejor servicio.

El modelo de Entel se apoya en distintos estamentos, tales como el Comité Estratégico de Innovación, conformado por la alta dirección de Entel, el cual vela por el seguimiento a los avances en la cultura de innovación y aprueba el desarrollo de iniciativas o proyectos disruptivos y con potencial transformador, alineando las diferentes áreas de la compañía.





OBJETIVOS DE INNOVACIÓN

Tecnología y servicios

Inducir saltos tecnológicos cualitativos, apalancados en la innovación, que permitan a la compañía ofrecer productos y servicios relevantes para cada segmento y así alcanzar y mantener posiciones líderes en el mercado de personas, empresas y corporativo.

Procesos

Generar procesos simples y eficientes en todas las áreas de la compañía, centrados siempre en las necesidades de los clientes externos e internos.

Negocios

Generar modelos de negocios y formas de comercialización innovadoras, diferenciales y de referencia en el mercado.

Cultura organizacional

Desarrollar el talento, capital humano y el ADN necesarios.

MODELOS DE INNOVACIÓN

El primer modelo apunta a la innovación de base, buscando vincular necesidades y oportunidades en cada una de las áreas de la compañía, para ser abordadas por sus propios colaboradores y con el apoyo de equipos multidisciplinarios. En éstos se comparten las ideas y se trabaja, en conjunto en busca de soluciones a los diferentes desafíos que van surgiendo en el mercado o hacia el interior de la organización.

El segundo foco corresponde a los proyectos frontera, situados en los bordes del core business de la compañía, los que son enfrentados por equipos multidisciplinarios seleccionados por el Comité de Innovación para cada caso particular, junto a la Gerencia de Innovación. Utilizan diferentes metodologías para identificar y validar el potencial de un determinado producto o modelo de negocio, mediante la realización de prototipos e identificando insights desde los clientes.

FACTURANET: DE UNA OBLIGACIÓN A UNA OPORTUNIDAD

En noviembre de 2014 y de manera gradual hasta 2017, todas las compañías de Chile deberán facturar electrónicamente, debido a la entrada en vigencia de la Ley N° 20.727. La regulación obliga a las empresas con ingresos anuales superiores a 100 mil UF al año contar con este sistema a partir del pasado 1 de noviembre de 2014.

Con este propósito, Entel desarrolló Facturanet, servicio que permite al cliente cubrir todos los requerimientos en materia de documentos tributarios electrónicos (DTE), contemplando su generación, transmisión, recepción, almacenamiento y recuperación. A su vez, posee la ventaja de soportar diversos modelos de facturación, ya sea centralizada en sucursales, ventas móviles, entre otras.

Junto con mejorar la gestión y eficiencia del negocio, una gran ventaja de esta herramienta es el ahorro, ya que con este sistema hay un mejor control de costos por concepto de gastos de envío, papel, procesamiento y almacenaje. Permite también responder rápidamente las consultas de los clientes respecto de facturas emitidas, gracias al acceso en línea a los documentos, y es, al mismo tiempo, sustentable y amigable con el medioambiente.

En términos de seguridad, estos servicios son más confiables debido a que cuentan con mecanismos para comprobar su autenticidad y validez tributaria, comercial y financiera. Con ello se disminuyen considerablemente los riesgos de fraude y eventuales errores en la digitación y pérdida de documentos.

INICIATIVAS SMARTCITIES

Continuando con iniciativas que impulsen la tendencia de Smart City o Ciudad Inteligente, que buscan aportar a la calidad de vida de las personas mediante la incorporación de la tecnología y los esfuerzos de entidades públicas y privadas, Entel implementó un piloto de smartparking en la comuna de Las Condes.

Se instalaron sensores en las plazas de estacionamiento de dos calles contiguas al Apumanque y en los accesos al parking del centro comercial, los que registran la información de movilidad vehicular y la disponibilidad de espacios de más de 650 plazas.

A través de una aplicación móvil de libre descarga y del panel informativo, instalado en la calle Apoquindo, los usuarios pueden informarse de la cantidad de espacios vacantes, permitiéndoles ahorrar tiempo y combustible, descongestionando, además, las calles de acceso y el interior del estacionamiento. Desde el punto de vista de la ciudad, se mejora la calidad medioambiental y la salud de los ciudadanos, al disminuir las emisiones de CO₂ y la contaminación acústica provocadas por el tráfico vehicular.

Acuerdo de colaboración para optimizar la gestión del transporte público.

El proyecto piloto, primero en Latinoamérica, consiste en analizar el gran volumen de datos que se genera con la actividad en la red móvil de los usuarios, para convertirlo en información útil que permita entender la forma de desplazamiento en la ciudad, identificar puntos de mejora en el transporte y ayudar en la planificación de éste en Santiago.

INTRAINNOVACIÓN

Con el propósito de incentivar la participación de los colaboradores en el proceso de innovación, en la gestión 2014 se desarrolló una nueva iniciativa denominada Intrainnovación.

Durante 2014 se trabajó directamente con un subconjunto de gerencias y sus equipos para identificar los principales desafíos y se formaron equipos para trabajarlos. El 2015 este trabajo se abrirá a toda la organización, generando un espacio para innovar y para acelerar ideas que pueden tener un impacto en el negocio.

RECONOCIMIENTOS

En la gestión 2014, Entel nuevamente fue reconocido en el ranking The Most Innovative Companies Chile, realizado anualmente por el ESE Business School de la Universidad de los Andes. Esta distinción ha sido obtenida por la compañía en sus cuatro ediciones anteriores, lo que ratifica su compromiso y trabajo continuo en materia de innovación.

El estudio mide la eficiencia en los recursos para innovar, por lo que en cada una de las firmas distinguidas se reconocen ejemplos de las mejores prácticas. En el caso de Entel, la apuesta está en lograr una cultura innovadora al interior de la compañía, para adaptarse a los nuevos escenarios, generando propuestas de valor y relevantes para los clientes, contribuyendo con ello a que podamos vivir mejor conectados.

PRIMERO DE LA INDUSTRIA EN RANKING DE PERCEPCIÓN

En reconocimiento a sus políticas e iniciativas de innovación, Entel fue destacada con el premio Best Place to Innovate 2014 en la industria de comunicaciones, entregado por la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad de Chile en colaboración con Corfo y la empresa de investigación Cadem.

Esta distinción se basa en el Primer Ranking de Percepción de InnovAcción, el que reconoce cuatro etapas ascendentes de desarrollo: Creatividad, donde la innovación depende de la creatividad de pocas personas; Innovación, que se sustenta en el esfuerzo individual de pocas personas; Acción, resultado del esfuerzo de toda la organización, y Cambio Efectivo, en que la innovación es parte fundamental de su forma de operar e incorporar a terceros.



* 3.

NEGOCIOS



Arriero de Paihuano,
región de Coquimbo. Este
lugar corresponde a una
de las 1.474 localidades
beneficiadas con el proyecto
"Todo Chile Comunicado".

Industria

HOY TODO EL MUNDO ESTÁ CONECTADO. Los datos móviles lideran el crecimiento del sector de Telecomunicaciones, acompañado por Internet Fija y TV paga, que se vuelve un servicio sobre la Internet fija y móvil.

TENDENCIAS GLOBALES

Exponencial crecimiento del tráfico de datos

El tráfico de datos mundial aumentó 73% durante 2014, y se espera mantenga esta tendencia en 2015, registrando un avance de 69%.

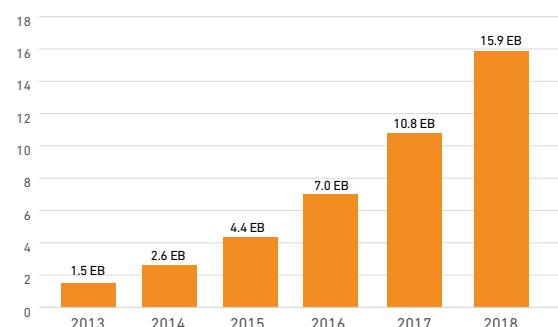
Este sostenido crecimiento ha sido impulsado principalmente por los smartphones, que en Chile alcanzaron una penetración de 44% en 2014 y se estima llegarán a 50% al año 2015, según OVUM. En Europa Occidental, en tanto, la penetración fue de 52% en 2014 y alcanzaría a 59% en 2015, mientras en Norteamérica se situó en 64% este 2014 y llegaría a 69% en 2015, según la misma fuente.

Contribuye al incremento en el tráfico de datos la tendencia de los consumidores a usar dispositivos como tablet, smartphone o PC/laptop. Estos productos presentan un crecimiento de tráfico equivalente a los smartphones, con volúmenes iniciales más altos. Sin embargo, debido a que el número de dispositivos no crece de manera tan significativa como los smartphones, su impacto en el tráfico total es menos notable.

El tráfico de datos generados por estos dispositivos se debe, en gran medida, a la utilización de video, el que visualiza cada vez más en aparatos móviles. A ello se agregan las aplicaciones OTT de mensajería y voz, que también forman parte de las preferencias de los consumidores en términos de utilización de datos.

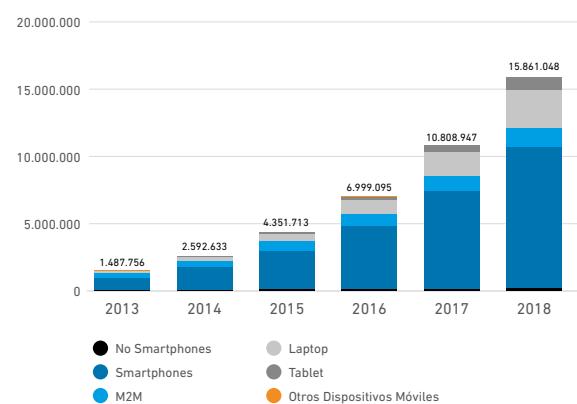
Hoy, a nivel mundial, el video corresponde a un 42,7% del tráfico móvil, aumentando 73,7% respecto de la cifra del 2013, según Ericsson Mobility Report 3Q14, noviembre

TRÁFICO MUNDIAL EXABYTES POR MES



Fuente: Cisco VNI Mobile 2014.

TRÁFICO TOTAL POR CATEGORÍA DE DISPOSITIVO TB POR MES



2014. Esta participación pasará a un 45% el 2015, lo cual presenta un crecimiento de 62% respecto de 2014.

El aumento significativo en el volumen de datos destinado a video móvil se debe a la popularidad del uso del streaming de video sobre redes móviles, la mayor cantidad de contenido en formato de video y la constante mejora en la calidad de los mismos, debido a una mejora por parte de los dispositivos (tamaño de pantallas y resolución) y al avance y mejora de las redes móviles.

Criterios para definir la "cobertura" cambian. Las coberturas móviles ya no se miden en función de si se tiene o no señal (que sigue siendo importante), sino que cada vez más se usa la cobertura con la perspectiva de las "aplicaciones" o "apps", que mide si una determinada aplicación funciona bien en una determinada red.

Esta tendencia, además de impulsar el tráfico, está cambiando la manera en que los consumidores ven televisión y, de paso, la forma en que la industria elabora su oferta de servicios para los clientes.

La televisión en el móvil

El abanico de contenidos disponible en video y multimedia para la red fija y su preferencia por parte de los consumidores ha llevado a que estos servicios también sean demandados en los dispositivos móviles. Esto ha incentivado a los operadores a ofrecer una experiencia en que los clientes puedan tener acceso al contenido desde cualquier tipo de dispositivo, estrategia que se denomina TV Everywhere. Adicionalmente, la televisión ha evolucionado a un formato cada vez más interactivo, lo cual ha impulsado el crecimiento de los servicios on demand, la grabación de programas (DVR) y la integración con las redes sociales.

Reestructuración de la oferta

Las nuevas tendencias de los consumidores hacia la comunicación por medio de datos han impulsado a que los servicios de voz cedan terreno en las preferencias de los usuarios. La creciente demanda en los servicios de datos ha llevado a que, a nivel global, los operadores reformulen la manera en que ofrecen servicios a sus clientes, cambiando la composición de los planes de acuerdo con sus requerimientos. Así, los operadores están girando su foco en el volumen de datos consumidos en vez de los minutos de voz, generando planes con datos limitados y mensajería y minu-

tos de voz ilimitados. Además, están surgiendo los planes de datos compartidos, que permiten utilizar un cierto volumen de datos en varios dispositivos, lo cual está alineado con la tendencia de múltiples dispositivos conectados.

En este escenario, y buscando entregar la mejor experiencia, en 2013 Entel inició un proceso de innovación en su forma de tarificar sus planes multimedia. En el último ejercicio la compañía ha seguido avanzando exitosamente en esa transformación tarifaria. Al cierre de diciembre, un 50% de los usuarios tiene planes que de alguna forma tarifican los datos excedidos.

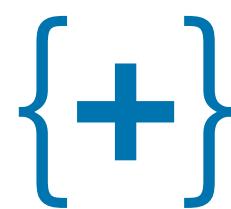
Producto de estas nuevas tendencias de los consumidores, el principal desafío que viene es llevar esta transformación tarifaria al mercado de Prepago Móvil y ofrecer también nuevos esquemas atractivos para Banda Ancha Móvil (BAM).

La conectividad de las cosas

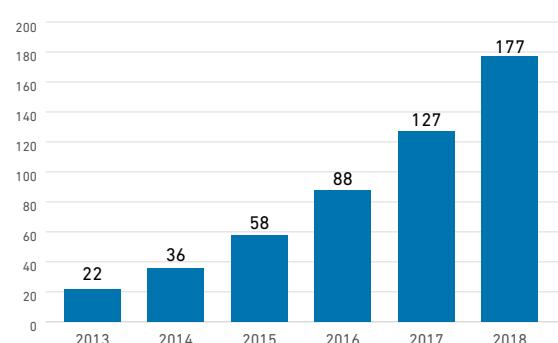
La conectividad de las cosas está fuertemente presente en el segmento empresarial y corporativo desde hace ya varios años; sin embargo, se está convirtiendo en una realidad para los consumidores a través del fenómeno de los artículos "vestibles" (o wearables devices) que se han popularizado en el último tiempo. Estos dispositivos toman diferentes formas, desde relojes inteligentes, anteojos, monitores de salud y deporte, hasta ropa inteligente, entre otros.

Pese a estar en una etapa inicial, Cisco le otorga un alto potencial de crecimiento a estos dispositivos, con un crecimiento anual promedio de 52% al 2018.

BILLONES DE CONEXIONES M2M



NÚMERO DE CONEXIONES DE ARTÍCULOS VESTIBLES GLOBALES
(millones)



Fuente: Cisco VNI Mobile 2014.

Desde una perspectiva de pymes y hogares, se espera que el uso de servicios TI en Cloud, las aplicaciones de video, redes sociales y de negocios crezcan de manera impresionante en los próximos años. Para hacer frente a este aumento masivo de la demanda de servicios será necesario contar con una conectividad de mayor capacidad, seguridad y disponibilidad. Una de las tecnologías que mejor satisface estos requerimientos de conectividad es la fibra óptica, la cual también permite soportar las tecnologías móviles de última generación a través de femtoceldas. El objetivo final es poder satisfacer la convergencia de los servicios y aplicaciones desde una perspectiva de las empresas y las personas, tanto fijas como móviles.

Por otro lado, la combinación de las redes sociales de personas como una nueva forma de vida y el número cada vez mayor de dispositivos y sensores conectados (autos, utilties, luminarias, seguridad, entre otros) están validando el concepto de IoT (Internet of Things). Lo anterior está dando lugar a la generación de grandes cantidades de datos, de los cuales gran parte de ellos se mantienen en Cloud. La posibilidad de acceder a estos datos presenta un gran potencial para ayudar a las empresas a ser más eficientes. De la misma forma, el volumen, la velocidad y la variedad sin precedentes de los datos hace que las empresas que estén equipadas para analizarlos y extraer su valor potencial a través de Big Data Analytics, tengan una gran ventaja competitiva sobre sus competidores.

A medida que las organizaciones comienzan a analizar este tipo de información, pueden abordar tanto la inteligencia de negocios (Business Intelligence) como las variables claves de la toma de decisión y las predicciones de su negocio y operación en forma mucho más efectiva.

Así, para tangibilizar estos conceptos en el ámbito industrial asociado a IoT y Big Data Analytics, se está evolucionando rápidamente hacia procesos de mantención predictivos, dejando atrás los procesos correctivos y preventivos, con lo que se obtienen importantes ahorros en eficiencia operacional.

Frente a esta tendencia, destaca la ventaja de Entel al tener la infraestructura necesaria para soportar no sólo la conectividad de los dispositivos, sino también los ambientes Cloud y Big Data, que permiten procesar tanto los datos generados, como modelos de negocio innovadores que habilitan nuestra participación en un mercado con gran potencial.

LA INDUSTRIA EN CHILE

Tamaño

Los ingresos brutos estimados de la industria de las telecomunicaciones en Chile al cierre del 2014 totalizaron \$5.016.527 millones. Las comunicaciones móviles (voz y datos) concentraron \$2.643.624 millones. El resto se distribuye entre los negocios de televisión de pago (\$676.952 millones), Internet fijo (\$437.357 millones), datos fijos empresariales (\$317.580 millones), servicios de Outsourcing TI (\$393.863 millones) y telefonía fija e IP (\$547.151 millones). Los Ingresos por cargos de acceso estimados, totalizaron \$161.128 a diciembre del 2014, con una caída de \$278.954 respecto del año 2013, lo que explica la caída de la industria.

Competencia

En las comunicaciones móviles en Chile (con todos los servicios de voz tradicional, Internet móvil, banda ancha móvil -conexiones con "dongles" o routers para notebooks y PC's-, machine to machine, entre otros), participan operando sobre redes propias: Entel, Movistar (parte del Grupo Telefónica España), Claro (propiedad de América Móvil), Nextel (filial de NII Holding Group, en enero de 2015 fue adquirida por Novator, fondo de capital privado con base en Inglaterra) y VTR (propiedad de Liberty Global Medios).

Además de los operadores con red, actúan en este mercado cuatro operadores móviles virtuales (OMV) que emplean redes de terceros para prestar sus servicios: Virgin Mobile, Netline, GTD móvil (quienes comenzaron a operar en 2012) y Móvil Falabella, compañía que inició sus operaciones sobre redes provistas por Entel en julio de 2013. Nextel y VTR operan también como OMV en las zonas no cubiertas por sus propias redes. Nextel opera con roaming en dichas zonas con Entel.

En el mercado móvil, todos los operadores ofrecen Internet Móvil a través de smartphones (Navegación en Móvil), BAM (USB) y aplicaciones empresariales.

Actualmente, diez operadores prestan el servicio de telefonía fija y juntos representan la totalidad de las líneas fijas en servicio. Entre los principales se cuentan Movistar (Telefónica Chile), VTR y el Grupo GTD, principalmente a través de GTD Manquehue y Telsur.

En el mercado de Banda Ancha Fija, existen en Chile nueve operadores. Entre ellos, Entel, Telefónica Chile, VTR, Grupo GTD y Claro.

En el mercado de la televisión de pago, los principales proveedores son VTR, Direct TV, Telefónica, Claro y Entel, quien inició la oferta de este producto para el segmento residencial en 2012.

En el segmento de datos fijos empresariales tres operadores concentran una parte significativa del mercado y tienen infraestructura de alcance nacional. En este mercado, Entel compite principalmente con el Grupo Telefónica, Claro Chile y el Grupo GTD (Teleductos y Telsur).

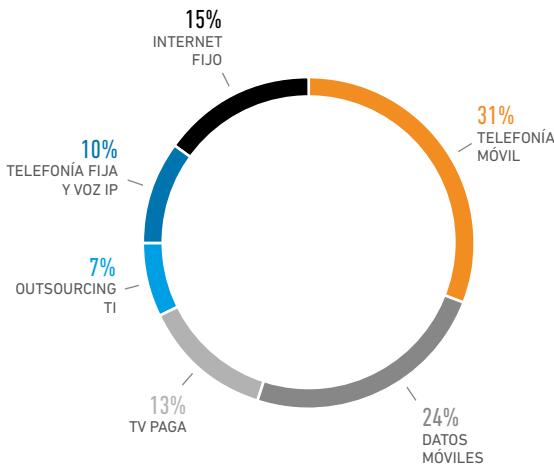
En la línea de negocios de Outsourcing TI participan empresas de la industria de las telecomunicaciones, Telefónica, Claro, Entel, y del sector de servicios TI, como Sonda, IBM, HP, Synapsis, Adexus y Level 3.

CRECIMIENTO Y EVOLUCIÓN DE LAS PENETRACIONES

La industria decreció 2,5% a diciembre de 2014, afectada por la caída en la tarifa de interconexión o cargo de acceso, una mayor madurez en el mercado y por el contexto económico del año. Los cargos de acceso se redujeron un 75% en enero de este año, lo que afectó principalmente a los clientes de prepago. Esta caída, en conjunto con el contexto de la industria, generó una reducción en la tasa de penetración de la telefonía móvil (en conexiones sobre población), la que llegó a 128,63% en septiembre 2014, 4,2 puntos porcentuales menor a la penetración de septiembre 2013, de 132,82%.

Por otro lado, la industria móvil fue impulsada positivamente por el sector de los datos móviles. La participación de smartphones sobre el total de líneas móviles se elevó a 44%

INGRESOS DE LA INDUSTRIA DE TELECOMUNICACIONES DE CHILE
Distribución por área de negocio, diciembre de 2014



Fuente: Estimaciones Entel en base a FECU, Proyecciones IDC e Informa.

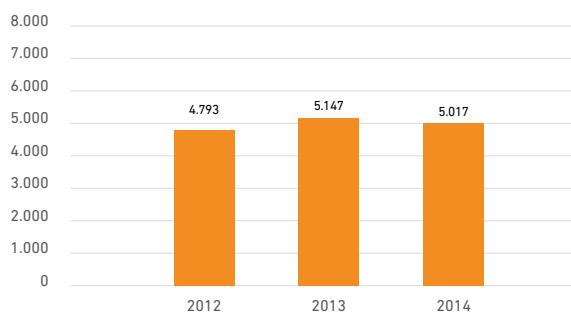


en Chile, según datos de OVUM para 2014, y en el caso de Entel alcanza a 60% sobre las líneas activas en el período. Esto último ha impulsado el uso de conexiones a Internet móvil a través de las redes 3G y 4G, proceso que se ha profundizado con la licitación de la banda de 2.600 MHz en 2012 y el proceso de adjudicación de espectro en la banda 700 MHz durante la primera parte de 2014.

En Chile, las conexiones de Internet móvil ascendieron a 10.420.538 conexiones a septiembre 2014, creciendo un 11,8% respecto del año anterior, impulsada principalmente por la navegación en el móvil. Un 91% de éstas corresponde a smartphones, un 7% a BAM y un 1% a M2M.

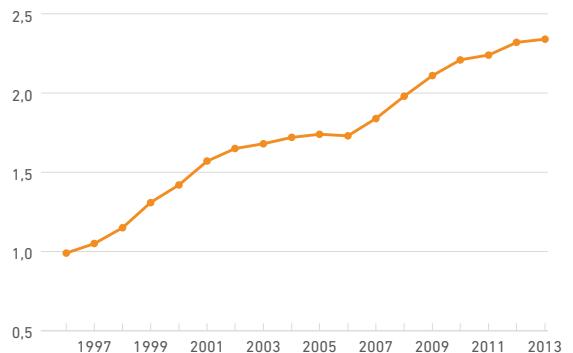
La telefonía fija residencial en Chile disminuyó desde 20,9 líneas por cada 100 habitantes en diciembre de 2009, a 18,9 líneas por cada 100 habitantes al 31 de septiembre de 2014, luego de que la caída de un 73% en los cargos de acceso y la eliminación de la larga distancia nacional ayudaran a revertir la caída de la telefonía fija en Chile. Para Entel se observa un crecimiento de 101,5% en las líneas de telefonía fija comparado con diciembre de 2009, al totalizar 335.311 a septiembre de 2014.

EVOLUCIÓN DE INGRESOS DE LA INDUSTRIA
En miles de millones de \$



Fuente: Estimaciones Entel en base a FECU, Proyecciones IDC e Informa.

PIB COMUNICACIONES INDUSTRIA CHILE %



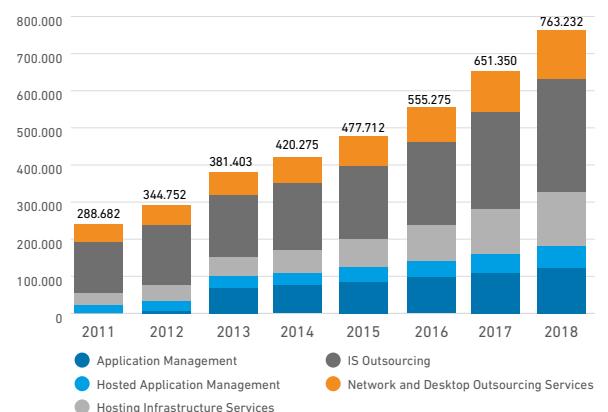
Fuente: Banco Central.

En tanto, el acceso de banda ancha fija alcanzó a una tasa de penetración sobre cada 100 habitantes de 13,91% al 31 de septiembre de 2014, lo que representa un incremento del 47% del número de suscriptores desde diciembre de 2009, con 9,96% de penetración sobre cada 100 habitantes.

Asimismo, la penetración de suscriptores de TV paga sobre los hogares del país fue de 15,5% a septiembre 2014, un aumento de 35% en el número de abonados respecto de diciembre de 2009, cuando la penetración era de 9,8%. Es decir, el crecimiento de la penetración ha sido un 59% en el período.

En negocios de Outsourcing TI la participación de mercado de Entel se ha elevado desde 26% en 2012 a 28% en 2014, considerando los ingresos totales del mercado de Telecomunicaciones y Outsourcing TI, de acuerdo con estimaciones de la compañía en base a información publicada por los participantes de esta industria.

CRECIMIENTO DEL OUTSOURCING TI EN CHILE
En millones de \$



Fuente: IDC IT services Tracker – 1H2014.
El 2014 está proyectado según IDC.



Marco Regulatorio

Chile

Los servicios de telecomunicaciones en Chile están regidos por la Ley N° 18.168, Ley General de Telecomunicaciones, y su normativa complementaria. En ella se establece como principio general un régimen de libre e igualitario acceso a las telecomunicaciones, en el que cualquier persona puede optar a las concesiones y permisos en la forma y condiciones que establece la ley.

Los servicios públicos e intermedios de telecomunicaciones que requieren espectro radioeléctrico, y que por razones técnicas permiten la participación de un número limitado de empresas, se someten a concurso público en los términos que señale la norma técnica específica.

La interconexión de los servicios públicos e intermedios de telecomunicaciones es obligatoria y sus precios de interconexión son regulados. El resto de los precios o tarifas a público son libremente fijados por el proveedor del servicio respectivo, salvo calificación del Tribunal de Defensa de la Libre Competencia (TDLC) en situaciones en que las condiciones existentes en el mercado no sean suficientes para garantizar un régimen de libertad tarifaria. Sólo en dicho caso las tarifas del servicio calificado serán fijados de acuerdo con las bases y procedimientos que se indican en el Título V de la ley, en un procedimiento reglado, basado en modelos económicos prospectivos de costos de expansión de largo plazo.

En este contexto, Entel cuenta con distintas concesiones, licencias o permisos que la habilitan para la prestación de los distintos servicios de telecomunicaciones. Entre ellas, las que corresponden a las concesiones de servicios de telefonía móvil, servicios de telefonía fija, servicios intermedios de telecomunicaciones (incluida su concesión para la prestación de servicios de larga distancia), y permiso para servicio limitado de televisión satelital. Para dichas concesiones, en lo que corresponda, la autoridad le ha asignado los respectivos usos de frecuencias radioeléctricas (espectros), y la concesionaria respectiva realiza los trámites regulatorios pertinentes para poder explotar dichas concesiones, solici-

tando los permisos para la infraestructura de telecomunicaciones que utiliza conforme a la normativa vigente.

AUTORIDADES

La Subsecretaría de Telecomunicaciones es la autoridad a la que competen la aplicación y control de la Ley General de Telecomunicaciones y sus reglamentos. Le compete, además, exclusivamente la interpretación técnica de las disposiciones legales y reglamentarias que rigen las telecomunicaciones. Por otra parte, su trabajo está orientado a coordinar, promover, fomentar y desarrollar las telecomunicaciones en Chile. Ejemplo de ello es la asignación, a través de concursos públicos, de concesiones para utilizar el espectro radioeléctrico cuando existen limitaciones en la cantidad de frecuencias.

Por su parte, en lo referente a la dictación de los respectivos decretos tarifarios, la responsabilidad recae, conjuntamente, tanto en el Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción, como en el de Transportes y Telecomunicaciones.

En otro contexto, también tienen injerencia en este sector la Fiscalía Nacional Económica y el Tribunal de Defensa de la Libre Competencia, órgano que promueve y resguarda la libre competencia en los mercados, previniendo, corrigiendo o prohibiendo cualquier hecho, acto o convención que la impida, restrinja o entorpezca, y sancionando a quienes, individual o colectivamente, atenten contra ella. Al efecto, podemos citar como ejemplos relevantes para el sector la calificación de situaciones monopólicas que exijan fijar tarifas a los servicios que señala la ley, pronunciarse sobre fusiones de empresas del sector y prever o sancionar las conductas que atenten contra la libre competencia.

Por último, en cuanto a las autoridades que rigen el sector, al cierre del año 2014 aún se encuentra en trámite de discusión parlamentaria el Proyecto de Ley que crea la Superintendencia de Telecomunicaciones, organismo que asumiría,

principalmente, las atribuciones en las actividades de fiscalización del sector que a esta fecha tiene la Subsecretaría de Telecomunicaciones.

LICITACIÓN PARA 4G

En marzo de 2013 fue publicado el decreto que otorgó la concesión del Bloque B de frecuencias de la banda de 2.600 MHz (LTE, Long Term Evolution o 4G) a la concesionaria del grupo Entel, WILL S.A. Desde esa fecha, la compañía tenía plazo de un año para concluir el proyecto comprometido como parte de esta adjudicación. Conforme con lo anterior, en marzo de 2014 la compañía cumplió el proceso de recepción de obras y se autorizó el inicio de servicio de esta concesión. El plazo para implementar este proyecto en las localidades obligatorias, como parte de las obligaciones adicionales, era de dos años desde la publicación en el Diario Oficial del decreto que otorgó la concesión, es decir, marzo de 2015, proyecto que la compañía está desarrollando para cumplir dentro de los plazos.

La asignación de esta banda es importante para el desarrollo de la compañía, ya que la habilita para incorporar una oferta de servicios que permite alcanzar mayores velocidades de conectividad a través de 4G.

Complementario a la banda de 2.600 MHz, en octubre de 2013 se inició el proceso de Concurso Público para Otorgar Concesiones de Servicio Público de Transmisión de Datos en la banda de 700 MHz, frecuencia que permite complementar la oferta de servicios LTE o 4G con una banda de mayor penetración indoor y mejor cobertura rural.

Presentaron propuestas para los tres bloques de frecuencia disponibles las compañías Movistar, Claro y Entel (a través de la sociedad Will S.A.), y luego de confirmarse un "empate" en las postulaciones propuestas en los tres bloques del concurso, se convocó a un acto de licitación. En dicho proceso, Entel (a través de Will S.A.) se adjudicó el bloque de frecuencias B de la banda 700 MHz, bloque que disponía mayor cantidad de espectro (30 MHz) en comparación con los 20 MHz de los otros bloques.

Después de la asignación de estas bandas, se continuó con los trámites administrativos para otorgar las concesiones respectivas y, en esta tramitación, se presentaron reclamaciones o impugnaciones en contra de la resolución ante el Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones, las que fueron rechazadas tanto por el Ministerio de Transportes y Teleco-

municaciones como por la Corte de Apelaciones, con ocasión del recurso de apelación presentado por las reclamantes.

Dado el rechazo a dichas reclamaciones, se espera que el decreto supremo que otorga la concesión sea publicado durante el primer semestre de 2015, permitiendo el desarrollo de la transmisión de datos de alta velocidad (LTE) en una banda baja, como es la de 700 MHz, en los plazos fijados en el respectivo concurso público.

De esta forma, el plazo que disponen estas concesiones para desarrollar el proyecto es de dos años desde publicado el decreto y, respecto de las contraprestaciones obligatorias de servicio en localidades extremas, rutas y servicio de acceso a Internet, el plazo para desarrollar estas contraprestaciones es de 18 meses desde la fecha de publicación del decreto que otorga la concesión.

PROCESOS TARIFARIOS

Durante 2014 se finalizaron los procesos tarifarios de Entel PCS Telecomunicaciones y las demás compañías móviles que operan en Chile, para la fijación de los cargos de acceso y tarifas de interconexión que rigen entre 2014 y 2019.

Después de las instancias administrativas correspondientes, se estableció un valor del cargo de acceso para el primer año de \$14,9 por minuto y de \$8,6 por minuto para los dos últimos años, lo que representa una baja en esta tarifa de aproximadamente 74% para el primer año y de más de 85% para los últimos años del quinquenio.

En este mismo contexto, en el transcurso de 2014 se desarrollaron las instancias administrativas para determinar las tarifas de las principales concesionarias de telefonía local para el próximo quinquenio, procesos que tienen señales de disminución en sus tarifas, aunque en algunos casos aún quedan instancias administrativas de revisión.

De esta manera, para la concesionaria Telefónica Chile S.A. la propuesta tarifaria de la Subsecretaría de Telecomunicaciones propone un decreto donde el cargo de acceso disminuye desde un 36% en el año uno al 53% en el año cinco del período; mientras que para el tramo local móvil se propone una reducción entre el 64% y un 68,5%. Todas estas tarifas aplicarán retroactivamente desde mayo de 2014.

Finalmente, también permanecen en proceso de fijación de tarifas las concesionarias VTR Banda Ancha (Chile), Telefónica del Sur S.A. y Compañía de Teléfonos de Coyhaique



S.A., cuyos procedimientos debieran finalizar en el transcurso del año 2015, y donde la autoridad regulatoria ha propuesto una importante disminución en los valores de cargos de acceso y tramo local.

CAMBIOS REGULATORIOS

Después de la implementación durante 2012 de la disposición legal que redujo las zonas primarias de 24 a 13 en la telefonía fija, durante el primer semestre del año 2014, como consecuencia de las obligaciones de la Ley N° 20.704, se implementó una única zona tarifaria para la telefonía local. Por lo tanto, en el mes de agosto de 2014, con la incorporación de la Región Metropolitana, se finalizó la implementación que elimina la Larga Distancia Nacional. En la práctica, esto implica que, a partir de esta fecha, existe una única zona tarifaria para las comunicaciones locales.

Respecto de la implementación de la Portabilidad Numérica, iniciada en diciembre de 2011, durante este tercer trimestre se iniciaron los trabajos para permitir la portabilidad de los números de servicios complementarios, los que se ejecutaron en el tercer fin de semana de octubre. En ese mismo sentido, mediante oficio emitido por la Subsecretaría de Telecomunicaciones, se programa que la portabilidad geográfica de las líneas locales se implementará en agosto del año 2015 y la portabilidad total, es decir, la misma numeración se puede utilizar en redes fijas y móviles, se implementará en febrero de 2016.

También durante 2014 se finalizó la tramitación del Proyecto de Ley de Televisión Digital diseñado para permitir la introducción de la televisión digital terrestre (y la transición hacia el apagón de la TV analógica). Con este propósito, otorga competencias y facultades al Consejo Nacional de Televisión, establece un nuevo modelo de concesiones y el procedimiento para otorgarlas, y define los tipos de operadores de servicios de radiodifusión televisiva (nacionales, regionales, locales y comunitarios) y las sanciones aplicables por incumplimiento de su normativa. Además, esta ley establece una serie de reglamentos que deben dictarse en el entorno de la aplicación de la disposición legal.

El Tribunal de Defensa de la Libre Competencia resolvió, a fines de 2012, el proceso iniciado en diciembre de 2010 acerca de la dictación de una instrucción general sobre los efectos en la libre competencia de la diferenciación de precios en los servicios públicos de telefonía (tarifas on-net y off-net) y de las ofertas conjuntas de servicios de telecomunicaciones.

Para el primero de los casos, estableció dos períodos de ajuste: uno en el cual se permitió mantener el modelo de tarifas on-net y off-net, pero con algunas restricciones, y otro a partir de los nuevos decretos tarifarios móviles en enero de 2014, en que no está permitido este modelo de tarificación para la comercialización de nuevos planes. Indicó, sin embargo, que los actuales abonados podrán mantener sus planes en todo momento si así lo deciden.

En este sentido, en enero de 2014, fecha de entrada en vigencia de los nuevos decretos tarifarios, debido a la instrucción de Carácter General N° 2 del Tribunal de Competencia, toda la oferta comercial de las concesionarias de telefonía móvil fue modificada de manera tal que no se realizaba distinción entre los minutos que se ofertan dentro y/o fuera de la red. Es decir, toda la oferta comercial de las compañías a partir de dicho mes es del tipo "Tarifa Plana" o "Todo Destino".

Respecto de esta misma instrucción de Carácter General, en diciembre de 2013 la Corte Suprema ratificó en gran medida este dictamen y rectificó la instrucción, estableciendo la prohibición de realizar una oferta empaquetada más favorable de servicios de telecomunicaciones para productos fijos y móviles en forma permanente, y no sólo hasta la explotación de la banda de 2.600 MHz.

Por otra parte, durante el año 2014 el Tribunal de Defensa de la Libre Competencia recomendó, a propósito de un proceso iniciado por la Fiscalía Nacional Económica (del tipo no contencioso), que se definan por parte del Ministerio de Vivienda y Urbanismo (Minvu) y Subsecretaría de Telecomunicaciones (Subtel) nuevas instrucciones en la normativa sectorial, perfeccionando el marco actual, para que un mayor número de oferentes pueda otorgar los servicios de telecomunicaciones en edificios y condominios.

Finalmente, se encuentra en curso una revisión por parte de la Fiscalía Nacional Económica de las condiciones de utilización del espectro radioeléctrico en el mercado de telecomunicaciones, para estudiar la factibilidad de establecer un mercado ("secundario") de este insumo escaso y necesario para los servicios de telecomunicaciones, de manera tal de favorecer el desarrollo de estos a través de una mayor flexibilidad en el uso del espectro.

Finalmente, podemos informar que en el mes de junio comenzó la vigencia del nuevo Reglamento de Servicios de Telecomunicaciones que, además de establecer un nuevo marco normativo para los servicios de telecomunicaciones en Chile, actualiza la normativa sectorial haciendo exten-

sibles las obligaciones que ya existían en la telefonía a los servicios de Acceso a Internet y Televisión de Pago. Además, este nuevo cuerpo normativo recoge los nuevos servicios que se prestan en las redes, como el roaming y los servicios de valor agregado, estableciendo condiciones para su contratación, habilitación y deshabilitación, modifica los documentos de cobro y obliga a una mayor cantidad de información disponible para sus usuarios.

EN TRÁMITE LEGISLATIVO

Al cierre de 2014, se mantienen en trámite legislativo las siguientes iniciativas en el ámbito de los negocios de Entel:

Proyecto de ley que crea la Superintendencia de Telecomunicaciones: nuevo órgano fiscalizador diseñado para supervisar el cumplimiento de la normativa y sancionar en los casos que corresponda. Impulsa la separación institucional entre quien dicta una norma y quien la aplica. Establece, de esta forma, que es la Subsecretaría de Telecomunicaciones la entidad competente para interpretar administrativamente la normativa sectorial de un modo general y abstracto -dado que es el órgano a cargo de los objetivos de política pública sectorial- y será la futura Superintendencia de Telecomunicaciones que fiscalizará la correcta aplicación de ella.

Proyecto de ley que Obliga a Garantizar una Velocidad Mínima de Acceso a Internet conforme a la Oferta Comercial Realizada: mediante este Proyecto de Ley se busca establecer que los proveedores de acceso a Internet garanticen la velocidad que se oferta en su propuesta comercial. El proyecto establece qué porcentaje deben garantizar los proveedores del servicio en caso de una conexión nacional e internacional, así como también distingue entre el acceso a esta conexión mediante un enlace fijo o una conexión del tipo móvil.

Adicionalmente, durante el tercer trimestre de 2014 se inició la discusión de un proyecto de ley que reformula la **Ley Sobre los Derechos del Consumidor** (Sernac), para fortalecer la actividad de dicho organismo y otorgar nuevas facultades a éste.

Otras iniciativas: si bien a la fecha existen varias iniciativas de Proyectos de Ley en trámite que pueden afectar la industria de telecomunicaciones, podemos mencionar la que busca modificar la Ley N° 20.599, que regula la instalación de Antenas Emisoras y Transmisoras de Servicios de Telecomunicaciones; el Proyecto de Ley que regula los llamados a los Niveles de Emergencia (previniendo el mal uso); el Proyecto de Ley que busca registrar los abonados del tipo prepago; todos los cuales se encuentran en una etapa inci-

piente de discusión parlamentaria, por lo cual durante 2015 debieran madurar su discusión para ser parte de la institucionalidad reglamentaria del sector o ser descartados en la discusión en el Congreso.

OTRAS MODIFICACIONES EN ESTUDIO

Al término del año se encontraban en etapa de estudio por parte de la Subsecretaría de Telecomunicaciones nuevas normativas referidas al sector. Entre ellas, el reglamento para regular la relación y obligaciones con los Operadores Móviles Virtuales y un nuevo reglamento de Calidad de Servicio a través de un Plan Técnico de Gestión de Redes.

Además, se encuentran en proceso de fijación de tarifas las concesionarias VTR Banda Ancha (Chile) S.A.; Telefónica del Sur S.A., Telefónica Chile S.A., Complejo Manufacturero de Equipos Telefónicos S.A.C.I. y se dio por finalizado el proceso tarifario de la concesionaria de Servicio Público Telefónico, Comunicación y Telefonía Rural S.A., iniciado en 2013.

IMPACTO DE LOS CAMBIOS

Tanto los Proyectos de Ley en trámite como las iniciativas reglamentarias de la Subsecretaría de Telecomunicaciones, además de generar nuevos escenarios competitivos y oportunidades, suponen una mayor carga regulatoria para la industria, por cuanto establecerán una nueva forma de fiscalización y un marco normativo que obligarán a definir ajustes a los procesos actuales para cumplir con estas exigencias.

Por otra parte, las instrucciones dictadas por el Tribunal de Defensa de la Libre Competencia, los nuevos valores que se regulen para el cargo de acceso de las compañías móviles y la implementación del Reglamento de Servicios de Telecomunicaciones establecen un nuevo escenario en la industria, pues han implicado la modificación de la oferta tarifaria a público de los servicios de telecomunicaciones para cumplir con las indicaciones.

Si bien todos estos cambios regulatorios obligan a Entel a adaptar sus procesos, también ofrecen nuevas oportunidades de negocio. La diversificación y el tamaño relativo de la compañía permiten mitigar las consecuencias o efectos de una eventual regulación adversa, reduciendo el riesgo agregado de la operación, de sus flujos, de la creación de valor para sus accionistas y de su aporte a la comunidad.

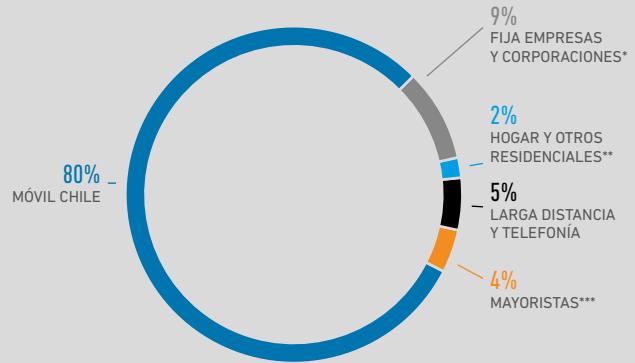
Mercados

.....

ASPIRAMOS A LIDERAR EN TODOS LOS MERCADOS en los que participamos, buscando desarrollar una oferta de servicio de clase mundial para cada uno de ellos: distintiva, atractiva, competitiva y transparente.



DISTRIBUCIÓN DE INGRESOS POR SERVICIO (Chile)

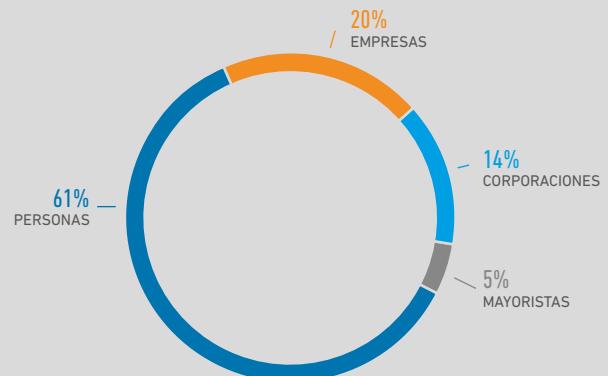


* Servicios integrados (voz, datos e Internet) para Empresas y Corporaciones.

** Oferta Hogar y LD.

*** Negocio de arriendo de redes y tráfico.

DISTRIBUCIÓN DE INGRESOS POR MERCADO (Chile)



PERSONAS**Clientes**

A través de la Vicepresidencia de Mercado Personas, Entel atiende a 8.664.587 clientes móviles, sumados servicios de voz y datos. A través de Entel Hogar, otorga servicios de Telefonía Fija, Banda Ancha Fija Inalámbrica y Televisión.

Soluciones**Telefonía Móvil (con o sin Internet Móvil)**

Suscripción y prepago

Banda Ancha Móvil (para uso en notebooks, laptops y tablets)

Suscripción y prepago

Hogar

Telefonía Fija
Banda Ancha Fija Inalámbrica
Televisión

Carrier Larga Distancia

Fijo y móvil

EMPRESAS**Clientes**

Alrededor de 108.700 empresas de distinto tamaño (micro, pequeñas, medianas y grandes) y de diversos rubros son atendidas por Entel a través de su Vicepresidencia de Mercado Empresas.

Soluciones**Soluciones Móviles**

Planes Empresa Smartphone (Multimedia)
Banda Ancha Móvil
Roaming

Soluciones Fijas

Pack Negocio
NGN
Trunk IP
Internet dedicado
Datos MPLS
Líneas Telefónicas
Tramas Digitales
Larga Distancia Internacional

Tecnologías de la Información

Administración de Dispositivos Móviles (MDM).
Office 365
ProntoForms
GPS
M2M
Servidor Dedicado Virtual
Housing
Hosting
FacturaNet
ComercioNet

CORPORACIONES**Clientes**

Entel atiende a alrededor de 600 conglomerados con operaciones en Chile que requieren soluciones específicas, particulares y especializadas, tanto en las capas tecnológicas como en las de servicios, pues éstas sustentan, en gran medida, los procesos estratégicos de sus operaciones.

Soluciones**Servicios Móviles**

Telefonía Móvil
» Planes de voz; Sistemas de Gestión Online (SGO).
» Internet Móvil
» Servicios BlackBerry
Entel GPS
Banda Ancha Móvil
Intranet Móvil
Planes de Datos M2M
Aplicaciones Móviles Empresariales
Roaming

Soluciones Fijas

Redes de Datos
Internet Corporativo
Interconexión de data center
Telefonía Privada (IP) y Colaboración
Soluciones Audiovisuales y de Videocomunicación.
Telefonía Local y Larga Distancia Internacional.
Red Privada de Voz
Centrex
No 600 y 800

Tecnologías de la Información

Soluciones Aplicativas
Soluciones de Usuarios Final
Equipos y Servicios de Ingeniería
Outsourcing Integral de Servicios
Outsourcing SAP

Servicios de Data Center y On Demand

Housing/Hosting de equipamiento TI
Servicios de Administración de Plataformas TI y Telecomunicaciones.
Servicios Cloud Computing:
Infraestructura TI On-Demand, Storage, Respaldo y Seguridad On-Demand, entre otros.
Servicios de Telecomunicaciones en Cloud: en modalidades de Cloud Privada y On-Demand. Telefonía IP y Videoconferencia, entre otros.

MAYORISTAS**Clientes**

Mercado Mayorista provee infraestructura de redes y servicios a más de 46 operadores de telecomunicaciones nacionales, entre los que se cuentan Claro, Movistar, VTR, Nextel, Telefónica del Sur y GTD, y 95 operadores internacionales, tales como AT&T, Vodafone, Sprint, BT, TATA, entre otros.

Soluciones**Roaming Internacional**

En los negocios de Roaming Internacional, la compañía posee más de 465 acuerdos con operadores de todo el mundo para habilitar mutuamente las redes domésticas para que sus abonados puedan continuar utilizando los servicios de voz, datos y mensajería, tal como si estuviesen en su red de origen.

Servicios OMV y Roaming Nacional

Los servicios OMV son un conjunto de prestaciones de red, infraestructura y otros servicios móviles necesarios para que Operadores Móviles Virtuales puedan ingresar y operar en la industria de telefonía móvil chilena. Por su parte, los servicios de Roaming Nacional permiten a operadores móviles con infraestructura arrendar servicios de red móvil a Entel en zonas donde no la poseen o bien la poseen parcialmente.

Redes de Datos**Servicios de Tráficos Larga Distancia Internacional**

Mercado Personas

LOGRAMOS CAPTAR LA PREFERENCIA DE NUESTROS CLIENTES en el dinámico mundo de los datos móviles e impulsando servicios fijos con una innovadora apuesta de valor a través de Entel Hogar, enfocados en satisfacer las crecientes necesidades de comunicación que surgen en un mundo en constante cambio.

- » Más de 275 mil RGU al cierre de 2014 obtiene la propuesta de Entel Hogar.
- » Lanzamientos de nuevos productos de telefonía fija (Autopack).
- » Progresiva transformación tarifaria desde voz a datos con control en telefonía móvil.
- » 72% de la base de suscripción personas tiene planes o bolsas de datos.
- » Lanzamiento de planes con voz ilimitada.
- » Transformación de tiendas para potenciar la experiencia.
- » Liderazgo en portabilidad de clientes de alto valor.

CONTEXTO DE MERCADO

El año 2014 implicó un cambio en la tendencia de crecimiento acelerado que traía la industria. En línea con lo anterior, la tasa de penetración de la telefonía móvil, después de haber avanzado desde 100,2% en 2010 hasta 134,2% a fines de 2013, disminuyó a 128,6% en 2014, según datos del Ranking Calidad Subtel de enero 2015.

Esta desaceleración es reflejo de una industria más madura y del menor dinamismo de la economía. A lo anterior se sumó la entrada en vigencia de la baja en los cargos de acceso móviles que determinó la autoridad en enero como parte del proceso de fijación tarifaria quinquenal, que por lo significativo y abrupto del cambio ralentizó también el desempeño del Mercado Personas, particularmente en el segmento de prepago.

Todo lo anterior configuró un escenario de cambios, en especial para los mercados masivos de telefonía móvil (prepago).

Por otra parte, el segmento de pospago, que también fue afectado por la caída de los cargos de acceso móviles, logró compensar en parte esta reducción por el crecimiento de los ingresos en Internet móvil, asociado a un mayor uso de datos móviles, debido a una mayor penetración de smartphones.

NUEVO MODELO DE NEGOCIO EN PREPAGO MÓVIL

Para hacer frente a la profunda reducción de cargos de acceso, que disminuyeron a un sexto de su valor con la nueva

TELEFONÍA MÓVIL
Evolución de abonados y penetración cada 100 habs.



Fuente: Informe Ranking de Calidad Subtel, enero 2015.

fijación tarifaria de principios de 2014, se observó una reducción de los subsidios a equipos móviles en el segmento de prepago. Como consecuencia de ese ajuste, la base de clientes deja de crecer a las tasas acostumbradas, ya que se ralentiza la renovación de aparatos y disminuye también la tasa de incorporación de equipos usados al mercado secundario. Por lo mismo, el negocio ya no se sostiene en el crecimiento de la base de clientes, sino en el incremento de sus ingresos, lo que implica un cambio del modelo desarrollado hasta la fecha.

Ello implicó iniciativas como planes de prepago con incentivo a la recarga, lo que otorgó beneficios como descuentos en equipos, bolsas exclusivas y préstamo de saldo, según el monto de recarga acumulado en el semestre.

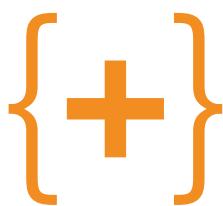
LIDERAZGO EN MÓVIL PERSONAS

Entel cerró el año 2014 con 8,7 millones de usuarios de telefonía móvil. En un escenario ajustado por los factores antes descritos, Entel mantuvo su liderazgo en el segmento de clientes de voz suscripción personas y BAM, en el que es el mayor actor con un market share de 39,8% al cierre del año y 65,1%, respectivamente.

Para hacer frente a la agresiva estrategia comercial desarrollada por la competencia, especialmente en clientes de alto valor, la compañía realizó una fuerte inversión en pospago, especialmente en subsidio de equipos. En esta línea, la penetración de smartphones en pospago se ubicó en 82% (en prepago, en tanto, se situó en 50,4% a diciembre de 2014).

En el mercado Personas total, Entel cuenta con una participación de mercado de voz de 36,2%, frente a un 37,5% en 2013, considerando tanto clientes de suscripción como prepago en telefonía móvil. Esta baja está relacionada al segmento de prepago.

En el ámbito de la portabilidad, Entel fue la compañía que recibió la mayor cantidad de portaciones de usuarios con contrato en el último año (en todos los segmentos), de acuerdo con información proporcionada por la Subsecretaría de Telecomunicaciones, con un total del 36%, correspondiente a 254.036 portaciones. Entre enero de 2012 y el 31 de diciembre de 2014 anotó un 40% del total de usuarios con contrato portados a Entel, totalizando 547.019.





LIDERAZGO EN SATISFACCIÓN DE CLIENTES

En un escenario de fuerte competencia, no sólo la participación de mercado se mantuvo estable. Por duodécimo año consecutivo, Entel fue distinguida con el primer lugar del Premio Nacional de Satisfacción de Clientes ProCalidad en la categoría de Telefonía Móvil. Este ranking es el único que analiza la satisfacción de los chilenos con 25 sectores de servicios sobre la base de más de 30.000 encuestas de opinión directa de los clientes, realizadas en el plazo de un año.

La compañía también recibió por tercera vez el premio a la Mejor Experiencia de Cliente 2014 en la categoría de empresas de Telecomunicaciones de Chile. Esta distinción se basa en los resultados del estudio Best Customer Experience (BCX), que elabora la consultora IZO tras analizar una muestra compuesta por más de 13.000 opiniones de consumidores acerca de 130 empresas de distintos sectores en Brasil, Chile, Colombia, España, México y Venezuela.

Adicionalmente, en un estudio realizado por la Subsecretaría de Telecomunicaciones de Chile (Subtel), los resultados del año 2014 muestran a Entel como la compañía con menor cantidad de reclamos recibidos por Subtel respecto de la cantidad de usuarios en telefonía móvil (0,7 por cada

10.000 usuarios), comparado con las compañías con red propias de telecomunicaciones de Chile.

Asimismo, en el indicador de calidad de red de telefonía móvil-voz, Entel aparece en el segundo semestre con 99,3% de las llamadas establecidas exitosas respecto de los intentos de llamadas totales, el más alto dentro de las empresas medidas, siendo consistente con su promesa al cliente de vivir mejor conectado. Este indicador se mide a través de mediciones Drive Test en cuatro comunas de la Región Metropolitana (La Florida, Maipú, Pudahuel y Puente Alto), realizadas simultáneamente en modalidad exterior (outdoor) y en igualdad de condiciones, a los operadores con redes propias (2G y 3G), con 400 mediciones en promedio para cada operador.

Respecto de satisfacción de clientes, el estudio Subtel incluye el indicador de satisfacción de usuario, donde Entel se sitúa en el primer lugar en el segundo semestre del año 2014, con 51,6 puntos, confirmando el liderazgo en servicio frente al resto de los operadores del país.

INNOVACIÓN TARIFARIA

Dado el cambio en las tendencias de mercado, que han llevado a que el negocio se esté orientando a la transmisión

de datos, la voz tiene hoy menos protagonismo. Para garantizar la mejor experiencia en todos los dispositivos y hacer consistentes estas tendencias con su modelo de negocios, en 2013 Entel comenzó un proceso de innovación en su forma de tarificar sus planes multimedia. En este contexto, en el último ejercicio la compañía ha seguido avanzando exitosamente en esta transformación tarifaria y el 49% de los clientes de suscripción ya cuenta con una tarificación en función del negocio de datos. Este proceso se complementa con una nueva oferta para el Mercado de Suscripción, que comenzó a fines de 2014, con la incorporación del concepto de planes ilimitados de voz.

Coherenteamente con esta estrategia, se lanzó primero, en agosto, el Plan Multimedia Simple, orientado a clientes que no quieren adquirir un equipo, con cuota de datos y la posibilidad de pagar por tráfico excedido o de adquirir bolsas en caso de superar los límites. Y, en noviembre, Multimedia Full, que contempla llamadas ilimitadas a móviles de cualquier compañía y teléfonos de red fija dentro de Chile para 300 números distintos, con datos controlados.

El desafío que viene en esta línea es profundizar esta estructura a niveles más amplios de la base y llevar una estructura análoga al mercado de Prepago Móvil y ofrecer también nuevos esquemas tarifarios atractivos para Banda Ancha Móvil (BAM).

Desde enero de 2014 Entel también cambió su oferta completa planes "Todo Destino", es decir, sin tarifas diferenciadas para las llamadas entre números de la misma compañía móvil y hacia otras móviles, luego de que el Tribunal de Defensa de la Libre Competencia eliminara definitivamente la comercialización de los planes con tarifas diferenciadas entre minutos On y Off Net.

NUEVO MODELO DE SERVICIO

La masificación del uso de smartphones implica una mayor complejidad de las consultas y solicitudes de los clientes en los canales de atención. Asumiendo esta tendencia, en 2013 Entel comenzó un proceso de transformación de sus tiendas que se extenderá por tres años. El propósito es convertirlas en espacios donde los clientes puedan probar los productos y ser atendidos por expertos que los asesoren en todo el ciclo de atención, de forma integral. Durante el último año, la compañía transformó 39 tiendas a este nuevo concepto.

Como parte de este proyecto de rediseño de experiencia, la compañía inició la homologación de los formatos de sus tiendas, incluyendo servicios de posventa en más de cien de éstas. De esta forma, aumentó la cobertura de posventa, ampliando la base de transacciones que se pueden realizar en todas ellas, y llevando la base desde 147 tiendas en diciembre de 2012 a 197 tiendas al cierre de 2014.

A lo anterior se suman los canales telefónicos de atención, en los que Entel logró altos niveles de servicio y mejoras relevantes en la satisfacción de clientes, tanto en autoservicio como en las plataformas con ejecutivos, siendo el canal preferido para la atención de posventa.

Además, alineado con la estrategia global de entregar la mejor experiencia de canales, el canal online tiene cada día una mayor relevancia para proveer la mejor experiencia de clientes, para todos los mercados y segmentos de Entel.

OFERTAS PARA HOGAR

Con el lanzamiento de AutoPack a fines de 2014, Entel demostró que es posible continuar innovando en telefonía fija inalámbrica. Este kit autoinstalable, que se adquiere en el comercio y permite contar con el servicio sin esperar a un instalador, se suma a la oferta de productos de la compañía para clientes Hogar.

Con una tecnología distinta y una red móvil robusta y de amplia cobertura que respalda su propuesta de valor, Entel ha logrado crecer en el ámbito de la telefonía fija, mientras la industria como un todo, decrece. Lanzada en agosto de 2012, esta nueva oferta de la compañía logró elevar los servicios contratados (telefonía fija inalámbrica, Banda Ancha Fija Inalámbrica y TV satelital) a más de 275.000 al cierre de 2014.

Entel Hogar se ha focalizado en zonas de baja cobertura de servicios fijos. Su propósito es brindar acceso a conectividad y entretenimiento en el hogar, logrando la mejor experiencia al alcance de todos. En este mercado, el principal foco estuvo en el desarrollo del modelo de riesgo, estableciendo procedimientos de control, modelos de operación y comisiones.

INGRESOS

Mercado Personas registró ingresos por \$895.082 millones en 2014, cifra que es 10% menor a la del año anterior. Esto se debe al contexto de mercado explicado anteriormente.

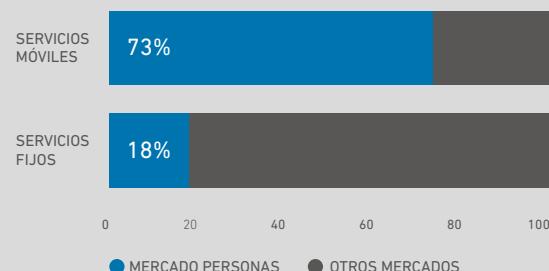
La estrategia de constante innovación en telefonía fija explíca en gran medida la fuerte alza que registraron los ingresos por servicios de Entel Hogar, que mostraron un aumento de 101% tras alcanzar los \$31.549 millones durante 2014.

El uso de datos, en tanto, sigue creciendo, especialmente en el segmento de pospago. Al 31 de diciembre de 2014, el 72% de la base de clientes de suscripción ha contratado planes de datos o multimedia, penetración que se compara con el 58% en 2013.

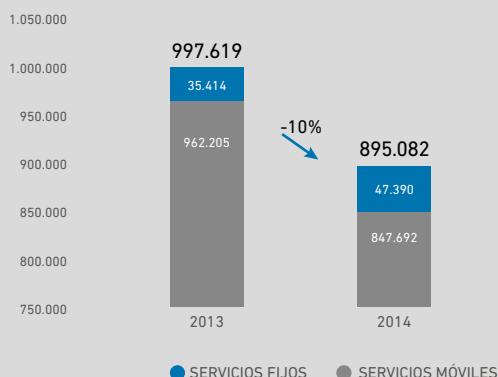
PARTICIPACIÓN DE MERCADO PERSONAS EN LOS INGRESOS BRUTOS DE ENTEL CHILE 2014



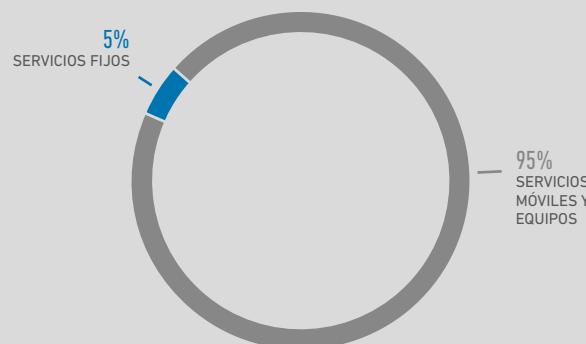
PARTICIPACIÓN DE MERCADO PERSONAS EN LOS SERVICIOS TOTALES DE ENTEL CHILE



EVOLUCIÓN INGRESOS MERCADO PERSONAS EN \$ MILLONES



MERCADO PERSONAS DISTRIBUCIÓN INGRESOS POR SERVICIOS (%)





Mercado Empresas

SIEMPRE ENFOCADOS EN DAR UN SERVICIO DE CALIDAD, el desarrollo de propuestas integrales permitió conquistar participación en el segmento de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas en 2014, lo que se suma a la reconocida propuesta de valor que Entel ofrece a las Grandes Empresas del país.

- » Crecimiento de dos dígitos en los ingresos del Negocio Fijo Masivo, asociado al segmento de empresas pyme y micro.
- » Lanzamiento de nuevos Planes Multimedia para pymes y Multimedia ilimitados en voz apalancan tasa de penetración de Internet móvil en la base, alcanzando el 56%.
- » Lanzamiento de servicio de Administración de Dispositivos Móviles (MDM).
- » Renovación de la oferta de servicios GPS, con foco en el segmento pyme.

CONTEXTO DE MERCADO

A nivel de industria móvil en 2014 Entel continuó liderando en la participación de mercado en este segmento, en un contexto de transformación de la oferta tarifaria de Internet móvil hacia una estructura de cobro por excedido de datos (Planes Limitados de datos), versus sus competidores que continuaron con una oferta “ilimitada” de datos, pero con restricción de velocidad en el excedido.

Mientras, en telefonía fija e Internet el esfuerzo estuvo en profundizar la expansión de fibra óptica, y su despliegue en zonas y edificios empresariales, para satisfacer principalmente la demanda por Internet de alta velocidad en el segmento de empresas de menor tamaño.

En el negocio TI destaca un mayor dinamismo en la oferta de servicios de Infraestructura a nivel industria. En el

ámbito de servicios de productividad en la nube destaca el lanzamiento de Office 365 por parte de la competencia, sumándose a Entel como proveedor de este servicio.

También destaca el lanzamiento de la solución de administración de dispositivos móviles MDM, lanzada por Entel en agosto de 2014. Entel fue el primer operador en Chile en contar con esta solución WorldClass, provista por AirWatch, líder en este tipo de servicios en el mundo.

PROPIUESTA DE VALOR

Entel Empresas es un líder cercano que brinda servicio y redes de oportunidades a sus clientes. Es ágil, confiable y competitivo, y se adapta a empresas de todos los tamaños con una oferta de productos de alta calidad, innovadora, integral y convergente.

Ejecutivos y técnicos, que se proponen conocer profundamente la importancia de la conectividad para el negocio de los clientes, junto con la mejor infraestructura del mercado, gestionada con los más altos estándares, son recursos clave que permiten generar valor a través de la entrega de una experiencia distintiva.

En el segmento de Grandes Empresas, la compañía se ha posicionado como un proveedor de servicios avanzados, cuyo diseño e implementación responde a las necesidades específicas de cada cliente. En tanto, para las Pequeñas y Medianas Empresas, Entel ofrece un portafolio flexible de servicios escalables, tanto en telefonía móvil como en Internet fijo y móvil.



CLIENTES, INGRESOS Y PARTICIPACIÓN DE MERCADO

En 2014, la base de clientes alcanzó los 108.700, manteniendo una participación de mercado de 36% en ingresos si se consideran todos los negocios.

Pese a la fuerte competencia de mercado, durante 2014 en el negocio móvil Entel mantuvo su liderazgo en telefonía móvil con 55% de participación en los segmentos Empresas y Corporaciones, tanto para el negocio de voz como para banda ancha móvil.

En el negocio fijo se logró un crecimiento de 1,9% en revenue share, llegando a un 20,2% total por clientes, provenientes principalmente del segmento pyme.

Un 78% de los ingresos correspondió a servicios móviles y un 22% a servicios fijos incluidos TI, abordando con ellos a microempresas, pymes y grandes empresas.

LIDERAZGO EN PORTABILIDAD

La participación de mercado en portabilidad móvil tuvo una disminución en relación con 2013, pero se mantiene en cifras superiores al 51% del Mercado Empresas.

En el mercado de telefonía fija, gracias a la estrategia implementada para aumentar la base de clientes microempresas, hubo un aumento de 4.658 líneas portadas, consolidando el crecimiento respecto del período anterior.

NUEVAS TENDENCIAS

En telefonía móvil, a fines de 2013, y adelantándose a la tendencia del mercado -en el que se inició un tránsito hacia un escenario en el que la voz empezaba a registrar un deterioro en su crecimiento y los datos adquirían mayor importancia-, se implementó una nueva estructura tarifaria en los planes para Pequeñas y Medianas Empresas. Esta estructura contempló planes con mayores cuotas de navegación, pasando de hablar de megabytes a gigabytes, y cobro por tráfico adicional de datos.

En 2014 se profundizó esta oferta, que además considera velocidad constante, óptima calidad de la navegación y acceso a voz mucho mayor o incluso ilimitado en el caso de algunos planes. La competencia, por su parte, siguió con una oferta de datos ilimitados, pero que degradan la velocidad después de cierta cuota de uso, ofreciendo servicios de voz con minutos restringidos.

La oferta móvil para pymes se centró en ofrecer planes multimedia flexibles que permiten a los clientes combinar servicios según el perfil de uso y obtener descuentos por volumen. Estos planes, junto con una importante estrategia de educación e información sobre el uso de datos, representaron una innovación para el mercado en general.

En el segmento fijo, la oferta de servicios se enfocó en profundizar la penetración de servicios estandarizados (Pack Negocio) para entregar a las microempresas telefonía más Internet de alta velocidad. En este sentido, la implementación de un proyecto de expansión en la red fija, que apuesta al despliegue de las redes de fibra óptica para empresas y



continuación del plan Red Óptica Pasiva con Capacidad de Gigabit (GPON), permitió la incorporación de 25.034 nuevas empresas a la cobertura durante el año. En términos de cobertura de fibra óptica, en el 2014 la cobertura de negocios "pasados con fibra" (business passed, BP) se incrementó en cerca de 25.000 BP, lo que corresponde a un 60,5% de aumento respecto del cierre del año 2013, con presencia en 14 nuevas comunas del país.

El negocio TI también se orientó a ofrecer servicios a la medida de las necesidades de las empresas de menor tamaño. Específicamente, el lanzamiento de Plan GPS Lite permitió dar a este segmento un producto competitivo para el monitoreo de pequeñas flotas.

Se reforzó, además, la penetración de mercado con Office 365, una solución de correo, productividad y colaboración, que se trabajó en conjunto con Microsoft.

También destaca el lanzamiento de la solución de administración de dispositivos móviles MDM, lanzada por Entel en agosto de 2014. Entel fue el primer operador en Chile en contar con esta solución WorldClass, provista por AirWatch, líder en este tipo de servicios en el mundo. Esta herramienta permite administrar en forma centralizada y segura las aplicaciones disponibles en los dispositivos móviles de los usuarios, facilitando, por ejemplo, bloquear aplicaciones que puedan poner en riesgo la seguridad de la información, como cámaras fotográficas o redes sociales.

Adicionalmente, para dar a conocer los servicios TI, por primera vez en 2014 se realizaron eventos relacionales con potenciales clientes en regiones, los cuales permitieron contactar a más de 100 empresas.

ESTRATEGIA DE CANALES

Durante 2014, y con el objetivo de seguir aumentando la competitividad de los canales de captura y desarrollo de nuestros clientes, se trabajó en conjunto con una consultora un proyecto que busca entregar herramientas y metodología uniforme a la gestión del trabajo en los canales.

Este plan busca generar adhesión a un cambio cultural que permita llevar registros diarios de los desempeños de cada oficina, paneles de gestión estructurados y con indicadores de gestión (KPI) para el seguimiento de los ámbitos relevantes, además de monitorear las tareas de los ejecutivos y entregar una plataforma única de medición para todos los canales.

SATISFACCIÓN DE CLIENTES

El Mercado Empresas estableció durante 2013 una hoja de ruta para lograr un rediseño radical de la experiencia de clientes hacia 2015. Este cambio se vio reflejado en la encuesta de diciembre de 2013 realizada por Adimark, que alcanzó un 55% en la satisfacción neta del Mercado Empresas y se mantuvo alineado con los resultados de la encuesta 2014, en que dicho indicador se situó en 54%.

En el segmento de Grandes Empresas, el resultado fue de 61% en el servicio móvil y de 62% en el fijo.

Contribuyeron a estos resultados los esfuerzos de la compañía por aumentar la experiencia de relacionamiento con los clientes. En este marco, se generaron campañas como el Modelo Vip, donde participaron 156 empresas del segmento de Grandes Empresas, y se avanzó en el proyecto de rediseño de experiencia y atención de clientes pyme, de acuerdo con los viajes de clientes, que espera impulsar aún más los niveles de satisfacción.



CAMPAÑAS DE POSICIONAMIENTO

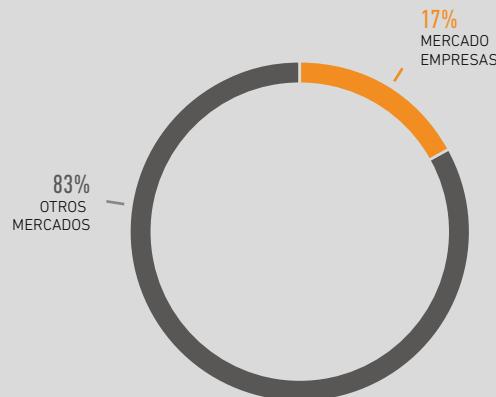
Para lograr mayor cercanía con los segmentos Micro, Pequeñas y Medianas Empresas, que suelen percibir a Entel como un proveedor para las Grandes Empresas, se cambió la estructura de las campañas que se venían realizando con anterioridad. Se privilegió un formato que mantiene presencia a través de cápsulas de televisión durante todo el año en vez de por períodos. Esto ha permitido generar mayor sintonía con este grupo y aumentar la penetración.

RESULTADOS

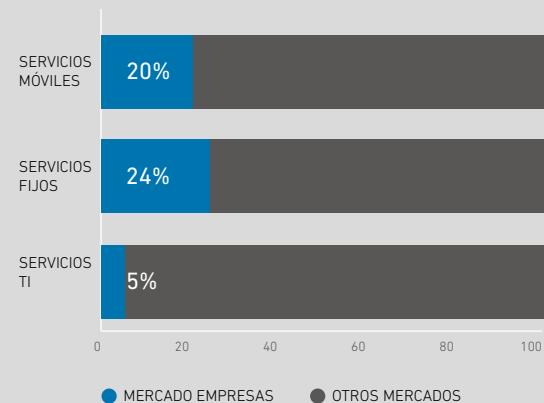
En 2014, los ingresos totales del Mercado Empresas se redujeron en 5%. Esto se explica por la caída de 6% que registraron los ingresos del negocio móvil en relación con el año anterior, asociada principalmente a la reducción de cargos de acceso móviles y, en parte, compensada por el incremento en datos móviles. A su vez, los ingresos de servicios fijos disminuyeron 1%, impactados principalmente por menores ingresos de cargos de acceso y el término de la larga distancia nacional a partir de agosto de 2014.

Lo anterior fue parcialmente compensado por un alza de dos dígitos en Negocio Fijo Masivo, además, los ingresos por servicios TI exhibieron un fuerte impulso en el período. Esta variación se vincula con la nueva estrategia para abordar el mercado de Pequeñas y Medianas Empresas, complementando con una interesante oferta de servicios TI.

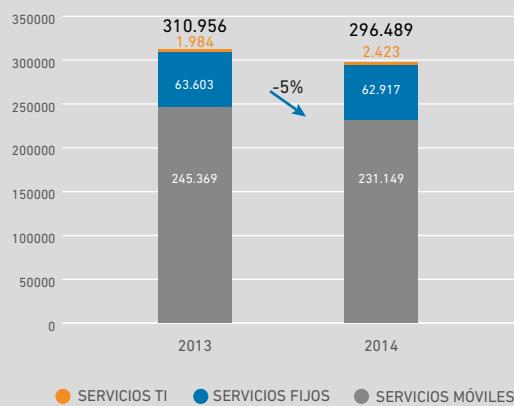
PARTICIPACIÓN DE MERCADO EMPRESAS EN LOS INGRESOS BRUTOS DE ENTEL CHILE 2014



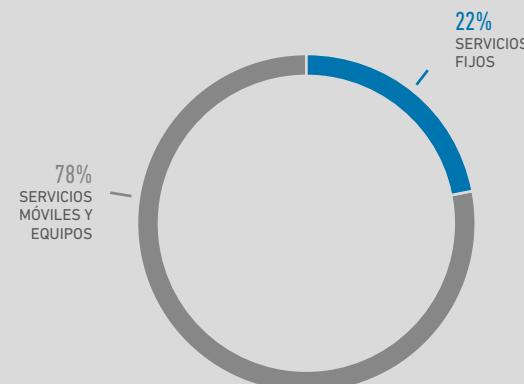
PARTICIPACIÓN DE MERCADO EMPRESAS EN LOS SERVICIOS TOTALES DE ENTEL CHILE



EVOLUCIÓN INGRESOS MERCADO EMPRESAS EN \$ MILLONES

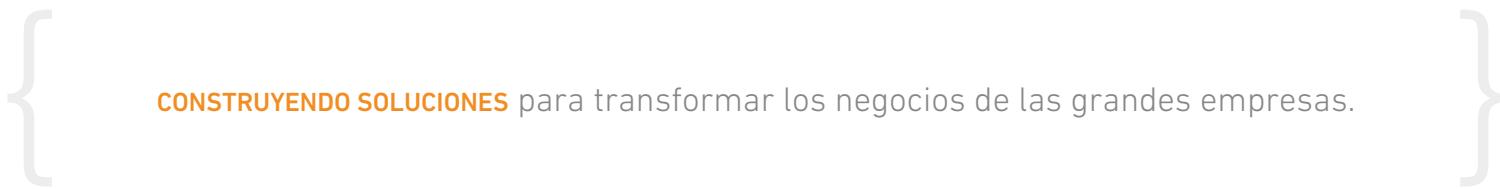


MERCADO EMPRESAS DISTRIBUCIÓN INGRESOS POR SERVICIOS (%)



Mercado Corporaciones

CONSTRUYENDO SOLUCIONES para transformar los negocios de las grandes empresas.



- » **Liderazgo en participación de mercado en el negocio de Telecomunicaciones, tanto en el segmento Fijo como en Móvil.**
- » **Implementación del proyecto de modernización de comunicaciones PDI.**
- » **Inicio de operaciones del proyecto con Minsal, en lo que es la mayor extensión de red WAN jamás implementada en Chile.**
- » **Crecimiento de Ingresos Fijos + Tecnologías de Información de 11%.**
- » **La penetración de datos (bolsas o planes) sobre el total de usuarios alcanzó un 60% (incluye bolsas y planes con cobro por tráfico excedido).**

CONTEXTO DE MERCADO

En este mercado, Entel agrupa a más de 2.200 RUT de empresas. Sus clientes, definidos como conglomerados, se agrupan en cerca de 580 grupos corporativos. Ellos comprenden a grandes corporaciones, que ya sea por tamaño o complejidad, requieren un tipo de atención y soluciones muy distintas a las de las personas o las empresas medianas o pequeñas.

En el último tiempo, los clientes del Mercado Corporaciones, además de sus necesidades tradicionales de redes de datos, soluciones móviles y TI, han exhibido un interés creciente por utilizar plataformas Cloud, cuyo servicio permite a las compañías migrar desde la operación de plataformas propias a

la externalización gradual o total de sus soluciones para telecomunicaciones.

También en el mercado se observa una tendencia por contratar servicios que les permitan movilizar aplicaciones o flujos de procesos a smartphones y tablets; administrar dispositivos móviles (MDM - Mobile Device Management) y usar videos para reuniones a distancia, entrenamiento, teletrabajo y difusión de material de marketing para posicionamiento y promoción de productos.

A su vez, se sigue con la tendencia de agrupar contratos de Outsourcing TI en una sola empresa proveedora, tendencia que se da en un contexto de mayor competencia, luego de la puesta en marcha de los data centers de Sonda, IBM y Claro.

En la gestión 2014 también se observa una alta demanda por soluciones en el ámbito de M2M (Machine to Machine) diseñadas para conectar y controlar elementos a distancia, usando para ello las plataformas de redes móviles.

Este mercado se aprecia en franco crecimiento y con espacio para un vasto desarrollo de productos asociados.

En este escenario, el crecimiento del segmento Corporaciones estará dado fundamentalmente por el negocio fijo (redes de datos, Internet y telefonía) y TI, tanto en el ámbito del cloud como de la relación entre aplicaciones y movilidad. En el negocio móvil se mantendrá el aumento del uso de datos



Líder en segmentos fijos y móvil, con una participación de mercado de 65% en datos y 63%, respectivamente.

móviles, lo que, administrado correctamente, permitirá enfrentar de mejor manera el retroceso que han registrado los servicios de voz en la industria, ubicándose en el largo plazo como un motor de crecimiento para este mercado.

PROPIEDAD DE VALOR

Con el propósito de asistir y acompañar a las grandes empresas del país en la transformación de sus negocios, Entel pone a disposición la innovación y capacidad de ejecución de sus servicios de Telecomunicaciones y Tecnologías de Información. Para cada cliente, la compañía se impone la misión de otorgar un servicio según los requerimientos particulares del usuario, con soluciones técnicas diseñadas a la medida, por un personal capacitado, con experiencia y conocedor de los negocios de los clientes. Esta oferta se sustenta en la reconocida infraestructura de excelencia que posee Entel.

PROYECTOS DESTACADOS

En 2014, Entel comenzó a operar los servicios adjudicados por el Ministerio de Salud, en lo que es la mayor extensión de red WAN jamás implementada en Chile, con 1.530 puntos a nivel nacional, y el mayor contrato celebrado por Entel en este mercado. Los servicios incluyen comunicaciones fijas, como red de datos nacional, telefonía fija, Wi-Fi y videoconferencia, además de telefonía celular, Banda Ancha Móvil y acompañado por una plataforma de seguridad, correo electrónico y mesa de ayuda.

La prestación de estos servicios y su integralidad de administración permiten al Minsal homologar estándares de servicio y coordinar la demanda entre los establecimientos del sector Salud en todo el país. Ello posibilita a todos los usuarios del sistema recibir una mejor atención y en menor tiempo, dado que la información médica estará disponible en línea.

Durante el año, Entel también realizó la implementación del proyecto de modernización de comunicaciones suscrito en 2013 con la Policía de Investigaciones (PDI). Estos servicios permitirán dotar a la institución de equipamiento y enlaces de comunicación, dispositivos telefónicos y transporte de datos y voz, tanto interna como externamente. Por medio de estas plataformas, las unidades que conforman la red institucional operarán comunicadas entre sí y con la comunidad.

Con estos avances, la PDI podrá ofrecer un servicio policial moderno y eficiente, capaz de otorgar respuestas a los constantes desafíos que impone la criminalidad y de esta forma asistir de manera eficaz los requerimientos en seguridad de la ciudadanía.

SOLUCIONES EN MINERÍA

La capacidad de Entel de otorgar soluciones a la medida de cada cliente se puede reflejar en los servicios que pone a disposición de la minería. Herramientas como reportería móvil, solución que permite conocer de manera gráfica en cualquier lugar, a través de un tablet o smartphone, lo que

sucede al interior de las operaciones, información de la producción diaria, alarmas ante emergencias, entre otros. Dentro de una amplia cartera de servicios, destaca el big data, lo que permite procesar y entregar reportes en línea para conocer el estado de las operaciones, potenciando los procesos automatizados que la minería actualmente utiliza. A ello se agregan los servicios de continuidad operacional que otorgan soporte a las distintas plataformas tecnológicas en faena, como PC, telefonía, control de acceso, entre otros, las 24 horas del día y los 365 días del año.

EL DATA CENTER MÁS MODERNO DE CHILE

Con la operatividad en curso de la segunda etapa del data center ubicado en Ciudad de Los Valles, Entel alcanzó una superficie de 4.000 m² de sala en dicha ubicación, y totalizó una capacidad de 7.500 m² en su red de data center.

Tanto la primera etapa del data center de Ciudad de Los Valles, como la segunda concretada en 2013, cuentan con las certificaciones Tier III Design Documents y Tier III Constructed Facility, que otorga el Uptime Institute, y que aseguran que su diseño, implementación y operación garantizan un 99,982% de disponibilidad ante cualquier contingencia. Ciudad de los Valles aloja la operación de más de 180 clientes, administrando en torno a 2.500 servidores. La capacidad total actual de data center de Entel es de 7.500 m² de sala, dando servicios a más de 300 clientes y administrando en torno a 5.000 servidores.

DESTACADOS SERVICIOS CLOUD

De la mano de un crecimiento en la demanda por soluciones integradas de almacenamiento y gestión, Entel ha desarrollado una variedad de productos que permiten a las empresas evitar inversiones en infraestructura de telecomunicaciones y optimizar sus procesos de negocio.

Entre ellas, destacan Video Cloud, sistema que permite establecer sesiones de videoconferencias de manera presencial desde cualquier lugar, sin la necesidad de contar con una sala acondicionada para este propósito. Entel pone a disposición la administración, gestión y agendamiento del servicio, infraestructura de video en su data center y entrega el soporte y mantención de la aplicación, acompañando al cliente en el desarrollo de su negocio.

Entel Enterprise Cloud es un servicio que permite utilizar recursos en la nube, como procesamiento, memoria, almacenamiento, conectividad y soluciones según las necesidades de cada compañía.

TRABAJANDO POR ALTOS NIVELES DE SATISFACCIÓN

Con el propósito de otorgar un servicio de alta satisfacción para los clientes, Entel continuó la implementación del plan de mejora de experiencia en torno a viajes de clientes. Este abordaje busca obtener los mayores niveles de satisfacción de clientes y eficiencia operativa, a través del rediseño de procesos transversales de negocio (viajes), en los cuales el cliente participa, y cuyos ejes principales se enfocan en la voz del cliente, la visión de la organización y el análisis de benchmarking de los procesos a nivel mundial.

LIDERAZGO DE MERCADO

La compañía mantuvo una alta participación de mercado en el negocio de Telecomunicaciones, tanto en el segmento fijo como en móvil, y se consolidó como un actor relevante en el negocio TI, con un market share de 28% en servicios de outsourcing (sin considerar gestión de aplicaciones), de acuerdo a estudios de IDC y estimaciones internas de Entel.

CRECIMIENTO EN INGRESOS

A pesar de los efectos regulatorios ocasionados por la fuerte baja en los cargos de acceso móvil y la eliminación de la Larga Distancia Nacional, Mercado Corporaciones registró un incremento de 4% en sus ingresos, gracias al aumento del negocio de redes de datos fijos y de los servicios TI, debido a la creciente demanda por el negocio de cloud computing, data center e infraestructura TI.

De hecho, sin los mencionados efectos regulatorios, el crecimiento en ingresos alcanza un 7,9% durante el ejercicio. Cabe destacar también que los ingresos de servicios fijos, tales como datos, Internet y TI, crecieron un 10%.

Las tres líneas de negocios de Mercado Corporaciones, Servicios sobre Red Fija, Servicios Móviles y Servicios TI, aportaron el 46%, 30% y 24% de los ingresos, respectivamente.

4%

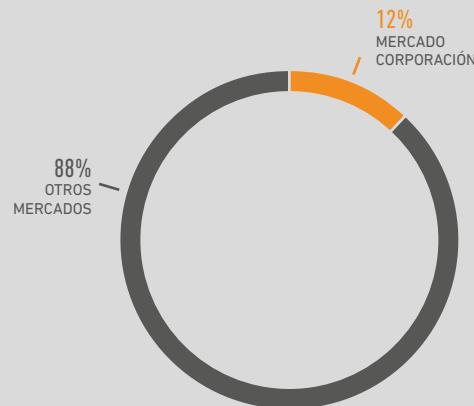
crecieron los ingresos
del Mercado Corporaciones.

46%

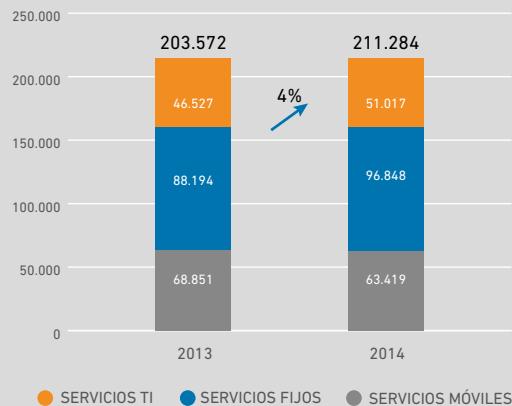
aportaron los Servicios sobre
Red Fija a los ingresos de
Mercado Corporaciones.

[*]

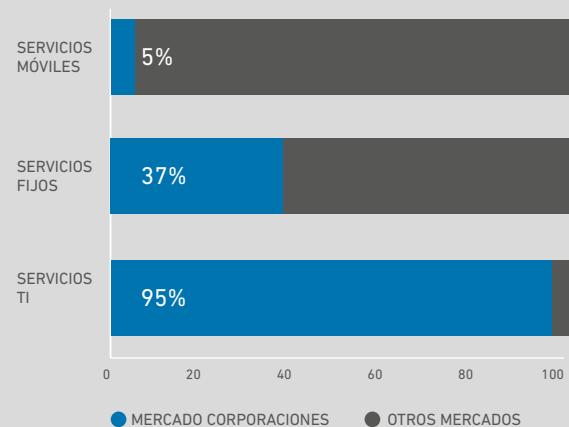
PARTICIPACIÓN DE MERCADO CORPORACIONES EN LOS INGRESOS BRUTOS DE ENTEL CHILE 2014



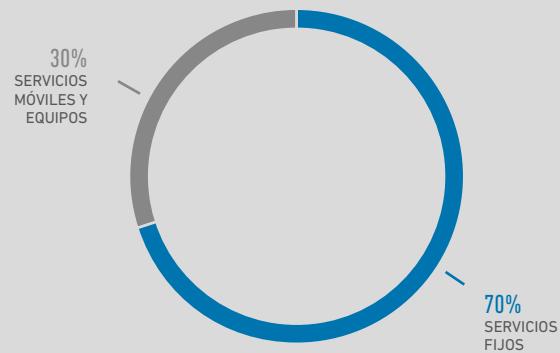
EVOLUCIÓN INGRESOS MERCADO CORPORACIONES EN \$ MILLONES



PARTICIPACIÓN DE MERCADO CORPORACIONES EN LOS SERVICIOS TOTALES DE ENTEL CHILE



MERCADO CORPORACIONES DISTRIBUCIÓN INGRESOS POR SERVICIOS (%)



Mercado Mayoristas

SOLUCIONES INTEGRALES, DE ALTA CALIDAD Y EFICIENCIA, nos han permitido mantener nuestra posición como un proveedor competitivo y confiable para otros operadores de telecomunicaciones nacionales e internacionales, así como para Operadores Móviles Virtuales.

- » Fuerte reducción de costos de roaming internacional de datos.
- » Se acompañó el crecimiento de operadores OVM por medio de infraestructura de alta calidad y un robustecimiento de las plataformas.
- » Certificación en eTOM (enhanced Telecommunication Operations Map).

CONTEXTO

Las compañías de telecomunicaciones, al igual que en ejercicios anteriores, continuaron en 2014 buscando maximizar el uso de su infraestructura propia. En este entorno, el valor de la trayectoria y la alta eficiencia de sus plataformas le permitieron a Entel competir en el negocio Mayorista en un escenario en que la gestión comercial y continuidad de servicios resultan claves.

La compañía ha seguido trabajando en diversificar su cartera de clientes en un año en que, entre otros fenómenos, se apreció la consolidación de las operaciones de los Operadores Móviles Virtuales (OMV), cuya oferta se basa en servicios flexibles y conocimiento de nichos específicos, lo que ha dado una nueva oportunidad de negocio a operadores que, como Entel, poseen infraestructura de redes propia.

CLIENTES

En 2014, el negocio Mayorista incrementó su cartera de clientes, entre los que se encuentran 46 operadores nacionales, incluidos VTR, Claro, Movistar, Nextel, y 95 operadores internacionales (ATT, Sprint, Vodafone, BT, entre otros), a quienes provee redes y servicios.

En torno a un 38% de los ingresos obtenidos en 2014 por Entel en el mercado Mayorista corresponde a la compra y venta de tráficos de Larga Distancia Internacional generados en negocios con más de 70 operadores activos en 30 países, a través de los cuales se llega a 195 países en todo el mundo.



A 95 operadores internacionales y a 46 nacionales presta servicios la división.

38%
de los ingresos corresponde
a la compra y venta de
tráficos Larga Distancia
Internacional.

En tanto, cerca de un 31% de las ventas proviene del servicio de arriendo de redes para transporte nacional, conexión de últimas millas, redes internacionales y acceso a IP internacional, mientras que el arriendo de torres a operadores de telecomunicaciones aporta el 15% de las ventas. Finalmente, los negocios OMV y Roaming Mayorista aportaron en conjunto un 17% de los ingresos.

PROPIUESTA DE VALOR

El objetivo de Entel en el Mercado Mayorista es ser el mejor proveedor de redes y servicios para operadores nacionales e internacionales, con amplia cobertura nacional y a la vanguardia de la evolución tecnológica. La compañía espera que sus clientes la perciban como un proveedor que responde oportunamente, dando un excelente servicio de preventa, provisión y posventa comercial y técnica; que está cerca de sus clientes, es confiable y mantiene un canal de comunicación abierto permanente.

EXPERIENCIA DE LOS USUARIOS

Con el propósito de potenciar los servicios de roaming, se lograron importantes mejoras en la calidad del servicio en el extranjero, gracias a lo que se vio potenciada la experiencia del cliente en un servicio que exhibe un importante crecimiento.

Por otra parte, la experiencia de clientes de operadores del extranjero que llegan a Chile mantuvo muy buenos niveles

de performance, alcanzando altos niveles de satisfacción entre los usuarios que seleccionaron la red de Entel para realizar roaming.

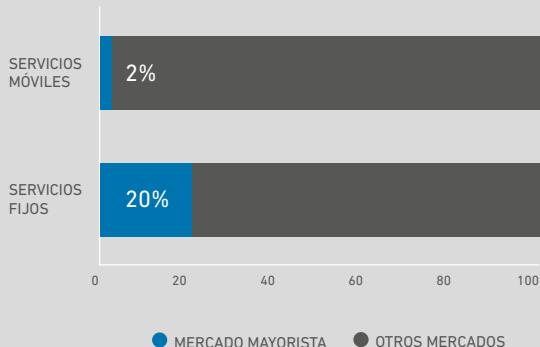
CERTIFICACIÓN eTOM

En la gestión 2014 se concretó el proceso de certificación en eTOM (enhanced Telecommunication Operations Map). Con la realización de los diversos cursos pertinentes, profesionales y técnicos de todas las áreas de negocio del Mercado Mayorista se prepararon para la aplicación de este modelo, especialmente desarrollado para esta industria. El sistema se basa en tres ámbitos: estrategia, cuyo propósito es la adopción de los procesos funcionales, los recursos para gestionar los productos y la gestión de las relaciones con el cliente; el área de operaciones, donde se produce la alineación con el cliente, y la gestión, donde se concentran los procesos necesarios para que una empresa pueda ser eficiente. Así, una de las principales ventajas de este mapa es la aproximación a las prioridades de los clientes a través de los procesos de la compañía.

RESULTADOS

La gestión 2014 estuvo marcada por un positivo desempeño del Mercado Mayorista. Se potenciaron los servicios de infraestructura a operadores móviles tradicionales y operadores móviles virtuales. A su vez, se suscribieron acuerdos con operadores extranjeros para compensar el contexto económico local y se acrecentó la colaboración con operadores que registraban un bajo nivel de actividad, esfuerzos que permitieron positivos resultados que se reflejaron en un crecimiento del EBITDA.

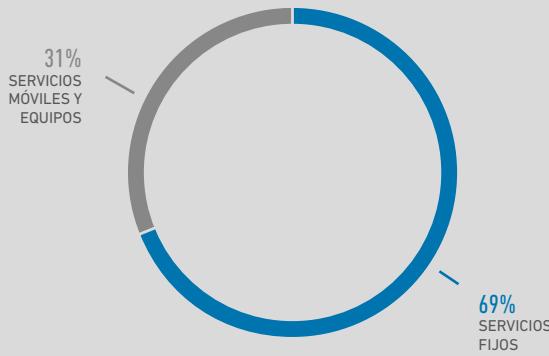
PARTICIPACIÓN DE MERCADO MAYORISTA EN LOS SERVICIOS TOTALES DE ENTEL CHILE



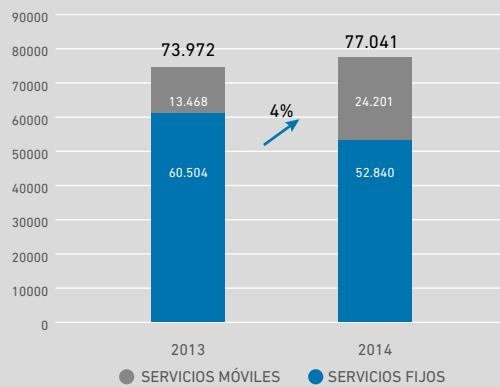
PARTICIPACIÓN DE MERCADO MAYORISTA A TERCEROS EN LOS INGRESOS BRUTOS DE ENTEL CHILE 2014



MERCADO MAYORISTA DISTRIBUCIÓN INGRESOS POR SERVICIOS (%)



EVOLUCIÓN INGRESOS MERCADO MAYORISTA A TERCEROS EN \$ MILLONES







Escuela de Chaca, Arica.
Alumnos y profesor
beneficiados con el proyecto
"Todo Chile Comunicado".

* 4.

SUSTENTA_
BILIDAD

Sustentabilidad

QUEREMOS CONTRIBUIR A QUE LA CONECTIVIDAD y la innovación transformen la vida de las personas.

Dar acceso a las telecomunicaciones en Chile y el constante compromiso por erradicar la brecha de conectividad primero, y ahora la digital, han sido parte de la misión y visión de Entel desde el terremoto de 1960, catástrofe que supuso el nacimiento de la compañía y de su propósito por comunicar a los chilenos.

Este espíritu es el que sostiene la sustentabilidad como parte primordial de la gestión de Entel, política que apunta a atender, comprender y satisfacer las expectativas e intereses legítimos de los diversos grupos de interés que se relacionan con la compañía, de manera de contribuir al desarrollo tecnológico, social, económico y medioambiental del país.

De esta forma, la conectividad e innovación con foco en el bienestar social y la accesibilidad a las telecomunicaciones en Chile son los ejes de las iniciativas que la empresa continuamente impulsa.

Superando la brecha digital CONECTANDO CHILE

En su compromiso por aumentar la conectividad de Chile y el desarrollo de las comunidades, en octubre de 2014 Entel inauguró un importante proyecto que permitirá entregar telefonía móvil e Internet a 730 localidades aisladas y rurales.

La iniciativa, que surgió a partir de las inversiones comprometidas por Entel en el marco del despliegue de sus redes 2.600 MHz y 700 MHz, se implementará en dos etapas. En la primera beneficiará a 181 comunidades, y durante la segunda se sumarán las 549 restantes.

2.600 MHz
 » 181 localidades
 » 44.831 personas beneficiadas
 » Inversión: USD 48 millones

700 MHz
 » 549 localidades
 » 85.717 personas beneficiadas
 » 212 escuelas
 » 373 km de rutas
 » Inversión: USD 170 millones.

ESCUELAS CONECTADAS

En una iniciativa que ya es tradición en Entel, en la gestión 2014 se continuó con el programa "Escuelas Conectadas", programa que se desarrolla en localidades rurales y aisladas, con el propósito de promover en establecimientos educacionales la generación de una cultura de innovación, a través del uso de recursos tecnológicos en los procesos educativos, dotando a las escuelas de tecnología de vanguardia y soporte técnico, junto con el apoyo en la capacitación digital de los docentes, directivos y estudiantes en el uso pedagógico e innovador de las TIC.

"Escuelas Conectadas" realiza intervenciones pedagógicas de la mano de la tecnología. De esta forma, para la asignatura de Matemática utiliza, en los niveles de quinto y sexto básico, el software Tutor Cognitivo del Departamento de Ciencias de la Computación de la Escuela de Ingeniería de la Pontificia Universidad Católica, orientado a que los estudiantes avancen de manera autónoma, guiados por el docente y con ejercitación constante de las operaciones. A su vez, en Lenguaje emplea una innovación metodológica generada por la consultora Buck Up, basada en proyectos y trabajo colaborativo. En ambos casos, el foco pedagógico está puesto en los estudiantes, con un fuerte apoyo, soporte y capacitación a cada uno de los docentes.



350

colaboradores participaron en "Tengo una Idea".

40

fueron seleccionados.

\$50

millones se repartieron entre los ganadores.

En la gestión 2014, Entel colaboró en la capacitación digital en cuatro escuelas a lo largo de Chile: Valle de Chaca, en la Región de Arica y Parinacota; Nirivilo, en la Región del Maule; Bahía Murta, Puerto Aguirre y Barranco Amarillo, en la Región de Magallanes y la Antártica Chilena.

La aplicación del programa en estudiantes fue evaluada con la realización de pre y post test, utilizando instrumentos validados por el Mineduc. Los resultados en Matemática mostraron que el 95% de los alumnos de quinto básico y el 69% de los estudiantes de sexto básico se acercaron al estándar deseado. En Lenguaje, el 65% de los alumnos de quinto básico y el 65% de los estudiantes de sexto básico avanzaron hacia el logro del estándar.

Gracias a la aplicación de esta iniciativa, en los últimos nueve años Entel ha capacitado a 238 profesores y 2.747 estudiantes de más de 30 escuelas en el uso de las tecnologías al interior de las salas de clases.

Educación

ALIANZA CON ENSEÑA CHILE

Con el propósito de aportar a la disminución de la brecha educacional del país, Enseña Chile atrae y prepara a profesionales de distintas carreras para que trabajen como profesores tiempo completo por dos años en escuelas y liceos vulnerables de algunas regiones del país. Frente a este compromiso, Entel contribuyó en los procesos de selección de los profesionales que postularon a la fundación, participó como expositor en diversas charlas universitarias, además de apoyar financieramente la operación de Enseña Chile.

El objetivo es que los profesionales se conviertan en líderes de sus estudiantes y así maximicen sus logros de aprendizaje, les presenten nuevas oportunidades y transformen sus expectativas.

Enseña Chile está presente en 73 colegios municipales y subvencionados de cuatro regiones del país, y beneficia directamente a cerca de 22.572 estudiantes. Durante 2014 la organización ofreció 140 cupos para convocar a profesionales jóvenes a este proyecto y recibió más de 2.443 postulaciones completas.

Voluntariado Corporativo TENGO UNA IDEA

Con la presentación de 73 proyectos, que motivaron la participación de más de 350 colaboradores entre Arica y Punta Arenas, en la gestión 2014 se consolidó el programa "Tengo una Idea". La iniciativa, a través de la cual los trabajadores de la compañía tienen la oportunidad de elaborar proyectos sociales que generen beneficios y valor agregado en las comunidades y el entorno social del país, distribuyó \$50 millones para la ejecución de los proyectos seleccionados.

De las ideas participantes, el jurado seleccionó 40 iniciativas de los más variados ámbitos, entre los que se pueden destacar:

Dieta saludable. Preocupados por la importancia de una correcta alimentación, un grupo de colaboradores presentó la iniciativa de una dieta saludable al interior de la compañía, con el propósito de contribuir a una mejor calidad de

vida. De esta forma, a contar de 2015 en todos los edificios corporativos se entregarán dos veces por semana cestas de frutas para los colaboradores, con el fin de que puedan acceder a una dieta más saludable.

Tenencia responsable de mascotas. Con el objetivo de generar conciencia respecto del cuidado de las mascotas, Jonathan Barreda, uno de los 40 ganadores de 2014, implementó una jornada de tenencia responsable de mascotas en la ciudad de Copiapó. En la actividad, realizada en agosto en conjunto con la junta de vecinos de la población Pedro Longallo, se esterilizaron 48 perros y nueve gatos. Además, se entregó material didáctico para transmitir el mensaje de la tenencia responsable de mascotas a los más de 250 asistentes a la jornada.

A estos proyectos se suman las acciones tradicionales de Voluntariado Corporativo, en las que participan los colaboradores tanto para el Día del Niño como para Navidad.

En esta ocasión, para celebrar el Día del Niño se realizaron 52 actividades a lo largo del país, en las que 780 voluntarios compartieron con 3.952 beneficiados.

Para la fiesta de Navidad, en tanto, 890 voluntarios participaron en 59 actividades, que beneficiaron a 49.770 personas.

Periodismo Sustentable PREMIO PE.SU.

Con el objetivo de reconocer aquellos trabajos periodísticos y medios de comunicación que aborden y difundan el desarrollo sustentable, la innovación social y los avances tecnológicos del país, se realizó la séptima versión del Premio de Periodismo Sustentable, PE.SU., que realiza Entel junto a la Universidad Católica de Milán.

El concurso recibió 173 postulaciones, superando la participación de las ediciones anteriores.

Con el trabajo "¿A dónde va realmente la basura que reciclamos?", los periodistas del cuerpo de Reportajes de El Mercurio Cecilia Derpich, Consuelo Cifuentes y Juan José Lyon se adjudicaron la sexta versión del Premio de Periodismo Sustentable PE.SU. 2014, que es organizado por Entel y la Universidad Católica de Milán, más el apoyo de Ericsson.

El reconocimiento implica que los autores del reportaje viajarán a Milán, Italia, donde participarán de una pasantía por cinco días en la Escuela de Periodismo de la Universidad

Católica de esa ciudad. Además, su trabajo obtuvo el primer lugar en la categoría Prensa Escrita-Reportaje.

La sexta versión de PE.SU. también premió en las categorías Prensa Escrita-Crónica al periodista Carlos Oyarce -del diario El Sur de Concepción- por su nota titulada "La emotiva historia detrás de la lavandería de jóvenes con Down". Diario Pulso, en tanto, ganó la categoría Online con su trabajo multimedia "La rentabilidad del hogar sustentable", a cargo de la editora Elizabeth Harries. El ganador en la categoría Radio fue Play FM.

En la categoría Televisión-Crónica, la periodista de TVN Carolina Cárcamo logró el primer lugar con su nota sobre "Forestación del Cajón del Maipo"; mientras que en Reportajes de la misma categoría la nota "Vecinos de plomo", del periodista de Mega Rafael Cavada, se impuso frente a otros trabajos seleccionados.

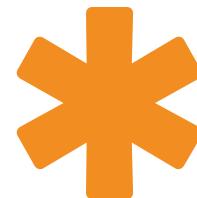
Espacios públicos BARRIO FELIZ

Comprometidos con el mejoramiento de espacios públicos, en la gestión 2014 Entel consolidó su aporte a rescatar la infraestructura en los barrios vulnerables del país. De esta forma, el proyecto se enfocó en siete comunas: Valparaíso, Alto Hospicio, Chañaral, La Pintana, Coquimbo, Renaico y Lautaro, en La Araucanía, lo que permitió recuperar cerca de 6.600 m² y beneficiar a más de 1.600 familias del país. A su vez, se implementó la iniciativa "Boleta por Mail", que permite a todos los clientes de la compañía suscribirse y optar por recibir la boleta del servicio por correo electrónico. Ello genera un doble beneficio en el entorno, ayudando a reducir el consumo e impresión de papel y, al mismo tiempo, a la mejora de espacios públicos.

En esta misma línea, se inició un proceso de reciclaje de celulares en desuso y sus accesorios, como cargadores, audífonos y baterías. La iniciativa contempló la disposición de más de 300 buzones de recolección en tiendas de Entel, Mall Plaza, HomeCenter y puntos limpios Triciclos a lo largo de Chile. Durante el año 2014 se reciclaron 3,34 toneladas, material que la empresa Midas dispuso de manera responsable a través de la reutilización de materias primas, como los metales y plásticos, en nuevos procesos productivos.

Co-creación INNOVACIÓN SOCIAL

En la gestión 2014, la alianza suscrita entre Entel e iLab-UC, de la Pontificia Universidad Católica de Chile, para impulsar





6.600 m²

están siendo recuperados
por "Barrio Feliz",
beneficiando a más de
1.600 familias.

3,34 toneladas

se reciclaron para reutilización
de materias primas en 2014.

iniciativas que beneficien y generen cambios positivos en comunidades vulnerables, permitió la creación de la primera red de emprendedores rurales de Chile.

La iniciativa denominada RuEmprende ofrece productos y servicios típicos de una zona a la venta, dando a conocer la identidad y cultura de la zona, y la historia de los emprendimientos que conforman la red.

Este proyecto es una respuesta a la necesidad y co-creación de emprendedores de las comunas de la Región de O'Higgins, Navidad y Pichidegua, con profesionales del Laboratorio de innovación de la UC (iLabUC) y el apoyo de Entel y el gobierno regional a partir de sus Fondos de Innovación para la Competitividad (FIC).

Este programa concretó iniciativas de innovación como seminarios en Pichidegua para emprendedores, capacitación y redes entre quienes inician sus negocios. Estas actividades fueron acompañadas por seminarios organizados por el Laboratorio de Innovación UC y Entel, donde se reunieron más de 60 emprendedores y microempresarios de Machalí, Pichidegua y Navidad en el Centro Cultural, ex Casino Municipal, con la finalidad de participar en el seminario "¿Cómo ordenar mi modelo de negocios?", el que se enmarca en el programa "Innovando en los negocios rurales".

Estos seminarios corresponden al proyecto "Co-Crea un ecosistema regional digital de Innovación y Emprendimiento", ejecutado en conjunto por el iLabUC y ONG Innovacien, y cofinanciado por el Programa de Apoyo al Entorno Emprendedor (PAE) de Corfo y por Entel, cuyo objetivo general con-

siste en impulsar una comunidad de aprendizaje y fomentar un ecosistema de innovación en torno a herramientas digitales y audiovisuales en la Región de O'Higgins.

Reutilización de residuos y preservación cultural ESCUELA DE MÚSICA Y DE LAS ARTES RAPA NUI

En 2014, Entel apoyó la construcción de la primera Escuela de Música Sustentable de Rapa Nui, proyecto encabezado por ONG Toki (organización liderada por la reputada pianista Mahani Teave) y también impulsado por Desafío Levantemos Chile y la Municipalidad de Isla de Pascua.

La escuela cumple un doble propósito: preserva la cultura pascuense, a través de la enseñanza de música, danza e idioma, y permite disminuir los residuos de la isla, al combinar materiales de construcción tradicionales con cartones, botellas y neumáticos en desuso.

La obra está a cargo del arquitecto estadounidense Michael Reynolds, conocido en el mundo como "garbage warrior" (guerrero de la basura). Líder de Earthship Biotecture, además de utilizar estos elementos, hace que la escuela se abastezca de agua y energía de manera propia, y que elimine sus residuos de forma amigable con el entorno.

En diciembre de 2014 se inauguraron las primeras salas de la escuela, poniéndose así en funcionamiento para la comunidad. Este 2015 la obra estará construida completamente y se espera que para 2017 más de 225 alumnos rapanui acudan a las aulas de este proyecto autosustentable.



Bucalemu, Región del
Libertador General Bernardo
O'Higgins, proyecto "Todo
Chile Comunicado".

* 5.

RESULTADOS

Resultados Consolidados

EN UN AÑO EN QUE LA COMPAÑÍA consolidó su presencia en Perú, Entel se encuentra en una sólida posición para seguir creciendo y, en el largo plazo, obtener dividendos de la inversión que hoy realiza.

En un año en que la compañía consolidó su presencia en Perú, Entel se encuentra en una sólida posición para seguir creciendo y, en el largo plazo, obtener dividendos de la inversión que hoy realiza, un mercado cuyo potencial permite a la compañía replicar el modelo de negocio que ha aplicado con éxito en Chile en las últimas dos décadas.

En este contexto, el análisis de los resultados debe considerar que estos recogen el impacto inicial del posicionamiento de la compañía en Perú, proceso que conlleva importantes inversiones y gastos de posicionamiento y venta, así como mayores niveles de endeudamiento para hacer frente a la expansión de su infraestructura y desarrollar la necesaria oferta comercial que sustenta su estrategia de largo plazo. Nuestra sólida posición financiera nos permite sustentar la internacionalización de nuestras operaciones, expandiendo nuestra moderna infraestructura y amplia gama de servicios a Perú, para que más personas vivan cada día mejor conectadas.

En Chile, 2014 fue un año de cambios en la industria de las telecomunicaciones, particularmente en el área móvil. Entre estos cambios destacan: la baja en un 75% de los cargos de acceso, casi inédita por su dimensión en la industria, con sus consiguientes efectos en la base de prepago y su uso; el impacto de las medidas que restringieron las ofertas que diferencian tarifas por tráficos on net versus off net; la gran penetración de uso de datos sobre la base de suscripción, que llegan a un 66% de penetración y que sigue impactando la forma en que las personas y empresas usan los servicios; la gran penetración de smartphones que se desarrolló entre 2013 y 2014 en el mercado de prepago.

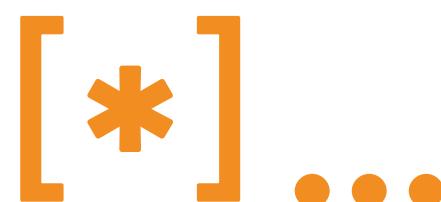
Esto, sumado a una importante desaceleración económica hicieron del 2014 un año complejo y de readecuación de la industria.

Todo lo anterior se tradujo en el mercado chileno en una industria móvil decreciendo en torno al 6% en ingresos totales (versus un 7% el año 2013), con un segmento de prepago a la baja en clientes y gasto. Además, en los segmentos de empresas se observó un mercado móvil más bien plano en conexiones, y levemente a la baja en gastos; las empresas además presentaron mucho menos dinámicas en su demanda por servicios nuevos, ya sean fijos o móviles.

En este contexto, Entel creció en clientes móviles de alto valor, así como en la penetración de datos móviles

En el período, los ingresos sumaron \$1.688.052 millones, impulsados por la consolidación del negocio en Perú, el cual luego de varios meses de preparación y despliegue de red y capilaridad comercial, lanzó exitosamente una oferta disruptiva a fines de 2014, mostrando 258 mil de adiciones netas en el cuarto trimestre.

La evolución de los ingresos también se explica por una importante alza del servicio de datos y TI para empresas en Chile, un crecimiento en Entel Hogar y un buen desempeño de America-tel Perú. Lo anterior fue, en parte, compensado por menores ingresos en el área móvil en Chile producto de la rebaja en los cargos de acceso y de la desaceleración económica, que afectaron de manera especial el segmento de prepago.



RESULTADOS CONSOLIDADOS (MILLONES DE \$)

| | 2014 | 2013 | Var. % |
|---|-----------|-----------|--------|
| Ingresos Consolidados | 1.668.052 | 1.643.930 | 1% |
| EBITDA | 370.150 | 467.316 | -21% |
| Utilidad Operacional | 126.769 | 218.037 | -42% |
| Gasto Financiero Neto | -44.434 | -18.891 | 135% |
| Diferencia de Cambio y Resultado por Unidades de Reajustes | -33.879 | -22.229 | 52% |
| Resultados antes de Impuestos | 48.457 | 176.917 | -73% |
| Impuestos | 8.014 | -29.952 | |
| Utilidad del Ejercicio | 56.471 | 146.965 | -62% |

INGRESOS OPERACIONALES (MILLONES DE \$)

| | 2014 | 2013 | Var. % |
|--|-----------|-----------|--------|
| Servicios Telefonía Móvil-Chile | 1.150.532 | 1.271.725 | -10% |
| Servicios Telefonía Móvil-Perú | 151.729 | 45.902 | 231% |
| Servicios de Datos (incluye TI) | 136.842 | 120.663 | 13% |
| Telefonía Local (*) | 50.568 | 43.160 | 17% |
| Larga Distancia | 26.961 | 32.027 | -16% |
| Internet (**) | 24.097 | 20.879 | 15% |
| Servicios a Otros Operadores | 22.988 | 20.868 | 10% |
| Negocios de Tráfico | 28.080 | 31.255 | -10% |
| Servicio TV | 18.020 | 8.337 | 116% |
| Americatel Perú | 25.450 | 21.392 | 19% |
| Servicios Call Center y Otros | 8.000 | 12.168 | -34% |
| Otros Ingresos | 24.784 | 15.554 | 59% |
| Total Ingresos Operacionales | 1.668.052 | 1.643.930 | 1% |

(*) Incluye ingresos de líneas fijas tradicionales, NGN-IP y tramas trunk IP.

(**) Incluye ingresos de servicios Dúo Empresas.

SERVICIOS TELEFONÍA MÓVIL- CHILE

Los clientes de los servicios móviles en Chile al cierre de 2014 alcanzaron los 10.102.117, lo que significó una baja de 3% respecto de 2013, explicada por una disminución en el segmento de prepago y banda ancha móvil. Sin embargo, a partir de la estrategia seguida por Entel, este resultado se vio compensado con un crecimiento de 4% en los clientes de pospago (voz, en su mayoría con planes de datos, y BAM), segmento que representa el 35% del total de clientes.

Los ingresos por servicios de telefonía móvil en Chile tuvieron una disminución de 10% en 2014, derivados principalmente de la reducción del 75% de los cargos de acceso, que tuvo lugar en enero del año pasado, y por menores ingresos por venta de equipos, principalmente en el segmento de prepago. Esto fue parcialmente contrarrestado por un incremento en los ingresos en servicios de datos móviles asociado a un alza de 41% en el uso de Internet móvil, en línea con la mayor penetración de smartphones y el crecimiento de los clientes de pospago.

En un escenario de constante crecimiento del tráfico de datos y banda ancha móvil en Chile, impulsado por la penetración de los equipos inteligentes y la masificación de las aplica-

ciones móviles, la compañía mantuvo su crecimiento en la contratación de planes de Internet móvil, impulsada por la propuesta de planes Multimedia Full, que ofrecen una mejor experiencia de navegación y la mayor captación de clientes de pospago a partir de ofertas por portabilidad. Al cierre de 2014, el 66% de los clientes de suscripción ha contratado planes o tiene bolsas que les permite tener una experiencia de datos en su smartphone, con un fuerte aumento respecto del 55% que se registraba al término de 2013.

Luego de que a fines de marzo de 2014 la empresa pusiera en marcha su red 4G LTE en la banda 2.600 MHz, al cierre del año totalizó cerca de 230 mil usuarios con este servicio.

SERVICIOS TELEFONÍA MÓVIL PERÚ

Durante octubre, la compañía concretó el cambio de marca de la operación móvil en Perú, lanzando "Entel Perú". A partir de este hito, inició sus operaciones en dicho mercado bajo la marca Entel, tras su ingreso en 2013 con la adquisición del 100% de las acciones a la compañía norteamericana NII Holdings.

La empresa culminó su plan de fortalecimiento de su capacidad técnica a través de la fuerte expansión y renovación de su

red considerada actualmente la más moderna del país y con la mejor experiencia 4G LTE y del aumento de su infraestructura de telecomunicaciones para mejorar cada día la calidad y cobertura de los servicios móviles.

La compañía está fortaleciendo también sus canales de atención para ofrecer la mejor calidad en el servicio, con el propósito de lograr una posición significativa en este mercado, el que está experimentando importantes cambios tecnológicos relacionados con una rápida evolución desde los servicios de voz hacia los datos e Internet móvil.

Entel Perú ha implementado una estrategia comercial innovadora e integral, tanto en el segmento personas como empresas, ofreciendo importantes promociones para atender a los clientes de alto valor. La oferta incluye dispositivos de gran nivel, con planes con alta capacidad de datos y voz ilimitada todo destino, todo con el objetivo de convertirse en un operador relevante en el mercado peruano.

Con este trabajo como respaldo, en octubre pasado lanzó oficialmente su marca en el vecino país, incluyendo una campaña de publicidad a nivel nacional, generando una alta aceptación por parte del mercado, autoridades y público en general, hito que llegó a transformarse en tendencia en las redes sociales.

Así, al cierre de 2014, la filial internacional Entel Perú alcanzó 1.738.450 clientes, lo que significó un crecimiento de 11% respecto de 2013. De este modo, al sumar los usuarios de esta nueva filial, Entel alcanza a 11.840.567 clientes.

Cabe destacar que de los 1,6 millones de clientes al cierre del 2013, un 63% eran en tecnología iDEN; por otro lado, de los 1,7 millones al final del 2014, sólo un 39% estaba aún en esa tecnología, es decir, bajo un crecimiento moderado de clientes hay un enorme recambio de clientes y su tecnología.

Otro elemento de gran importancia es el atractivo que la nueva marca y oferta generaron en términos de atracción comercial. Así, en el cuarto trimestre, al inicio del cual se lanzó la nueva oferta, la compañía generó importantes adiciones de clientes de alto valor. También es muy importante que ya estando en funcionamiento la portabilidad en un día, Entel captó un 52% de todas las portaciones que tuvo la industria, las que se incrementaron 5,5 veces promedio semanal los últimos seis meses debido a este cambio.

Los ingresos de Entel Perú en 2014 alcanzaron a \$151.729 millones, impulsado por el crecimiento en los clientes de servicios 2G, 3G y 4G.

ENTEL HOGAR

El resultado en ingresos también se explica por un importante crecimiento en los ingresos de Entel Hogar, que exhibe atractivas cifras de crecimiento gracias a su estrategia de comercialización y penetración en zonas con escasa oferta de servicios de telecomunicaciones. El segmento, que ofrece telefonía fija, Internet y televisión totalizó al 31 de diciembre una base de 275.987 servicios contratados, lo que implica un crecimiento de 34% en comparación con 2013, e introdujo una oferta más flexible en sus servicios de voz con "Autopack", que permite una reducción en los costos de comercialización e instalación a clientes.

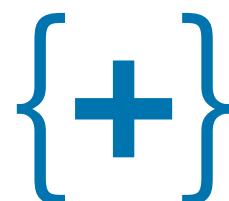
SERVICIOS FIJOS DE VOZ, DATOS Y TI

Por su parte, los servicios integrados de datos y TI, asociados al segmento de Corporaciones y Empresas, registraron un crecimiento de 13%, impulsados por la incorporación de nuevas soluciones y servicios, todos sustentados en la sólida infraestructura y la calidad de red de Entel.

La compañía cuenta con una amplia oferta de soluciones integradas para el segmento empresarial, abordando los procesos críticos de negocio actuales, apoyados por las capacidades de infraestructura y de data center robustos. Para las pyme la oferta se basa en la agrupación de servicios fijos y móviles, apoyados en la sólida infraestructura de red móvil y GPON.

Clave en el crecimiento son los servicios de outsourcing TI, cloud, servicios de gestión alrededor de aplicaciones móviles y la "Internet de Todo".

En cuanto al segmento de arriendo de infraestructura y ventas mayoristas a otras compañías de telecomunicaciones y Call Center, éste registró una reducción de ingresos asociada principalmente a estos últimos servicios, que fueron impactados por la consolidación de la operación móvil en Perú (Nextel Perú era un cliente antes de la adquisición). Adicionalmente, los ingresos por concepto de negocio de tráfico disminuyeron debido a menor tráfico y tarifas, parcialmente compensados por un aumento de los ingresos en arriendo



de infraestructura. Esto último se explica por mayores ingresos por alquiler de infraestructura a otros operadores fijos, móviles y operadores móviles virtuales.

Americatel Perú, en tanto, acumuló ingresos de \$25.450 millones al cierre de diciembre, con un crecimiento de 19% respecto del mismo lapso de 2013, impulsado principalmente por el aumento en servicios integrales IP (voz, datos e Internet) para el segmento empresarial, y servicios satelitales, además de la incorporación de clientes empresas que pertenecían a "Entel Perú". El alza en 12 meses se vio afectada levemente por menores ingresos por larga distancia.

EBITDA Y UTILIDAD DEL EJERCICIO

El EBITDA, en tanto, alcanzó a \$370.150 millones al 31 de diciembre de 2014, un 21% por debajo de los \$467.316 millones obtenidos en 2013, debido al despliegue y lanzamiento de la operación móvil Entel Perú y, en menor medida, por el impacto de las menores tarifas de interconexión. Esto fue parcialmente compensado por las mejoras en el segmento Empresas y Corporaciones, junto con la operación de Americatel Perú y call centers.

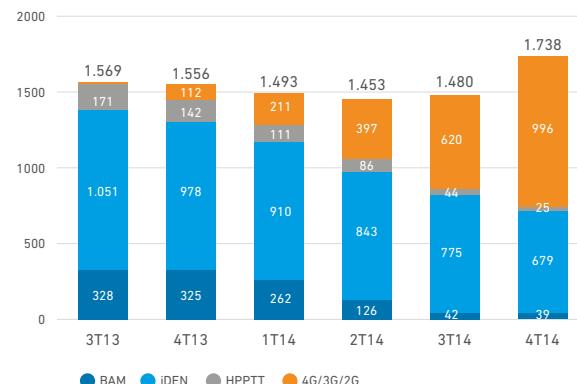
El margen EBITDA, en tanto, alcanzó el 29%. Esto implica un crecimiento de 1 p.p., lo que refleja los esfuerzos de eficiencia de la compañía. Al excluir el impacto de la filial Entel Perú y en bases comparables respecto del tratamiento de terminales de pospago, el EBITDA crece 2%, mostrando la solidez de los negocios en el mercado chileno.

UTILIDAD DEL EJERCICIO

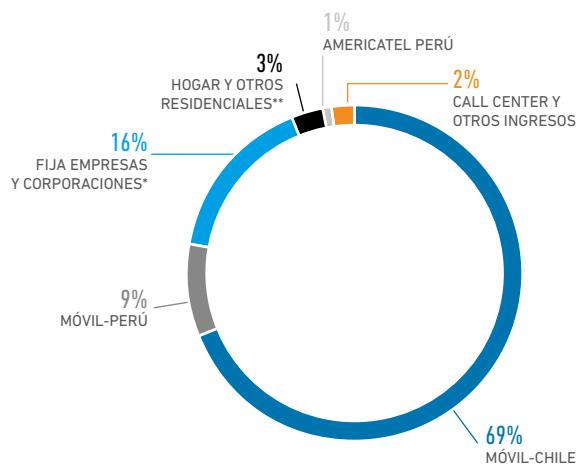
En 2014, Entel alcanzó una utilidad de \$56.471 millones, reflejando una disminución de 62% respecto de los \$146.965 millones de 2013, lo que se explica principalmente por una menor utilidad operacional derivada del negocio móvil en Perú y mayores gastos financieros relacionados con un mayor nivel de deuda y a mayores costos de instrumentos en Unidades de Fomento (UF) debido a una mayor inflación.

A su vez, en septiembre de 2014 se aprobó la reforma tributaria, lo que generó un impacto positivo en impuestos diferidos por un monto de \$9.864 millones, devengado a patrimonio de acuerdo a la Circular 856 de la Superintendencia de Valores y Seguros (SVS).

BASE DE ABONADOS ENTEL PERÚ (en miles)



DISTRIBUCIÓN DE INGRESOS CONSOLIDADOS POR TIPO DE SERVICIO (%)



* Servicios integrados de (voz, datos e Internet) para Empresas y Corporaciones y negocio de arriendo de redes y tráfico.

** Oferta Hogar y LD.



Campaña de lanzamiento
de la marca Entel Perú,
octubre de 2014.

* 6.

FILIALES

CON LA INFRAESTRUCTURA MÁS MODERNA DEL PAÍS, la compañía aborda todos los segmentos del mercado peruano, ofreciendo una experiencia de uso diferenciadora a los clientes, tanto en el segmento personas como empresas.

- » Exitozo lanzamiento de nueva marca Entel Perú, con foco en captar el mercado de Personas.
- » Captura de 258 mil clientes netos en el cuarto trimestre, luego del lanzamiento.
- » Único operador con servicios iDEN 2G, 3G y 4G, duplicando sus puntos de presencia.
- » La mayor cobertura de red 4G LTE con la infraestructura más moderna del país.
- » Buen despliegue de puntos de venta y desarrollo de capilaridad mayorista cercano al 60%.
- » Líder en portabilidad en telefonía móvil, especialmente en clientes de alto valor.

CONTEXTO

De la mano de una economía dinámica, con un marco regulatorio estable y una baja penetración de Internet móvil, el mercado de telecomunicaciones en Perú presenta un importante potencial de desarrollo. Con una población de 30 millones de habitantes, la industria cuenta con una penetración móvil de 96%, según BofAML. Este indicador es la mitad del observado en Chile (129%, según Subtel) y se ubica muy por debajo del 120% que promedian los países de la OCDE. La penetración de estos servicios difiere bastante con la participación de los

servicios móviles de voz, que alcanza alrededor de 20% de los suscriptores de pospago.

Este escenario, acompañado por una renovación tecnológica y una modernización de los servicios, representa una relevante oportunidad para responder a los requerimientos de los usuarios, quienes se encuentran cada vez más informados y exigen alta calidad por parte de los operadores. Por ello, la infraestructura de Entel es un factor clave para competir en este mercado de alto potencial y que evoluciona desde los servicios de voz hacia un uso intensivo de datos móviles. De hecho, la compañía cuenta con la plataforma más moderna del país y es el único operador con servicios iDEN, 2G, 3G y 4G y con la mayor cobertura de red 4G LTE en Perú.

LANZAMIENTO DE ENTEL PERÚ

En la gestión 2014, Entel comienza a consolidar el proceso de adquisición a la norteamericana NII Holdings del 100% de las acciones de Nextel Perú, una compañía que había estado orientada principalmente al segmento Empresas.

Con una profunda y exitosa campaña de posicionamiento, en octubre la sociedad concretó el cambio de marca de Nextel a Entel Perú, enfocada en convertir a la empresa en un operador móvil global que aborda todos los segmentos del mercado peruano, ofreciendo una experiencia de uso diferenciadora a los clientes.

En preparación para este lanzamiento de Entel en Perú, que implicó un cambio estratégico al cambiar el foco de crecimiento desde Empresas a Personas, la compañía alcanzó

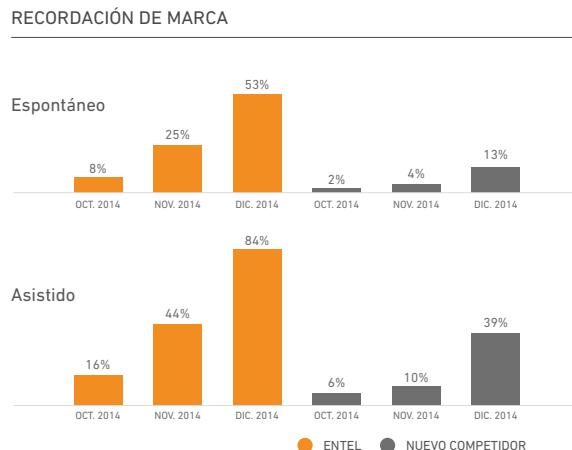
Excelente recepción de lanzamiento de nueva marca, con posicionamiento en segmento de alto valor.

725

puntos de venta registró a nivel nacional Entel Perú, duplicando sus puntos de contacto.

11%
creció el número
de clientes en 2014.

Importante crecimiento en actividad
de venta, tanto en Personas como
en Empresas.



importantes hitos, como la actualización y ampliación de la red de los servicios 2G, 3G y 4G, duplicando los sitios de presencia hasta más de 1.700 (POPs) y concretando la infraestructura más moderna en el Perú. En un esfuerzo por impulsar la capilaridad de Entel, se aumentó en 60% los puntos de venta, de manera de contar con presencia extendida en los sitios de interés.

Si bien esta es una industria donde el 80% opera por medio de prepago, la estrategia de lanzamiento fue complementada por atractivas ofertas de equipos de alta gama con subsidio y por novedosos planes, lo que permitió atraer a clientes de alto valor y el posicionamiento de la marca en un mercado donde a la fecha primaban sólo dos operadores. Gracias al exitoso lanzamiento, en menos de dos meses Entel Perú obtuvo 64.412 clientes por medio de la portabilidad, liderando ampliamente esta modalidad.

Producto de la estrategia de lanzamiento y el éxito en el posicionamiento de la marca, Entel Perú superó los 1,7 millones de clientes al cierre de 2014.

GESTIÓN

Desarrollo de oferta y marca

El trabajo desarrollado en Entel Perú se concentró en el desarrollo de una marca cercana y amistosa, apalancada en la experiencia de uso gracias a mejores opciones de navegación, especialmente gracias a la red 4G y la excelencia en la atención.

Con una propuesta de minutos todo destino, ampliando la oferta a datos y foco en clientes de alto valor, la compañía sumó también nuevas funcionalidades y productos, especialmente para el segmento Personas.

Despliegue territorial (Red y PdV)

En el período se avanzó en cubrir tanto las principales ciudades y carreteras, como en fortalecer la red indoor. Así, se renovó el 100% de la red (810 sitios) con el propósito de poner a disposición un servicio de calidad que permita a los clientes una experiencia satisfactoria. Estrategia que se complementó con 770 nuevos sitios "on air".

Paralelamente, se ampliaron los puntos de venta, con el objetivo de acompañar el crecimiento de clientes con puntos de atención, que pasaron de 356 puntos de contacto con el cliente a 725 al cierre del ejercicio.

A lo anterior se suma la ampliación de la red de distribución y recarga mayorista.

Experiencia distintiva

Sustentada sobre la base de una experiencia distintiva, en 2014 se consolidó una cultura orientada al cliente. En el año, la compañía reorganizó su modelo de gestión, desarrollando una estrategia multicanal, subsegmentada y coherente con el valor y expectativa de cada cliente.

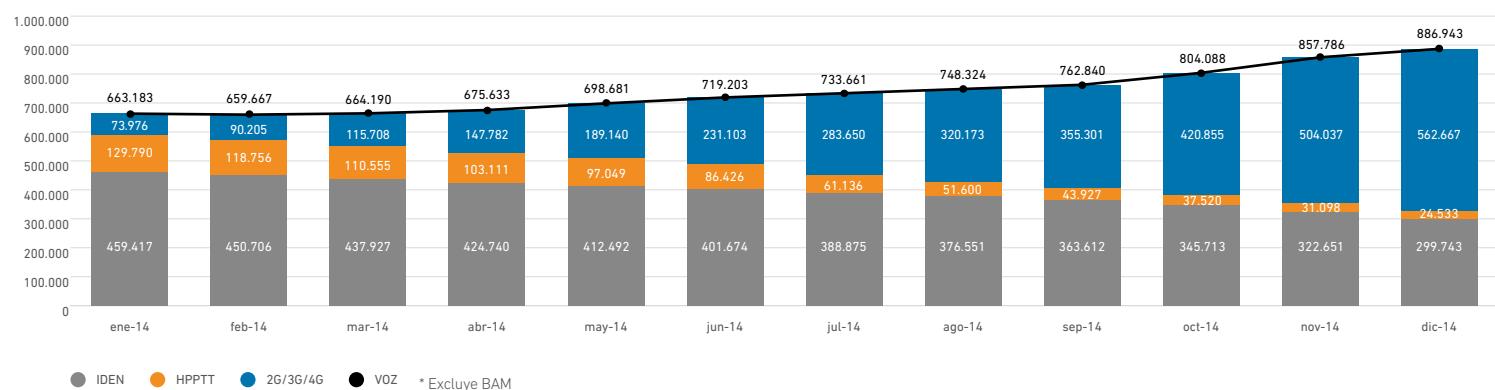
La coherencia entre la oferta y el servicio se puede apreciar en varios indicadores de calidad de servicio. En un estudio realizado por GFK, Entel Perú registró indicadores de 61% de satisfacción en calidad de señal en datos (23% más que el competidor más cercano), 60% en calidad de atención (20% sobre la competencia) y un 61% en transparencia (12 puntos por encima del segundo operador).

Además, Entel Perú fue el operador móvil con los mejores resultados en los indicadores de calidad de llamadas en la Tasa de Intentos no Establecidos (TINE) y Tasa de Llamadas Interrumpidas (TLLI), notándose, además, una tendencia de mejora en los últimos meses del año. En diciembre de 2014, la compañía registró un TINE de 0,07%, lo que representa hasta 30 veces menos fallas que su competidor más cercano (1,39%). En tanto, el TLLI se ubicó en 0,57% en diciembre pasado, casi la mitad del competidor más cercano (1,12%).

PORTABILIDAD

Con una participación de mercado en torno al 6% al cierre del ejercicio, Entel es la tercera compañía de telefonía móvil de Perú. Con una oferta que asegura cobertura total de 4G y una propuesta de voz con libertad para el usuario, la compañía ingresó de lleno a competir en el mercado personas obteniendo la preferencia de los clientes y apuntando a conseguir alrededor de un 25% de participación en el mediano plazo.

EVOLUCIÓN DE LA BASE POR TECNOLOGÍA BASE DE ABONADOS VOZ SUSCRIPCIÓN



La exitosa apuesta se vio reflejada en los números de portabilidad, cuyo mecanismo fue relanzado el 16 de julio último, donde el plazo de ejecución del cambio de operador se redujo de siete días a 24 horas. Al cierre de diciembre y según cifras oficiales de la entidad reguladora peruana Osiptel, Entel lideró ampliamente las cifras de portabilidad, registrando en prepagos portados un resultado neto de 11.517, casi diez veces lo obtenido por el competidor más cercano. En tanto, en portaciones de pospago obtuvo un resultado neto de 59.352 clientes, cifra que representa más de 60 veces lo conseguido por la compañía competidora más cercana.

CAPITAL HUMANO

En la gestión 2014, Entel continúa con la integración de sus operaciones por medio de un rediseño organizacional de la empresa, cuyo foco es otorgar la estructura distintiva de la compañía y, de esta forma, responder de manera eficiente a las exigencias de los clientes. En esta línea, Entel potenció su fuerza de venta y duplicó sus puntos de contacto con clientes a nivel nacional, alcanzando los 725 al cierre del año.

Debido a la importancia de la calidad de atención y servicio en la estrategia, los colaboradores de la compañía son actores relevantes en los pilares principales que impulsan a Entel. La compañía cuenta con aproximadamente 2.200 trabajadores directos y, al igual que los indirectos, son contratados según el marco de las leyes laborales.

CLIENTES

Con una apuesta basada en equipos de última generación y una conexión fiable de 4G gracias a la infraestructura más

moderna de Perú, Entel registró al cierre del período un total de 1.738.450 clientes, lo que representa un crecimiento neto de abonados de 11% respecto de diciembre de 2013. A su vez, registró un ingreso promedio por usuario de \$8.252.

CONTEXTO REGULATORIO

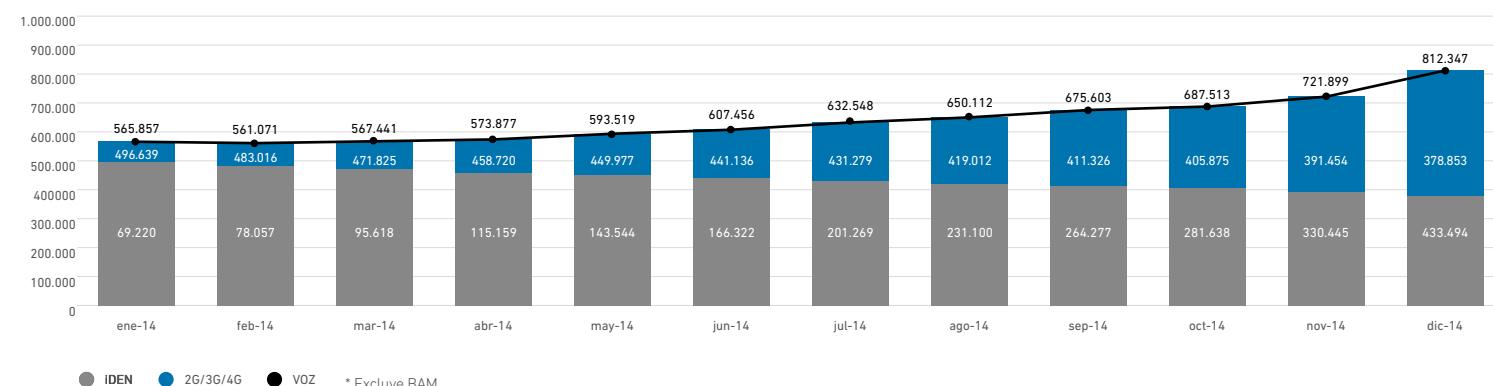
En 2014, las medidas regulatorias aprobadas para el sector han puesto especial énfasis en dinamizar el mercado de telecomunicaciones, considerando la ausencia de competencia que presenta la industria al ser dominada por dos operadores.

En diciembre de 2013, el Organismo Supervisor de Inversión Privada en Telecomunicaciones (OSIPTEL) inició el proceso de revisión de los cargos de terminación en redes móviles, fijados al cierre del ejercicio en USD 4 centavos por minuto. Este proceso concluiría en el 2015 y se espera una reducción del cargo que debe pagar un operador móvil a otro cuando sus usuarios realizan llamadas a otro operador.

Al ser el cargo móvil un costo importante de la tarifa por llamadas hacia otros operadores, su reducción permitirá a empresas desafiantes, como Entel, competir con operadores más grandes del mercado.

En el caso particular del mercado móvil, en julio de 2014 se implementó una medida de relevancia para fomentar la competencia, como es el caso de la "Portabilidad en 1 día", que, además de reducir el plazo para portar el número móvil de siete días a uno, disminuyó también la cantidad de requisitos que debe presentar el cliente para solicitar su portación. Los resultados de esta medida han superado toda expectativa, ya que en cuatro años de portabilidad en

Evolución de la base por tecnología
Base de abonados voz prepago



el Perú (desde el 2010 hasta junio de 2014) únicamente se habían registrado 268.911 portaciones, y en tan sólo cinco meses desde el lanzamiento de la "Portabilidad en 1 día" (de julio a diciembre de 2014) se han registrado 164.694 casos.

Complementando esta medida, en 2014 se aprobaron dos iniciativas regulatorias de particular importancia que también pretenden promover la competencia en el mercado móvil: Ley de Operadores Móviles Virtuales (OMV), que permite que personas naturales o jurídicas que no cuenten con una concesión puedan brindar servicios móviles a los usuarios a través de las redes de los operadores móviles ya establecidas. El reglamento de esta ley se encuentra en discusión por parte del sector y se espera que sea aprobado en los primeros meses de 2015.

Como segunda medida, a partir de enero de 2015, el Organismo Supervisor de Inversión Privada en Telecomunicaciones (OSIPTEL) dispuso que los operadores móviles deberán comercializar equipos desbloqueados a fin de que los mismos puedan ser utilizados en cualquier operador, sea nacional o internacional. OSIPTEL también dispuso un tope a las penalidades que cobran los operadores móviles a los usuarios por desligarse de su acuerdo de adquisición de equipos, reduciendo los costos de cambio que existen para cambiar de operador.

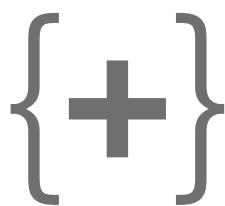
Otra medida de gran relevancia aprobada en 2014 fue la ley que facilita el despliegue de infraestructura de telecomunicaciones aprobada en julio pasado, que establece un mecanismo de aprobación automática por parte de las municipalidades para la instalación de antenas, sujetas a un control posterior de la revisión de la documentación presentada. Esta ayudará a mejorar la brecha de cobertura que

existe en la actualidad. El reglamento de esta ley también se encuentra en proceso de elaboración y discusión.

Su aprobación revierte gran importancia considerando las exigentes medidas aprobadas en 2014 por el regulador en relación a cobertura y calidad del servicio. En octubre de 2014, OSIPTEL publicó un nuevo Reglamento de Calidad, que, entre sus novedades, regula la velocidad mínima de navegación en Internet que cada operador debe garantizar a sus usuarios. Esta velocidad ha sido fijada en 40% y 80% durante una hora al día.

Asimismo, este reglamento exige a los operadores habilitar herramientas de medición de velocidades de Internet en sus páginas web y en los smartphones y tablets que comercialicen con sus clientes. Esta regulación de Internet aplicará a partir de abril de 2015.

De cara al año 2015, se espera en el mercado local un contexto regulatorio tanto o más activo que el de 2014. El OSIPTEL debe fijar durante este año el nuevo cargo por terminación de las redes móviles que pagarán los operadores durante el período 2015-2019, medida que definirá mayores posibilidades de competencia en el mercado.



Americatel Perú

CONSOLIDAR NUESTRA OFERTA DE PRODUCTOS y servicios de forma de entregar un abanico de alternativas de acuerdo a las necesidades del mercado de empresas y corporaciones en Perú

- » Crecimiento del servicio NGN para el mercado empresas, con más de 9.000 puntos atendidos.
- » Gestiona la cartera Wimax de Nextel Perú para servicios de Banda Ancha Fija. Más de 12.000 puntos atendidos si se consideran los servicios NGN y la cartera adquirida.
- » Lanzamiento en octubre de NGN LTE, con una oferta de planes de mayor ancho de banda de acuerdo con los nuevos requerimientos del mercado.

Durante 2014, Americatel Perú logró superar los 6.000 clientes empresas y corporaciones, gracias al crecimiento de servicios TI, la adquisición de la cartera Wimax de Entel Perú y el constante aumento de la base en los servicios ya tradicionales de la compañía

SERVICIOS SATELITALES

Al cierre de 2014, Americatel cuenta con una base de 180 clientes, a quienes provee servicios satelitales con 555 puntos en total, cifra que eleva su market share a nivel de revenue en este servicio de 7% a 11%. Se proyectan crecimientos de ingresos a través de una estrategia de prospección en verticales de largo plazo y el desarrollo de nuevos productos que permitan aumentar el número de clientes potenciales del servicio. Al mismo tiempo, se espera aumentar la rentabilidad del negocio mediante acciones que nos permitan reducir costos.

PAQUETES A LA MEDIDA

La compañía aumentó su penetración en el mercado de empresas medianas y pequeñas durante el ejercicio, principalmente gracias al éxito de su producto Americatel NGN, que incluye telefonía, Internet, centrex y otros servicios de valor agregado. En este segmento, alcanza el 13% de participación de mercado.

En este último año, los puntos contratados para este servicio se elevaron a más de 9.000, lo que permitió alcanzar un



30%
aumentó el EBITDA en el período.

6.000
clientes empresas y corporaciones
registró Americatel, gracias al
crecimiento de los servicios TI.

alto nivel de ocupación de la capacidad de su red Wimax con clientes de alto valor. Asimismo, en octubre de 2014 se lanzaron los planes NGN LTE, aumentando los anchos de banda ofrecidos a los clientes, en línea con las nuevas necesidades del mercado.

En el Mercado Corporativo, Americatel tiene una penetración total de 65%, y de 45% en servicios provistos con su propia red de acceso (Telefonía, Internet, Datos, NGN, Servicios Satelitales y de TI). En agosto de 2014 entró en vigencia la Portabilidad Fija, que permitirá ampliar la base de clientes de telefonía fija.

MERCADO MAYORISTA

Su principal servicio es el tráfico de Larga Distancia Internacional entrante. Con una combinación de estrategias para rentabilizar su red de transporte nacional y las interconexiones directas con los demás operadores, logró un récord histórico en la rentabilidad del producto, superando el margen directo de 2013 en 17%. Asimismo, estas estrategias permitieron llegar a niveles de participación de mercado de 20% en el tráfico entrante a las redes fijas de Perú. Por otro lado, en 2014 se consolidó como el principal proveedor de terminación internacional de Entel Perú, gestionando el 80% de sus tráficos a diciembre de 2014.

En cuanto a los servicios de datos mayoristas, la estrategia se orientó a posicionarse como un operador cuya ventaja comparativa es la velocidad en las cotizaciones e instalación; asimismo, la compañía ha impulsado también la rentabilidad de su red de transporte local (backbone), a través de una oferta de circuitos de altas capacidades a operadores de telecomunicaciones. Estas estrategias permitieron fidelizar a clientes como AT&T, British Telecom, Orange y Entel e incrementar el nivel de facturación en más de 30% y el nivel de margen directo en más de 35%.

MERCADO RESIDENCIAL

Durante 2014, Americatel entregó servicios de Larga Distancia a 75.000 clientes contratados (90.000 planes); 8.000

clientes con discado mensual y 26.000 marcadores de origen móvil mensual. La compañía posee un market share, en origen fijo, de 13% en LDN y 41% en LDI, y en origen móvil, de 3% tanto en prepago como pospago.

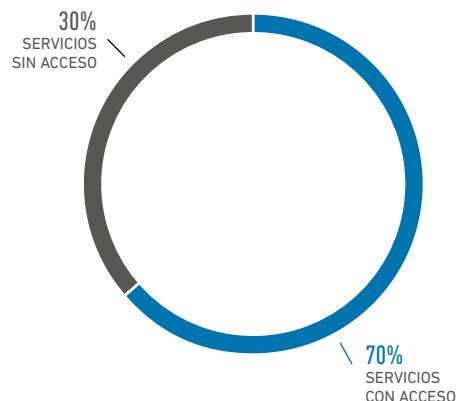
Para maximizar la rentabilidad de los servicios de Larga Distancia, optimizó sus actividades de marketing, enfatizando la comunicación de precios bajos y recordación de marca. Asimismo, se optimizaron los recursos empleados en campañas de venta y retención de planes contratados de larga distancia, generando con ello importantes ahorros en recursos de Call Center.

En cuanto a los ingresos del mercado total, estos cayeron 26% entre 2014 y 2013, debido a la sustitución de los productos LDN y la LDI con productos como Internet, voz sobre IP, pero, principalmente, por la sustitución de tráficos de origen fijo por el origen móvil. De hecho, los operadores móviles desarrollaron una agresiva estrategia de precios, con tarifas 90% menores a las de LDI discada de Americatel y 40% inferiores a la tarifa contratada. No obstante, pese a estas reducciones a nivel de mercado, los tráficos de Americatel se redujeron en 20% y 17%, en LDN y LDI, respectivamente. En ambos casos la disminución fue menor a la registrada por el mercado.

La contracción del mercado y la presión en tarifas han afectado los resultados de este segmento; sin embargo, sus efectos han sido compensados en parte por la optimización de la inversión en marketing y del uso del Call Center.

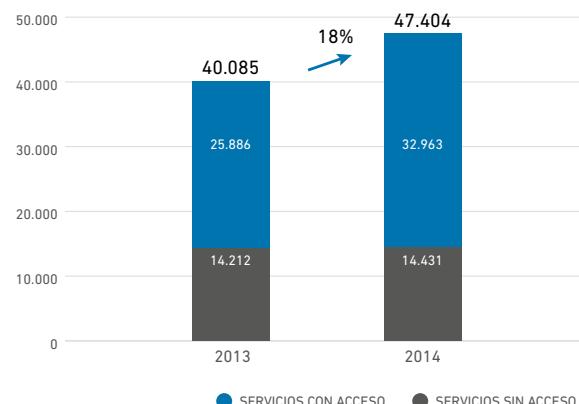
La experiencia del uso de los productos de Larga Distancia de Americatel fue muy bien evaluada por sus clientes. El estudio a octubre de Top to Box para el origen fijo arrojó un índice de 75% en imagen y de 80% en calidad. Asimismo, el índice de satisfacción neta de clientes en origen móvil de pospago fue de 80% y de prepago, 88%, ambos en segmento discado.

DISTRIBUCIÓN DE INGRESOS POR SERVICIO



INGRESOS BRUTOS. En miles de USD.

Tipo de cambio Soles P/USD: 2.990



RESULTADOS DE AMERICATEL PERÚ

El cierre de año de Americatel Perú destaca por su gestión operacional y resultados financieros, llegando a cifras récord durante 2014 y con un crecimiento sostenido y sustentable.

La tendencia mundial del negocio de larga distancia a la baja ha llevado a la compañía a reconvertir su oferta hacia productos con acceso, enfocándose en servicios satelitales, NGN con el lanzamiento de LTE y asumiendo los negocios de banda ancha fija de Entel Perú, además de una fuerte propuesta en servicios de data center, tanto en hosting como housing, ha permitido que Americatel continúe generando valor a los clientes.

Los ingresos cerraron en USD 47,4 millones, cifra que implica un crecimiento de 18% respecto del año 2013, y el EBITDA fue de USD 9,8 millones (incluye reparto de utilidades), lo que refleja un alza de 30% respecto del ejercicio anterior. El margen EBITDA, en tanto, mejora en 2%, al llegar en 2014 a 21%.

El crecimiento anual de ingresos de productos con acceso alcanzó a 12%.

En el segmento empresas los ingresos crecieron 15% respecto de 2013, con una consolidada operación en NGN y un aumento de la oferta de nuevos planes sobre tecnología LTE que ha permitido mantener un Churn controlado en 2% de los puntos en facturación, levemente superior al del año pasado por un 0,05%. A ello se suma un crecimiento en la base

final de 4%, e ingresos por USD 12,7 millones, 4% por sobre los del ejercicio anterior, gracias a la mayor base, contrarrestado con un menor ARPU en 2%.

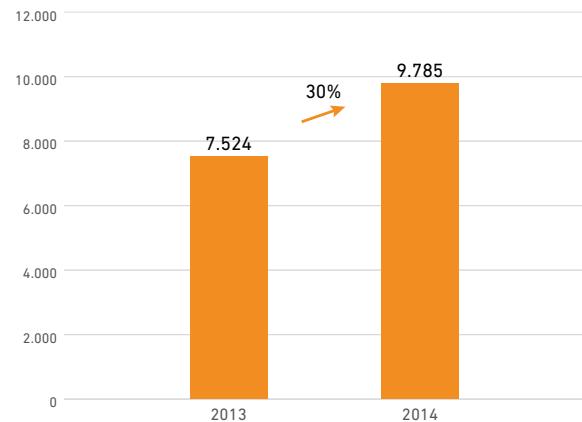
Servicios Satelitales cerró el año con 554 puntos e ingresos por USD 7,4 millones, monto que equivale a un incremento de 31% respecto del ejercicio anterior y al 25% de los ingresos del segmento empresa. En tanto T.I., con una estrategia agresiva de hosting en IAAS y en SAAS, logró crecer 57% en ingresos en 12 meses.

En el segmento masivo, la caída en ingresos fue de 13,6% respecto del ejercicio 2013, dada la sustitución natural que vive el mercado con las nuevas tecnologías sobre Internet, contrarrestado con estrategias de defensa que han permitido paliar esta baja. Entre ellas destacan las promociones para aumentar el tráfico e ingresos en Multicarrier origen móvil que, dentro de la categoría, logró crecer 1% en ingresos en el año.

Wholesale, por su parte, aumentó tanto el negocio de tráfico, gracias a los acuerdos bilaterales con Entel Perú, AT&T y Teletel, con un alza de 17% respecto de 2013, como en el de arriendos de infraestructura, en el que creció 31%.

En EBITDA, el crecimiento respecto del año pasado en 30% está explicado no sólo en los mayores ingresos, sino también en importantes ahorros y fuerte control de gastos, lo que permitió mejorar los márgenes. Los costos indirectos respecto del año pasado, en tanto, sólo crecieron 16%, menor al crecimiento total de ingresos, correspondiente a 18%.

EBITDA. En miles de MM USD
Tipo de cambio Soles P/USD: 2.990



INVERSIONES

Americatel invirtió durante 2014 USD 8 millones. El grueso corresponde al equipamiento en clientes, con 32% de la inversión total, para brindar principalmente servicios de NGN e Internet dedicado.

Destaca el inicio del despliegue de la red LTE 2,3 GHz, con 28 estaciones base para ofrecer velocidades competitivas de mercado. También se concluyeron las ampliaciones de data center Tier III y de la planta externa para dar servicios a empresas.

#



Entel Call Center

CON LA MISIÓN DE OTORGAR UN EFICAZ CONTACTO con los clientes, por medio de soluciones robustas de contact center, desarrollamos una operación multicanal que permite un servicio integrado.

- » Certificación COPC® GMD para tres mesas de atención.
- » Crecimiento en 196 de las posiciones en las operaciones de Chile.
- » Implementación de servicio complementario de despacho end to end, cuya tecnología de operación permitió incrementar la efectividad de entrega de productos de 45% a 70%.
- » Recertificación ISO 9001:2008 en Servicios Call Center Perú.
- » Entel Call Center es el segundo operador del Mercado en Chile, con un 18% del total de posiciones en servicios de outsourcing y es un actor importante en el mercado peruano.

CONTEXTO

La creciente demanda de los clientes por un servicio de atención personalizado y eficiente ha impulsado a las empresas a requerir servicios multicanal que integren redes sociales, service mail, chat y soluciones robustas de contact center que pueden ser complementadas con servicios de despacho. La diversificación y calidad de los servicios ha permitido a Entel Call Center captar nuevos clientes y ampliar sus líneas de negocio, privilegiando siempre un servicio de atención con los más altos estándares del mercado.

PERFIL

Entel Call Center nace producto de la necesidad de Entel S.A. de resolver de manera oportuna y eficiente los requerimientos de los clientes. En un mercado competitivo, la compañía ha sabido implementar servicios integrales apuntando una extensión de su línea de negocio, cuyo éxito se ha reflejado en los más de 60 clientes que confían en Entel Call Center. Destacan entre ellos entidades públicas (Minsal, Registro Civil, Ministerio del Desarrollo Social), instituciones financieras (Banco de Chile y BBVA), empresas de retail (Puntos Cencosud) y empresas del sector comercio (Derceo, Soprole y Abastible).

La compañía opera local e internacionalmente con tres sites en Chile y dos en Perú, donde apoya el crecimiento de Entel Perú y a otros clientes, tales como Americatel Perú, Bcp, Auna, Ripley, Lider y ACE Seguros.

Con infraestructura construida y habilitada de acuerdo con los más altos estándares de calidad, los site son diseñados especialmente para el negocio y cada uno de ellos posee los atributos de seguridad, comodidad, iluminación y climatización necesarios para garantizar un buen ambiente de trabajo a sus más de 5.622 colaboradores en ambos países.

En Chile cuenta con 3.098 trabajadores, de los cuales 1.894 están contratados de manera directa por Entel Servicios de Call Center o por Entel Servicios de Contact Center. En Perú, los colaboradores son contratados por Servicios Call Center del Perú y suman 2.320.



15%

crecieron los ingresos en 2014.

ESTRATEGIA

Con la misión de brindar soluciones rápidas y precisas a los usuarios finales, logrando un alto nivel de satisfacción en sus clientes, Entel Call Center apunta a alcanzar un FCR (First Contact Resolution) de alta eficiencia, cuyo foco radica en que la relación no esté restringida a lo telefónico ni presencial, sino que englobe múltiples canales de comunicación, entendiendo que somos parte de su cadena de valor y estableciendo en la interacción con los usuarios finales y clientes un objetivo prioritario para la compañía. Es por ello que los servicios puestos a disposición se encuentran a la vanguardia de las actuales necesidades, al ofrecer respuestas integrales que incorporan redes sociales, MSI Mobile, e-mailing, SMS, chat y Click to Call, servicios que se encuentran integrados en la estructura de información única y centralizada.

SATISFACCIÓN DE CLIENTES

Entel Call Center gestiona la experiencia de los clientes por medio de herramientas que permiten medir y conocer en línea los niveles de servicio, gracias a una robusta plataforma tecnológica que permite administrar las interacciones con plena información. Ello es vital para la rápida y eficaz entrega de soluciones. Asimismo, son claves los procesos de selección y capacitación de personal.

Con el propósito de una continua mejora de los servicios, la compañía mide mensualmente Precisión Error Crítico y No Crítico, indicadores que se contrastan con los resultados de satisfacción de usuarios finales. Así se detectan mejoras tanto a nivel de ejecutivos (vista vertical) como a nivel de los procesos (vista transversal) de negocio.

EXPANSIÓN

En Perú, la compañía tiene 1.688 posiciones, con una utilización al 98%. Se está trabajando en habilitar 280 posiciones, con el propósito de enfrentar el crecimiento en la demanda de servicios.

En tanto, en Chile, las posiciones totalizaron 2.600 en 2014, de las cuales 2.200 se encuentran asignadas.

Durante el último año, la compañía incrementó sus posiciones en 196 en el site de Curauma. A ello se agrega una ampliación de 98 posiciones en el site de General Mackenna, y la devolución del site de Amunátegui en Santiago.

CERTIFICACIÓN DE SERVICIOS

En la gestión 2014, Entel Call Center obtuvo la certificación COPC® GMD para tres de sus mesas de atención: la mesa de ayuda para smartphone, tanto en Mercado Personas como Empresas, y la mesa de soporte del Registro Civil, lo que ratifica los altos estándares operativos con que cuenta Entel Call Center y su compromiso por entregar un servicio de calidad.

RECERTIFICACIÓN DE CALIDAD

Para verificar que el sistema de gestión de calidad se mantenga vigente, durante 2014 la filial Servicios Call Center Perú realizó un proceso de auditoría interna para la recertificación en la norma ISO 9001:2008, cuyos resultados se espera obtener a principios de 2015.

RESULTADOS

En un mercado competitivo, el foco en la eficiencia y en la calidad de los servicios permitió mantener los márgenes y buenos niveles de satisfacción de los clientes. Estos esfuerzos se reflejaron en la confianza de los clientes y mejores resultados.

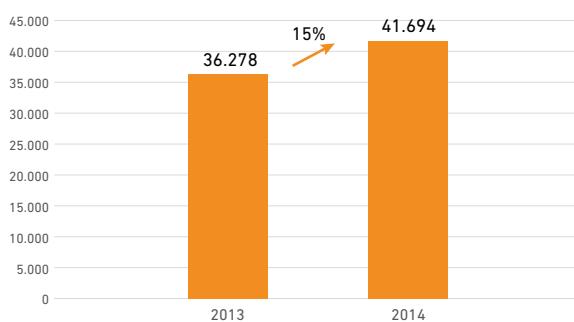
Los ingresos consolidados de Entel Call Center alcanzaron los \$41.694 millones a diciembre de 2014. Este resultado implica un crecimiento anual de 15% y fue impulsado por Servicios Call Center de Perú, cuya actividad aumentó producto del crecimiento de Entel en ese país y del incremento en los servicios de ventas.

El EBITDA alcanzó un crecimiento de 21% respecto del período 2013, debido en gran medida a los mayores ingresos provenientes de Servicios de Call Center de Perú, junto con una eficiencia en gastos tanto en el vecino país como Chile.

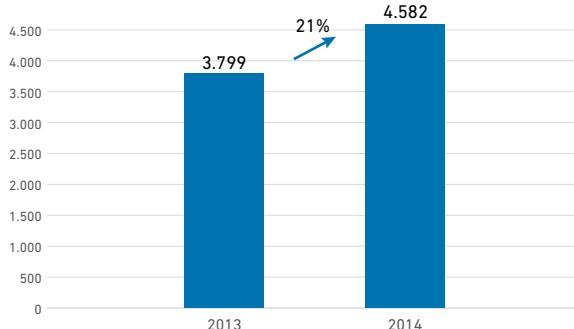
INGRESOS CONSOLIDADOS DE ENTEL CALL CENTER

En millones de \$

Valores expresados en norma IFRS



EBITDA CONSOLIDADO ENTEL CALL CENTER



SERVICIOS

Servicios multicanal

Implementación de servicios multimedia, redes sociales, chat, plataformas únicas o complementarias a la atención remota existente, enmarcado en una atención única independizada del punto de contacto, con información de los clientes y el servicio integrado entre todos los canales existentes.

Service Desk

Mesas de ayuda técnica para empresas del Grupo Entel y clientes externos. Servicio enfocado en la resolución en el primer contacto, para así elevar la disponibilidad de los servicios, disminuir los costos asociados a la reposición y complementar eficazmente los servicios entregados en terreno.

Servicios Back Office

Implementación de servicios complementarios a la atención a clientes a través de ciclo cerrado, agregando valor en la resolución de tareas administrativas, de control y seguimiento, propias de cada negocio.

Campañas de ventas

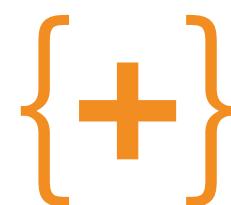
Servicios de venta consultiva, telemarketing y cobranza acordes a las necesidades de los clientes, incorporando servicios de delivery que complementan la venta hasta la entrega del producto en el usuario final.

Atención a clientes

Modelos de atención Inbound basados en las mejores prácticas de mercado, implementado con soluciones tecnológicas como IVR, CRM y flujos de atención de acuerdo al negocio, que aseguran una atención de calidad y satisfacción de usuarios finales.

Servicios tecnológicos

Implementación tecnológica de plataformas bajo demanda, incluyendo tecnología world class y customizada de acuerdo a las necesidades de los clientes, incorporando también plataformas de control, business intelligence y servicios de CRM.





IMPRESIÓN
Ograma

DISEÑO
www.filete.cl

e)

www.entel.cl