

2021 REPORTE DE SOSTENIBILIDAD



WOM

CONTENIDOS



Atención

En este documento podrás navegar por los contenidos del reporte haciendo clic en cada capítulo y en los subtemas de estos.

Y botones a hipervínculo



1. Bienvenida 03

- 1.1 Carta del CEO 04
- 1.2 Información general de la compañía 06
- 1.3 Nuestro primer Reporte de Sostenibilidad 07
- 1.4 El aporte de WOM a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) 08



2. Hitos de nuestra gestión 2021 09



3. Somos WOM 18

- 3.1 Nuestra historia 20
- 3.2 Nuestros reconocimientos 23
- 3.3 Valores de nuestra gestión 24
- 3.4 Estructura de la propiedad 25
- 3.5 Gobierno Corporativo 26
- 3.6 Ética e integridad 33
- 3.7 Estrategia de Sostenibilidad 2022-2025 41



4. Compromiso con nuestros clientes 46

- 4.1 Experiencia de de clientes WOM 48
- 4.2 Estimulamos el desarrollo tecnológico 51
- 4.3 Privacidad y seguridad de la información 53
- 4.4 Responsabilidad con nuestros productos y servicios 56



5. Equipo WOM 57

- 5.1 Nuestros WOMers 59
- 5.2 El valor de la diversidad 64
- 5.3 Bienestar laboral 68
- 5.4 Desarrollo de talento 73
- 5.5 Seguridad de las personas 78



6. Nuestro vínculo con el entorno 85

- 6.1 Conectamos con nuestras comunidades 88
- 6.2 Conectamos con nuestros proveedores 94



7. Gestión ecoeficiente 95

- 7.1 Mirada estratégica 96
- 7.2 Gestión de nuestros residuos 97
- 7.3 Gestión de la energía 109



8. WOM en la industria de las telcos 112

- 8.1 Marco regulatorio 114
- 8.2 Industria de las telecomunicaciones 115
- 8.3 Nuestro negocio 118
- 8.4 Gestión de riesgos 121



9. Apartado metodológico 124

- 9.1 Identificación de nuestros grupos de interés 125
- 9.2 Elaboración del Reporte de Sostenibilidad 2021 127

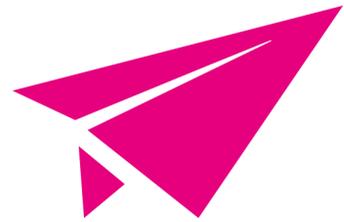
CAPÍTULO 1

BIENVENIDA



1.1

[GRI: 102-14]



CARTA DEL CEO

Cuando WOM aterrizó en Chile hace siete años, lo hizo con un propósito claro:

Entregar el mejor servicio a los clientes con más competencia y una propuesta de valor superior.

Sabíamos que no iba a ser fácil, y que WOM tenía la oportunidad de mejorar la industria y romper el *status quo* con valentía, pasión, innovación y honestidad (nuestros cuatro valores), lo que nos empujó a avanzar en esta senda, en beneficio de todos los usuarios.

Durante nuestro crecimiento como compañía, no solo logramos disminuir el costo de los planes en un 40% y el del giga en un 95%, sino que también nuestros clientes nos han reconocido y dado su confianza, siendo galardonados por ellos con los premios al “Mejor de los Mejores” del ranking Procalidad 2020 y 2021, y por el Praxis Xperience Index en 2019, 2020 y 2021, que reflejan el constante esfuerzo y compromiso de todos los WOMers.



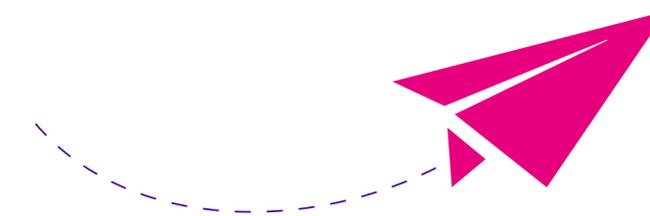
Pero sabemos que no es suficiente, y es por eso que queremos dar un paso más en esta dirección, al realizar nuestro primer Reporte de Sostenibilidad, como un ejercicio de transparencia, con el objetivo de saber cuál es el punto de partida de nuestra organización frente a la sostenibilidad del negocio.

Este análisis nos permitirá seguir mejorando día a día en ámbitos importantes para nuestros clientes y la sociedad, temas como nuestra relación con el medio ambiente, con la sociedad, así como también de gobernanza (ESG).

Queremos seguir creciendo y evolucionando de la mejor forma en los tiempos actuales, cuando las comunidades más requieren de empresas responsables con su entorno y donde más atentos debemos estar a nuestro impacto en la sociedad y el medio ambiente, y de aplicar las mejores prácticas de gobierno corporativo, para seguir gestando cambios en el país.

El primer Reporte de Sostenibilidad 2021 comenzó a consolidarse en noviembre del año pasado, con la participación de todas las gerencias de WOM, a quienes se les solicitó información respectiva al accionar de cada unidad en la compañía.

Gracias a este trabajo fue posible revisar, por ejemplo, nuestros valores y cómo se ven reflejados en los temas sostenibles de la empresa; la estructura organizacional, ética e integridad; el compromiso con nuestros clientes y la decisión de ponerlos siempre en el centro de las decisiones; el rol de WOM en los proyectos de infraestructura de telecomunicaciones más relevantes para Chile como Fibra Óptica Nacional y el despliegue del 5G y nuevas tecnologías; el uso y privacidad de datos; nuestra política de responsabilidad con servicios y productos; la relevancia al interior de la compañía de los WOMers y lo importante que es contar con políticas de diversidad, inclusión, bienestar laboral y desarrollo de talentos; el vínculo con el entorno y las comunidades; el impacto de nuestras acciones sociales; la relación con los proveedores; la gestión ecoeficiente en residuos y energía; el marco regulatorio y cumplimiento; la gestión del riesgo y el negocio; nuestras inversiones y financiamiento, y, por último, los principales activos de la compañía.



El análisis de todas estas variables nos permitirá no solo mejorar aquellas cosas que podemos seguir perfeccionando, sino que además nos posibilitará incrementar los esfuerzos en acciones que generen impactos positivos en los territorios, mediante la ejecución de una Estrategia de Sostenibilidad para 2022, donde buscaremos asumir los primeros compromisos de mejora en temas ambientales, sociales y de gobernanza con las diversas áreas que componen WOM.

Estamos orgullosos de ser parte de estos cambios y nuestro compromiso sigue firme, por trabajar con la misma cultura y convicción de siempre, con el fin de mejorar nuestro servicio, escuchando siempre en primer lugar las necesidades de nuestros clientes.

Sebastián Precht R.

CEO (desde mayo 2022)

1.2

[GRI: 102-1; 102-3; 102-53]

INFORMACIÓN GENERAL DE LA COMPAÑÍA



Razón Social: WOM S.A.

Entidad: Sociedad Anónima Cerrada

RUT: 78.921.690-8

Dirección legal: General Mackenna 1369,
Santiago, RM. 8350275.

Web: www.wom.cl | www.investors.wom.cl

Correo electrónico: ir@wom.cl



1.3 PRESENTAMOS NUESTRO PRIMER REPORTE DE SOSTENIBILIDAD

Somos WOM e irrumpimos en Chile para cambiar la industria de las telecomunicaciones y ser un aporte en el mercado de la telefonía, los servicios de internet y la digitalización del país. Los resultados obtenidos en estos seis años en el mercado, nos llenan de orgullo y nos desafían a seguir siendo disruptivos.

A través de la publicación de nuestro primer Reporte de Sostenibilidad, concretamos el compromiso de ser una empresa más transparente, conectada con la diversidad de sus grupos de interés y capaz de movilizar a la industria de las telecomunicaciones a ser más sostenibles.

Este proceso de reportabilidad da cuenta de nuestro trabajo y gestión 2021, desde las diversas áreas, gerencias y vicepresidencias de WOM, y cómo ellas impactaron en los aspectos económicos, ambientales, sociales y de gobernanza, de nuestro entorno.

Para su elaboración nos basamos en los lineamientos entregados por Global Reporting Initiative (GRI), además del estándar para el sector de las telecomunicaciones del Sustainability Accounting Standards Board (SASB) y los requerimientos de la Norma 461 de 2020, de la Comisión para el Mercado Financiero (CMF) de Chile, en la que se incorporan exigencias de sostenibilidad transversal para empresas, a las que nos adherimos de forma voluntaria.

Los gráficos de este documento tienen como fuente de información las vicepresidencias y gerencias de WOM. Todos dan cuenta de nuestra gestión entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2021, a excepción de aquellos en los que se indique otro periodo, para fines comparativos.

El **Reporte de Sostenibilidad 2021** da cuenta, de la manera de realizar **negocios**, de entender la **sostenibilidad** y de responder a nuestros **clientes** con una propuesta de valor centrada en ellos.

Cuando decidimos ser una compañía disruptiva, asumimos el desafío de que nuestro lenguaje fuera directo, con foco en el cliente y que privilegie la entrega de información transparente y honesta. Las millones de personas que nos prefieren lo saben: en WOM hacemos lo que decimos y decimos lo que hacemos. Este primer Reporte de Sostenibilidad es una prueba de ello.



1.4 EL APOORTE DE WOM A LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)

En este reporte podrás visualizar, a través de diversos cuadros de colores, el impacto que WOM tiene mediante su gestión corporativa en el avance de la consecución de metas que plantea la Organización de Naciones Unidas (ONU) para el desarrollo sostenible.

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

1 FIN DE LA POBREZA 	2 HAMBRE CERO 	3 SALUD Y BIENESTAR 	4 EDUCACIÓN DE CALIDAD 	5 IGUALDAD DE GÉNERO 	6 AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO
7 ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE 	8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO 	9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA 	10 REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES 	11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES 	12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES
13 ACCIÓN POR EL CLIMA 	14 VIDA SUBMARINA 	15 VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES 	16 PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS 	17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS 	OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

1

2

3

4

5

6

7

8

9

CAPÍTULO 2

HITOS 2021



HITOS 2021

FON Y 5G PARA CHILE

Iniciamos el 2021 con el desafío de construir en cinco de las seis macrozonas el proyecto Fibra Óptica Nacional (FON) y con el Despliegue de Nuevas Frecuencias de la Licitación 5G, dos proyectos de infraestructura promovidos desde la Subsecretaría de Telecomunicaciones de Chile, con los que reafirmamos nuestro compromiso de disminuir la brecha digital e invertir en el país, promoviendo un crecimiento sostenido y una conducción sólida de nuestro negocio.

Con la participación en la Licitación 5G y el Despliegue de Nuevas Frecuencias iniciamos el camino para ser la empresa de telecomunicaciones que más crece a lo largo de Chile, ampliando nuestro alcance en todas las macrobandas (bajas, medias y altas).

A diciembre de 2021, el estado de avance del proyecto FON era de un

64%

Es decir, **4.300 km** de extensión de fibra, desde la Región de Arica y Parinacota hasta la del Biobío

Fuente: WOM, 2021



LANZAMOS TV DIGITAL

En nuestra línea de innovar y mejorar la oferta de valor, lanzamos WOM TV en 2021, producto dirigido a satisfacer las necesidades de entretenimiento de nuestros clientes, que nos abre la posibilidad de llegar a nuevos segmentos. Este servicio de plataforma digital permite acceder a canales y contenidos nacionales e internacionales y contratar servicios exclusivos como Netflix, HBO y TNT Sports, entre otros.

En el segmento WOM Fibra Hogar, llegamos a cerca de

100 mil clientes

en dos regiones, y a más de 20 comunas del país con nuestro servicio de internet de gran velocidad.

Un aporte fundamental a nuestros clientes, en medio de la pandemia, donde las necesidades de conexión crecieron rápidamente.

Fuente: WOM, 2021

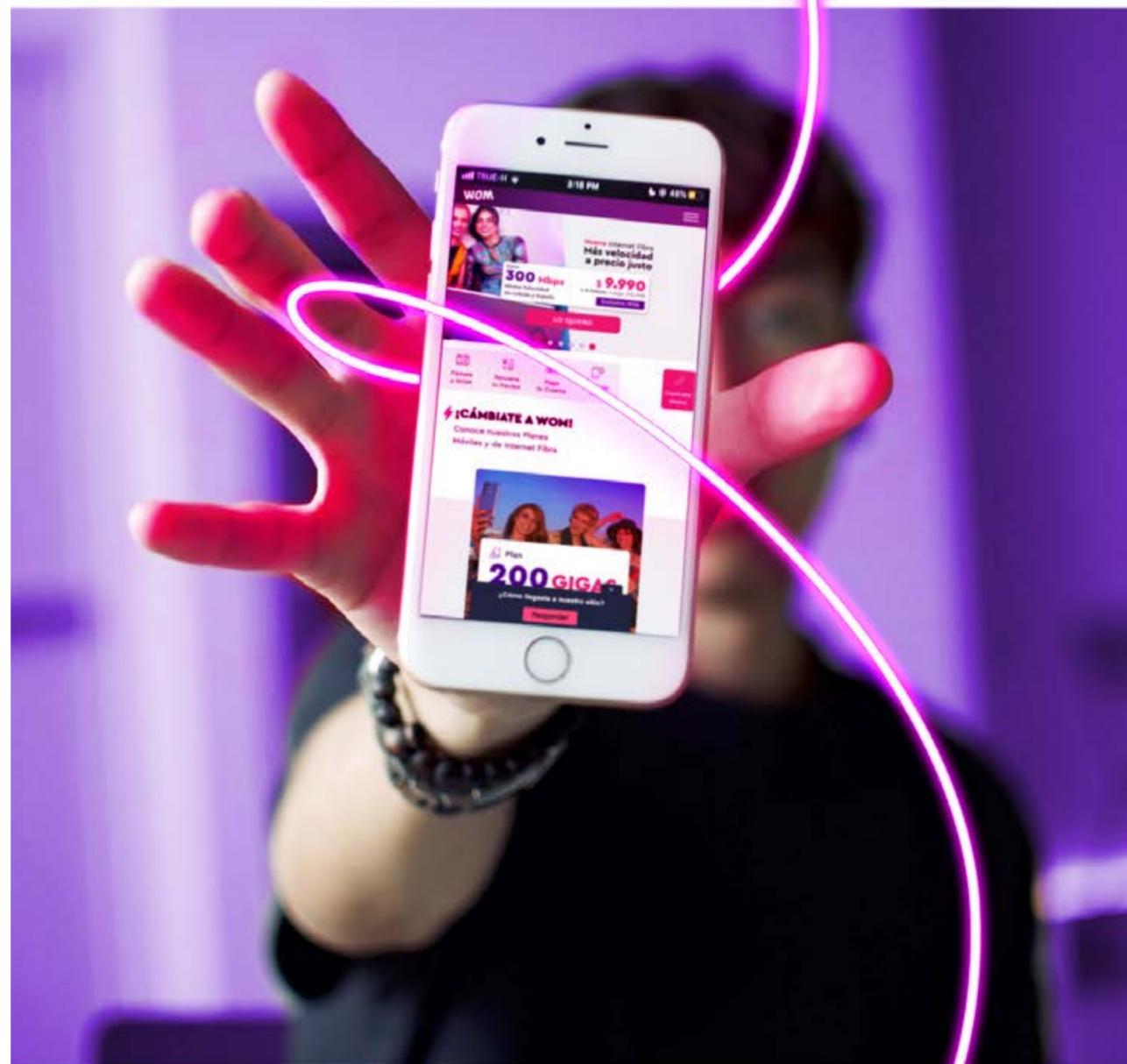
PREMIADOS POR LA CALIDAD DEL SERVICIO

Desde nuestra llegada al mercado de las telecomunicaciones en Chile, nos hemos diferenciado por una apuesta centrada en el cliente. Uno de los principales énfasis de nuestra gestión ha sido ofrecer la mejor experiencia y un alto nivel de satisfacción. Entregar una propuesta de valor de calidad y precio a nuestros consumidores es algo que nos caracteriza y nos diferencia.



En 2021 fuimos destacados por nuestros clientes y pares de la industria como uno de los mejores proveedores de servicios de telefonía, internet y soluciones digitales en el país.

Obtuvimos el **primer lugar en experiencia de clientes en la categoría telefonía móvil (Praxis Xperience Index)**, en el **Premio Procalidad en la categoría de telefonía móvil y en el Premio Iberoamericano BCX 2021, como mejor empresa de telefonía móvil**. El detalle de estos reconocimientos se encuentra en la sección Premios y reconocimientos de este reporte.



ESTUVIMOS DONDE NOS NECESITASTE

PROPUESTA: CANALES PRESENCIALES DE VENTA FORTALECIDOS

Nuestra red de distribución nacional está compuesta por:



Fuente: WOM, 2021

Ubicados en puntos estratégicos donde nuestros clientes y potenciales consumidores se desplazan entre las regiones de Arica y Parinacota y la de Magallanes.

Al cierre del año, las ventas a través de nuestros canales físicos representaron, aproximadamente, el **60% de nuestras ventas de pospago**.

ATRAJIMOS MÁS TALENTO Y DIVERSIDAD, SIN PREJUICIOS

Nos enorgullece ser un espacio en el que los WOMers, nuestros colaboradores, puedan desarrollar sus talentos técnicos y profesionales, además de expresar su individualidad, sin temor.



En 2021 fuimos reconocidos por el Programa Global de Equidad Laboral, de Human Rights Campaign, como uno de los mejores lugares en Chile para trabajar para la comunidad LGBTIQ+.



CUIDAMOS A NUESTROS WOMERS Y CLIENTES



La crisis mundial, ocasionada por la pandemia de COVID-19, es una de nuestras preocupaciones desde que se inició.

En 2021, nuestras tiendas fortalecieron sus protocolos sanitarios y mejoraron su experiencia de compra, para ofrecer una experiencia segura y responsable, de acuerdo con los lineamientos entregados por las autoridades. Esto incluyó el uso de herramientas digitales para optimizar los tiempos de espera y gestionar en forma ágil y segura las filas en nuestras sucursales.

[GRI: 102-6; 102-7]

SOMOS LÍDERES EN PORTABILIDAD

En diciembre de 2021 cumplimos 63 meses liderando la portabilidad numérica.



NUESTRA ESTRATEGIA DE NEGOCIOS

Nos ha permitido ofrecer una amplia oferta de **planes y servicios a los mejores precios** del mercado.



PRESENCIA QUE IMPACTA A LA INDUSTRIA Y BENEFICIA A LOS CHILENOS

6 AÑOS
MÁS DE 6 MILLONES DE CLIENTES
EN EL MERCADO

COMO RESULTADO DE LA LICITACIÓN 5G

Nos adjudicamos espectro en **todas las bandas** (700 MHz, AWSe, 3,5 GHz Y 26 GHz).



DESDE NUESTRA LLEGADA

El valor del giga ha disminuido en un **95%**

Los precios de los planes han bajado en un **40%**



Fuente: WOM, 2021

\$ FINANCIAMIENTO EXITOSO

En enero de 2021,

WOM emitió su segundo Bono del tipo 144A/Reg S, por un monto de

US\$450 MILLONES
a 7 años

y una tasa de

4,70%

en el mercado internacional con inversionistas globales y locales

[GRI: 102-4]

SOMOS EL 3^{ER} OPERADOR LÍDER EN EL MERCADO DE POSPAGO



21%

DE PARTICIPACIÓN en esta categoría



2.798

COLABORADORES



227

TIENDAS a lo largo de Chile

Fuente: WOM, 2021

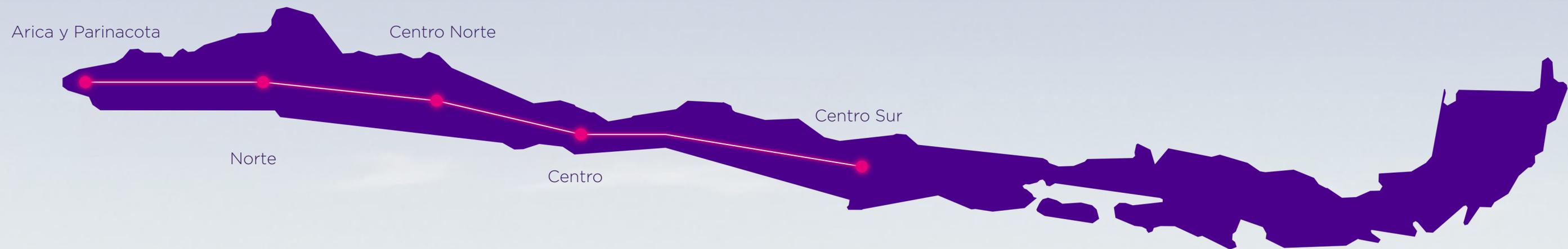


GESTIONAMOS

5 MACROZONAS

del proyecto Fibra Óptica Nacional (FON)

Desplegaremos una
CARRETERA DIGITAL DE MÁS DE 7.500 KM



Fuente: WOM, 2021



EN FEBRERO DE 2021

Se entregaron los resultados del concurso público para el desarrollo de redes 5G, proceso en el que nos adjudicamos porciones del espectro en todas las bandas.

Obtuvimos

20 MHz

de la banda **700 MHz**

30 MHz

de la banda **AWSe**

(totalizando **90 MHz** con la concesión anterior)

50 MHz

de la banda de **3,5 GHz**

los que se sumaron a los **400 MHz de la banda milimétrica de 26 GHz** que ya nos habíamos adjudicado para el desarrollo de proyectos en las regiones de Valparaíso y la Metropolitana.

Con ello, entramos a participar

**EN TODAS LAS
MACROBANDAS**

(baja, media, media-alta y alta)

Con el compromiso de **CONECTAR**

 comunidades  aeropuertos
 hospitales

y otros recintos de alto interés e impacto social, a través de un **SERVICIO CONTINUO Y DE CALIDAD.**



1

2

3

4

5

6

7

8

9

CAPÍTULO 3

SOMOS WOM



WOM

SOMOS WOM

**NADIE
TE DA MÁS**

Word Of Mouth, o boca a boca, en inglés.

Un nombre que refleja nuestra identidad: que sea la calidad y cercanía de nuestro servicio lo que nos dé a conocer.

Somos una compañía de telefonía y banda ancha móvil, perteneciente al fondo de inversiones internacional Novator, con sede en Londres, Reino Unido. Desde que llegamos a Chile, apostamos a ser diferentes y disruptivos. Nos planteamos el desafío de entregar la oferta más conveniente del mercado de las telecomunicaciones, guiados por cuatro valores corporativos que marcan la identidad de nuestra empresa: pasión, honestidad, valentía e innovación. A esto se suma el fomento de un ambiente laboral en el que los WOMers puedan desarrollar sus talentos.

ODS



16.5

Reducir considerablemente la corrupción y el soborno en todas sus formas.

16.B

Promover y aplicar leyes y políticas no discriminatorias en favor del desarrollo sostenible.



17.15

Respetar el margen normativo y el liderazgo de cada país para establecer y aplicar políticas de erradicación de la pobreza y desarrollo sostenible.



09.1

Desarrollar infraestructuras fiables, sostenibles, resilientes y de calidad, incluidas las infraestructuras regionales y transfronterizas, para apoyar el desarrollo económico y el bienestar humano, haciendo especial hincapié en el acceso asequible y equitativo para todos.

09.5-C

Aumentar significativamente el acceso a la tecnología de la información y las comunicaciones y esforzarse por proporcionar acceso universal y asequible a Internet en los países menos adelantados de aquí a 2020.

3.1

NUESTRA HISTORIA

2015 LA REVOLUCIÓN DE LA INDUSTRIA

El 26 de enero nuestro accionista principal, WOM Mobile S. A. (asesorado y administrado por Novator), adquirió el operador de red móvil Nextel S.A. El 7 de julio estrenamos la marca WOM y nuestra oferta comercial. Con ella llegamos a revolucionar el mercado de las telecomunicaciones bajo la premisa de ofrecer un buen servicio a precio justo, a través de telefonía y banda ancha móvil.

En noviembre de ese año, y luego de un intenso despliegue de antenas en diversos rincones de Chile, y lanzamos nuestro servicio WOM 4G desde Arica a Punta Arenas.

2016 DEMOCRATIZACIÓN DE LAS TELECOMUNICACIONES

Siete meses después de nuestro lanzamiento, en 2016, llegamos al primer millón de clientes. Unos meses después, al celebrar nuestro primer aniversario, logramos mantenernos durante doce meses consecutivos como líderes en portabilidad numérica.

Porque creemos en la justicia, ese año denunciamos ante la Fiscalía Nacional Económica (FNE) a los incumbentes por conductas anticompetitivas destinadas a excluir a WOM del mercado de la telefonía móvil y por dificultar el acceso a la prestación del servicio mediante prácticas que no permitían la portabilidad y compatibilidad de los equipos telefónicos. Este proceso culminó con la promulgación de la Resolución Exenta 1.463 de 2016, de la Subsecretaría de Telecomunicaciones (Subtel), a través de la cual se obligó a que los teléfonos vendidos en Chile sean compatibles con las bandas de frecuencia de todos los operadores.

2017



LUCHA POR LOS CLIENTES

En nuestro segundo aniversario, superamos los tres millones de clientes y como empresa logramos utilidades por primera vez, las que alcanzaron a \$40.997 millones de pesos.

En 2017 nos enfocamos en trabajar con las autoridades y el sector regulado en la implementación de la normativa multibanda, la que había sido dictada el año anterior. Ese hito fue fundamental para reafirmar nuestro compromiso de ser una empresa con foco en el cliente.

2018



CONEXIÓN SIN LÍMITES

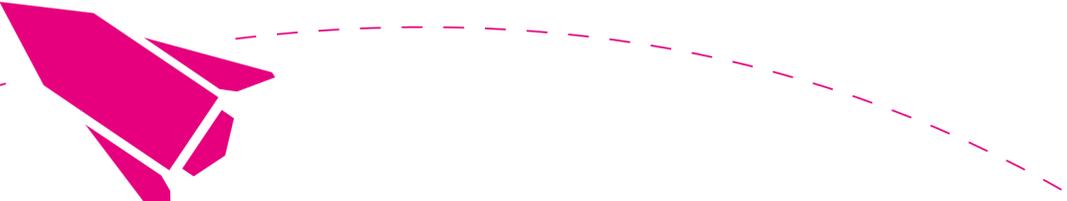
Nos convertimos en la primera operadora en Chile y la tercera en Latinoamérica en desplegar el servicio de llamadas sobre 4G (VoLTE) y WiFi (VoWiFi).

En junio de 2018, luego de tres años en el mercado y gracias a una potente inversión, principalmente en red, alcanzamos los cuatro millones de clientes. Nuestra presencia en el mercado aportó a generar competencia y dinamismo a la industria local, lo que tuvo como resultado una disminución de los precios de los planes en un 40% y el precio del giga en un 95%.

Durante ese año alcanzamos una participación en el mercado 4G del 19,3%, apalancado por un equipo de más de 2.200 colaboradores y 228 sucursales (tiendas y quioscos propios) a lo largo de Chile.

Además, Christopher Laska asumió como CEO (Chief Executive Officer) de WOM Chile. El inicio de esta etapa en la dirección de la empresa se fortaleció gracias a la implementación de nuevas oficinas: en diciembre nos trasladamos a la calle General Mackenna, desde donde hoy 867 WOMers agregan valor a nuestro negocio, en un inmueble de 9.590 m², con más de 40 salas de reuniones, sala multiuso, auditorio, bicicleteros y azotea.

2019 UN SALTO EN INNOVACIÓN



En marzo de ese año, fuimos la primera compañía en Latinoamérica en realizar pruebas de servicio 5G, en un ambiente real y autorizado por la Subtel. Gracias a lo anterior se inició un piloto para conocer y preparar la llegada de esta tecnología que hoy revoluciona la industria de las telecomunicaciones en todo el mundo.

Nuestro compromiso con la innovación nos llevó a implementar el proyecto Retail X, con el que creamos una experiencia única para nuestros clientes de canales presenciales. Estos esfuerzos fueron reconocidos en el Ranking PXI, en el que obtuvimos el primer lugar en la categoría experiencia de clientes en telefonía móvil.

En nuestro cuarto aniversario, alcanzamos los cinco millones de clientes, llegamos al 20% de participación del mercado y en redes 3G y 4G.

En noviembre, emitimos nuestro primer bono de deuda pública en el mercado internacional.

La emisión, por 450 millones de dólares y vencimiento en 2024, se realizó bajo la normativa norteamericana (144A y Regulación S) y participaron inversionistas de múltiples países.

En diciembre, firmamos un acuerdo con CORFO y lanzamos el Programa 5G, iniciativa que busca dar un salto en innovación con el desarrollo de 5G en distintos sectores de la economía.

2020 MÁS CONECTADOS QUE NUNCA



Iniciamos el año alcanzando los seis millones de clientes y 50 meses liderando la portabilidad numérica.

En febrero, emitimos una extensión del bono corporativo emitido el año anterior por 60 millones de dólares, bajo las mismas condiciones.

Al mes siguiente, junto a Corfo y Start-Up Chile, inauguramos nuestro Laboratorio 5G, en el que emprendedores pudieron desarrollar sus proyectos relacionados con esta tecnología. En esa instancia, presentamos el primer «5G Challenge» para que emprendedores llevaran a escala real sus negocios, bajo la tecnología 5G. De este concurso resultaron tres ganadores: Nextonia, Thomas & Thomas y Odd Industries.

En abril, nos adjudicamos cinco de las seis macrozonas del proyecto FON, que contempla el despliegue de más de 7.500 kilómetros de fibra óptica, conectando a 161 comunas desde la región de Arica y Parinacota hasta la del Biobío (10 regiones), y beneficiando a más de 2,5 millones de personas.

En el contexto del confinamiento debido al COVID-19, llevamos adelante iniciativas colaborativas como la alianza con el Ministerio de Educación, TECHO-Chile, la Municipalidad de Santiago, para proporcionar conectividad a estudiantes vulnerables, con la donación de 100.000 tarjetas SIM. Así también, desarrollamos un plan solidario sin costo por seis meses para nuestros clientes con menos recursos, beneficiando entre el 2020 y 2021 a 22.982 personas.

3.2

NUESTROS RECONOCIMIENTOS



1.º LUGAR

Experiencia de clientes

Categoría telefonía móvil

Ranking PXI - Praxis Xperience Index

2019, 2020 y 2021

Reacción ante la crisis sanitaria

Empresa que mejor ha reaccionado ante la crisis sanitaria

Encuesta Kantar

2020

Premio nacional de satisfacción de clientes

Categoría telefonía móvil

Procalidad

2019, 2020 y 2021

Experiencia del cliente

Categoría telefonía móvil

Premio Iberoamericano BCX

2021

Lealtad del Consumidor (NPS)

Categoría telefonía móvil

ALCO y Universidad de los Andes

2019 y 2021

PREMIOS

Mejor de los Mejores

Categoría telefonía móvil

Procalidad

2020

Mejor de los Mejores

Categoría contractual

Procalidad

2021

Mejor lugar de trabajo LGBTI+

Certificación Equidad CL

Human Rights Campaign y Fundación Iguales

2021

3.3
[GRI: 102-16]

VALORES DE NUESTRA GESTIÓN

Somos un equipo de
2.798 PERSONAS

que día a día vivimos la **pasión** de ser parte de la revolución digital en Chile. Saber que podemos tener un impacto real en la vida de las personas nos moviliza a operar la red con eficiencia y a diseñar una oferta de productos y servicios a disposición de millones de chilenos que confían en nosotros.

En WOM valoramos la **honestidad**. Tanto al interior de la empresa como con nuestros grupos de interés, nos relacionamos a través de una comunicación transparente. Para ser coherentes con lo que comunicamos, gestionamos un ambiente laboral en el que la inclusión es parte esencial de lo que hacemos.

La diversidad de nuestro equipo es equivalente con la de nuestros clientes, buscando que la gran mayoría de los chilenos se sienta representado por nuestra marca.

Ser disruptivos nos llama a trabajar con **valentía**. No basta con tener una cultura de puertas abiertas. Nos hemos propuesto no tener puertas, y así darle la bienvenida a la creatividad de todos quienes conformamos WOM. Trabajar con valentía nos hace desafiar nuestros límites y atrevernos a lo imposible.

Sabemos que el talento viene en todo tipo de colores y formas, y que restringir la diversidad es limitar la capacidad de **innovación**. Por ello, nuestro modelo de negocios se basa en un entorno laboral en el que el talento encuentre espacios para fortalecer la cadena de valor.

PASIÓN

Disfrutamos de darlo todo en todo lo que hacemos convencidos de que lograremos súper resultados.



HONESTIDAD

Somos sinceros y coherentes, respetamos siempre la verdad.



VALENTÍA

Desafiamos nuestros límites y nos atrevemos a lo imposible.



INNOVACIÓN

Buscamos dar que hablar a través de ideas nuevas que marcan la diferencia.



Nuestro propósito

En todo lo que hacemos, nos desafiamos a inspirar y enriquecer la vida de las personas.

LOS VALORES QUE NOS MUEVEN

3.4

[GRI: 102-2; 102-5]

ESTRUCTURA DE LA PROPIEDAD

El 30 de noviembre de 2021, la Junta Extraordinaria de Accionistas de WOM Mobile S. A. (accionista de WOM S. A.), entre otras materias, aprobó la fusión por incorporación con WOM Holding SpA (quien era accionista minoritario de WOM S. A.). De ese modo, WOM Mobile S. A. adquirió todos los activos y pasivos de WOM Holding SpA y quedó como sociedad continuadora.

Con motivo de la fusión, WOM Holding SpA se disolvió y su único accionista, la sociedad NC Telecom II AS, se incorporó a WOM Mobile S. A. como accionista minoritario de WOM S. A. con el 0,000000001% de las acciones (1 acción). Por su parte, y dado que fue fusión inversa, WOM Mobile S. A. mantuvo su porcentaje en el capital societario.

El controlador de WOM S. A. es WOM Mobile S. A. quien posee el 100% de la propiedad.

La Junta Ordinaria de Accionistas se celebra dentro de los primeros cuatro meses del año con fecha límite el 30 de abril.

Los directores de WOM Mobile se reúnen mensualmente con los ejecutivos de primera línea para discutir los temas relevantes de cada área. Dentro de las instancias que tiene el directorio para apoyar la gestión del gobierno corporativo, existe la Gerencia de Auditoría Interna que le reporta directamente al directorio.



COMUNICACIÓN CON INVERSIONISTAS

Desde la emisión del primer bono en el mercado internacional (noviembre de 2019), contamos con un departamento de Relaciones con Inversionistas, el cual es responsable de mantener una comunicación fluida con inversionistas y analistas otorgando información necesaria para ayudarlos a analizar financieramente la compañía. Esta área también se ocupa de cumplir con la normativa correspondiente en cuanto a la emisión de reportes trimestrales y anuales, avisando oportunamente a este grupo de interés a través de correos electrónicos, un sitio web especialmente diseñado para estos fines y videoconferencias.

3.5

[GRI: 102-18; 102-20;102-23]

GOBIERNO CORPORATIVO

Para crear valor de manera sostenida en el tiempo, en WOM apuntamos a desarrollar un equipo directivo sintonizado con las necesidades actuales. Sus decisiones deben equilibrar el beneficio económico con los aspectos sociales y ambientales de los productos y servicios que ofrecemos al mercado.

Nuestro equipo de profesionales está altamente capacitado y comprometido con el cumplimiento de los objetivos estratégicos de la empresa, de

manera eficiente y con probidad. Nuestro máximo órgano de gobierno lo constituye el representante legal y gerente general, quien es acompañado por un Directorio compuesto por seis miembros. Los directores ocupan el cargo por tres años y sesionan al menos dos veces al año en reuniones ordinarias, las que no requieren citación especial. Las sesiones extraordinarias son avisadas con al menos 10 días de antelación.

En 2021, el Directorio se reunió en nueve ocasiones con un 100% de asistencia.

Los miembros del Directorio no percibieron dietas en 2021 ni 2020. Sin embargo, junto a otros ejecutivos clave, participan en un programa de retención de alta administración del tipo acuerdo de participación en las ganancias.



A fines de 2021 este tipo de programa de retención estuvo avaluado en

2.977 millones de pesos chilenos

Fuente: WOM, 2021

DIRECTORIO WOM S. A. 2021¹



PRESIDENTE

Sebastián Alejandro Precht Rojas

Ingeniero Civil Industrial 6 años en el cargo

RUT 13.026.087-K Ejecutivo

Ha ejercido como Vicepresidente de Marketing de WOM durante los últimos 7 años y tiene más de 20 años de experiencia en el sector de las telecomunicaciones, especializándose en el desarrollo de productos y estrategias de negocio. Llegó a WOM luego de ocupar cargos directivos y trabajar en áreas de marketing de diversas empresas.



DIRECTORES

Serdar Çetin

Ingeniero Civil 6 años en el cargo

Pasaporte UK 508280367 No ejecutivo

Socio de Novator Partners LLP, Serdar es responsable de abastecer y administrar las inversiones. Cuenta con una vasta experiencia en la materia en la industria de las telecomunicaciones en países como Grecia, Turquía, Polonia y Reino Unido.



Andrés Ok

Licenciado en Economía 6 años en el cargo

RUT 25.248.292-K Ejecutivo

Cuenta con más de 12 años de experiencia en ventas, particularmente en la industria de las telecomunicaciones sudamericanas. Ha sido responsable de desarrollar y transformar canales digitales para maximizar la experiencia de clientes y el desempeño de ventas.

¹En la sesión de Directorio llevada a cabo el 30 de diciembre de 2021, se ratificó a todos sus miembros por un periodo de tres años (2022-2025).



DIRECTORES

Bruce McInroy

Ciencias de la Computación 6 años en el cargo
Pasaporte UK 529884551 No ejecutivo

Cuenta con más de 20 años de experiencia en inversiones y en la industria de las telecomunicaciones, tanto en países desarrollados como en economías emergentes. Desde 2004 es socio de Novator Partners LLP y ha sido director de múltiples empresas, incluida Play Polonia, en la que ha permanecido desde sus inicios en 2007.



Álvaro Araya

Ingeniero Comercial 3 años en el cargo
RUT 13.219.705-9 Ejecutivo

Profesional con más de 20 años de experiencia, ha liderado áreas de finanzas en las industrias química, farmacéutica y comercio minorista.



Christopher Laska

Licenciado en Ciencias de Negocios, Administración, Marketing y Servicios Relacionados
3 años en el cargo
Ejecutivo

Pasaporte NOR 32236534

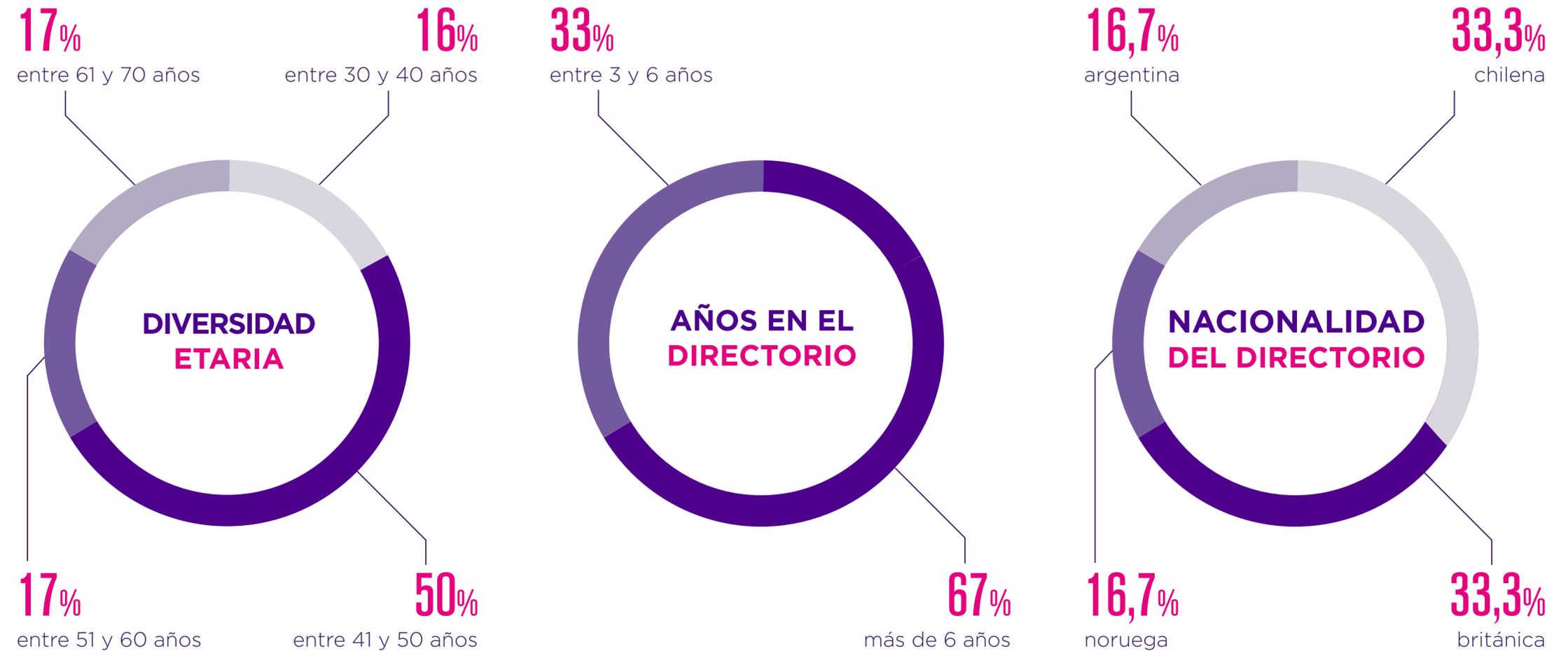
Con más de 20 años de experiencia internacional en la industria de las telecomunicaciones, llegó a WOM en 2018, luego de liderar diversas gerencias en el grupo Telenor en Europa (donde fue CEO de Telenor Hungría y Montenegro) y Asia (donde fue director en Telenor Bangladesh, Myanmar, Tailandia y Pakistán).

Este equipo es responsable de definir y monitorear la estrategia de la compañía, mediante la revisión periódica de las decisiones financieras fundamentales velando por su correcta ejecución, buscando siempre:

- **Asegurar** una gestión efectiva y eficiente de riesgos.
- **Analizar**, aprobar y supervisar proyectos de inversión.
- **Velar por el cumplimiento normativo** que rige a la empresa e industria de las telecomunicaciones.
- **Asesorar y velar** por el desarrollo honesto y transparente de los procesos de selección, evaluación, desarrollo y compensación de los principales ejecutivos.

DIVERSIDAD EN EL DIRECTORIO

Nuestro Directorio está conformado por un equipo de profesionales cuya experiencia atraviesa diversas industrias y contextos culturales, además de un rango etario que asegura contar con una amplia diversidad.



Fuente: WOM, 2021



Las asesorías, al igual que toda contratación de servicios, debe ser realizada por medio de la Política de Compras de la Compañía, es decir, a través de un proceso de licitación donde se solicita información específica al oferente. **Durante el ejercicio 2021, no se realizaron capacitaciones ni asesorías de ningún tipo contratadas por el Directorio.**

PLANA EJECUTIVA EN WOM S. A. 2021

Al Directorio se suma una plana ejecutiva responsable de liderar las áreas operacionales en las que se estructura nuestra empresa, algunas de las cuales son lideradas por miembros del mismo Directorio:

Gerente General (CEO)

Christopher Laska

Licenciado en Ciencias de Negocios, Administración, Marketing y Servicios Relacionados

Pasaporte NOR 32236534

Vicepresidente de Finanzas

Álvaro Araya

Ingeniero Comercial

RUT 13.219.705-9

Vicepresidente de Ventas

Andrés Ok

Licenciado en Economía

RUT 25.248.292-K

Vicepresidente de Marketing

Sebastián Precht

Ingeniero Civil Industrial

RUT 13.026.087-K

Vicepresidente Informática

Pablo Cattolica

Ingeniero Informático

Pasaporte: ARG AAC872150

Vicepresidenta de Sustentabilidad

Mariana Soto

Abogada

RUT 12.240.551-6

Directora de Valor Humano

Sandra Díaz

Contador Auditor

RUT 12.861.701-8

Director de Canales Digitales y Estrategia

Niklas Lind

Ingeniero Industrial

RUT 27.161.861-1

Vicepresidente de Network

Christian Laque

Ingeniero Eléctrico

Pasaporte: ALE C4Y1W8NFV

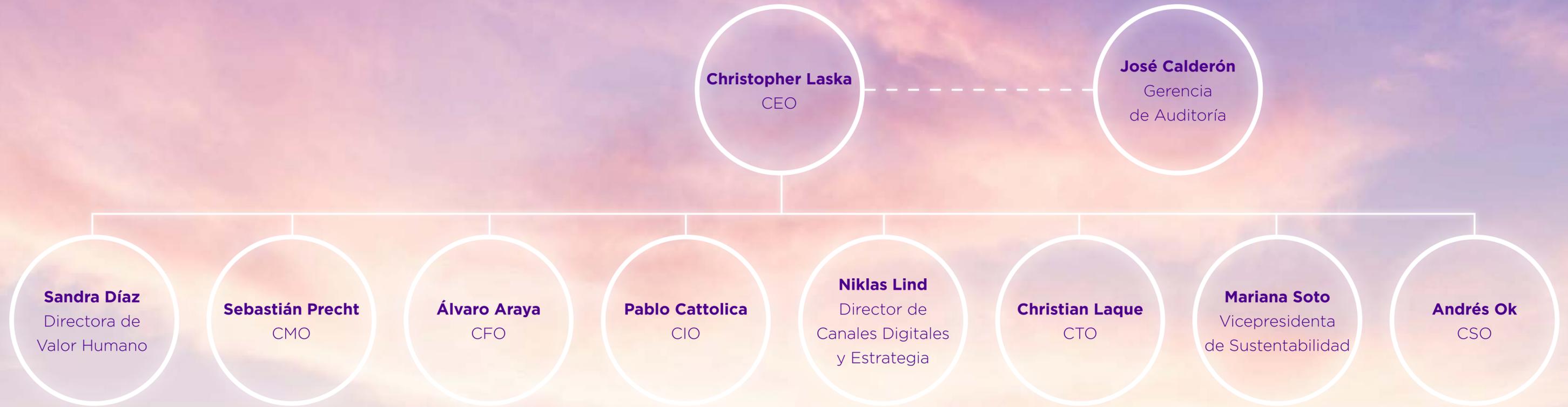
GOBIERNO CORPORATIVO Y COMPROMISO CON LA SOSTENIBILIDAD

El Management Team es el equipo de directivos responsable de aprobar la Estrategia de Sostenibilidad, que contiene los objetivos y líneas de acción para conseguir las metas, especialmente en el ámbito social y ambiental. Las materias de sostenibilidad son informadas semanalmente en un reporte conjunto de la Vicepresidencia de Sustentabilidad al Management Team.



ORGANIGRAMA

A diciembre 2021



3.6

[GRI: 103-1; 103-2; 103-3; 102-16; 102-17; 102-25; 205-2; 205-3]

ÉTICA E INTEGRIDAD



En WOM nos hemos comprometido a dar cumplimiento irrestricto del marco normativo que nos rige, y a comportarnos de manera ética y transparente tanto al interior de la empresa como con todos los actores con quienes nos relacionamos.

Como una forma de garantizar que esto se lleve efectivamente a cabo, se han desarrollado una serie de medidas que contemplan desde la aplicación de un Código de Ética, hasta el desarrollo de espacios formativos.

Nuestro Modelo de Integridad Corporativa enmarca las conductas esperadas de todos quienes formamos parte de la organización, y es el mecanismo que nos permite cumplir lo establecido en la Ley N.º 20.393, que establece la responsabilidad penal de las personas jurídicas.

Nuestro modelo abarca la prevención y detección de delitos como:

- **Cohecho** a funcionario público nacional o extranjero
- **Lavado de activos**
- **Financiamiento del terrorismo**
- **Receptación**
- **Corrupción** entre particulares (soborno)
- **Administración desleal**
- **Negociación incompatible**
- **Apropiación indebida**
- **Contaminación del agua**
- **Poner en peligro la salud pública** por infracción de las reglas impuestas por la autoridad, en tiempos de catástrofe o epidemia.



Nuestro modelo de Integridad Corporativa comprende una serie de documentos que permiten gestionar el comportamiento ético en cada una de nuestras actividades. Entre estos se cuenta con:



- **El Procedimiento** de Denuncias
- **El Reglamento Interno** de Orden, Higiene y Seguridad, la Política para el Manejo de Conflictos de Interés (aplicable a WOMers proveedores de la compañía)
- **Código de Ética**
- **Política y Procedimiento** de Prevención de Delitos



TRANSPARENCIA EN WOM

En el siguiente sitio web puedes conocer nuestra Política de Privacidad y Seguridad, nuestro Modelo de Integridad Corporativa, nuestro Contrato de Servicios, nuestro Protocolo de Entrega de Información a la Autoridad y nuestro Informe de Transparencia, entre otra documentación relevante.

Durante 2021 trabajamos en la certificación de nuestro Modelo de Prevención del Delito, que tiene una vigencia por dos años, el máximo permitido por la normativa vigente.



A nivel corporativo, contamos con un área de cumplimiento normativo, responsable de monitorear nuestro **desempeño ético y el cumplimiento de la Ley N.º 20.393**. Adicionalmente, la Vicepresidencia de Finanzas tiene un área de **cumplimiento financiero**.

CÓDIGO DE ÉTICA

En WOM nos propusimos innovar no solo entregando al mercado un rango de productos y servicios de alta calidad a precios competitivos, sino además utilizando un lenguaje y un estilo directo con quienes interactuamos. Este lenguaje nos invita a ser transparentes y responsables en nuestra conducta.

Creemos que esta propuesta ha sido clave a la hora de explicar el crecimiento exponencial que hemos tenido: irrumpimos en el mercado hablándole a nuestros clientes (actuales y potenciales), competidores y reguladores de manera directa, tratando siempre de influir positivamente en nuestro entorno.

Nuestro Código de Ética contiene los compromisos y responsabilidades en materia de probidad que hemos asumido, tanto quienes formamos parte de WOM, como los terceros relacionados, al momento de desarrollar nuestras actividades.

Es un documento vivo gestionado por el Comité de Ética, organismo que tiene como propósito velar por su cumplimiento y responder a los estándares enmarcados en el Código y Política de Prevención de Delitos.

Entre sus responsabilidades se cuentan:

- **Aclarar dudas y responder a las inquietudes levantadas por los colaboradores**
- **Resolver las denuncias realizadas de acuerdo al procedimiento establecido**
- **Monitorear los casos de incumplimiento**
- **Establecer las sanciones correspondientes**

El Comité de Ética está conformado por los siguientes cargos:

Gerente General (CEO).
Vicepresidenta de Sustentabilidad.
Vicepresidente de Marketing.
Vicepresidente de Finanzas.
Vicepresidente Comercial y Operaciones.
Vicepresidente de Ingeniería.
Vicepresidente de Tecnologías de la Información.
Directora de Valor Humano.
Director de Canales Digitales y Estrategia.

El Comité es apoyado a su vez por el Subcomité de Ética, el que es responsable de implementar las mejoras de las políticas y procedimientos ya descritos, y de recibir e investigar las denuncias de acuerdo al procedimiento existente. Este Subcomité está compuesto por:

Director de Asuntos Legales.

Gerente de Reclutamiento y Relaciones Laborales.

Oficial de Cumplimiento
(Encargado de la Prevención de Delitos).

Jefe de Remuneraciones y Relaciones Laborales.

CANAL DE DENUNCIAS

Nuestro Canal de Denuncias asegura la confidencialidad de la información entregada. Si así lo prefiere, se respetará el anonimato de su denuncia y se asegurará la inexistencia de represalias en su contra.

El Canal de Denuncias es accesible vía plataforma web, correo electrónico y número telefónico, y está abierto tanto a miembros de la compañía como a externos, recibiendo denuncias relativas al incumplimiento de lo establecido en la Ley N.º 20.393 u otro tipo de situaciones que sean incoherentes con nuestros valores.

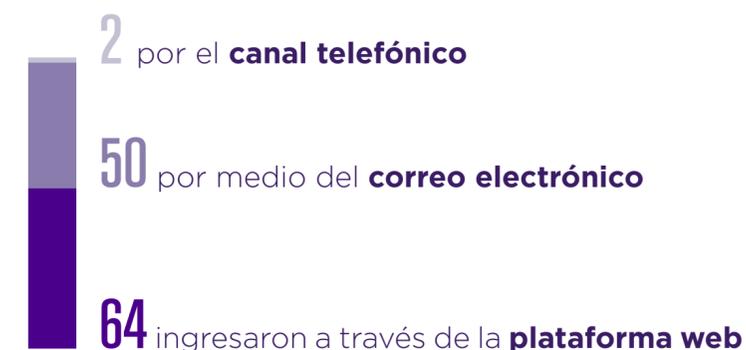


- Plataforma web
<https://denuncias.wom.cl>
- Correo electrónico
denunciawom@wom.cl
- Número telefónico
+56226741870

PRINCIPALES CIFRAS DE NUESTRO CANAL

En el periodo 2021

116 DENUNCIAS



Asimismo, **75** se han identificado como **denuncias** y **41** como **reclamos de clientes**.

Fuente: WOM, 2021



POLÍTICA Y PROCEDIMIENTO DE PREVENCIÓN DE DELITOS



El Código de Ética se apoya en nuestra Política de Prevención de Delitos, documento que establece los lineamientos generales para adoptar, administrar, actualizar, implementar y supervisar el Modelo de Prevención de Delitos.

Por su parte, el Procedimiento de Prevención de Delitos establece actividades de

- **Prevención**
- **Detección**
- **Respuesta**
- **Supervisión**
- **Monitoreo del modelo**

y es obligatorio para todas las áreas, colaboradores, terceros, representantes, directores y dueños de WOM S. A.

El éxito de este modelo se basa en el compromiso de todos quienes conformamos WOM, de los terceros con quienes nos relacionamos, y de los cuatro órganos que hemos definido para que se encarguen de velar por él: el Directorio, el Comité de Ética, el Subcomité de Ética y el Oficial de Cumplimiento (quien es el encargado de prevención de delitos, quien cumple funciones tanto al interior de WOM como en la relación con terceros externos a la compañía).

La capacitación, entrenamiento y difusión de nuestro modelo es una actividad clave para alinear comportamientos y expectativas al interior de nuestra empresa, permitiéndonos socializar con cada uno de nuestros WOMers aquellas prácticas que atentan contra la legislación anticorrupción vigente.

Durante 2021 no recibimos ninguna sanción por incumplimiento de la regulación de la libre competencia ni por infracciones a lo establecido en la ley que establece la responsabilidad penal de las personas jurídicas.

PERSONAS CAPACITADAS E INFORMADAS SOBRE POLÍTICAS ANTICORRUPCIÓN



Fuente: WOM, 2021

*Nota: De los seis directores con los que cuenta la compañía, cuatro de ellos fueron capacitados en el periodo 2021, y se prevé alcanzar un 100% durante 2022.

Adicionalmente, las políticas anticorrupción son informadas a nuestros WOMers mediante distintos medios, como el procedimiento de inducción, la instancia de entrega del Código de Ética y de las políticas de la compañía, publicaciones en la intranet de WOM, correos electrónicos, videos, exámenes generales, entre otros.

Por su parte, el 100% de nuestros socios comerciales –proveedores– son informados sobre nuestro Modelo de Prevención del Delito, a través de la orden de compra o del contrato respectivo. Además, el Código de Ética y la Política y Procedimiento de Prevención del Delito se encuentran disponibles en nuestro sitio web para todo el público.



En WOM promovemos un comportamiento ético en todo lo que hacemos. El trato honesto con quienes nos vinculamos es una pieza clave de nuestro ADN. Junto con nuestros Código de Ética y Procedimientos para la Prevención del Delito, contamos con los siguientes apoyos:



PRIVACIDAD Y SEGURIDAD DE DATOS

- Política de Privacidad y Seguridad.
- Política de Contactabilidad.
- Protocolo de Entrega de Información a la Autoridad.
- Derechos de los Usuarios de Telecomunicaciones.



ADMINISTRATIVOS

- Acuerdo de Participación en las Ganancias.
- Desarrollo de Valor.



CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE

- Política de Descuento e Indemnizaciones.
- Política de Control de Gastos.

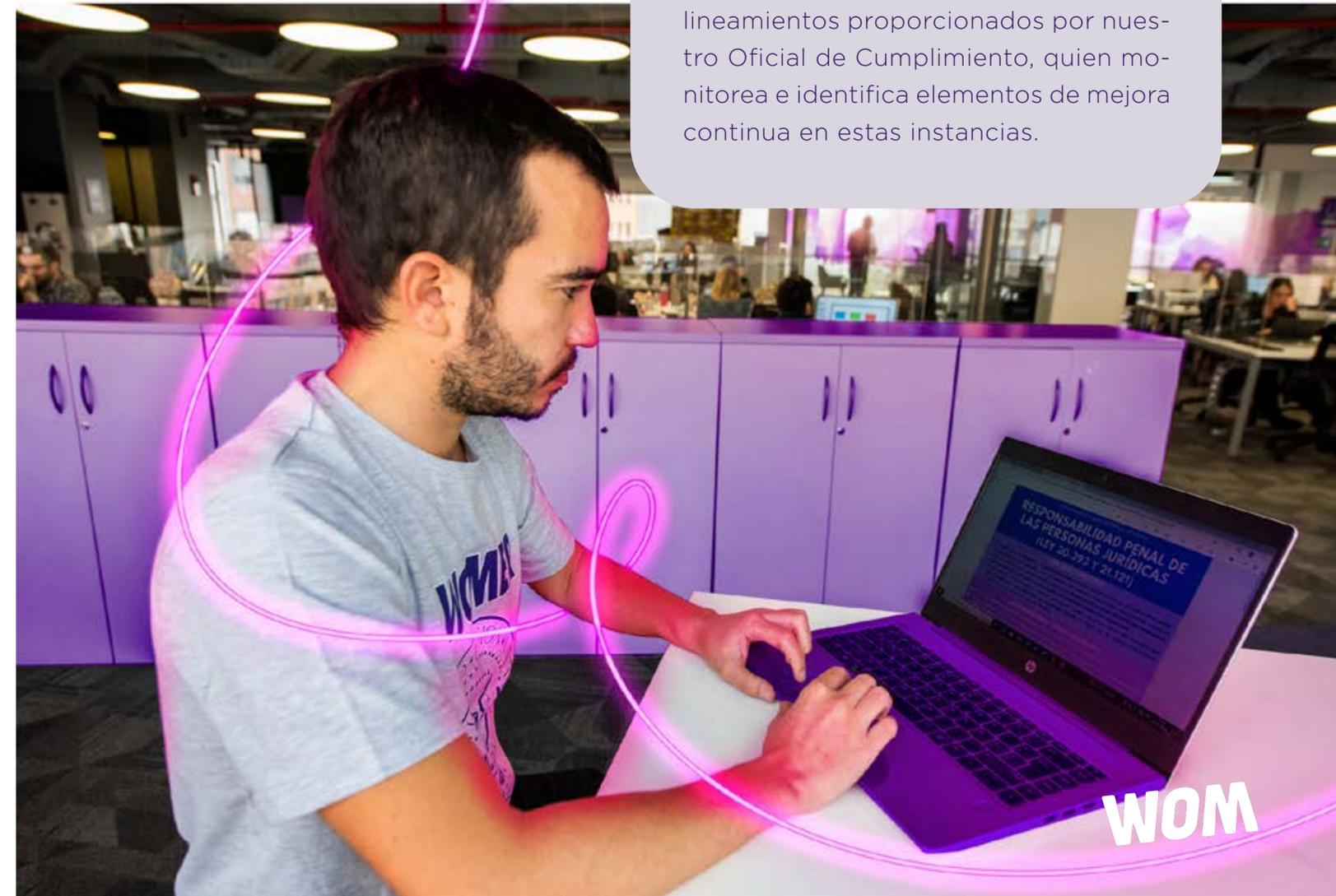


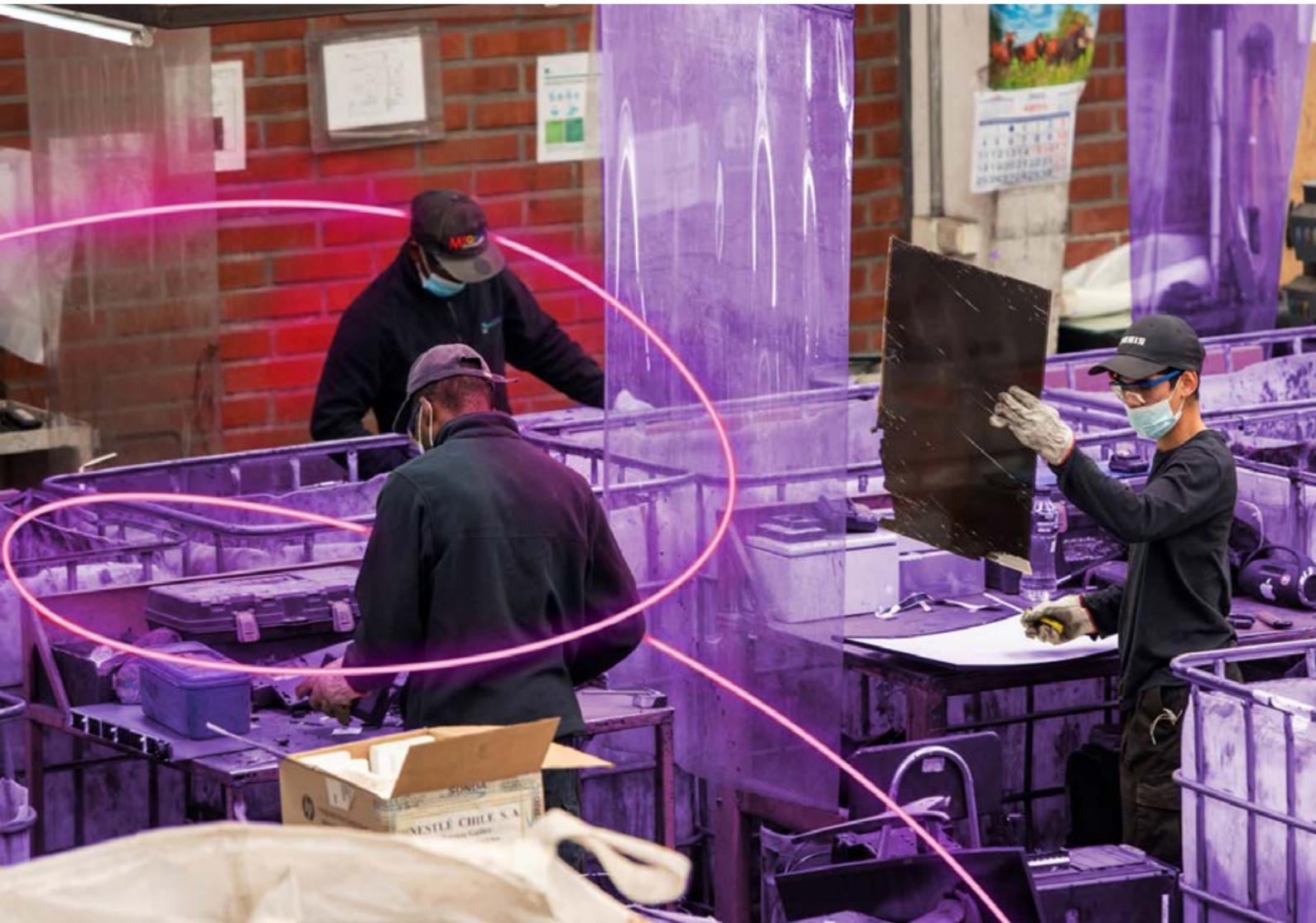
CORPORATIVO

- Reglamento Interno de Orden, Higiene y Seguridad.
- Política de Conflicto de Intereses.
- Procedimiento de Prevención, Detección y Tratamiento de Casos de Acoso Sexual, Acoso Laboral y Discriminación.

RELACIÓN CON FUNCIONARIOS PÚBLICOS

Actualmente contamos con una Política de Relacionamiento con Funcionarios Públicos, así como las orientaciones y lineamientos proporcionados por nuestro Oficial de Cumplimiento, quien monitorea e identifica elementos de mejora continua en estas instancias.





3.7

ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD 2022-2025

Nuestra cultura organizacional se caracteriza por ser innovadora y disruptiva, pues siempre nos atrevemos a ir por más.

Una de las prioridades de WOM es encontrar oportunidades de mejora en todo lo que hacemos. Al cierre de 2021 dimos un importante paso con la definición de nuestro Plan ASG (ambiental, social y de gobernanza) que nos permite fortalecer y potenciar las acciones que ya veníamos realizando en materia de sostenibilidad.

A partir de nuestra trayectoria y forma de ser, identificamos las oportunidades y desafíos más atingentes y en los que más valor podemos aportar a la sociedad para avanzar transversalmente en materias ASG. Para lograrlo, nuestra Gerencia de Sostenibilidad lideró un exhaustivo proceso de consulta a grupos de interés internos y externos, y a los principales ejecutivos de la compañía,

para conocer su percepción sobre nuestro comportamiento y las posibilidades que tenemos de hacernos cargo de nuestros impactos y ser un aporte a la sostenibilidad del país. Además, se desarrollaron una serie de análisis para detectar tendencias y buenas prácticas en la industria de las telecomunicaciones.

De esta forma, identificamos los principales riesgos y oportunidades y definimos los focos más importantes a trabajar de aquí a 2025.

NUESTRA ESTRATEGIA ASG

COMBATIENDO LA BRECHA DIGITAL

Ayudando a expandir **la cobertura y el uso de las tecnologías digitales**

Acciones:

- **Expandiendo la cobertura**
- **Conectando comunidades**
- **Desarrollando habilidades digitales**

WOM ECO FRIENDLY

Ser una empresa **circULAR y carbono neutral**

Acciones:

- **WOM Carbono Neutral**
- **WOM Cero residuos**
- **Proyectos Verdes**

Durante 2022 trabajaremos en profundizar estos grandes compromisos y en diseñar un plan de acción concreto que nos permita alcanzarlos.

TRANSPARENTE Y REVOLUCIONARIO

Ser una empresa transparente que explora **nuevas prácticas ASG**

Acciones:

- **WOM Transparente**
- **WOM Revolucionario**

En nuestro próximo reporte daremos cuenta de nuestras metas para el 2025 y su nivel de avance.



WOM ECO FRIENDLY



Meta 2025:

Aumentar nuestra eficiencia energética en un **10%**, línea base 2022.

Objetivo:

Medir nuestras emisiones para conocer las oportunidades de mejora, e implementar proyectos para reducirlas.

Iniciativas 2022

- Medir nuestras emisiones scope 1 y scope 2 para el 100% de nuestras instalaciones.
- Generar proyectos de eficiencia energética en diferentes áreas de la compañía.
- Medir y aumentar la eficiencia energética de los proyectos FON y Nuevas Frecuencias.



Meta 2025:

Aumentar la recuperación total de residuos a un **80%**.

Objetivo:

Medir nuestra generación de residuos para conocer las oportunidades de mejora, e implementar proyectos para prevenir la generación de estos.

Iniciativas 2022

- Reciclar el 80% de nuestras telas publicitarias.
- Disminuir el porcentaje de residuos de nuestro edificio corporativo que se envían al vertedero a un 40% (línea base 2021).
- Implementar medidas de reciclaje en el 100% de nuestras tiendas.
- Incluir el 100% de nuestras instalaciones dentro del Plan de Gestión de Residuos, para mapearlos y cuantificarlos adecuadamente.
- Aumentar la recuperación total de residuos a un 60% mediante mejoras en el reciclaje de edificios corporativos, tiendas, sitios y publicidad.
- Recuperar 10 toneladas de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEE) durante el año.



Objetivo:

Mejorar el desempeño medioambiental de nuestros proyectos mediante la obtención de permisos, medición de variables claves y capacitación en tópicos ambientales.

Iniciativas 2022

- Monitorear el desempeño ambiental de los proyectos FON y Nuevas Frecuencias para evitar con anticipación cualquier tipo de impacto.
- Asegurar y promover la educación ambiental a través de la verificación de condiciones ambientales y concientización a colaboradores y contratistas.

COMBATIENDO LA BRECHA DIGITAL

EXPANSIÓN DE COBERTURA

Objetivo:

Facilitar la ampliación de cobertura de los proyectos FON y Nuevas Frecuencias a través de labores de relacionamiento comunitario, para que más personas tengan disponibilidad de internet en su territorio.

Iniciativas 2022

- Formalizar y socializar nuestra política de relacionamiento comunitario y canal de comunicación para las relaciones comunitarias.
- Conseguir la participación de 1.200 personas en diálogos comunitarios para facilitar la expansión de los proyectos FON y Despliegue de Nuevas Frecuencias.
- Concretar reuniones con autoridades locales en el 100% de las municipalidades involucradas en el proyecto de infraestructura FON (161 municipalidades en total).
- Evaluar periódicamente el desempeño de los relacionamientos comunitarios frente a las autoridades locales y comunidades.

CONECTANDO COMUNIDADES

Objetivo:

Entregar la tecnología necesaria (SIMs, BAMs, fibra y equipos) para que comunidades vulnerables puedan conectarse a internet.

Iniciativas 2022

- Entregar conectividad a infraestructura crítica en sectores vulnerables y a comunidades a través de SIMs y BAMs para impactar a 60 mil personas.

DESARROLLO DE HABILIDADES DIGITALES

Objetivo:

Enseñar a las personas y comunidades a utilizar internet y las herramientas digitales, para que la tecnología impacte positivamente en su vida diaria.

Iniciativas 2022

- Entregar el taller comunitario de alfabetización digital a 800 personas.
- Capacitar a 18.000 estudiantes de centros educacionales de contextos vulnerables en habilidades tecnológicas, de programación y desarrollo digital, con enfoque de género.
- Capacitar a 300 estudiantes de liceos públicos rurales en contextos vulnerables en habilidades tecnológicas, de programación y desarrollo digital, con enfoque de género.

TRANSPARENTE Y REVOLUCIONARIO



Objetivo:

Medimos nuestro desempeño ASG para conocer dónde se encuentran nuestras oportunidades de mejora y diseñamos estrategias para disminuir nuestros riesgos.

Iniciativas 2022

- Elaboración del reporte de sostenibilidad para cada año de operación para conocer el estado de avance en materias ASG de nuestros tópicos de materiales.
- Adecuar a la empresa según las recomendaciones del Task Force Climate-related Financial Disclosures (TCFD).
- Implementar portal web y un nuevo protocolo de relacionamiento con proveedores para agilizar nuestra relación con ellos, fortalecer la relación comercial, la colaboración estratégica basada en la transparencia y mejorar los tiempos de pagos a nuestros proveedores.



Objetivo:

Promovemos la diversidad y la innovación en diferentes áreas de WOM, con el objetivo de mejorar nuestro desempeño ASG y nuestra productividad, siendo un aporte para el país.

Iniciativas 2022

- Desarrollar una semana de la sustentabilidad para dar a conocer e incentivar el trabajo sobre los diferentes tópicos ASG entre los WOMers de cada área.
- Elaborar una cartera de proyectos posibles a implementar en diferentes áreas de WOM y desarrollar al menos una iniciativa anualmente.
- Obtener la certificación en Equidad de Género e Interseccional de parte de la organización EDGE.
- Aumentar el % de mujeres en cargos directivos superiores (gerencia, VPs y Directores Altos Mandos) a un 40%.
- Aumentar el % de mujeres en cargos tradicionalmente ocupados por hombres (e.g. en áreas IT y Network) a un 25%.

CAPÍTULO 4
**COMPROMISO
CON NUESTROS
CLIENTES**

[GRI: 103-1; 103-2; 103-3]

[SASB: TC-TL-000.A; TC-TL-000.C]

COMPROMISO CON NUESTROS CLIENTES

Somos una empresa con una apuesta diferente y, como ha quedado demostrado, nos mueve la pasión por ofrecer la mejor oferta de valor del mercado.

Nos sentimos invitados a conversar de persona a persona y a partir de ese diálogo construir un negocio que efectivamente responda a las necesidades y el contexto de nuestros clientes. Sus necesidades son el motor que impulsa el desarrollo de nuestros productos y servicios.

ODS



09.1

Desarrollar infraestructuras fiables, sostenibles, resilientes y de calidad, incluidas las infraestructuras regionales y transfronterizas, para apoyar el desarrollo económico y el bienestar humano, haciendo especial hincapié en el acceso asequible y equitativo para todos.

09.5- C

Aumentar significativamente el acceso a la tecnología de la información y las comunicaciones y esforzarse por proporcionar acceso universal y asequible a Internet en los países menos adelantados de aquí a 2020.

Escuchamos y respondemos con una apuesta innovadora que, con un amplio rango de productos y servicios, se adapta a las necesidades de nuestros clientes.

Al cierre de 2021

6.932.901*



de clientes prefirieron nuestro servicio de telefonía móvil a lo largo del país.

*Considera a clientes pospago y prepago.

Fuente: WOM, 2021

Nuestros clientes de **Fibra Óptica en el Hogar** fueron

102.359



4.1

[GRI: 102-2] [SASB:TC-TL-220a.3]

EXPERIENCIA DE CLIENTES WOM

Nuestro objetivo es ser el proveedor de telecomunicaciones móviles más conveniente y recomendado del mercado. Al cierre de 2021, casi 7 millones los clientes han elegido a WOM, acreditando la calidad de nuestro servicio. Por esta razón nos enorgullece tanto que en agosto del 2021 hayamos recibido el Premio a la Mejor Empresa de la categoría contractual en el Índice Nacional de Satisfacción de Clientes - Procalidad, impulsado por Praxis y el Centro de Experiencias y Servicio (CES) de la Universidad Adolfo Ibáñez. Se trata de un estudio que busca conocer y hacer pública la opinión de los chilenos en relación al servicio que reciben evaluando su satisfacción neta, satisfacción por precio, problemas (comunicación y solución), recomendación y permanencia o recompra.

En los últimos dos años, y motivados por la crisis sanitaria del COVID-19, adaptamos los canales de atención para cubrir de forma diligente las necesidades de nuestros clientes. Partimos forta-

leciendo los canales de venta digital, para homologar la experiencia que habíamos desarrollado hasta el momento en las tiendas y quioscos físicos. Luego, dispusimos nuevos beneficios para nuestra oferta de productos y servicios, particularmente bolsas adicionales de gigas para cada plan contratado, roaming internacional para clientes que se encontraban en el extranjero y sin posibilidad de comunicarse, y despacho gratuito de equipos a los hogares.

Contigo somos más innovadores frente al COVID-19

En 2020 fuimos reconocidos como una de las marcas que mejor reaccionó ante la crisis sanitaria en la encuesta «Barómetro COVID-19» de la consultora Kantar.

La encuesta dejó a WOM en el

1ER LUGAR 

en telecomunicaciones en ranking Kantar.

Esto nos motivó a seguir reforzando nuestros planes en tiempos de pandemia tanto para la atención de clientes como para la gestión de nuestros WOMers durante 2021.

Entre otros resultados, el análisis concluyó que los consumidores deseaban contar con una sensación de normalidad, para lo cual el funcionamiento continuo de los servicios fue un factor clave. También destacó la necesidad manifestada por los encuestados de contar con empresas que empatizaran con los impactos de la pandemia en la ciudadanía y que, al mismo tiempo, dieran señales de su preocupación por cuidar la salud física y mental de sus colaboradores.

RETAIL-X

Es una nueva forma de comprar que implementamos a raíz de la pandemia, que busca convertir la visita a nuestras tiendas físicas en un viaje sensorial, más cómodo, simple y seguro, y con menos uso de papel. Para ello, desarrollamos herramientas digitales y casilleros electrónicos -que permiten a los clientes retirar sus productos comprados en línea utilizando un código QR-, de modo de avanzar hacia un ecosistema omnicanal para mejorar el servicio y experiencia entregado.

LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS WOM

En nuestra búsqueda por ofrecer productos y servicios innovadores a nuestros clientes, nos encontramos en un proceso de transición de ser una compañía de telefonía móvil a una multiproducto, que logre responder con ímpetu y honestidad a sus requerimientos. En este contexto estrenamos WOM TV, una nueva oferta de entretenimiento que permite acceder a contenidos provistos por canales de televisión abierta y paga del país, así como de contenidos exclusivos adicionales.



1 CONTRATA
UN PACK WOM TV



2 AGREGA
SERVICIOS ADICIONALES



3 DISFRUTA
DE WOM TV

SEGURIDAD DE NUESTROS PRODUCTOS

Desde el punto de vista de emisiones no ionizantes, que se encuentran reguladas por un estándar de la Organización Mundial de la Salud (OMS), no existen riesgos para la salud de las personas en este ámbito.

PLAN SOLIDARIO

“Nadie te da más” no es solo un eslogan publicitario. Es una promesa. Y para hacerla realidad, en el contexto de la pandemia, dispusimos de nuestro Plan Solidario de Conectividad, el que ofreció internet sin costo, durante seis meses, a los clientes económicamente más afectados por este contexto.

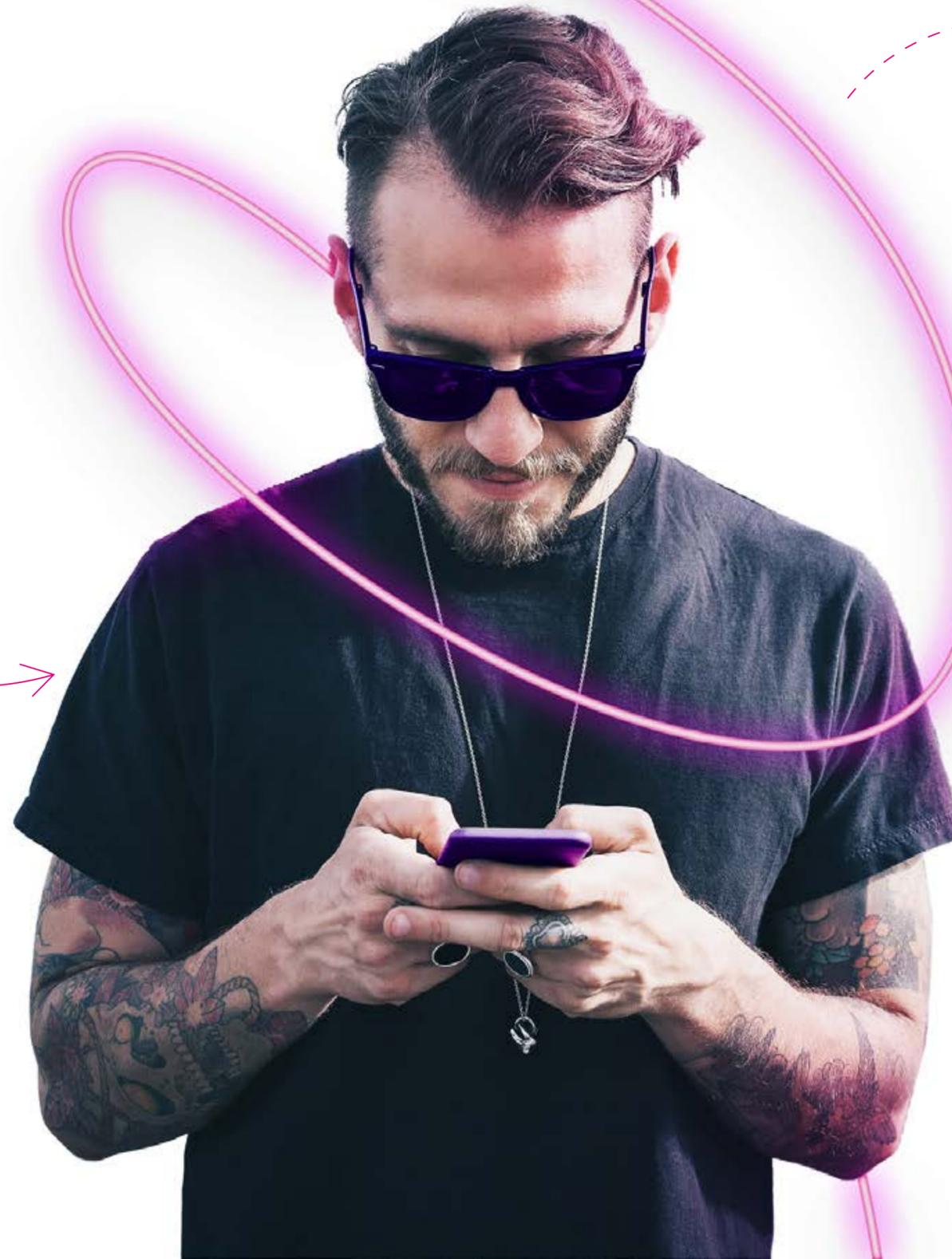
El número total de beneficiarios de este plan durante 2021 fue de 8.425 clientes, quienes se sumaron a los 14.557 que percibieron este beneficio en 2020.

ALIANZA CON CONADECUS

En enero de 2021 firmamos un convenio de colaboración con la Corporación Nacional de Consumidores y Usuarios (Conadecus), con el objetivo de crear un canal de consultas y reclamos para consumidores. De este modo, podemos entregar respuestas rápidas, veraces, oportunas y directas relacionadas con contratos o hechos vinculados a WOM.

MULTAS Y SANCIONES

En el periodo reportado, WOM tuvo cuatro sanciones por incumplimiento de la normativa asociada a derechos de los consumidores, las que sumaron un valor aproximado de 2 millones de pesos chilenos, las que fueron oportunamente subsanadas. No hemos recibido reclamaciones en torno a violaciones de la privacidad o pérdida de datos de clientes.



QUEREMOS PROTEGER TUS DERECHOS

Una de las principales tareas de nuestra Gerencia de Regulación es la protección de los derechos de nuestros clientes. Mediante el trabajo coordinado de las diferentes áreas, buscamos que bajo ninguna circunstancia se vulneren sus derechos.

4.2

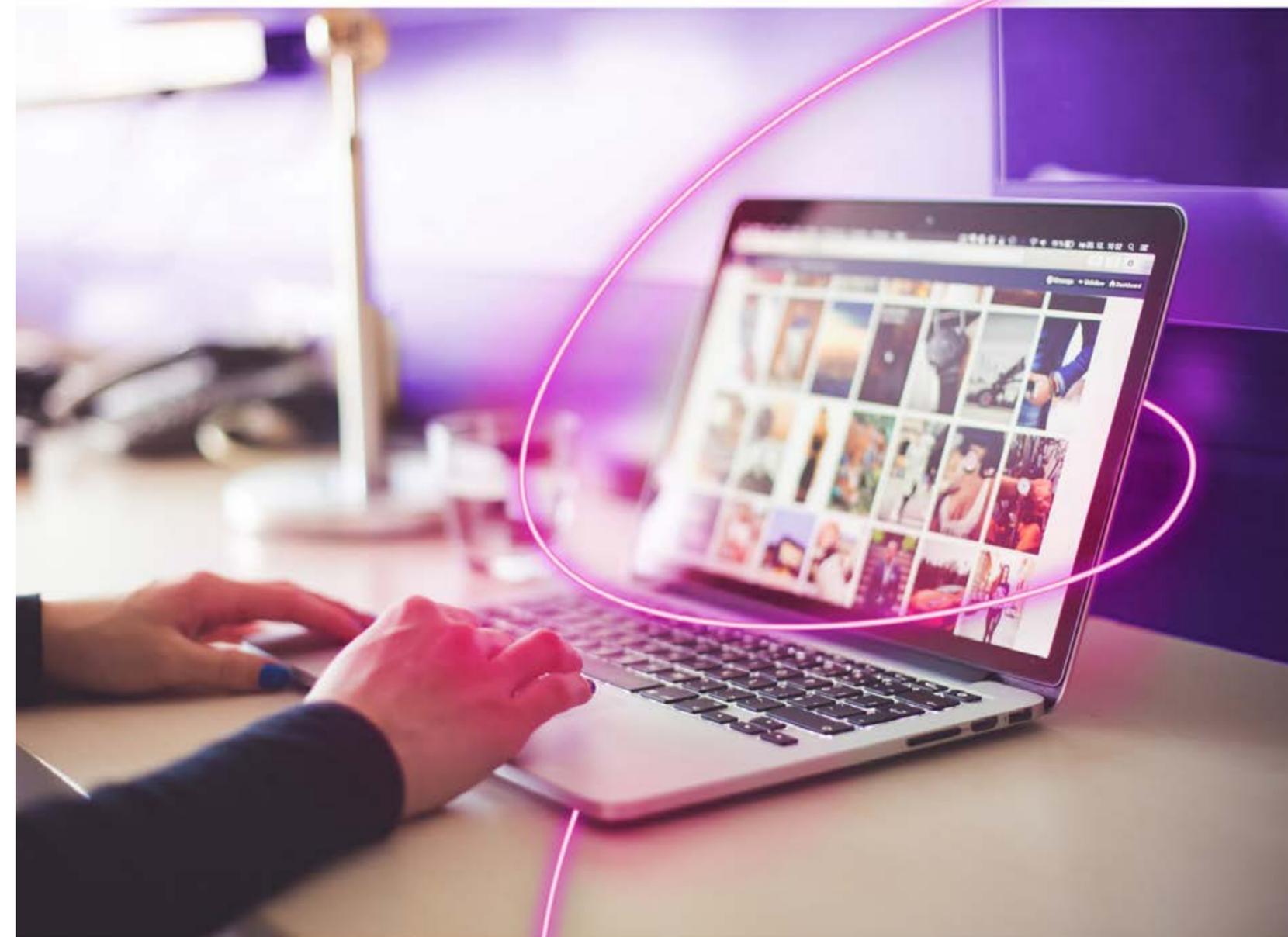
[GRI: 103-1; 103-2; 103-3]

ESTIMULAMOS EL DESARROLLO TECNOLÓGICO

Trabajamos constantemente para brindar un servicio moderno e innovador acorde a las necesidades de nuestros clientes, con el objetivo que cada día sean más personas las que se unan a nuestra revolución tecnológica. Buscamos romper paradigmas y avanzar a la vanguardia de la innovación.

Actualmente, contamos con tres áreas enfocadas en la innovación:

- **Marketing:** dedicada a la innovación de productos y la democratización de la red.
- **Procesos:** desarrolla metodologías de innovación (como eSIM y WOM Pago).
- **Estrategia:** investigación de casos de uso y nuevas tecnologías con enfoque en la innovación.



En 2021 realizamos iniciativas en ámbitos como la educación, el emprendimiento y la ciudadanía, destacando proyectos como:

WOM 5G CHALLENGE

Con el objetivo de impulsar el emprendimiento, así como de contribuir a la conectividad y la economía de nuestro país, firmamos un convenio de colaboración con la Corporación de Fomento de la Producción (Corfo), para identificar y desarrollar en conjunto con pequeñas y medianas empresas programas basados en tecnología 5G.

El concurso busca que el ecosistema de emprendedores conozca y experimente con tecnología 5G e incentivarlos a diseñar ofertas de valor tecnológicas relacionadas con ella, a través de proyectos que cambien significativamente la vida de las personas o permitan ampliar la frontera de posibilidades de las empresas.

En su primera versión, en 2020, tres empresas fueron ganadoras: Nextonia, Thomas & Thomas y Odd Industries. Las ganadoras de 2021 fueron Robotic y Neural Health, quienes trabajaron junto a expertos de WOM en la implementación de pilotos para sus ideas.

PLAZA INTELIGENTE

Gracias a la colaboración de WOM, Enel X, el Ministerio de Transporte y Telecomunicaciones de Chile y la Universidad de Santiago, vecinos del Parque Eduardo Frei Montalva de la comuna de La Florida contarán con la primera plaza en Chile y Latinoamérica con señal wifi 5G pública y gratuita. La iniciativa se enmarca en el proyecto Plaza Inteligente, que además contará con un circuito de cámaras de videoanalítica, sensores de medición de calidad del aire y ruido, puntos de carga de vehículos eléctricos y un tótem de seguridad conectado con la municipalidad.



PROMOCIÓN DE ECOSISTEMA CON TECNOLOGÍA 5G - UNIVERSIDAD DE CONCEPCIÓN

Con el propósito de impulsar el desarrollo de investigaciones, innovación y formación relacionadas con 5G, en 2021 firmamos un convenio de colaboración con la Universidad de Concepción orientado en tres ejes de trabajo: desarrollo de proyectos de investigación e innovación con impacto productivo; impulso del emprendimiento a través de desafíos y búsqueda de empresas emergentes; y potenciar el talento profesional mediante el incremento de especialistas en el área, por medio del desarrollo de tesis de pregrado, prácticas profesionales en la compañía e instancias de formación.

4.3

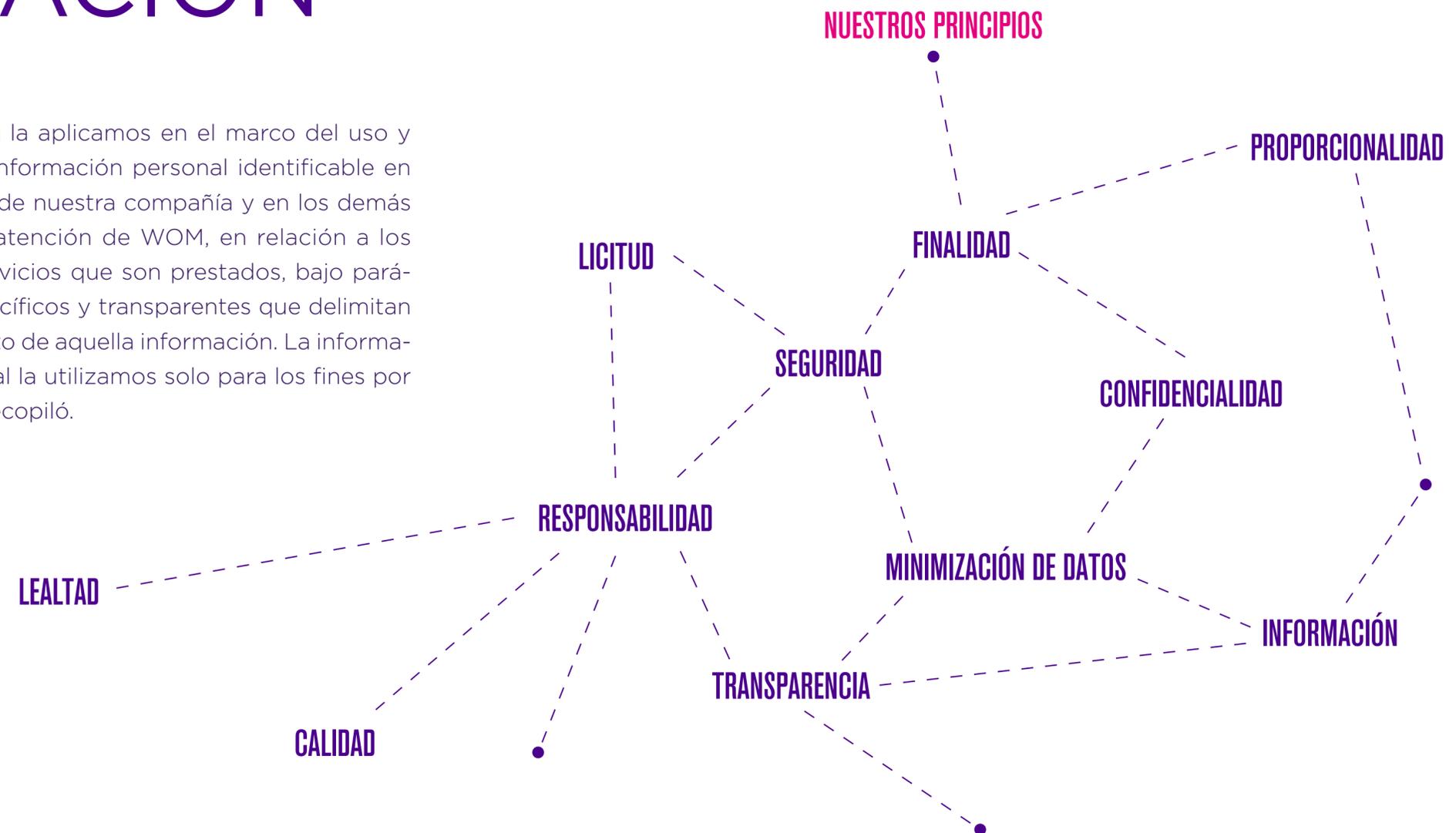
[SASB:TC-TL-230a.1 (i); TC-TL-230a.1 (ii); TC-TL-230a.1 (iii); TC-TL-230a.2; TC-TL-220a.1]

PRIVACIDAD Y SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN

Nuestro compromiso con los clientes no solo se asocia a la calidad de los servicios, productos y atención a través de nuestros canales de comunicación. También se verifica en el uso adecuado, ético y transparente de la información personal que recopilamos. Contamos con una Política de Privacidad y Seguridad que se aplica en nuestra compañía para la protección de datos personales, regulada en distintos instrumentos jurídicos como la Constitución Política de Chile, la Ley N.º 19.628 sobre Protección de la Vida Privada y el Reglamento del Registro de Datos Personales.

Esta política la aplicamos en el marco del uso y manejo de información personal identificable en el sitio web de nuestra compañía y en los demás canales de atención de WOM, en relación a los distintos servicios que son prestados, bajo parámetros específicos y transparentes que delimitan el tratamiento de aquella información. La información personal la utilizamos solo para los fines por los que se recopiló.

Conoce nuestra Política de Privacidad y Seguridad



SEGURIDAD DE DATOS PERSONALES

Manejamos la información y datos personales de nuestros clientes de acuerdo a lo establecido en la ley, lo que implica establecer protocolos de monitoreo constante de los riesgos de fuga o pérdida, así como las medidas para evitarlas. Junto a una consultora internacional, estamos desarrollando un estudio de cumplimiento legal que involucra la norma técnica de ciberseguridad (Resolución Exenta 1.318), la Ley N.º 19.628 y la de infraestructura crítica con el fin de determinar los niveles de cumplimiento y generar un plan de trabajo que mejore los niveles de seguridad de la compañía.

Actualmente, utilizamos estándares de ciberseguridad para identificar y monitorear los riesgos de seguridad de datos. Entre otros, realizamos revisiones externas dos veces al año, lo que nos permite identificar acciones para la gestión de vulnerabili-

dades para monitorear continuamente las brechas de seguridad en nuestros sistemas informáticos.

También incorporamos un sistema de gestión de identidades que agrega un segundo factor de autenticación en aplicaciones y VPN, de manera de garantizar la identidad del usuario y evitar accesos externos por robo o pérdida de credenciales.

Informamos nuestras medidas de

CIBERSEGURIDAD

en cada instancia de inducción de nuestros WOMers, y proporcionamos los lineamientos necesarios para evitar riesgos



Algunos riesgos de seguridad de la información que se han podido identificar, especialmente en relación con la privacidad de datos de nuestros clientes, son:

Riesgos identificados



Nuestra información de clientes es compartida con empresas de centros de llamadas para recepción o generación de demanda.



El uso de **correos electrónicos fraudulentos** provenientes del dominio "wom.cl" **para obtener información personal o robar dinero (phishing)** es un riesgo en constante crecimiento.

Medidas de mitigación



Identificación de las brechas entre nuestros procesos y la normativa que **protege los datos personales** e infraestructura crítica. Los hallazgos resultaron en acciones de proceso o inversión que permitan proteger de mejor forma la información privada.



Revisamos nuestros procesos con las empresas de centros de llamadas para evitar fugas de información. Asimismo, habilitaremos un proceso de **prevención de pérdida de datos en la nube de almacenamiento** utilizada por nuestra compañía.



Realizamos una reconfiguración técnica (DKIM, DMARC) de los dominios de WOM, con el fin de que no sean utilizados por terceros para el envío de correos fraudulentos.

FILTRACIONES DE DATOS AL 2021

Una evaluación a compañías proveedoras de internet en Chile sobre el manejo de la privacidad de sus clientes nos proporcionó una calificación de 3,5 estrellas, de un máximo de 5.

2.º LUGAR
en ranking de protección de privacidad de usuarios



El estudio de la ONG Derechos Digitales nos ubicó en el 2.º lugar en el ranking de protección de privacidad de usuarios.

El análisis evaluó variables como la publicidad en el sitio web del contrato de servicios de internet y de la política de protección de datos, y la notificación a los usuarios acerca de solicitudes de información de las autoridades estatales, entre otros.

Las compañías de telecomunicaciones tenemos la obligación legal de responder a aquellos requerimientos de información de las autoridades pertinentes, siempre y cuando cumplan con todos los requisitos de la normativa vigente, así como también del compromiso con la protección de datos personales y resguardar el derecho a la privacidad.

A continuación se indican los requerimientos que recibimos desde las autoridades en el periodo 2021 al alero de procesos judiciales:

28.112 Total de solicitudes de información
1.951 Relacionadas a tráfico **26.161** Otras solicitudes

543 Total de solicitudes otros datos

- Datos asociados a números telefónicos y tarjetas SIM de WOM
- Datos ligados a RUT de personas o empresas clientes de WOM
- Números telefónicos asociados a números IMEI

Fuente: WOM, 2021

Conoce nuestro protocolo de entrega de información a la autoridad



4.4

[SASB:TC-TL-550a.1 (i); TC-TL-550a.1 (ii); TC-TL-550a.2]

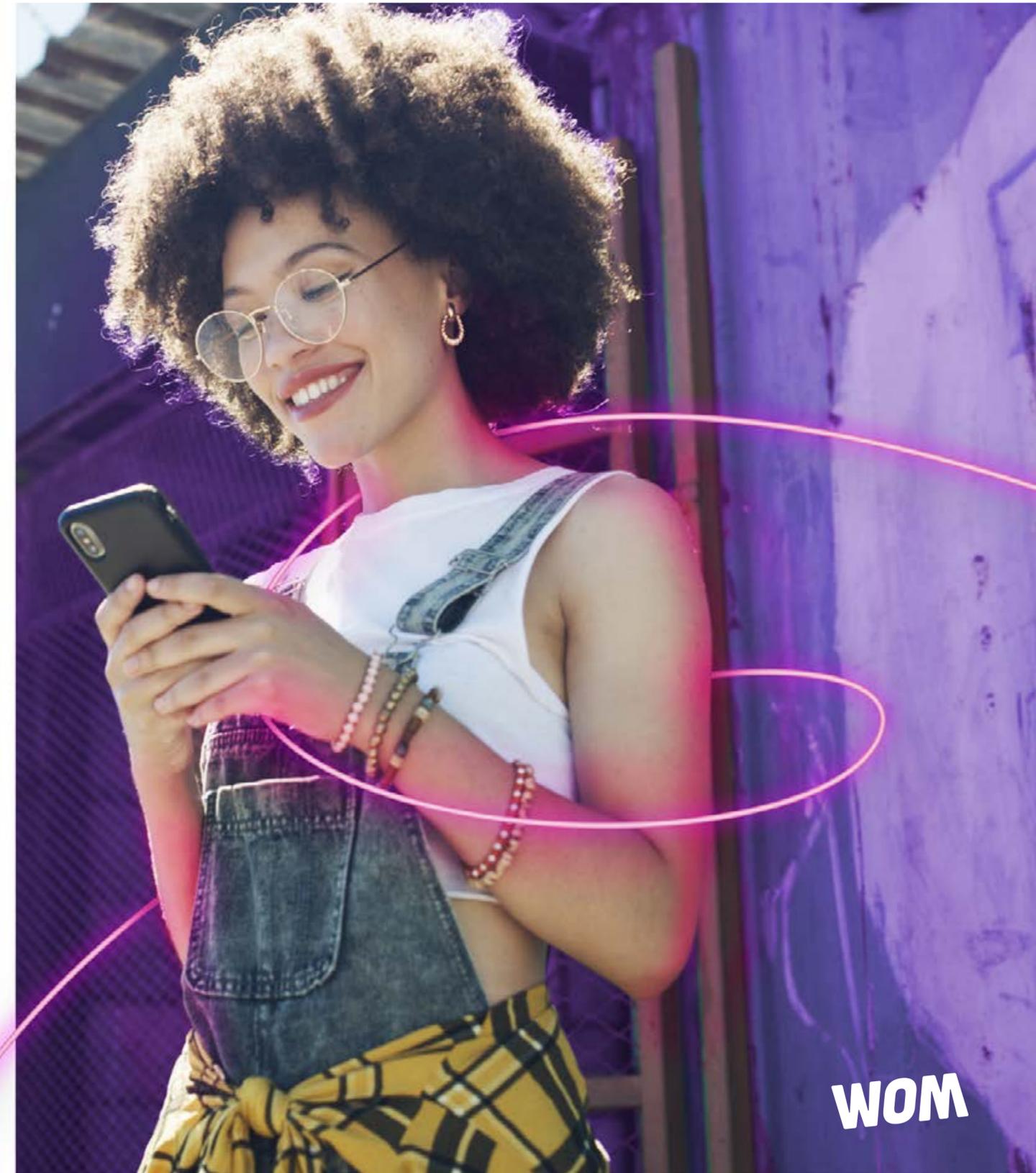
RESPONSABILIDAD CON NUESTROS PRODUCTOS Y SERVICIOS

Desde el momento de la solicitud, contratación o compra, por parte de los clientes, hasta el servicio de posventa de nuestros productos o servicios, buscamos responder de manera adecuada y diligente sobre cualquier falla o interrupción que pueda afectarles. Para abordar de manera adecuada los riesgos que podrían dificultar la continuidad de nuestros servicios, aplicamos las siguientes consideraciones y acciones:

- Todas nuestras plataformas en operación actúan con mecanismos de alta disponibilidad y resiliencia acorde a la criticidad de la misma.
- Los tiempos de reparación de fallas deben cumplir con un acuerdo de nivel de servicio, previamente definido en contratos y procedimientos internos.

- Ante los distintos tipos de incidencia, hemos establecido procedimientos con directrices sobre cómo actuar en cada uno de ellos, los cuales son revisados y actualizados continuamente.
- Las distintas capas de red son diseñadas y operan con mecanismos de resiliencia para evitar el impacto que las fallas puedan provocar en los clientes.

Llevamos estadísticas semanales de interrupción del servicio. Sin embargo, las fallas ocurren y ante ellas nuestro enfoque es la máxima transparencia. Mensualmente, informamos al regulador (Subtel) el número de incidencias, su duración y número de clientes afectados por estos problemas.



WOM

CAPÍTULO 5. EQUIPO WOM



WOM



EQUIPO WOM

Desde la operación técnica de nuestra red hasta la atención en nuestras sucursales y quioscos, los WOMers dan lo mejor de sí para transmitir los compromisos que asumimos con las millones de personas que nos prefieren. Sus ganas de hacer las cosas bien, con transparencia, respeto y honestidad, nos permiten mostrarle a nuestros clientes, reguladores, mercado y sociedad que tenemos las capacidades para entregar una oferta disruptiva y de calidad, que seguirá apalancando los buenos resultados que hemos obtenido en nuestra historia.

ODS



- 05.1** Poner fin a todas las formas de discriminación contra todas las mujeres y las niñas en todo el mundo.
- 05.5** Asegurar la participación plena y efectiva de las mujeres y la igualdad de oportunidades de liderazgo a todos los niveles decisorios en la vida política, económica y pública.
- 05.C** Aprobar y fortalecer políticas acertadas y leyes aplicables para promover la igualdad de género y el empoderamiento de todas las mujeres y las niñas a todos los niveles.

ODS



- 08.3** Promover políticas orientadas al desarrollo que apoyen las actividades productivas, la creación de puestos de trabajo decentes, el emprendimiento, la creatividad y la innovación, y fomentar la formalización y el crecimiento de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas, incluso mediante el acceso a servicios financieros.
- 08.5** De aquí a 2030, empleos plenos, productivos y decentes para todas las mujeres y los hombres, incluidos los jóvenes y las personas con discapacidad, así como la igualdad de remuneración por trabajo de igual valor.
- 08.8** Proteger los derechos laborales y promover un entorno de trabajo seguro y sin riesgos para todos los colaboradores, incluidos los colaboradores migrantes, en particular las mujeres migrantes y las personas con empleos precarios.

ODS



- 10.2** De aquí a 2030, potenciar y promover la inclusión social, económica y política de todas las personas, independientemente de su edad, sexo, discapacidad, raza, etnia, origen, religión o situación económica u otra condición.
- 10.3** Garantizar la igualdad de oportunidades y reducir la desigualdad de resultados, incluso eliminando las leyes, políticas y prácticas discriminatorias y promoviendo legislaciones, políticas y medidas adecuadas a ese respecto.
- 10.4** Adoptar políticas, especialmente fiscales, salariales y de protección social, y lograr progresivamente una mayor igualdad.

5.1

[GRI: 102-8; 103-1; 103-2; 103-2; 401-1; 405-2]

NUESTROS WOMERS

Compartimos la pasión por entregar día a día el mejor servicio a nuestros clientes. Es por esto que durante el 2021 **crecimos en 347 colaboradores.**

En 2021
2.798
colaboradores

En 2020
2.451
colaboradores

+347



TOTAL DE COLABORADORES SEGÚN GÉNERO Y CARGO

	Mujeres	Hombres	Total
Alta gerencia	22%	78%	9
Gerencia	28%	72%	54
Jefatura	36%	64%	359
Fuerza de venta	58%	42%	1.266
Auxiliares	0%	100%	2
Otros profesionales	32%	68%	779
Otros técnicos	19%	81%	329

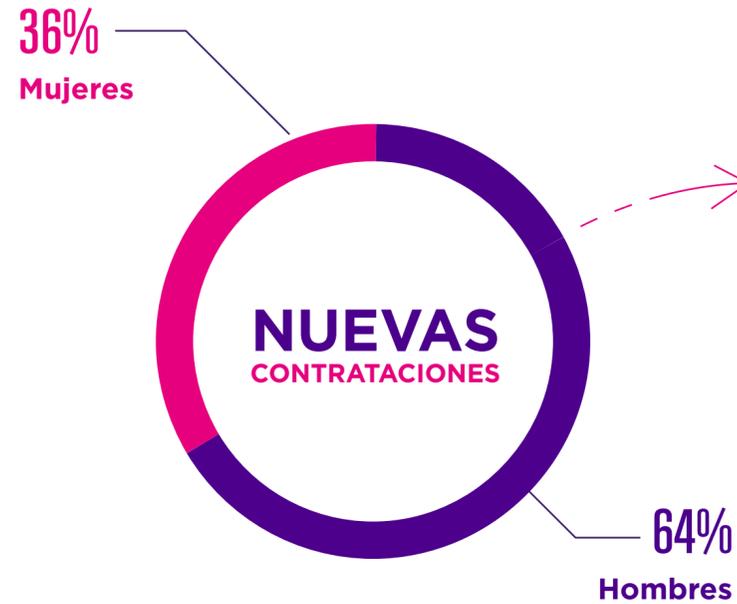
Fuente: WOM, 2021

TIPOS DE CONTRATO Y JORNADA LABORAL

Buscamos dar estabilidad a nuestros equipos, porque creemos que el valor humano es fundamental para nuestro crecimiento, por lo que privilegiamos la contratación de WOMers a plazo indefinido y con jornada laboral completa.



Fuente: WOM, 2021

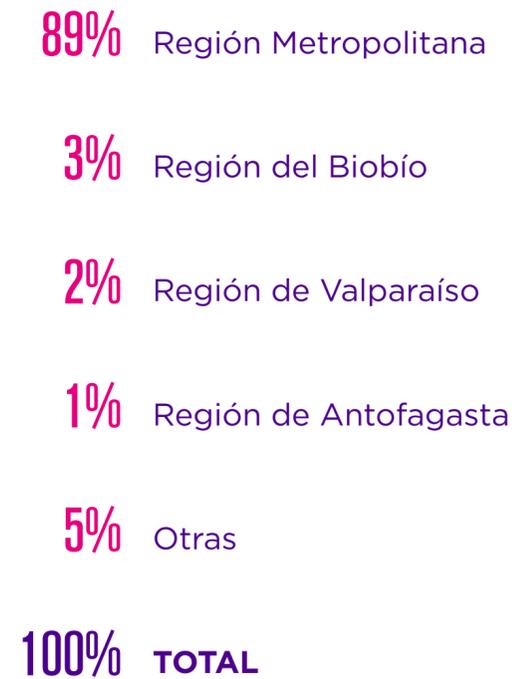


CONTRATACIÓN Y ROTACIÓN

De las nuevas contrataciones, un 36% fueron mujeres y un 64% hombres.

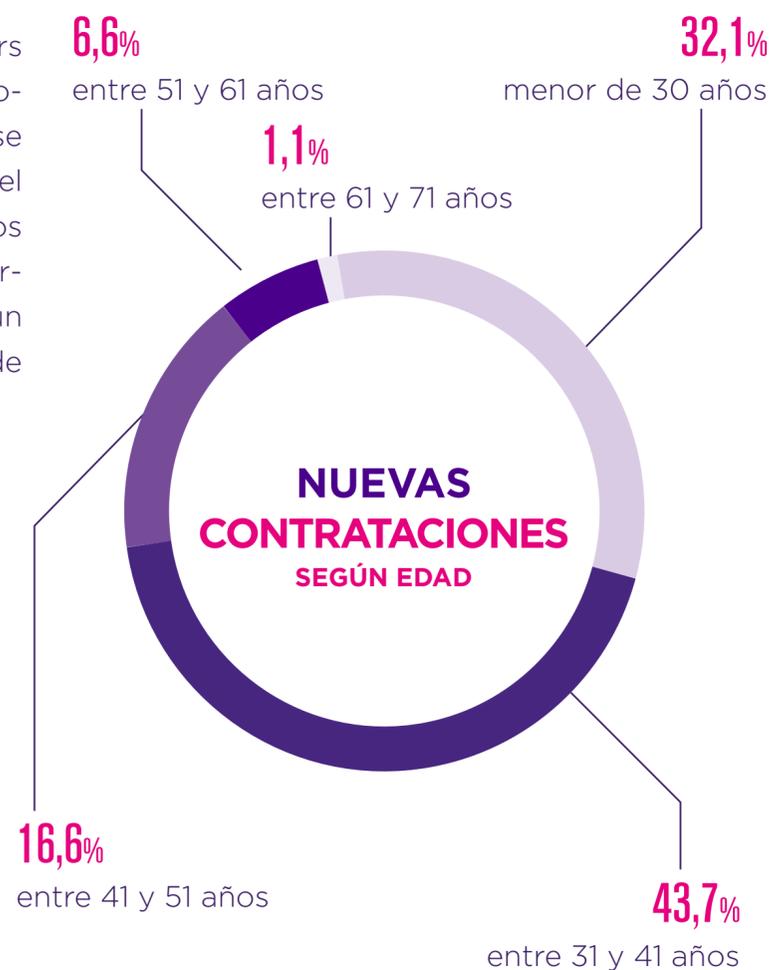
Fuente: WOM, 2021

NUEVAS CONTRATACIONES POR REGIÓN (%)



NUEVAS CONTRATACIONES POR EDAD

El 43,7% de las nuevas contrataciones de WOMers tiene entre 31 y 40 años, mientras que los menores de 30 años representaron el 32%. Solo 6,6% se encontró en el segmento entre 51 y 60 años, y el 1% tiene más de 61 años, equivalente a 16 nuevos profesionales. Estos dos últimos segmentos aportan con su experiencia senior y nos muestran un nuevo camino a la diversidad de colaboradores de diversos rangos de edad.

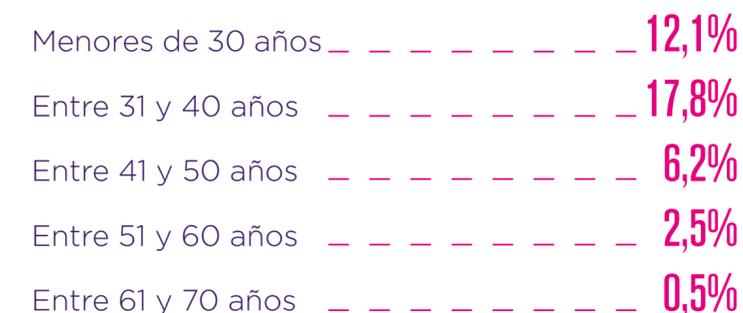


En relación a la rotación laboral, el número de colaboradores que abandonaron la organización en 2021 de manera voluntaria fue de 426, equivalente al 15% del total de nuestros WOMers. El índice promedio de rotación mensual en 2021 fue de 3,5% comparado con el año 2020, que fue de 2,7%.

TASA ROTACIÓN ANUAL



ROTACIÓN 2021 POR RANGO DE EDAD



Fuente: WOM, 2021

IGUALDAD DE GÉNERO Y CONCILIACIÓN DE LA VIDA LABORAL, FAMILIAR Y PERSONAL

En WOM adquirimos un compromiso con la equidad de género y la conciliación de la vida laboral, familiar y personal de nuestros WOMers, para lo cual durante 2021 implementamos un Sistema de Gestión de la Igualdad y la Conciliación. El mecanismo nos permite establecer lineamientos regidos por la Norma Ch3262:2012. Durante 2022, esperamos obtener la certificación y Sello Iguala.

MÁS MUJERES EN WOM

Conscientes de la baja participación de las mujeres en la industria de la tecnología y las telecomunicaciones, en 2021 nuestro CEO, Christopher Laska, firmó una carta de compromiso con el Servicio Nacional de la Mujer y la Equidad de Género (Sernameg) para promover la equidad de género en WOM. Fruto de dicha carta, realizamos la primera charla interna sobre equidad de género, publicamos la guía digital de conmemoración del 8M, y firmamos una alianza con ONU Mujeres.

Adicionalmente, firmamos un acuerdo con Sernameg para desarrollar, potenciar y visibilizar el liderazgo femenino en las áreas de tecnología y redes, y nos sumamos a la mesa de trabajo Más Mujeres en Telecomunicaciones, del Ministerio de Transporte y Telecomunicaciones, que busca aumentar la participación laboral femenina en las telecomunicaciones.



Programa WOMen Network

Nos sumamos a las políticas de la industria de la tecnología y las telecomunicaciones que promueven la contratación y el desarrollo laboral.

Nuestro programa

WOMEN NETWORK



acompaña a mujeres líderes de áreas en las que normalmente están subrepresentadas, como redes y tecnologías de la información, a través de mentorías que les permiten empoderarse y asumir nuevos desafíos laborales, ya sea por movilidad ascendente u horizontal, además de mejorar su empleabilidad.

BRECHA SALARIAL

En 2021, a nivel gerencial, las mujeres percibieron un 5% menos de salario que los hombres. Esto se debió principalmente a promociones internas, las cuales se realizaron acorde al desempeño y posición relativa del cargo. En el segmento de jefaturas, la diferencia salarial fue de un 4% debido a promociones internas, las cuales se realizaron acorde al desempeño y posición relativa del cargo. Finalmente, en la categoría profesionales, las mujeres percibieron un 3% menos que sus pares masculinos.

Es importante considerar que las variables que causan esta brecha corresponden a experiencia, desempeño, antigüedad, formación, certificaciones, dominio de determinados sistemas, entre otros. Esta situación se revierte entre técnicos y analistas, en cuya categoría las mujeres perciben un 8% más que los hombres. Mientras, en la fuerza de ventas no existen diferencias entre los salarios percibidos por hombres y mujeres.

Como referencia, según la Encuesta Suplementaria de Ingresos del Instituto Nacional de Estadísticas (INE), correspondiente a 2020, en Chile, las mujeres ganaron en promedio un 20,4% menos que los hombres.

Esto demuestra que la brecha salarial interna, entre hombres y mujeres, es baja y seguimos trabajando para disminuirla.

REVISIÓN Y AJUSTES SALARIALES

Contamos con un procedimiento anual para la revisión salarial de todos los colaboradores. El análisis es realizado por el área de Compensaciones y validado por la Dirección de Valor Humano, el CEO y directores de WOM.



5.2

[GRI:405-1; 103-1; 103-2; 103-3]

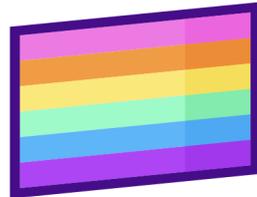
EL VALOR DE LA DIVERSIDAD

Fomentamos una cultura laboral que integra y respeta la diversidad. Creemos en el valor de las diferentes experiencias que nuestros WOMers proporcionan a la empresa y que nos conectan de mejor manera con las necesidades e intereses de nuestros clientes. Respetamos de manera irrestricta la expresión de las identidades individuales.

Nuestra **Política de Diversidad e Inclusión** establece el marco de conductas esperadas de todo trabajador de WOM, orientado a asegurar un espacio laboral libre de prejuicios y en el que la diversidad es bienvenida y valorada.

En WOM nos hemos comprometido a desarrollar un clima laboral en el que los colaboradores puedan desarrollar su talento, siendo libres de expresar su identidad. Nuestra política contempla charlas sobre nuevas masculinidades, que fortalecen la equidad de género y la cultura de respeto de la diversidad, entre otras iniciativas.

Como WOM, formamos parte de la red de empresas Pride Connection Chile, que entre otras tareas, realiza una radiografía anual de las políticas y procedimientos de diversidad LGBTIQ+ en las empresas chilenas y, junto a Human Rights Campaign, entrega una certificación anual de sus prácticas.

En 2021  **obtuvimos la categoría A+** la más alta calificación entregada por la red de empresas Pride Connection Chile y nos certificamos como «La mejor empresa para atraer talento LGBTIQ+».



Asimismo, nuestra **Política de Diversidad e Inclusión** aborda la heterogeneidad del concepto de masculinidad, promoviendo la socialización de estas nuevas miradas entre nuestros WOMers.

En WOM decimos **¡NO! AL ACOSO**

En esta materia nuestra postura es intransable. Queremos ser un espacio seguro para todos, por lo que contamos con una estricta política y protocolos para prevenir y gestionar potenciales eventos de acoso laboral y sexual.

Mensualmente promovemos el uso de nuestros canales de denuncia pues es responsabilidad de todos usarlos de manera consciente, sabiendo que podemos ayudar a prevenir situaciones que van en contra de nuestros valores.

En 2021 **no hubo denuncias** ante la Dirección del Trabajo u organismos equivalentes por acoso laboral y/o sexual. No obstante, a través de nuestros canales de denuncias se han presentado.

11 casos como denuncia por acoso laboral, los que fueron investigados y resueltos.



DIVERSIDAD DE NACIONALIDADES

En WOM reconocemos el talento multicultural y buscamos potenciarlo. Sabemos que las experiencias internacionales enriquecen nuestros procesos y aceleran nuestra capacidad para resolver problemas e innovar. Nuestro equipo está compuesto por personas de diversas nacionalidades. Al finalizar 2021, el 82% de nuestros WOMers eran chilenos y el 18%, extranjeros.

18%
extranjeros

PERSONAS EN SITUACIÓN DE DISCAPACIDAD



Al finalizar el 2021, nuestro equipo contaba con

17 WOMERS

en situación de discapacidad.

	 hombres	 mujeres
Fuerza de ventas	5	4
Otros profesionales	0	4
Otros técnicos	1	3
Total	6	11

Fuente: WOM, 2021

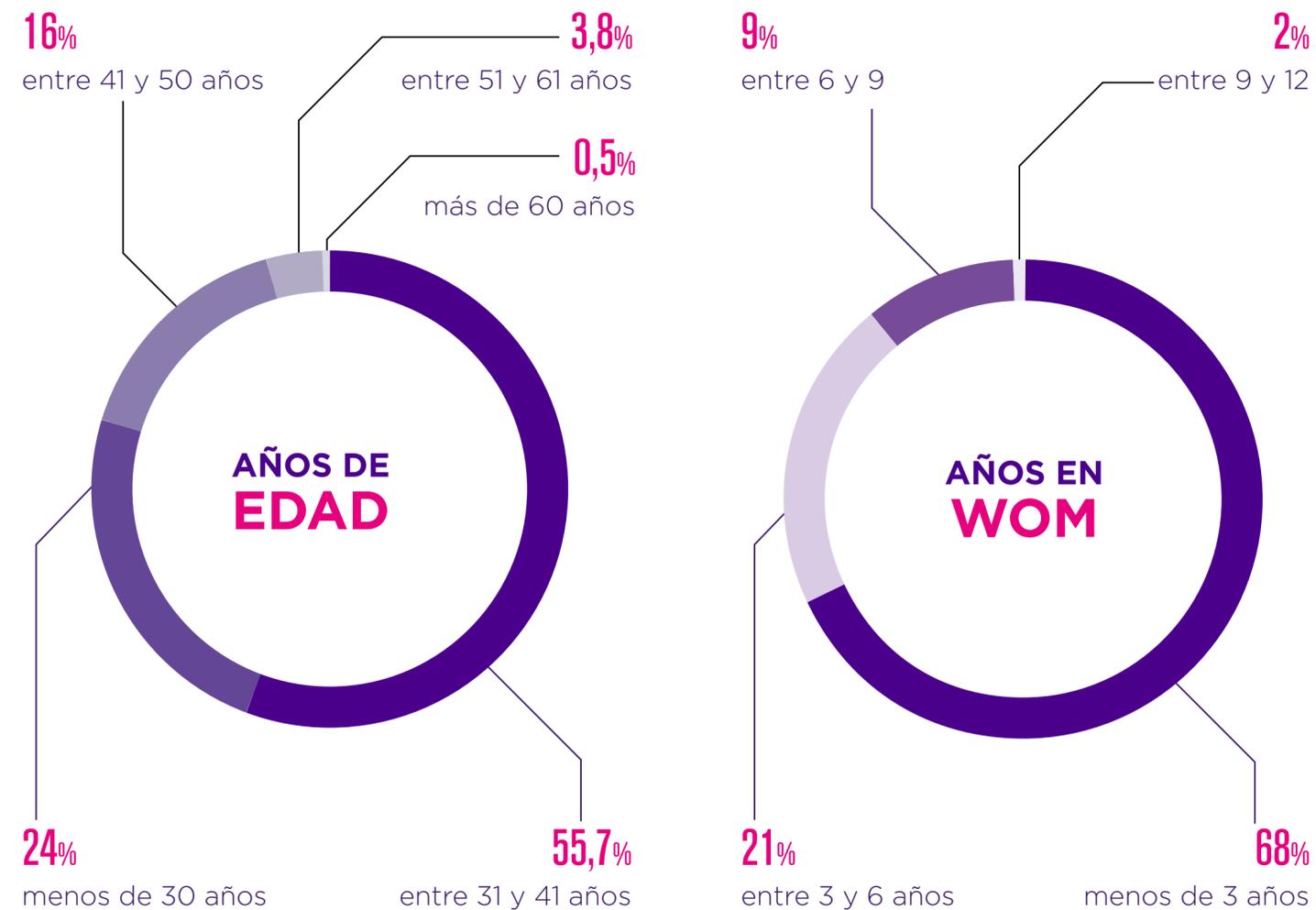


DIVERSIDAD ETARIA Y PERMANENCIA

Somos una empresa que necesita contar con profesionales y técnicos especializados a la vanguardia de las telecomunicaciones.

El 55,7% de nuestros WOMers tienen entre 31 y 40 años, el 24% tiene menos de 30, mientras que el 3,8% tiene entre 51 y 60 años, y un 0,5% más de 61 años.

En cuanto a la permanencia en la compañía, al finalizar el 2021, el grueso de nuestros colaboradores (68%) llevaba menos de tres años en WOM, lo que habla del dinamismo del mercado de los profesionales de las telecomunicaciones; el 21% lleva entre tres y seis años; y el 11% restante corresponde a profesionales con más de seis años en la compañía, lo que le ha dado continuidad a las operaciones de WOM desde lo que fue Nextel S. A.



Fuente: WOM, 2021



5.3

[GRI: 401-2; 103-1; 103-2; 103-3]

BIENESTAR LABORAL

Fomentamos relaciones basadas en el respeto entre las personas y la motivación de nuestros equipos de trabajo.

Tenemos una gran diversidad de talentos, conocimientos profesionales y habilidades técnicas que nos desafía y motiva a cuidar de nuestros WOMers y retener su talento. Para ello, procuramos contar con una atractiva oferta laboral, que promueva su cuidado físico, mental y que concilie el tiempo laboral con el personal, más aun ejerciendo trabajo y educación telemática.

En octubre de 2021, a través de la consultora Mercer, realizamos nuestra encuesta anual de involucramiento para medir el clima laboral y los factores clave que inciden en el nivel de compromiso de los WOMers con la compañía. El resultado fue que un 85% se ubicó en la categoría “Engagement”.

ENFRENTAMOS EL IMPACTO DE LA PANDEMIA

Antes de que la vacuna contra el COVID-19 estuviera disponible, y con el objetivo de evitar contagios, implementamos un protocolo de cuarentenas preventivas para todos nuestros WOMers, tanto para quienes trabajaban en terreno como quienes lo hacían en oficinas. Adicionalmente, llevamos a cabo el monitoreo en línea de los aforos y otras medidas sanitarias.

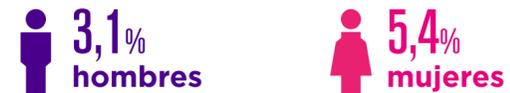
Desde 2020, nuestro programa Back to Rock nos permitió retornar presencialmente a nuestras funciones, de manera voluntaria y paulatina, sin exponernos innecesariamente a contagios, cumpliendo el aforo de nuestras dependencias y evaluando el nivel de productividad del formato teletrabajo. Complementamos este programa con una encuesta periódica sobre la percepción de nuestros WOMers respecto del trabajo presencial y virtual, y que recogía sus recomendaciones para realizar el trabajo de manera segura y conciliando vida laboral y personal.

CONCILIACIÓN DE VIDA LABORAL Y PERSONAL

Entendiendo los desafíos de la conciliación entre el trabajo y la vida personal de nuestros WOMers, en 2021 comenzamos a trabajar para la obtención de la certificación de la Norma N.º 3262 de nuestro sistema de igualdad de género y conciliación laboral, familiar y personal. Para esto, estamos desarrollando un procedimiento con lineamientos que nos permitan contribuir a la calidad de vida de nuestros colaboradores.

Respecto del permiso postnatal, cumplimos lo establecido por el marco normativo vigente. El 100% de los WOMers con derecho a permiso pre y postnatal hicieron uso de esta garantía.

WOMERS QUE SE TOMARON EL PERMISO POSTNATAL EN 2021



DÍAS PROMEDIO DE POSTNATAL UTILIZADOS POR CARGO EN 2021



*Los estamentos no mencionados no utilizaron días de posnatal

Fuente: WOM, 2021

En este proceso de certificación, tomamos los beneficios existentes y los clasificamos en cinco dimensiones que agrupan medidas relacionadas:

- **Parentalidad:** medidas asociadas al cuidado de los hijos y que buscan la protección del ejercicio de los roles de padre y madre.
- **Cuidados de personas dependientes:** medidas asociadas al cuidado de personas dependientes, como mayores y menores de edad, y personas en situación de discapacidad.
- **Gestión del tiempo:** medidas asociadas a la gestión del tiempo laboral, que buscan resguardar el trabajo autónomo de las personas.
- **Integración familiar:** promueven los espacios de integración familiar.
- **Beneficios WOM:** beneficios monetarios u otras facilidades que permiten a nuestros colaboradores compatibilizar la vida laboral con actividades personales.

En 2021 trabajamos para incluir nuevas iniciativas como la flexibilidad de horarios frente a enfermedades y día de permiso para fallecimiento de mascotas, las cuales se suman a otras ya existentes como puntos flexibles canjeables por tiempo, día de mudanza, tarde libre para el cumpleaños, tiempo para exámenes preventivos, y días de permiso adicionales a los legales WOM.

NUESTROS BENEFICIOS

Contamos con una variada oferta de beneficios para nuestros WOMers, los que vamos actualizando según sus necesidades y los cambios sociales.

Existen dos tipos de beneficios:

Aquellos que son entregados a todos nuestros colaboradores, y aquellos exclusivos para los con contrato laboral a plazo indefinido.

CON CONTRATO LABORAL INDEFINIDO

• Los Planes Familia

Son planes comerciales pospago (multimedia y/o BAM, exceptuando los planes con descuento por volumen como los emprende o grupales).

30% Descuento en el cargo fijo

adquirido bajo el RUT del WOMer con contrato indefinido, considera un máximo de 6 líneas.

• Asignaciones

Concepto	Monto
Matrimonio _ _ _ _ _	\$100.000
Nacimiento _ _ _ _ _	\$100.000
Primera vivienda _ _ _ _ _	\$200.000
Fallecimiento* _ _ _ _ _	\$200.000

*Todo tipo de contrato.

Fuente: WOM, 2021

• Puntos flexibles, días o productos

5 Días libres / 10 mañanas o tardes

+ parrilla de productos y experiencias.

*Entrega puntos proporcional a fecha ingreso. La carga de puntos aplica de acuerdo con la Política de Beneficios.

• Descuento equipo

Una vez que nuestros WOMers cuentan con contrato indefinido, pueden optar a un descuento.

50% con tope de \$300.000

sobre el valor renovación en cualquier equipo disponible en la bodega WWH o en www.wom.cl. Cuando cumplas 15 meses, tendrás la alternativa de renovar el equipo con el beneficio.

CON TODO TIPO DE CONTRATO

- **El beneficio de seguro de salud**

El plan contempla seguro de salud, dental, catastrófico y de vida.

Es de costo **100%** empleador

(0,65 UF empleado solo; 1,17 UF empleado + 1 carga; 1,69 UF empleados con 2 + cargas).

- **Familia homoparental**

14 Días de permiso

con goce de sueldo, asignación de nacimiento, incorporación al seguro de salud, sala cuna o cuidadora.

- **Familia de acogida**

9 Días de permiso

con goce de sueldo, asignación de nacimiento.

- **Sala cuna y cuidadora**

Consiste en el pago de la matrícula una vez al año y una mensualidad de hasta

\$300.000

En el caso de cuidadora, el pago es de hasta **\$250.000** líquidos mensuales. Adicionalmente se pagará al 50% los honorarios desde que los hijos cumplan los 2 años y hasta los 2 años y 6 meses de edad, según el caso y no retroactivo.

- **Aguinaldo de Fiestas Patrias y Navidad**

\$100.000 En cada fecha

para todo el personal contratado y para los ingresos usando como fecha de corte el día de entrega.

- **Better**

Betterfly:

Esta nueva aplicación ayuda a nuestros WOMers a construir hábitos saludables, desafiarse y seguir su progreso hacia su mejor versión, mientras se divierten haciendo ejercicio.

- **Plan WOMer**

A cada colaborador que ingresa a WOM se le asigna un plan de

100 GB

+ minutos libres + 100 SMS + WhatsApp ilimitado + música ilimitada + 50 GB libres para uso en redes sociales.

• **Días de permiso adicionales a los legales**

Evento	Legales	WOM	Total WOM
Nacimientos o adopciones	5	9	14 días hábiles
Matrimonio a AUC	5	1	6 días hábiles
Tarde libre de cumpleaños	0	½	Tarde
Día de mudanza	0	1	1 día hábil
Fallecimiento del cónyuge	7	3	10 días corridos
Fallecimiento de hijo/a (por hijo/a)	7	23	30 días corridos
Fallecimiento de padre/madre	3	7	10 días corridos
Fallecimiento de hijo/a (en gestación)	3	2	5 días hábiles
Fallecimiento de hermano/a	0	3	3 días hábiles
Otros parientes directos	0	1	1 día hábil
Fallecimiento de mascota	0	1	1 día hábil



5.4
[GRI: 404-1; 404-2; 404-3]

DESARROLLO DE TALENTO

El mundo de la tecnología requiere de profesionales y técnicos que no solo cuenten con conocimientos y habilidades de vanguardia, sino además que tengan la pasión por actualizar de manera permanente sus capacidades.

Nuestra estrategia en este ámbito se orienta a atraer talentos y facilitar el desarrollo y actualización de nuestros WOMers, pues de nada sirve tener las mejores instalaciones y activos, si no contamos con el capital humano necesario.

Nuestros procesos de atracción, desarrollo, evaluación y promoción aseguran la inexistencia de sesgos de género, étnicos, o de cualquier otra índole y abordan aspectos como la evaluación de desempeño, la promoción de la movilidad interna y el mapa de talentos.



EVALUACIONES DE DESEMPEÑO

Todos los WOMers, sin importar su estamento, reciben evaluaciones de desempeño. En el caso del estamento “otros profesionales”, un 94% es evaluado y el porcentaje restante tiene metas asociadas a desempeño. En el caso de “otros técnicos”, el 15% recibe evaluaciones, mientras que el 85% restante tiene metas asociadas a comisiones mensuales. En el caso de la fuerza de venta, estos son evaluados según metas específicas, mensual y trimestralmente.

PORCENTAJE DE WOMERS QUE RECIBIERON EVALUACIONES DE DESEMPEÑO EN 2021



Fuerza de venta

Su evaluación de desempeño se basa en los parámetros acordados en sus metas de venta mensual y trimestral.

Otros profesionales



Otros técnicos



Fuente: WOM, 2021

MAPA DE TALENTOS

El mapa de talentos es utilizado para potenciar el papel de nuestros WOMers en cargos corporativos: directores, gerentes y jefes de área.

Su metodología se basa en la matriz 9-Box, que nos permite graficar el potencial de nuestros colaboradores clave en términos de su potencial versus su desempeño actual, permitiéndonos identificar sus oportunidades de crecimiento y las brechas en las cuales deben trabajar para avanzar en su carrera.

Los resultados de 9-Box se consolidan en una plataforma que permite optimizar la evaluación de las metas y competencias de los WOMers y que es revisado por un comité de calibración, que posiciona a los evaluados y determina actividades transversales y específicas, dependiendo de las necesidades observadas. Este proceso se realiza incorporando la visión de los gerentes o vicepresidentes con el fin de complementar la visión de la jefatura directa y poder contar con una evaluación corporativa.

Además, el resultado permite diseñar planes de acción de corto y mediano plazo para cada colaborador, de acuerdo al cuadrante en donde se ubiquen, de manera que los colaboradores cuenten con una hoja de ruta para avanzar en su carrera profesional.

En 2021, utilizamos

9-BOX



para evaluar el potencial de **46 directores y gerentes, y 90 jefaturas.**

La metodología considera la definición de un mapa que identifica las brechas que deben trabajar para potenciar su carrera y sus posibilidades para seguir creciendo.

MOVILIDAD LABORAL

Cuando se abre una vacante laboral damos prioridad al talento interno para cubrirla, ya sea por movilidad ascendente u horizontal. En 2021, 191 nuevos puestos de trabajo fueron ocupados por WOMers, equivalente al 21% del total de las vacantes disponibles. Del total de puestos vacantes cubiertos por nuestros colaboradores, un 65% corresponde a ascensos, de los cuales el 70% fueron de hombres y 30% de mujeres.

Con respecto a la movilidad horizontal, estos representaron el 35% del total de vacantes cubiertas por nuestros WOMers, de los cuales el 63% fueron de hombres y 37% de mujeres.

Colaboradores que cambiaron de puesto de trabajo, según género y tipo de movilidad 2021

	 hombres	 mujeres
Movilidad ascendente	87	37
Movilidad horizontal	42	25
Total	129	62

Tasa de movilidad laboral respecto del total de la dotación 2021

	 hombres	 mujeres
Movilidad ascendente	5,1%	3,4%
Movilidad horizontal	2,5%	2,3%

Fuente: WOM, 2021



PROGRAMA UPA: TE AYUDAMOS A DAR UN PASO MÁS

El programa interno de postulación a puestos de trabajo para WOMers, Un Paso Adelante (UPA), establece los lineamientos y responsabilidades para el reclutamiento interno, buscando reconocer el capital humano de WOM y asegurando un ambiente de igualdad de oportunidades ante vacantes laborales.

NUESTRA FORMACIÓN Y DESARROLLO

A través de nuestros distintos canales de comunicación damos a conocer a nuestros WOMers todas las oportunidades disponibles para que alcancen su máximo potencial y para que actualicen sus conocimientos en contenidos de interés general, de manera de asegurar una sana convivencia.

Nuestra Política de Capacitación establece que cada nuevo colaborador debe recibir obligatoriamente un proceso de inducción, llamado **Programa de Entrenamiento Inicial (PEI)**. Para cada cargo y área de trabajo, contamos con programas o cursos de capacitación que buscan facilitar el desempeño y estimular el desarrollo y satisfacción laboral.

Nuestra Gerencia de Cultura y Entrenamiento es la encargada de detectar las necesidades de capacitación a nivel corporativo y disponer de los recursos necesarios para llevarla a cabo. Por otro lado, las capacitaciones técnicas son gestionadas por cada gerencia, de acuerdo a las necesidades de sus equipos y el cumplimiento de los objetivos propuestos.

Cada área puede solicitar capacitaciones específicas que no están contempladas en el plan anual, debiendo presentar a la Gerencia de Cultura y Entrenamiento los objetivos específicos, indicadores y métricas que permitan evaluar el resultado posterior a la capacitación y la autorización de la gerencia del área.

INVERTIMOS EN NUESTROS WOMERS

En 2021 el presupuesto para actividades de capacitación, entrenamiento y desarrollo de nuestros WOMers fue de

\$510 millones de pesos

Los cuales representaron el 8% del presupuesto anual de la Vicepresidencia de Valor Humano.

Fuente: WOM, 2021



En 2021 un total de 2.750 personas participaron en actividades de capacitación, lo que equivale al 98,3% del total de la dotación, con un promedio anual de 13 horas de capacitación por colaborador.

MEDIA DE HORAS DE FORMACIÓN POR CARGO EN 2021

Gerentes	5
Jefaturas	4
Operarios	5
Fuerza de venta	17

NUESTRAS CAPACITACIONES

- **Propósitos** y valores WOM.
- **Políticas** y procedimientos WOM.
- **Trabajo** en equipo.
- **Liderar** equipos bajo modalidad híbrida de trabajo.
- **Storytelling**.
- **Manejo** estratégico de talentos.
- **Comunicación** efectiva.
- **Liderazgo** con sentido.
- **Cultura** de aprendizaje.
- **Nivelación** del manejo del idioma inglés.
- **Manejo** de objeciones.
- **Estrategias** para la venta cruzada.
- **Transformación** digital.
- **Productividad**.
- **Compras y abastecimiento**.
- **Innovación** en marketing y experiencia de clientes.
- **Oferta** comercial.



5.5

[GRI: 403-1; 403-6; 403-9; 403-10]

SEGURIDAD DE LAS PERSONAS

Ningún objetivo de nuestro negocio justifica poner en riesgo la integridad, seguridad ni la vida de las personas. Nuestros trabajos en terreno requieren que los operarios lleven a cabo procedimientos técnicos que pueden tener riesgos físicos.

Por ello, trabajamos intensamente en la capacitación de nuestras personas en una cultura preventiva, en la que la responsabilidad -tanto individual y colectiva- permite detectar y comunicar riesgos de manera oportuna.



POLÍTICA DE SEGURIDAD Y SALUD LABORAL

Con esta política identificamos, evaluamos y controlamos oportunamente los riesgos a los que estamos expuestos, permitiéndonos planificar y ejecutar acciones permanentes de prevención de accidentes de trabajo, de trayecto y enfermedades profesionales, así como potenciar iniciativas asociadas a la promoción de la salud.

La política cubre tanto a colaboradores propios como a contratistas, lo que en 2021 correspondió a un total de 6.305 personas, y se materializa en nuestro Sistema de Gestión de la Salud y Seguridad en el Trabajo (SGSST) estructurado en cuatro ejes:

PROMOCIÓN Y FORTALECIMIENTO DE UNA CUARENTENA PREVENTIVA

Mantener un ambiente laboral seguro es responsabilidad de todos, especialmente de los profesionales y técnicos que tienen colaboradores a cargo. A través del SGSST, promovemos una cultura organizacional orientada a la detección y comunicación para la prevención de riesgos laborales.

PROMOCIÓN DEL TRABAJO SEGURO Y SALUDABLE

Invitamos a todos los colaboradores, propios y contratistas, de operaciones, procesos y proyectos a participar de nuestra cultura para la prevención de riesgos laborales.

CUMPLIMIENTO DEL MARCO NORMATIVO

Apelamos a la responsabilidad individual y grupal para realizar un estricto seguimiento del cumplimiento de la normativa nacional.

COMPROMISO CON LA EXCELENCIA

El marco normativo es el piso mínimo para obtener una operación segura. Estos lineamientos son reforzados con un modelo de monitoreo y mejoramiento continuo de nuestros indicadores de salud y seguridad laboral.

Nuestro programa de inducción a WOM contempla una unidad de seguridad y salud ocupacional.

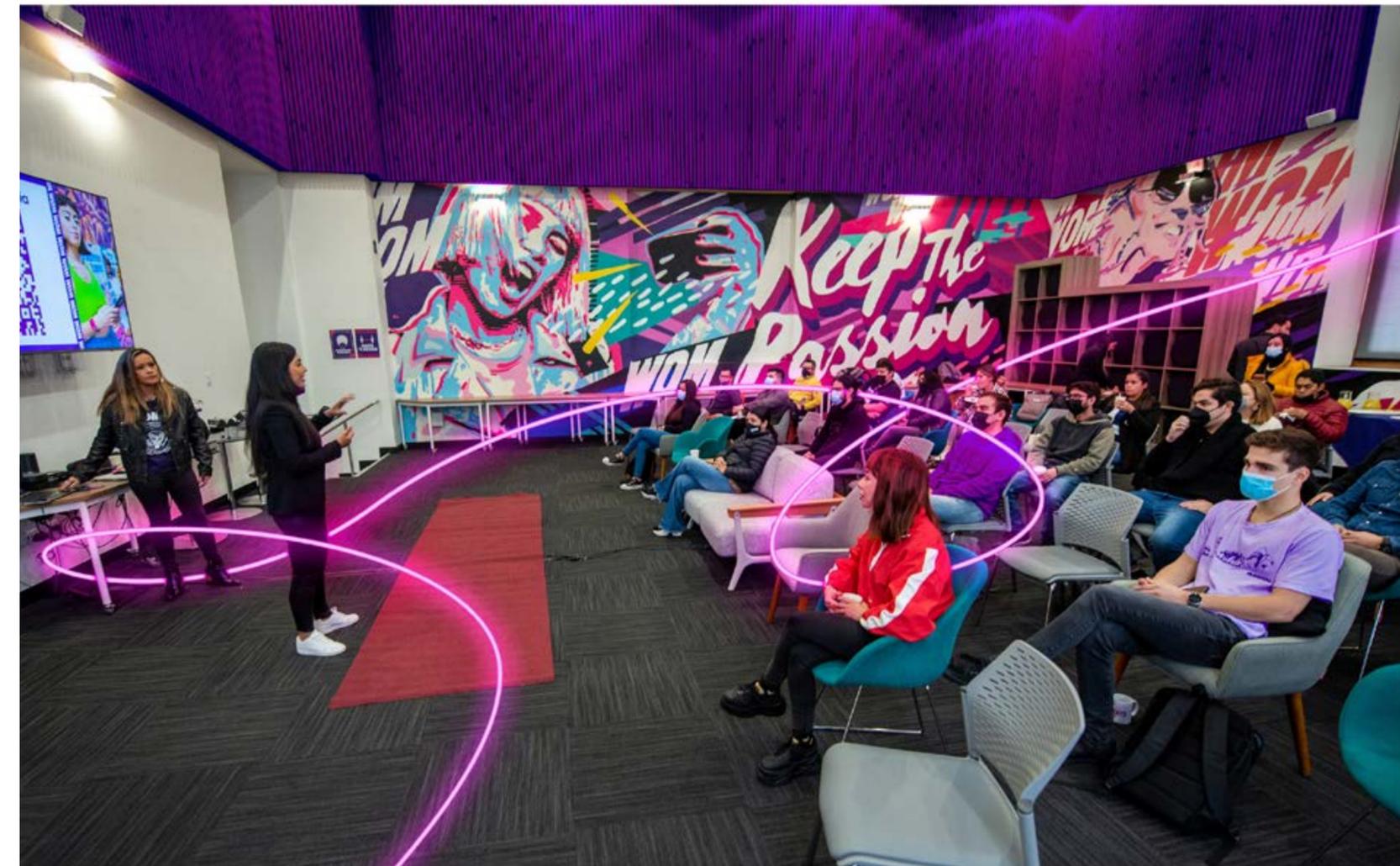
Debido a la pandemia esta capacitación se realiza de manera virtual, divulgando los contenidos del Reglamento Interno de Orden, Higiene y Seguridad, procedimientos de trabajo, uso de elementos de protección personal, riesgos asociados a la actividad, conducción defensiva, Ley N.º 16.744, flujograma de accidentes, funciones de los Comités Paritarios de Higiene y Seguridad (CPHS), Compendio SUSESO*, Accidentes graves y protocolo COVID-19.

Por otra parte, contamos con un programa anual de capacitación en prevención de riesgos, que entrega el conocimiento que todos los WOMers debemos manejar para prevenir riesgos laborales. De manera

complementaria, junto a la Asociación Chilena de Seguridad (ACHS), hemos diseñado 11 cursos de prevención dirigido a quienes se desempeñan en el negocio de la fibra óptica.

En el caso de colaboradores en terreno, sus labores se desarrollan bajo un enfoque preventivo, que aplica no solo durante el desempeño de sus funciones, sino también en la gestión de los activos. Para apoyarlos, la gerencia de operaciones tiene un calendario de visitas a terreno para detectar falencias de equipos, instrumentos y herramientas mediante un procedimiento llamado PREVSIS.

*Compendio de Normas del Seguro Social de Accidentes del Trabajo y Enfermedades Profesionales, de la Superintendencia de Seguridad Social.



TU SALUD NOS IMPORTA ¡COMUNÍCATE!



Para notificar situaciones de riesgo, nuestros colaboradores deben informar a su supervisor directo, quien debe revisar la situación denunciada e informar a nuestros prevencionistas de riesgo, quienes deciden el curso de acción.

Adicionalmente, se pueden reportar situaciones de riesgo a través de la plataforma interna Workplace, la cual notifica a nuestros prevencionistas sobre situaciones que requieran su atención:

- Plataforma web <https://denuncias.wom.cl>
- Correo electrónico denunciawom@wom.cl
- Número telefónico **+56226741870**

En el caso que un WOMer identifique una exposición innecesaria a un riesgo de salud laboral, puede y debe informar a su supervisor directo y al prevencionista de riesgos, solicitando ser removido de dicha actividad. Nuestro reglamento interno lo protege frente a cualquier represalia.

Ante la identificación de una exposición innecesaria a un riesgo:

- Identificación del riesgo real o potencial.
- Se informa la situación al supervisor directo quien la evalúa e informa al área de Prevención de Riesgos.
- Prevención de Riesgos decide si se requiere una revisión en terreno.
- Corroborando que la labor no puede ser ejecutada, una evaluación determinará la necesidad de detener labores hasta que sean realizadas las mejoras pertinentes.

Por su parte, el procedimiento para investigar incidentes laborales bajo el SGSST consta de cuatro pasos:

- Recepción de la notificación preliminar del incidente.
- Elaboración de reporte del incidente, el cual es compartido con las áreas involucradas.
- Se solicita o genera una denuncia individual de accidente de trabajo, junto otras declaraciones disponibles.
- Si es posible, se realiza una entrevista con el o los afectados.

NUESTRAS METAS 2022

0% MANTENER TASA DE FATALIDAD

Disminuir en un 5% la tasa de accidentabilidad anual.

Fuente: WOM, 2021

En 2021, tuvimos un promedio mensual de

62 DÍAS PERDIDOS

Tasa de accidentabilidad de WOM

1,66% 2021

DOLENCIAS Y ENFERMEDADES LABORALES 2021

12 Enfermedades laborales

0 Fatalidades por enfermedades laborales

EVOLUCIÓN DE LOS INDICADORES DE SALUD Y SEGURIDAD LABORAL

	2019	2020	2021
Días trabajados	740.160	771.480	975.960
Número de horas trabajadas por año	5.921.280	6.171.840	7.807.680
Tasa de accidentabilidad			
Accidentes de trabajo	1,36	1,26	1,25
Enfermedad profesional	0,05	0,09	0,41
Accidentes de trayecto	1,21	0,37	0,96
Total (excluye trayecto)	1,41	1,35	1,66
Tasa de siniestralidad			
(días perdidos)			
Accidentes de trabajo	26,11	18,58	19,7
Enfermedad profesional	0,68	2	8,6
Total (excluye trayecto)	26,79	20,58	28,4
Número de fatalidades	0	0	0
Masa promedio anual	2.056	2.143	2.711

Fuente: Asociación Chilena de Seguridad (ACHS).



El acceso al programa de vacunación nacional y la responsabilidad de cada WOMer nos permitió mantener en niveles bajos los indicadores de contagio de COVID -19.

En 2021 un total de 191 de nuestros colaboradores se contagiaron con este virus, el 6% de nuestra dotación.

El 12% de los contagios se produjo dentro de la empresa, mientras que el 88% restante ocurrió fuera de nuestras dependencias.



PLAN DE SALUD INTEGRAL

Nuestro Plan de Salud Integral consiste en campañas, capacitaciones, acceso a beneficios de atención médica, acompañamiento y otras actividades que **tienen por objetivo promover buenas prácticas de autocuidado y equilibrio de la vida personal y laboral de nuestros WOMers.**

Entre estas, destacamos:

Inducciones, talleres y cursos

Curso de ergonomía y autocuidado en el trabajo y teletrabajo para hombres y mujeres; inducción corporativa sobre prevención de riesgos de accidentes; curso radiación UV; capacitación para prevenir los TMERT (trastornos musculoesqueléticos de las extremidades superiores) y prácticas de trabajo correctas para evitar lesiones.

Exámenes y atenciones médicas

Programa Cuidémonos, que controla los síntomas y trazabilidad de casos de COVID-19; exámenes ocupacionales para ver estado de salud de los WOMers; vacunación antiinfluenza; seguro complementario de salud (reembolso sobre el gasto médico ambulatorio, especialidades, exámenes, medicamentos, procedimientos, hospitalización y otros), y Metlife Orienta (servicio asociado al seguro que ofrece consultas médicas gratuitas en modalidad telemedicina).

Campañas y otros programas

UIC (acompañamiento reactivo, oportuno y especializado para prevenir accidentes y enfermedades profesionales asociadas a la salud mental); Mes de la Salud Mujer (prevención del cáncer de mamas y CVU); Mes de la Salud Hombre (prevención del cáncer de próstata); meditación grupal para el manejo del estrés; campaña preventiva contra la obesidad y el sedentarismo; plataforma Betterfly (que promueve la vida saludable a través del desarrollo de actividad física, buena alimentación, así como el autocuidado con acceso a Teledoc, seguro de salud, charlas y talleres); y medidas de conciliación asociadas a parentalidad.





SEGURIDAD EN NUESTRAS SUCURSALES

Nuestros WOMers en sucursales están expuestos a los riesgos propios del trabajo en oficinas, así como también a siniestralidades producidas por brechas de seguridad como hurtos con distintos niveles de violencia.

Ante esto, las sucursales cuentan con los siguientes equipamientos:

- Cámaras con analítica avanzada.
- Sistema de alarma conectada a sala CCTV.
- Control de acceso facial a dependencias interiores.
- Cajas fuerte para resguardo de activos.
- Candados anticorte.
- Barras de seguridad en tiendas críticas.
- Cámaras exteriores en tiendas críticas.
- Cañones de humo en tiendas críticas.
- Todos los sistemas de seguridad están monitoreados por la sala de CCTV 24x7.
- Guardias de seguridad en tiendas críticas.
- GPS camuflados en cajas fuerte.

En 2021 fuimos víctimas de

**32 BRECHAS
DE SEGURIDAD**

correspondientes a asaltos, robos y saqueos de los cuales el **41% fue frustrado (14 eventos)**.

Fuente: WOM, 2021

Como resultado, el costo de las tiendas siniestradas ascendió a **\$847 millones**, y el stock de pérdida fue de **\$356 millones**. La tasa de recuperación de pérdidas físicas fue de **58%**.

1

2

3

4

5

6

7

8

9

NUESTRO VÍNCULO CON EL ENTORNO

CAPÍTULO 6

VINCULACIÓN CON EL ENTORNO

No importa con quien nos relacionemos, nuestro objetivo es dejar el sello WOM en todas nuestras interacciones: somos claros, sencillos y abordamos los temas sin rodeos y con transparencia. Nuestra estrategia de vinculación con el entorno se basa en conocer para darnos a conocer.

Proporcionamos a nuestros proveedores las condiciones para que puedan apoyar los procesos y nos permitan llegar a los clientes con la mejor oferta de valor. Por otro lado, hemos tomado un compromiso de democratizar el acceso a los servicios de telefonía e Internet con las comunidades, especialmente de aquellos territorios vulnerables en los que la brecha digital profundiza aún más la desigualdad social.

ODS



01.4 Para 2030, garantizar que todos los hombres y mujeres, en particular los pobres y los más vulnerables, tengan los mismos derechos a los recursos económicos, así como acceso a los servicios básicos, la propiedad y el control de las tierras y otros bienes, la herencia, los recursos naturales, las nuevas tecnologías y los servicios económicos, incluida la microfinanciación.



04.1 De aquí a 2030, asegurar que todas las niñas y todos los niños terminen la enseñanza primaria y secundaria, que ha de ser gratuita, equitativa y de calidad y producir resultados de aprendizaje pertinentes y efectivos.

04.3 De aquí a 2030, asegurar el acceso igualitario de todos los hombres y las mujeres a una formación técnica, profesional y superior de calidad, incluida la enseñanza universitaria.



08.2 Lograr niveles más elevados de productividad económica mediante la diversificación, la modernización tecnológica y la innovación, entre otras cosas centrándose en los sectores con gran valor añadido y un uso intensivo de la mano de obra.

ODS



09.1 Desarrollar infraestructuras fiables, sostenibles, resilientes y de calidad, incluidas infraestructuras regionales y transfronterizas, para apoyar el desarrollo económico y el bienestar humano, haciendo especial hincapié en el acceso asequible y equitativo para todos.

09.A Facilitar el desarrollo de infraestructuras sostenibles y resilientes en los países en desarrollo mediante un mayor apoyo financiero, tecnológico y técnico a los países africanos, los países menos adelantados, los países en desarrollo sin litoral y los pequeños Estados insulares en desarrollo.

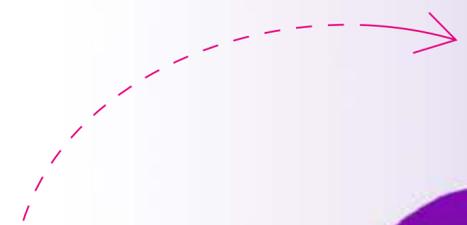
09.C Aumentar significativamente el acceso a la tecnología de la información y las comunicaciones y esforzarse por proporcionar acceso universal y asequible a Internet en los países menos adelantados de aquí a 2020.



11.4 Redoblar los esfuerzos para proteger y salvaguardar el patrimonio cultural y natural del mundo.

NUESTRA GOBERNANZA EN LA MATERIA

Nuestra Gerencia de Comunicaciones Corporativas y Asuntos Públicos fue el área responsable de llevar adelante las relaciones con algunos de los grupos de interés, como lo son los medios de comunicación y las autoridades, mientras que las áreas comerciales, de abastecimiento y logística son responsables de mantener la relación con los proveedores.



6.1

[GRI: 413-1; 103-1; 103-2; 103-3]

CONECTAMOS CON NUESTRAS COMUNIDADES

Sabemos que los servicios de telefonía e internet son bienes de primera necesidad y que su acceso limitado profundiza la brecha digital y, por tanto, la desigualdad social del país. Para aportar de manera concreta a su reducción, nuestras acciones de relación con las comunidades se estructuraron en 2021 en torno a tres pilares, que nos permiten conocer las necesidades digitales de las personas y trabajar en conjunto en su satisfacción.

Posicionamos la tecnología como una herramienta para el desarrollo local.

oportunidades



confianza



Construimos relaciones a partir de un diálogo transparente y colaborativo, facilitando el despliegue de FON y 5G.

CONECTANDO

futuro



Fortalecemos la educación digital como motor de desarrollo e inclusión.



ACTIVIDADES DESARROLLADAS 2021

PILAR 1 CONECTANDO CONFIANZA

553 vecinos participaron en diálogos comunitarios desde la región de Arica y Parinacota hasta la del Biobío, los cuales tuvieron un alcance de 1.659 personas, con el objetivo de establecer relaciones a largo plazo, que facilitaran el desarrollo de los proyectos de infraestructura como Fibra Óptica Nacional (FON) y Despliegue de Nuevas Frecuencias.

14 mesas de trabajo con los pueblos indígenas aymara, quechua, atacameño y mapuche, en la búsqueda de la licencia social para operar, en sus territorios, para los proyectos FON y Despliegue de Nuevas Frecuencias.

169 reuniones con autoridades locales en todo el país (equivalente al 44,5% de los municipios de Chile), 114 de las cuales tuvieron relación con el proyecto FON y otros 55 municipios por el

Despliegue de Nuevas Frecuencias. Estas reuniones permitieron establecer relaciones de cooperación entre los municipios, cada Dirección de Obra Municipal (DOM) y cada Dirección de Desarrollo Comunitario (Dideco), en beneficio de las personas y la llegada de conectividad a sus territorios.

255 líderes vecinales y comunitarios participaron de 28 charlas de alfabetización digital, con un alcance esperado en sus comunidades de 765 personas, que buscaban entregar los primeros conocimientos de conectividad en territorios y zonas donde el acceso al uso de la tecnología se ve limitado por factores socioeconómicos.

NUESTROS DIÁLOGOS COMUNITARIOS WOM

En el contexto de los proyectos de infraestructura de telecomunicaciones, licitados por la Subsecretaría de Telecomunicaciones (Subtel), el FON (Fibra Óptica Nacional) y Despliegue de Nuevas Frecuencias (5G), recorrimos Chile con nuestro equipo de relacionamiento comunitario de la Gerencia de Sostenibilidad, logrando la conversación y articulación con 553 vecinos de diversas localidades con quienes se establecieron relaciones de largo plazo.

Para estos relacionamientos comunitarios proactivos se priorizaron tres provincias de Chile, con sus diversos pueblos: Provincia de Parinacota, en la Región de Arica, Provincia de El Loa, en la Región de Antofagasta y Provincia de Arauco en la Región del Biobío. Todas ellas mantienen una fuerte presencia de comunidades de pueblos originarios. Las otras zonas del país fueron cubiertas por el equipo de relaciones comunitarias de manera reactiva, en la medida que las juntas de vecinos o las comunidades fueron requiriendo información de los proyectos.

En 2021, en razón del Despliegue de Nuevas Frecuencias efectuamos 55 reuniones con 55 municipios, de los cuales ocho también tenían una alta presencia de pueblos originarios (San Pedro de Atacama, Cañete, Contulmo, Tirúa, Los Sauces, Arauco, Carahue y Lumaco).

TALLERES DE ALFABETIZACIÓN DIGITAL

A partir del avance en el relacionamiento con las comunidades por el proyecto Fibra Óptica Nacional (FON), dictamos siete talleres de alfabetización digital en los que participaron 82 personas. Estas actividades también han sido desarrolladas para otras comunidades de personas que viven en contextos de vulnerabilidad, como campamentos o asentamientos precarios, llegándose a ejecutar 21 talleres con una duración de cuatro horas cada uno y con la participación de 173 personas.

PILAR 2 CONECTANDO OPORTUNIDADES



113.120 personas beneficiadas con conectividad WOM, a través de la entrega de:

- **101.600 1 GB + 100 minutos de voz + SIM ilimitadas de WhatsApp** en territorios vulnerables con una duración de seis meses.
- **3.800 tarjetas SIM de 10 GB** a mujeres emprendedoras, migrantes y personas con discapacidad, las cuales tienen una duración de seis meses.
- **193 planes de Banda Ancha Móvil (BAM) de 120 GB**, por seis meses a organizaciones comunitarias (**168** de los cuales conectaron a **92 sedes comunitarias** de campamentos y asentamientos precarios, logrando beneficiar a **6.720 personas**).

DEMOCRATIZANDO EL ACCESO A LA CONECTIVIDAD

En conjunto con el Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados (Acnur), habilitamos salas de uso comunitario con equipamiento y conectividad a través de banda ancha móvil (BAM), destinadas a familias chilenas y migrantes en las comunas de Santiago, La Pintana, Puente Alto, Iquique y Temuco. Estas salas tuvieron por objetivo generar un espacio en que niños y niñas pudieran continuar su proceso educativo a distancia, durante la pandemia de COVID-19.

PILAR 3 CONECTANDO FUTURO



Beneficiamos a **6.000 alumnos** de más de **100 establecimientos educacionales** que recibieron conectividad WOM a través de planes de internet móvil de 10 GB y dispositivos de banda ancha móvil (BAM) de 120 GB con una vigencia de seis meses. Este aporte se desglosa así:

- **24.200 planes de datos** (272,3% más que en 2020).
- Escuelas de **56 municipios** (194% más que en 2020).
- **1.800 alumnos** beneficiados mediante la instalación de **45 BAM de 120 GB** en escuelas que operaron durante cuarentena.

- **47%** del total de alumnos beneficiados con planes de conectividad escolar fueron niñas (**11.374**).
- **110 docentes capacitados** con al menos **40 horas de formación** en técnicas para el aprendizaje dinámico, beneficiando a 8.000 estudiantes de educación técnico-profesional, clasificados con un nivel de vulnerabilidad del 94%.
- **142 docentes capacitados** en herramientas digitales para la educación a distancia, **impactando a 8.520 estudiantes** de 45 municipios de las 13 regiones del país.
- **En total un 3%** de todos los alumnos de escuelas técnicas del país, impactados por las capacitaciones docentes.



EL FUTURO ES HOY

conectando comunidades

Nuestras actividades de relacionamiento comunitario buscan aportar al cierre de la brecha digital desde el ámbito de las telecomunicaciones. Por ello, entregamos tarjetas SIM y servicios de banda ancha móvil (BAM) a organizaciones sociales y educativas como parte de las actividades de nuestro pilar social de sostenibilidad.

En asociación con organizaciones educacionales, emprendedores y pequeños comerciantes, en 2021 **entregamos 129.600 tarjetas SIM** (101.600 de 1 GB y 28.000 de 10 GB), para brindar de manera gratuita un servicio temporal de acceso a internet y redes sociales. De estas, durante el año 2021, se activaron 9.716 tarjetas de 10 GB (34,7%) y 13.005 de 1 GB (12,8%).

El listado de organizaciones beneficiadas es amplio y diverso en cuanto a los niveles de escolaridad que representan. El Liceo Gregoria Morales de Paine, la Fundación Esperanza, la Universidad Tecnológica Metropolitana (UTEM), la Casa de Talleres de San Vicente de Paul, UNICEF, World Vision International, son parte de las comunidades educativas y grupos con los que trabajamos. Mientras que entre las organizaciones de emprendedores se cuentan:

Mujeres Emprendedoras de Fondo Esperanza, Locales Conectados, Innovacien, Fundación Eres.

Asimismo, la entrega de servicios de BAM ha permitido que personas que viven en contextos vulnerables cuenten con conectividad para fortalecer el tejido comunitario y la cohesión entre vecinos.

- **Entregamos 45 BAM a establecimientos educacionales:** Algunos de los beneficiados fueron Corporación Educacional Emprender, Escuela Playa Grande, Colegio Ozanam, Polos de Cuidado Infantil de la Municipalidad de Santiago, el Liceo Bicentenario San Nicolás en la Región de Ñuble, el Liceo Industrial de San Antonio en la Región de Valparaíso, entre otros.

- **Entregamos 19 BAM a comunidades** a través del **programa de Canal 13 «Aquí Somos Todos»**, espacio televisivo que buscaba casos de comunidades en las que surgían necesidades de conectividad. Entre quienes recibieron estos aportes se encuentran Fundación El Castillo de La Pintana, el campamento Las Totoras de Quilicura; el campamento Barro y Sol de Puente Alto; y a más de 10 centros de reforzamiento estudiantil en los campamentos que se encuentran asociados al proyecto Crea.
- **Entregamos 5 BAM a comunidades** de viviendas tuteladas de las comunas de Valdivia, Temuco, Coyhaique y San Ramón.
- **Entregamos 168 BAM a 92 sedes comunitarias** de campamentos y asentamientos precarios.

TALENTO STEM

Junto a la ONG Technovation Girls Chile, **entrenamos a 110 docentes de ocho liceos técnico-profesionales en seis regiones del país**, en herramientas tecnológicas y metodológicas para desarrollar proyectos de emprendimiento y programación. El entrenamiento proporciona metodologías dinámicas para que los docentes fomenten de manera creativa el desarrollo de competencias útiles en todo su proceso educativo del docente y considera el currículo de Technovation Girls Chile, habilidades digitales y aprendizaje semipresencial.

El entrenamiento de los docentes tiene un alcance de 8.000 estudiantes, 45% de los cuales son niñas y 55% niños. El currículo del programa consideró:

- Currículo Technovation Girls: 40 horas (20 sincrónicas y 20 asincrónicas)
- Habilidades digitales del siglo XXI: 20 horas (10 sincrónicas y 10 asincrónicas)
- Ciberseguridad y autocuidado: 15 horas (10 sincrónicas y 5 asincrónicas)

VOLUNTARIADO CORPORATIVO

En el contexto de la crisis sanitaria mundial por el COVID-19, desarrollamos un programa de voluntariado corporativo que proporcionó apoyo y fortaleció la conectividad de niños y niñas en su proceso escolar, además de ampliar los recursos y habilidades de los docentes.

Este voluntariado contó con el apoyo de 60 voluntarios de WOM, y sus resultados fueron los siguientes:

- **1.000 horas de tutorías** para niños y niñas de 1º y 2º básico.
- **200 horas de tutorías** a estudiantes de educación superior.
- **50 charlas** a niñas y jóvenes.
- **30 horas de actividades presenciales** de los WOMers.

ALIANZA ESTRATÉGICA Universidad de Concepción

Parte de nuestras acciones de vinculación con el entorno se han enfocado en generar alianzas innovadoras. Con la Universidad de Concepción pusimos en marcha un acuerdo con el fin de impulsar el desarrollo de investigaciones e iniciativas de colaboración en distintos ámbitos relacionados con el uso de la tecnología 5G. Entre otros, buscamos brindar conectividad 5G a sus tres campus universitarios en Concepción, Los Ángeles y Chillán.



6.2
 [GRI: 102-9; 204-1; 103-1; 103-2; 103-3]

CONECTAMOS CON NUESTROS PROVEEDORES

Nuestra estrategia comercial con proveedores va más allá del acuerdo económico suscrito: queremos alinear criterios, prácticas y expectativas que nos permitan ser parte del mismo equipo.

Durante 2021, trabajamos con 921 proveedores, los cuales nos permitieron entregar un servicio continuo, soporte técnico y equipos de calidad a los clientes. Nuestros principales proveedores correspondieron a aquellos de equipos telefónicos (Huawei, Samsung, LG, Motorola, Apple, Xiaomi y Nokia), luego le siguieron los de servicios de ingeniería de implementación y de equipos, y los de servicios logísticos y tecnológicos.

POLÍTICA DE COMPRAS

En WOM contamos con una Política de Compras que asegura procesos de adquisición de productos y servicios eficientes y que nuestros proveedores cumplan sus obligaciones económicas, normativas, laborales y ambientales. Esta política también tiene como objetivo incentivar la competencia entre los proveedores en procesos claros y objetivos.

En WOM evaluamos a nuestros nuevos proveedores y a los recurrentes a través de Certilap Chile, empresa certificadora que evalúa aspectos legales, laborales, financieros y verifica listas negras. Además, se evalúan aspectos técnicos de parte de las áreas solicitantes, con tal de optimizar la selección del proveedor.

De los 921 proveedores que estuvieron activos durante el 2021, el 45% fue analizado mediante la herramienta Certilap*.

713 millones de dólares
 pagados a proveedores en 2021

250 proveedores pymes

139 millones de dólares
 pagados a proveedores pymes
 (20% del total de compras)

En 2021, del total de nuestras obligaciones por pagar, un 57% fueron proveedores nacionales y 43% extranjeros. En cuanto a las cuentas comerciales y otras cuentas por pagar, el siguiente cuadro muestra el porcentaje que representan los principales proveedores en relación con el total de las cuentas por pagar al 31 de diciembre de 2021:

PRINCIPALES PROVEEDORES

Concentración al 31.12.2021

Huawei Chile S.A.	34,77%
Samsung Electronics Chile Ltda.	8,17%
Claro Chile S.A.	7,48%
Motorola Mobility LLC	5,02%

Como % del total de cuentas por pagar al cierre de 2021.

Fuente: WOM, 2021

PAGOS A PROVEEDORES

El pago oportuno a nuestros proveedores es una práctica clave para desarrollar una relación comercial de confianza. Nuestra Política de Compras establece el pago a 30 días si el proveedor es una empresa pequeña, y 60 días para medianas y grandes empresas. A algunos proveedores, y previa negociación, se les paga a 90 días.

Para potenciar nuestra relación con proveedores, en 2021 iniciamos el desarrollo de un portal web de proveedores, que nos permitirá agilizar su gestión y promover su crecimiento. Esperamos que esta implementación ocurra durante este 2022.

*Certilap no certifica a proveedores extranjeros que son los que generan los principales gastos e inversiones de la compañía.

GESTIÓN ECOEFICIENTE

CAPÍTULO 7



7.1

[GRI: 103-1; 103-2; 103-3]

MIRADA ESTRATÉGICA

Las consecuencias del cambio climático son un llamado urgente a tomar acciones concretas para disminuir las emisiones y residuos que genera la actividad humana.

Como WOM, hemos avanzado de manera paulatina, pero decidida, en la evaluación e implementación de medidas que apunten en esa dirección y respondan a las preocupaciones de la sociedad, los reguladores y los inversionistas sobre nuestro desempeño ambiental.

ODS



12.4 De aquí a 2020, lograr la gestión ecológicamente racional de los productos químicos y de todos los desechos a lo largo de su ciclo de vida, de conformidad con los marcos internacionales convenidos, y reducir significativamente su liberación a la atmósfera, el agua y el suelo a fin de minimizar sus efectos adversos en la salud humana y el medio ambiente.

12.5 De aquí a 2030, reducir considerablemente la generación de desechos mediante actividades de prevención, reducción, reciclado y reutilización.

12.6 Alentar a las empresas, en especial las grandes compañías y las empresas transnacionales, a que adopten prácticas sostenibles e incorporen información sobre la sostenibilidad en su ciclo de presentación de informes.



13.2 Incorporar medidas relativas al cambio climático en las políticas, estrategias y planes nacionales.

13.3 Mejorar la educación, la sensibilización y capacidad humana e institucional respecto de la mitigación del cambio climático, adaptación a él, la reducción de sus efectos y la alerta temprana.

7.2

[GRI: 306-3; 306-4; 306-5;] [SASB: TC-TL-440a.1 (ii)]

GESTIÓN DE NUESTROS RESIDUOS

Desde nuestros inicios hemos gestionado nuestros residuos sólidos, ya que con ellos podíamos obtener resultados concretos en el corto plazo.

En 2021

80% de nuestras instalaciones contó con un **plan de manejo de este tipo de residuos.**

Sin embargo, porque nos gusta desafiarnos, quisimos ir por más y al cierre del año decidimos abordar el **20% restante** y consolidar nuestras iniciativas en materia de gestión de desechos con una **Política Corporativa para el Manejo de Residuos**. Estas directrices nos permitirán gestionar de manera coordinada los residuos en todas nuestras instalaciones, de manera de avanzar en reducirlos y valorizarlos; y así disminuir la disposición final de ellos en rellenos sanitarios. **Actualmente, y gracias al compromiso de nuestros WOMers, reciclamos el 44% del total de residuos generados en nuestras operaciones.**



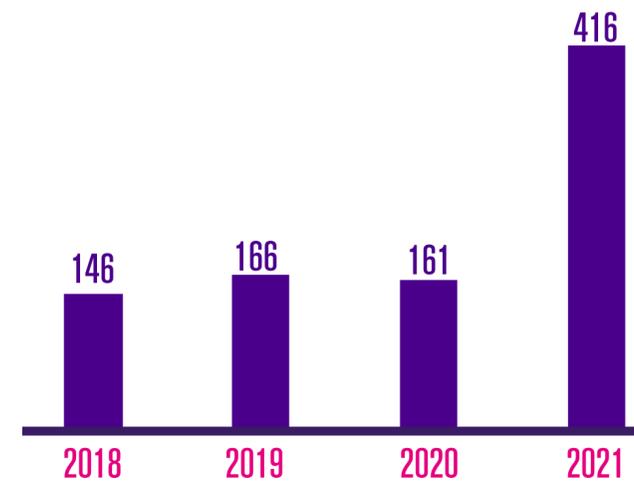


POLÍTICA CORPORATIVA PARA EL MANEJO DE RESIDUOS

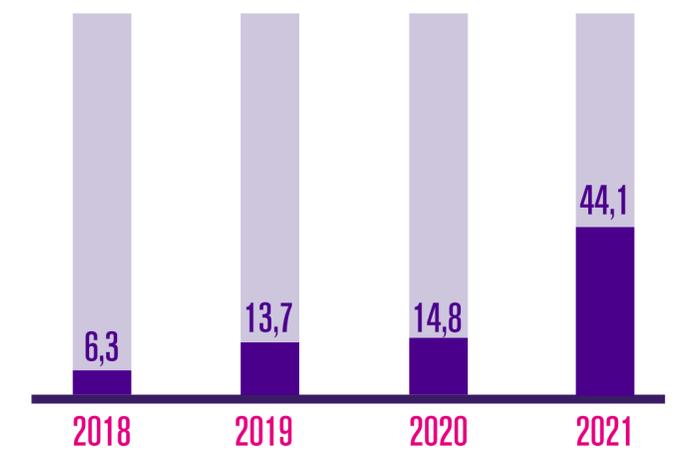


Lo que partió como medidas para la reducción y manejo de nuestros residuos en el Edificio Corporativo de General Mackenna y dos sucursales, lo extendimos a nuestro Centro Logístico de Rosas, a los residuos generados en la red, y a nuestro Data Center. Además, estamos implementando planes piloto en el resto de nuestras sucursales.

TONELADAS DE RESIDUOS



PORCENTAJE DE RECUPERACIÓN



Fuente: WOM, 2021

EL ENFOQUE PARA EL MANEJO DE RESIDUOS

El cumplimiento normativo se apoya en la **Política Corporativa para el Manejo de Residuos** que establece los estándares que debemos adoptar todos los WOMers, contratistas y sus empresas relacionadas, respecto del manejo de residuos sólidos, promoviendo así la reutilización, reducción y reciclaje en todas nuestras operaciones e instalaciones.

Adicionalmente, el **modelo de cumplimiento normativo** permite identificar nuestros riesgos y tomar las medidas pertinentes para su mitigación y control, con objeto de evitar todos aquellos impactos que pudiesen ser provocados a partir de nuestras operaciones.



Desde 2021

contamos con el **sello Cero Residuos de Eliminación** en:

3 DE NUESTRAS INSTALACIONES

El Edificio Corporativo y las tiendas de Paseo Puente y General Mackenna, equivalente al 30% de nuestras instalaciones. Este sello es entregado por la Agencia de Sustentabilidad y Cambio Climático, comité perteneciente a la Corporación de Fomento de la Producción (Corfo).

APL Y EL COMPROMISO DE LOS WOMERS

En el contexto del Acuerdo de Producción Limpia (APL) Cero Residuos, en 2020 nuestros colaboradores respondieron una Encuesta de Hábitos de Reciclaje.

Este instrumento confirmó que los WOMers cuentan con conocimientos destacados en temas de medioambiente y cambio climático.



Además, nos permitió tomar medidas de mejora en la implementación de puntos limpios en las instalaciones y nos motivó a la creación de materiales informativos digitales para incentivar el reciclaje.

¿Qué es el Acuerdo de Producción Limpia Cero Residuos o APL?

Consiste en un compromiso voluntario entre el sector público y privado para adoptar mejores prácticas para la gestión de residuos e introducir los principios de la economía circular, permitiendo que las organizaciones disminuyan sus residuos o aumenten su valorización (reciclaje, reutilización, valorización energética, entre otros).



MEDIMOS PARA GESTIONAR

Nuestras operaciones generan residuos dentro y fuera de las instalaciones.



Los primeros corresponden a aquellos espacios que administramos de manera directa, como el Operador Logístico OPL, las tiendas, nuestros centros de distribución, el edificio Rosas, el edificio corporativo de General Mackenna y nuestra red. Los residuos generados fuera de nuestras instalaciones corresponden principalmente a desechos electrónicos (e-waste) y telas publicitarias.

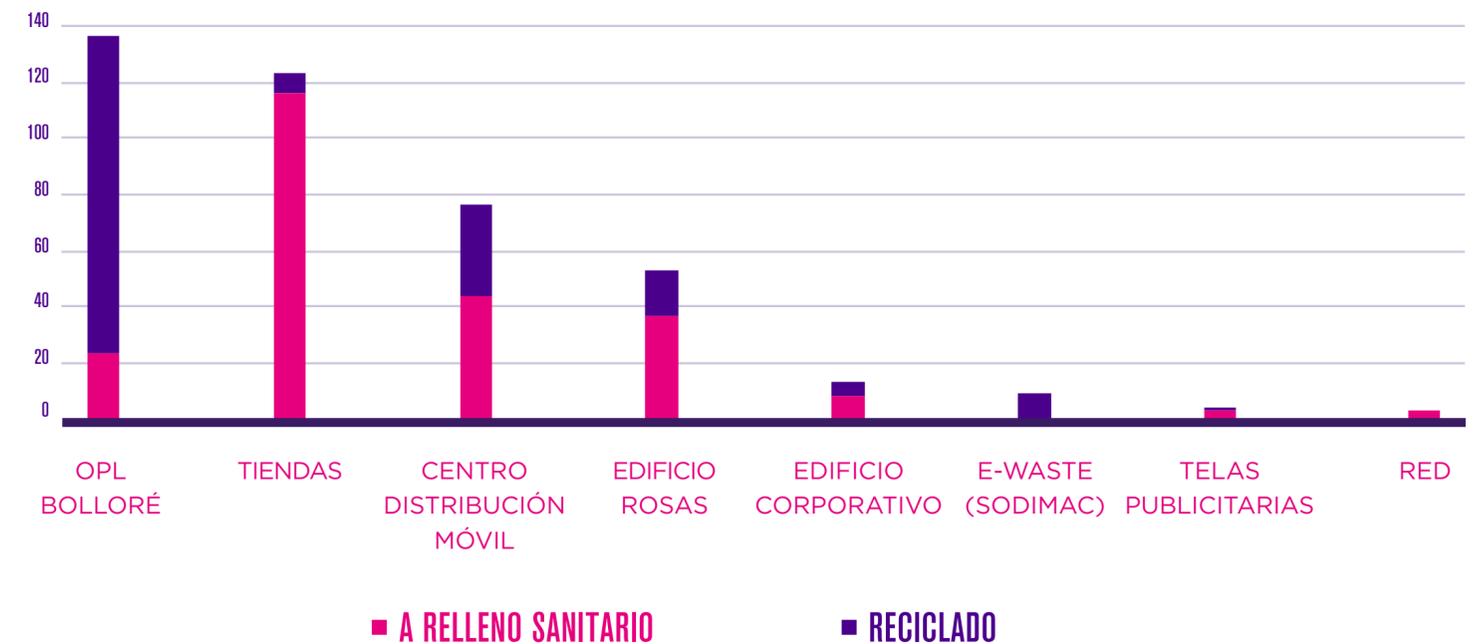
En 2021 generamos

415,9
TONELADAS DE RESIDUOS



En su gran mayoría provenientes del Operador Logístico OPL Bolloré (contratista), que guarda materiales y equipos utilizados por la Vicepresidencia de Network. **De estos se recuperaron 112 toneladas, es decir, un 61% de todo lo que es reciclado por la compañía.**

CONTRIBUCIÓN AL MANEJO DE RESIDUOS POR INSTALACIÓN



Fuente: WOM, 2021

CANTIDAD Y TIPO DE RESIDUO 2021 DENTRO Y FUERA DE LAS INSTALACIONES

La mayor parte de los residuos que generamos corresponden a residuos asimilables a domésticos, metal y papel y cartón, los cuales desglosamos a continuación.

Tipo de residuo	Cantidad (ton)
Asimilables a domésticos	153,3
Metal	102,2
Papel y cartón	61,1
Industrial no peligroso	43,9
Palets	25,1
E-waste	13,7
Plástico	5,0
Cables	4,5
Telas publicitarias	3,7
Peligrosos	3,0
Vidrio	0,3
TOTAL	415,9

TOTAL DE RESIDUOS GENERADOS NO DESTINADOS A ELIMINACIÓN

dentro y fuera de nuestras instalaciones

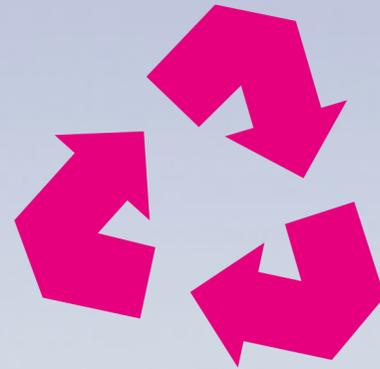
Tipo de residuo	Cantidad (ton)
Residuos peligrosos	0
Residuos no peligrosos	184

Nota: Residuos no peligrosos corresponde a metal, particularmente generado del desmantelamiento de monopostes en sitios de antenas.

Fuente: WOM, 2021

En 2021
reciclamos

184



TONELADAS DE RESIDUOS

Equivalentes al 44% de todos los generados en este período.

Tipo de residuo	Lugar	Cantidad (ton)	
Residuos peligrosos	Dentro de instalaciones	Eliminados	3
		Reciclados	0
	Fuera de instalaciones	Eliminados	0
		Reciclados	0
Industrial no peligroso	Dentro de instalaciones	Eliminados	229
		Reciclados	174
	Fuera de instalaciones	Eliminados	0
		Reciclados	10

Fuente: WOM, 2021

¿CÓMO RECUPERAMOS LOS RESIDUOS?



Gracias al trabajo de las áreas de Fibra, Móvil y TI, en 2021 reutilizamos 2.889 unidades de enrutadores, que fueron retirados desde las casas de clientes que dieron de baja sus servicios y llevados a revisión y reacondicionamiento en servicios técnicos para dejarlos a disposición de nuestros clientes.

Adicionalmente, los equipos devueltos por recambios, pero que continúan en buenas condiciones, son destinados a proyectos sociales de la Gerencia de Sostenibilidad desarrollados con comunidades u organizaciones de la sociedad civil.

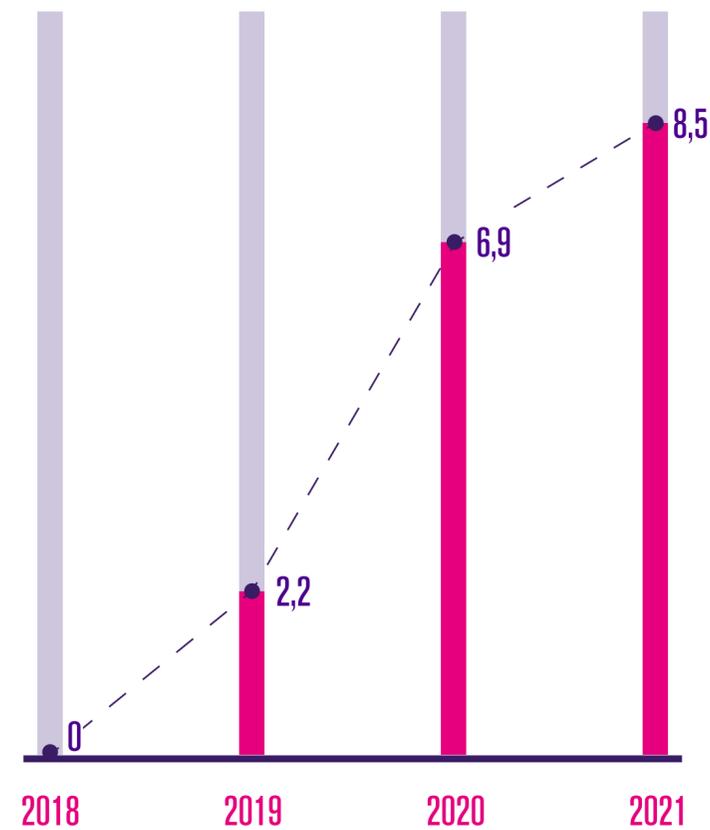
En el desmantelamiento de sitios se generan residuos como unidades de radio remota (URR), antenas y monopostes, los que son trasladados a nuestras bodegas a la espera de ser reutilizados en un nuevo sitio o para reparar equipos en mal estado. En el caso de las URR, en 2021 fueron vendidas 14 toneladas a un proveedor extranjero para su uso en lugares donde aún se utiliza ese tipo de tecnología. En el caso de los residuos metálicos, recuperamos 100 toneladas, provenientes del desmantelamiento de monopostes (estructuras de metal que permiten proporcionar mayor altura a nuestras antenas). Para ello, nos apoyamos en colaboradores contratistas, quienes trasladan el material a nuestras bodegas, desde donde se entregan a una empresa recicladora de metal, que valoriza este residuo o lo funde.

Parte de la gestión de residuos de WOM, implica gestionar los que son generados fuera de nuestras instalaciones. Es por ello, que en alianza con las empresas Sodimac y Marketgreen, realizamos dos iniciativas para darle nueva vida a aquellos residuos que no generamos internamente.

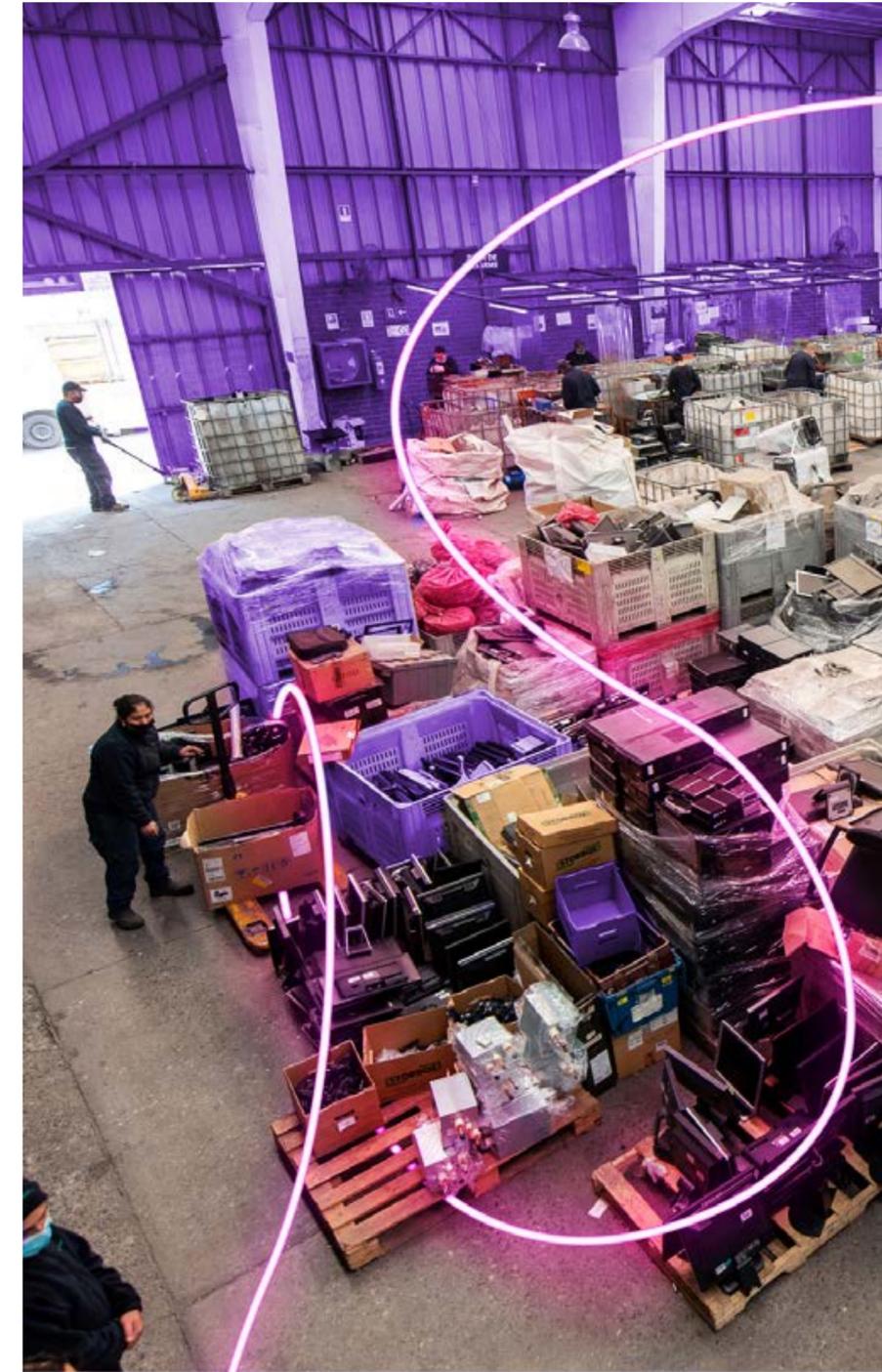
Desde 2019, tenemos una alianza con Sodimac para la recolección y gestión de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEE), a través de puntos de reciclaje de elementos de menor tamaño como cargadores, teléfonos celulares y tabletas. En 2021, a partir de esta alianza, recuperamos 8,5 toneladas de residuos, un incremento del 20% respecto del año anterior. Este 2022, nuestro desafío es lograr reciclar 10 toneladas de este tipo de aparatos y así avanzar con pequeños aportes a crear una economía más circular*

*En los puntos limpios no se reciben electrodomésticos, pilas ni baterías.

TONELADAS DE RESIDUOS ELECTRÓNICOS RECUPERADAS EN ALIANZA CON SODIMAC



Fuente: WOM, 2021



En 2019, junto a Marketgreen comenzamos a recolectar y darle trazabilidad a nuestras telas publicitarias, para reutilizarlas.

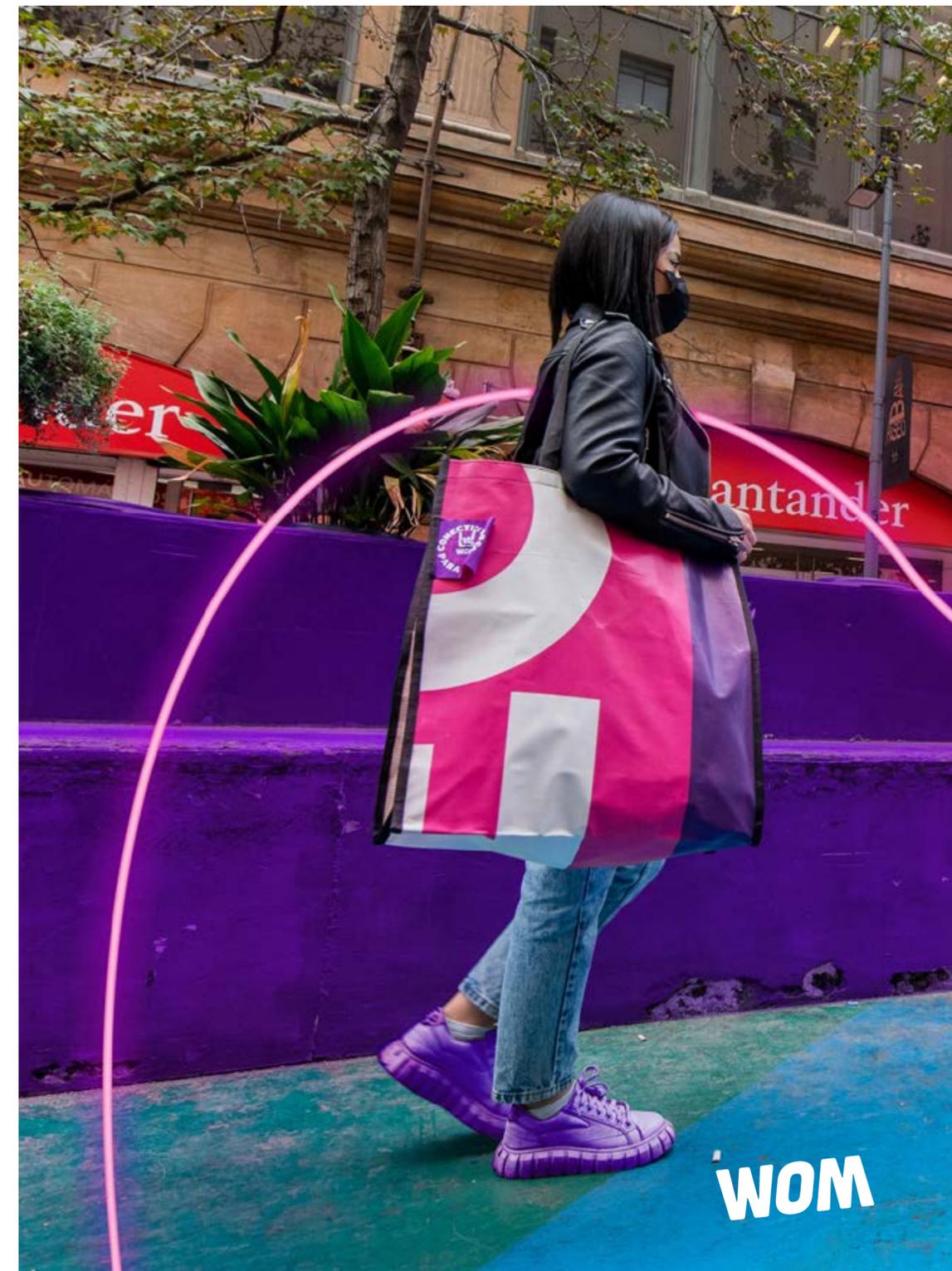
Hoy tienen un código QR que permite identificarlas y retirarlas al finalizar cada campaña. Posteriormente, son llevadas a las instalaciones de Marketgreen para transformarlas en merchandising como bolsos, mochilas, billeteras, telas especiales para cubrir estanques y carpas para agricultura, entre otros elementos.

Hacia fines de 2020, y en pleno contexto de crisis sanitaria mundial, generamos una campaña interna para incentivar a nuestros WOMers, que en su mayoría se encontraban desempeñando sus funciones en modalidad de teletrabajo, a sumarse a nuestro compromiso con el reciclaje. **A través de Workplace difundimos el WOM Recicla News**, un boletín electrónico con recomendaciones medioambientales, contenido sobre economía circular e indicadores de relevancia en estas materias. En 2021 publicamos 13 ediciones de este boletín, con una vista promedio de 820 WOMers (cerca de un tercio de nuestra dotación). Desde su lanzamiento, hemos visto mejoras en los indicadores de nuestra gestión de residuos, lo cual nos motiva a continuar desarrollando este tipo de actividades.

Campañas vía pública	2019	2020	2021	Unidad
Impreso y trazabilizado	22.477	19.239	8.398	m ²
Impreso y trazabilizado	9.890	8.465	3.695	kg
Recuperado	19.460	13.672	3.170	m ²
Recuperado	8.562	6.016	1.395	kg
No Recuperado	1.328	2.450	2.300	kg
% Recuperación o reutilización	86,6	71,1	37,8	%

Nota: La contabilización de las telas de PVC son realizadas con desfase, ya que las recolecciones de telas son realizadas en el trimestre siguiente.

Fuente: WOM, 2021





¿QUÉ HACEMOS CON AQUELLOS RESIDUOS QUE NO PUDIMOS RECICLAR?



Los residuos asimilables a domésticos, aquellos que no se pueden reciclar, son una mezcla de residuos similares a los de los hogares. En nuestra oficina de General Mackenna y en dos sucursales de venta que son parte de un plan piloto, separamos el cartón, papel, plástico y vidrio para entregarlos a la recolección municipal para su disposición en rellenos autorizados.

En el caso de los residuos industriales no peligrosos, que corresponden a una mezcla de residuos de operaciones logísticas como plásticos, papel, cartón y otros tipos de embalajes que no pueden ser reciclados, son retirados dos veces por semana, para posteriormente ser enviados a disposición final a un relleno autorizado.

RESIDUOS NO PELIGROSOS GENERADOS EN INSTALACIONES Y DESTINADOS A ELIMINACIÓN

Tipo de residuo	Toneladas
Asimilables a domésticos	153
Mezcla de industrial no peligroso	44
Pallets y carretes de madera	25
Cables de fibra	4,5

229 toneladas son el total de residuos no peligrosos generados en instalaciones destinadas a eliminación.

Fuente: WOM, 2021

[GRI: 307-1]

En 2021 no recibimos multas ni sanciones debido al incumplimiento de la regulación ambiental.



Residuos peligrosos generados en instalaciones y destinados a eliminación

Tipo de residuo	Toneladas
Batería de plomo, ácido y litio	3
Pilas domésticas	0,001

232 toneladas son el total de residuos tanto peligrosos como no peligrosos, destinados a eliminación

Las instalaciones que mayor cantidad de residuos enviaron a relleno sanitario han sido sucursales de venta

Instalaciones	% del total
Centro de distribución móvil	19%
Edificio Rosas	14%
Cadena de tiendas	30%

Por su parte, nuestra cadena de tiendas generó **122 toneladas de residuos y recicló 7 toneladas (6% del total).**

Otro hito de 2021 es el monitoreo de los residuos generados en el Centro de Distribución Móvil y el OPL Bolloré, permitiéndonos identificar que entre ambas instalaciones se genera el

50% del total de residuos de WOM

El Centro de Distribución generó

76 toneladas de las cuales se recicló un 46% correspondientes a papel y cartón de embalajes.

OPL Bolloré generó

137 toneladas de las cuales el 78% fue reciclado (principalmente, 102 toneladas de metal de monopostes de sitios desmantelados).

Esta información nos permitió elaborar un plan para en el mediano plazo disminuir la cantidad de residuos generados.

Fuente: WOM, 2021



Nuestra gestión de residuos también considera a aquellos que se generan en nuestras oficinas.

68 TONELADAS

El edificio de General Mackenna generó

13 toneladas de residuos que corresponden principalmente a domésticos (57,9%), cartón, papel, plástico, metal y vidrio. De estos, el 58% fue eliminado en rellenos sanitarios como asimilables a domésticos y el resto reciclado (30% papel y cartón, 6% plástico, 3% latas de bebida y 2% vidrio).

El edificio de Rosas generó

52 toneladas de residuos lo que implica un aumento respecto del año anterior. Esto se debió, principalmente, a la reincorporación del reciclaje posterior al proceso de instalación de las operaciones del área Fibra Hogar. En 2021, el 38% de los residuos fueron reciclados (20% papel y cartón, 10% objetos electrónicos como computadoras e impresoras en desuso, 7% palets, entre otros), mientras que el 62% restante fue enviado a rellenos sanitarios como asimilables a domésticos y cables.

Respecto al despunte de cables, representa el

20% de los residuos que de manera mensual son enviados a relleno sanitario. Con el fin de poder disminuir su generación se ha conformado una mesa de trabajo entre la Gerencia de Sostenibilidad y el área de Fibra Hogar con el objetivo de implementar acciones para su reducción.

NUESTROS DESAFÍOS

Nuestra relación con los **contratistas** se basa en el traspaso de nuestros valores como organización, por ende también, en las buenas prácticas para que su trabajo sea un aporte a la gestión medioambiental. En 2021, desarrollamos boletines e instructivos definiendo alternativas para que puedan gestionar sus residuos y consumo energético con criterios de sostenibilidad.

Entre los ámbitos que debemos tener en cuenta está la gestión de nuestras **bodegas**, las cuales tienen el desafío de incorporar prácticas estructuradas para reducir y reutilizar los residuos que generan. Y en la misma línea, hemos identificado la necesidad del recambio de baterías, en la red, como una oportunidad, pues en el corto plazo debemos cambiarlas y disponerlas, reemplazándolas por baterías de litio.

7.3

[GRI: 302-1; 302-3; 302-4] [SASB: TC-TL-130a.1 (i); TC-TL-130a.1 (ii); TC-TL-130a.1 (iii)]

GESTIÓN DE LA ENERGÍA

Para WOM, la energía de la red es crucial para entregar un servicio constante y fiable.

Por esta razón, hemos abordado su consumo con medidas que incentiven su uso responsable. La totalidad de nuestro respaldo energético corresponde a generadores diésel que producen emisiones atmosféricas y gases de efecto invernadero; por lo que nos desafiamos a buscar respaldos basados en energías renovables menos contaminantes.

Consumo total de energía (GJ)

Fuente	Consumo 2021
Energía eléctrica	287.726,4
Combustible	19.143
TOTAL	306.869,4

En 2021, nuestro consumo eléctrico fue de 79.924,4 MWh, de los cuales un 99% proviene de la red y un 1% desde paneles solares de generación propia.

Sitio + MSO + RSO	75.519,4 MWH
Edificio General Mackenna	747 MWH
Sucursales	3.658 MWH

*Los “sitios” corresponden a los lugares donde hay antenas, mientras que MSO y RSO corresponden a los centros de datos

De acuerdo a la certificación IREC el 12% de la energía eléctrica que consumimos proviene de fuentes renovables.

Fuente: WOM, 2021

Nuestro consumo de combustibles fósiles fue de 19.143,7 GJ, correspondientes al diésel de nuestras camionetas (220 en promedio para el 2021) y generadores eléctricos.

Consumo de diésel (m³)

Fuente	m ³
Camionetas	428
Generadores	72,49

Fuente: WOM, 2021



INTENSIDAD ENERGÉTICA

Calculamos la intensidad energética dentro de la organización, considerando combustibles usados en generadores y vehículos propios y electricidad en edificios, sucursales y sitios.

0,21 GJ/TB
ratio de intensidad energética 2021 dentro de la organización

REDUCCIÓN DE EMISIONES Y EFICIENCIA ENERGÉTICA

Durante el segundo semestre de 2021 realizamos una consultoría de eficiencia energética, proceso que se extiende al primer semestre de 2022 y que nos ha permitido identificar medidas para el uso eficiente y con ello reducir nuestras emisiones.

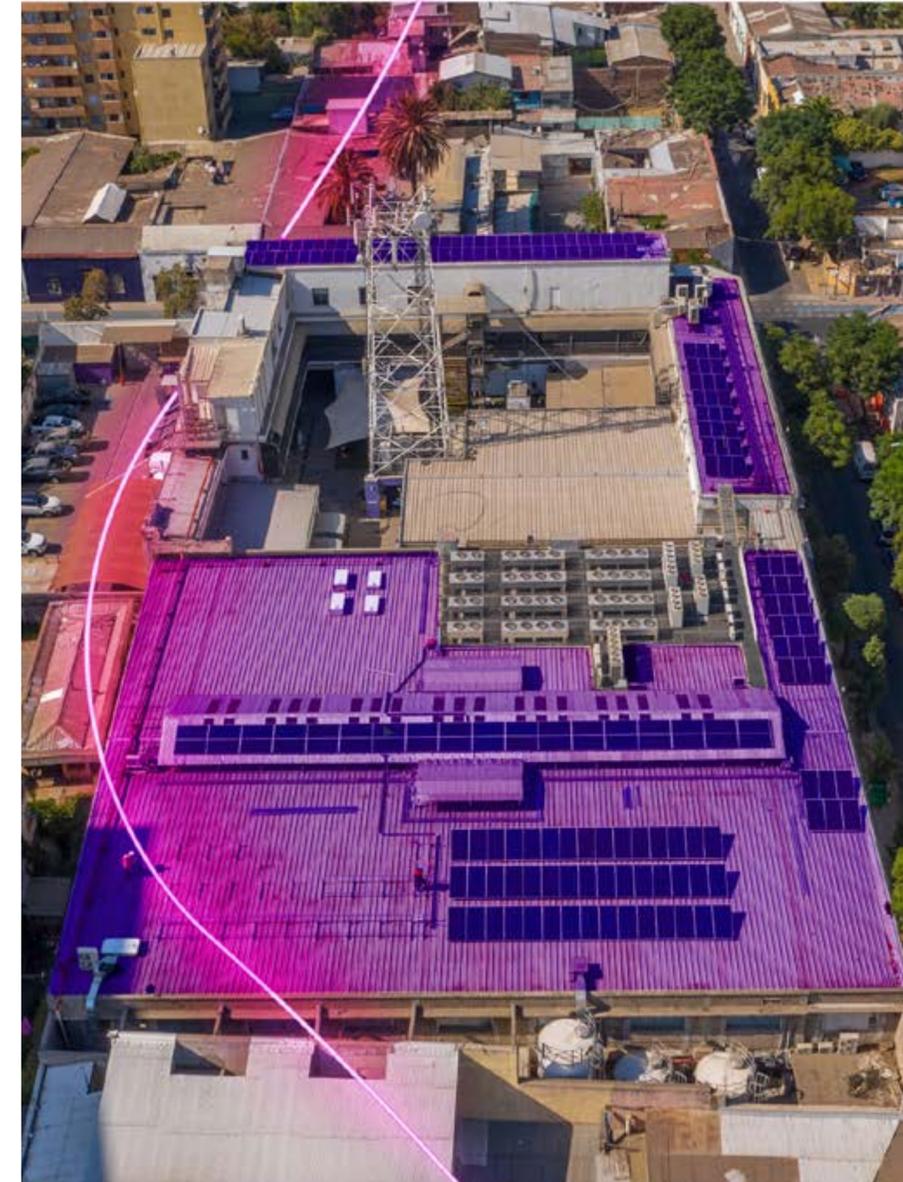
Uno de los objetivos de esta consultoría es el desarrollo de respaldos o fuentes de energía renovable. Particularmente, la posibilidad de incorporar paneles solares en sitios donde contamos con antenas, para disminuir el uso de generadores manteniendo su confiabilidad.

Para este 2022 proyectamos la **instalación de paneles solares en 203 sitios móviles** de nuestra red, lo que esperamos genere, además de un aporte al medio ambiente, una disminución de costos en energía. Junto a ello, exploraremos las potencialidades del uso de hidrógeno verde y turbinas eólicas con el objetivo de comenzar a implementar planes pilotos con estas tecnologías a finales de 2022.

En Workplace creamos un grupo denominado Energy, en el que todos los WOMers pueden aportar con iniciativas para incluir nuevas tecnologías para nuestras instalaciones y ayudar a mejorar nuestro rendimiento energético.

MÁS ENERGÍAS RENOVABLES

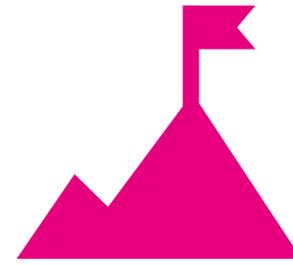
Gracias a un convenio con la empresa Engie, en 2021, diversificamos nuestras fuentes de consumo eléctrico, incorporando energía limpia. Así, nuestro centro de datos, ubicado en Santiago Centro, cuenta con paneles solares cuya producción es transable y cuenta con la Certificación Internacional de Energías Renovables IREC. En 2021 certificamos la generación de 9.018 MWh.



CAPÍTULO 8
WOM EN LA INDUSTRIA DE
LAS TELCOCOS

WOM

WOM EN LA INDUSTRIA DE LAS TELCOS



Llegamos a Chile para revolucionar la industria de las telecomunicaciones, democratizando el acceso a los servicios de telefonía, internet y, desde 2021, contenidos audiovisuales (WOM TV).

Nuestro objetivo es que cada día más personas accedan a productos de alta calidad, a través de planes diseñados a su medida, ofrecidos al mejor precio.

ODS



17.14 Mejorar la coherencia de las políticas para el desarrollo sostenible.



WOM

8.1

MARCO REGULATORIO DE LA INDUSTRIA

Las autoridades que regulan el funcionamiento de la industria de las telecomunicaciones son principalmente

- **Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones**, a través de la Subsecretaría de Telecomunicaciones (Subtel)
- **Ministerio de Economía, Fomento y Turismo**
- **Servicio Nacional del Consumidor** (Sernac)
- **Fiscalía Nacional Económica** (FNE)
- **Tribunal de la Libre Competencia** (TDLC)

La Ley General de Telecomunicaciones, Ley N.º 18.168, establece el principio de fijación libre de tarifas, esto es que los precios de los servicios públicos de telecomunicaciones y servicios intermedios que contraten distintas empresas, entidades o personas son libremente establecidos por los proveedores del servicio respectivo, sin perjuicio de los acuerdos que puedan convenirse entre estos y los usuarios. Por su parte, la misma ley establece la regulación tarifaria mayorista, que aplica a los servicios de interconexión entre los operadores, incluidas las tarifas de terminación móvil.

La Ley de Portabilidad Numérica, Ley N.º 20.471 de 2010, estipula el derecho de los usuarios de telefonía a cambiarse de compañía, manteniendo su número de teléfono. De ese modo, se eliminan los contratos de exclusividad, y se permite a los usuarios cancelar su servicio cuando lo deseen, sin multas ni

trabas. En el caso de la telefonía móvil, estas facilidades también incluyen que los usuarios pueden cambiarse de compañía sin tener que cambiar su equipo telefónico.

La velocidad mínima de internet está garantizada en el artículo 24 K de esta misma ley. La norma establece la obligación de los proveedores, quienes deben garantizar un porcentaje de las velocidades promedio de acceso para los tramos horarios de mayor y menor congestión, lo cual debe destacarse en la publicidad y ofertas comerciales, así como también quedar estipulado en el contrato celebrado entre las partes. Desde agosto de 2020, existe un nuevo grupo de reglamentos que establecen la organización, funcionamiento y mecanismo de licitación pública del organismo técnico independiente responsable de realizar las mediciones de calidad del servicio. Esta iniciativa se encuentra en desarrollo.

El tendido y retiro de cables también está regulado desde 2019, cuando se promulgó la ley que establece la responsabilidad de las empresas de telecomunicaciones en la instalación, identificación, modificación, mantención, ordenación, traslado y retiro de sus cables aéreos o subterráneos.

Adicionalmente, son relevantes para la industria los marcos normativos establecidos en la Ley de Protección al Consumidor (Ley N.º 19.496), Ley de Roaming Nacional (Ley N.º 21.245), Ley de Antenas (Ley N.º 20.599), Ley de Neutralidad de Red (Ley N.º 20.453), DFL 211, DFL 458, Ley de Protección de Vida Privada y Datos Personales, el Código Procesal Penal, informes e instrucciones de los órganos de libre competencia, acuerdos de libre comercio, fallos judiciales relevantes y la Ley REP de Responsabilidad Extendida del Productor.

8.2

INDUSTRIA DE LAS TELECOMUNICACIONES

El sector de las telecomunicaciones en Chile es un mercado altamente dinámico, gracias a la competencia de los actores y a un marco normativo que estimula la inversión y la recepción de propuestas por parte de las empresas participantes.

En 2021, debido a la masificación del uso de internet, servicios como la telefonía fija siguen mostrando una variación negativa anual del -2,2%. En contraste, los servicios de internet continúan al alza: internet móvil creció en un 10% y el tráfico de datos aumentó en un 31,1%. La telefonía móvil, por su parte, se mantuvo prácticamente sin variación.

Uso de servicios de telecomunicaciones

al 4.º trimestre de cada año

Servicio	Unidad	2020	2021	Variación interanual
Internet móvil (3G + 4G)	N.º de conexiones	20.543.000	22.598.000	10%
4G	N.º de conexiones	18.582.000	21.020.000	13,1%
Internet móvil (tráfico)	TB	2.927.700	3.839.300	31,1%
Telefonía móvil	N.º abonados	25.068.000	26.572.000	6%
Telefonía fija	N.º abonados	2.568.000	2.511.000	-2,2%
TV pago	N.º suscriptores	3.272.000	3.444.000	5,3%

Fuente: Subtel, 2021





Para acortar la brecha digital y de telecomunicaciones en Chile y prepararnos para la llegada de nuevas tecnologías como la **red 5G**.

El Estado desarrolló el plan Matriz Digital 2018-2022, una hoja de ruta en materia de conectividad digital que espera posicionar a Chile a la vanguardia tecnológica de la región. Este plan se estructura en tres pilares: derechos de los ciudadanos digitales, inversión e infraestructura, y desarrollo digital.

LA RED 5G

Se caracteriza por una baja latencia, alta velocidad y mayor eficiencia en el consumo de energía

Se espera que el desarrollo de este plan se traduzca en mayores y mejores beneficios para los usuarios, entre los que destacan reducción tarifaria, garantía de velocidad mínima, despeje de cableado en desuso, herramientas para medir la velocidad y una mayor conectividad digital en Chile.

Nos hemos propuesto comunicar de manera clara y directa a nuestros competidores que vinimos a descentralizar el mercado y revolucionar la manera en que las personas se vinculan con las telecomunicaciones: **no solo se trata de promover la libre competencia y con ello ofrecer un mejor servicio a precios justos, sino también de crecer juntos con el mundo de posibilidades que ofrece la digitalización.**

TRANSICIÓN TECNOLÓGICA Y TRÁFICO DE DATOS

Con gran agilidad los chilenos han transitado hacia la adopción de hábitos tecnológicos que exigen un servicio estable y veloz. El reemplazo de las conexiones con tecnología 3G por las 4G ha avanzado de manera exponencial.

N.º de conexiones en WOM

Tecnología	Diciembre 2020	Diciembre 2021
3G	4.761.222	5.200.152
4G	314.523	219.075

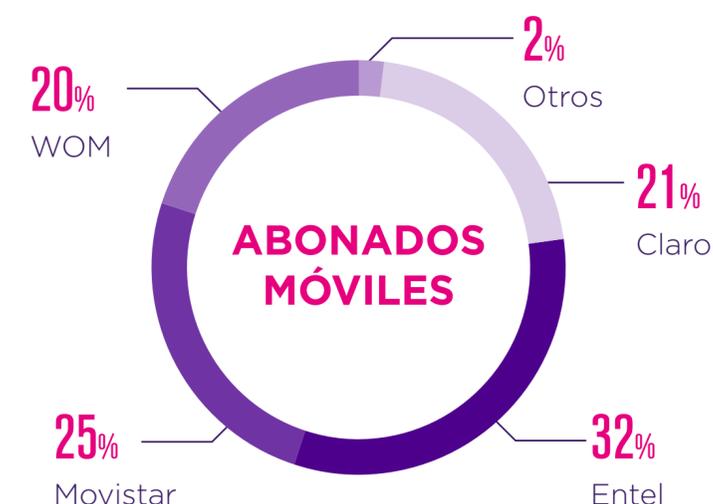
Fuente: Subtel

El tráfico de datos también ha visto un importante crecimiento. De acuerdo a la Subtel, entre 2020 y 2021 este aumentó en un 31,1% en toda la industria, con cuatro competidores que concentran el 99,2% del tráfico móvil total. Como WOM, nuestro crecimiento anual en el tráfico de datos fue de un 35,1%, entre 2020 y 2021.

PORTABILIDAD

Desde 2012, la migración de un número telefónico de un operador a otro, conocido como portabilidad de clientes, ha dinamizado el mercado, poniendo en manos de los clientes la posibilidad de buscar el servicio que más le conviene. Según Subtel, la portabilidad llegó a cerca de 20 millones al 31 de diciembre de 2021.

Esta portabilidad ha impactado positivamente en el desarrollo de nuevos y más convenientes planes para nuestros clientes, así como en la flexibilización y diversificación de la oferta postpago. Un número importante de consumidores de telefonía móvil prepago se ha pasado al servicio postpago, lo que ha permitido a las empresas de la industria tener mayor claridad sobre sus proyecciones, disminuir sus riesgos y asegurar ingresos futuros.



Participación de mercado diciembre 2021
Fuente: Subtel

8.3

NUESTRO NEGOCIO

Somos la empresa de telecomunicaciones con el crecimiento más rápido en el mercado chileno, ofrecemos a nuestros clientes servicios móviles de voz y datos, venta de equipos y servicios de banda ancha móvil para el segmento de personas y de pequeñas y medianas empresas.

Adicionalmente, desde 2021 comenzamos con la comercialización en el segmento fijo del servicio de fibra óptica en el hogar y acceso a contenidos audiovisuales con WOM TV.

Tenemos concesiones para operar nuestras redes utilizando la banda de espectro de 700 MHz, 1700/2100 MHz (AWS), AWS-E y 3.500 MHz convirtiéndonos desde 2021, en el segundo operador con mayor espectro del país.

En servicios móviles, en 2021 nuestro segmento postpago superó por primera vez, al segmento prepago en cuanto a nuestra base de suscriptores, representando un 54% del total.

CUANDO LLEGAMOS A CHILE NOS PROPUSIMOS LOS SIGUIENTES OBJETIVOS

Sobre el servicio

- Proporcionar el mejor servicio de telecomunicaciones analógico o digital, a través de instalaciones y redes propias o de terceros.
- Prestar servicios públicos de telecomunicaciones que sean necesarios para complementar el servicio público especializado de radiocomunicaciones móviles.
- Entregar los servicios intermedios de telecomunicaciones que satisfagan la necesidad de transmisión o conmutación de los concesionarios de comunicaciones en general.

Sobre el desarrollo de la red

- Invertir en el desarrollo, construcción y operación de sistemas y redes de telecomunicaciones para los fines ya mencionados.

Sobre el negocio de las telecomunicaciones

- Obtener la propiedad, uso y beneficio de las concesiones y licencias de telecomunicaciones necesarias para desarrollar el negocio de telecomunicaciones antes mencionado.



Estamos en un mercado de telefonía móvil altamente competitivo con tres competidores directos:



Claro (subsidiaria de América Móvil, de México), Entel y Movistar (subsidiaria de Telefónica Chile, controlada por Telefónica de España).

En los mercados de servicios de acceso a internet fijo enfrentamos a los mismos competidores, además de VTR (subsidiaria de Liberty Latin America, controlada por Liberty Global), GTD y Mundo Pacífico.

Nuestra presencia física se realiza vía arrendamiento directo de todas las tiendas, incluidas aquellas operadas por distribuidores. Estamos convencidos de que nuestra estrategia de selección de distribuidores en ubicaciones específicas contribuye a la eficiencia de nuestras operaciones y nos permite

tener un mejor control sobre nuestra red de distribución. Así, aseguramos un despliegue correcto y homogéneo de nuestra identidad de marca en todas nuestras dependencias.

En 2021, generamos ingresos por 611.784 millones de pesos y una utilidad neta de 1.399 millones. Por otra parte, nuestros pasivos totales alcanzaron 1.365.986 millones y nuestro patrimonio total alcanzó los 139.070 millones.

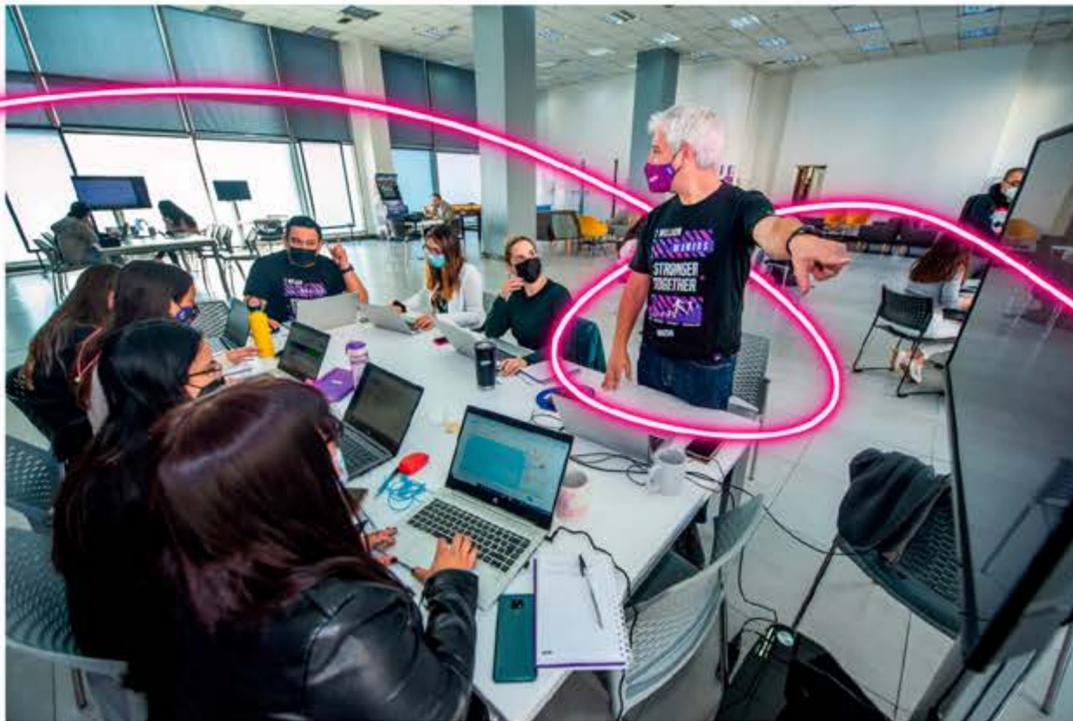
En 2021 generamos ingresos por

611.784

MILLONES DE PESOS, Y UNA UTILIDAD NETA DE 1.399 MILLONES.

Por otra parte, nuestros pasivos totales alcanzaron 1.365.986 millones y nuestro patrimonio total alcanzó los 139.070 millones.

Fuente: WOM, 2021



8.4

GESTIÓN DE RIESGOS

La gestión de riesgos es un ejercicio de carácter preventivo, esencial para el correcto funcionamiento de nuestros procesos.

Su gestión nos permite prevenir la ocurrencia de situaciones que pueden llegar a afectar, en última instancia, la sostenibilidad de nuestras operaciones.

En WOM, la responsable de gestionar estos riesgos es la Gerencia de Auditoría, un organismo independiente, que reporta directamente al directorio y que está facultada para revisar la gestión de todas las áreas de la compañía, en cualquier momento y sin excepciones. Para llevar a cabo su tarea, cuenta con un plan anual de auditoría, cuya metodología para la gestión de riesgos requiere de informes mensuales de parte de las vicepresidencias. Además, de manera regular monitorea el Diario Oficial y las comunicaciones de la Contraloría General de la República y la Subtel –especialmente las con-

sultas ciudadanas- para prepararnos ante posibles cambios en el entorno en que operamos. Así, existe un calendario de reuniones periódicas para hacer seguimiento al plan de manejo de riesgos y discutir la potencial emergencia de nuevos riesgos a considerar conforme al avance tecnológico, nuestra presencia en el mercado y cambios regulatorios.

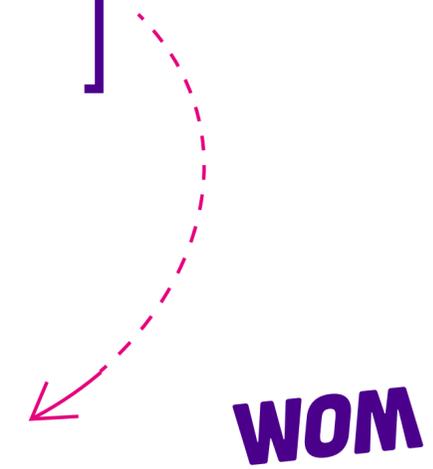
Para complementar el trabajo de la Gerencia de Auditoría, desde el Directorio hasta las áreas Legal y Cumplimiento identifican, monitorean y gestionan cada uno de los riesgos potenciales o reales a los cuales se pueda ver enfrentada la compañía. En particular, el Directorio realiza reuniones de gestión semanales para analizar aquellos temas más relevantes y contingentes de la compañía.



En WOM decimos
¡NO! A LA CORRUPCIÓN

La gestión de riesgos enfatiza la detección y prevención de situaciones que puedan facilitar las conductas ilícitas en nuestras unidades de negocio. En 2021, ocho unidades fueron sometidas a una evaluación de riesgos de corrupción (100%), entre las que se cuentan vicepresidencias y direcciones dependientes del CEO.

Este análisis detectó 24 riesgos relacionados con la corrupción, los que serán abordados por 34 controles establecidos por las unidades de Finanzas, Valor Humano, Comercial y Operaciones.



NUESTROS PRINCIPALES RIESGOS

Macroeconómicos

Estos factores de riesgo provienen del estado de la macroeconomía y estabilidad política del país, pues un eventual escenario político-económico desfavorable puede afectar la demanda de nuestros productos y servicios por una menor capacidad de gasto de las personas o la capacidad de pago de los clientes, lo que afecta negativamente a los resultados económicos.

Es importante destacar que ante estos ciclos económicos, la industria ha demostrado gran resiliencia, pues históricamente los servicios de telefonía y telecomunicaciones han sido permanentemente demandados por las personas, pese a este tipo de dificultades.

Competencia

Las decisiones tomadas por la competencia y su implementación comercial nos afectan directamente. Debemos estar preparados para anticiparnos y responder para retener a nuestros clientes y seguir captando más. Esto implica aumentar nuestros gastos y afectar el resultado operacional global.

Para lograr este objetivos económicos debemos ser competitivos y rentables, lo cual depende de la extensión de la cobertura de nuestra red, la calidad de la misma, entregar un servicio de excelencia, contar con tarifas atractivas y una estrategia de marketing que logre posicionarnos como la alternativa preferida de los usuarios.

Dependencia de proveedores

Dependemos de proveedores externos para proporcionar redes, servicios, equipos y contenido a nuestros suscriptores. Esto implica un riesgo para la calidad de nuestra operación, ya que sus acciones quedan fuera de nuestro control. Si no mantienen sus redes, ofertas o servicios correctamente o no responden rápidamente a nuestros requerimientos, nuestros suscriptores pueden experimentar interrupciones en el servicio, lo que podría afectar negativamente a la confiabilidad percibida de nuestros servicios y, por lo tanto, afectar negativamente nuestra marca, reputación y crecimiento.

Un ejemplo de este tipo de riesgos lo identificamos en los acuerdos de itinerancia nacional que hemos suscrito con otros operadores para servir a aquellas zonas geográficas donde no tenemos cobertura propia. Este riesgo también está presente en nuestra relación comercial con proveedores de equipamiento de redes, dispositivos móviles y de asistencia técnica.

Avances tecnológicos y obsolescencia

El rápido desarrollo de la tecnología digital y dispositivos asociados nos obligan a contar con un equipo altamente capacitado para entender, incorporar y adoptar estos cambios y con un ágil modelo de negocios que nos permita adaptarnos a los nuevos intereses de los clientes. Nuestra estrategia debe contar con herramientas que ayuden a fomentar la mejora continua de procesos y reduzcan los costos operacionales, pues cada introducción de nuevos productos y servicios implica la revisión de la oferta actual con el fin de determinar su obsolescencia.

En este contexto, la llegada de las redes 5G a Chile es un avance tecnológico que implica un importante gasto de capital y de adquisición de licencias.

Clientes prepago

Del total de nuestra cartera de clientes, el segmento prepago representa el 53,1% de nuestros suscriptores al cierre de 2021. El riesgo en este segmento consiste en la facilidad con que los clientes pueden cambiar de operador, lo que genera incertidumbre cada vez que los competidores disponen de ofertas nuevas y más convenientes, y una inestabilidad en los ingresos esperados de la compañía.

Identidad de marca

La identidad de marca es un factor clave en nuestra capacidad de atraer y retener clientes. La percepción pública de nuestra compañía afecta la demanda de nuestros servicios y, por tanto, los resultados del negocio. Es por esto que nuestros esfuerzos no solo deben estar puestos en el desarrollo de un servicio altamente competitivo, sino también en saber comunicarlo a nuestros clientes y competidores.

Eventuales fallas técnicas

Potenciales daños a nuestra infraestructura y redes, así como fallas en equipos y dispositivos, que puedan resultar en interrupciones del servicio son un factor de riesgo que impacta en la satisfacción de nuestros clientes y que puede tener consecuencias económicas negativas.

Incobrabilidad

Este factor de riesgo afecta nuestra capacidad para generar ingresos. A diciembre de 2021, la incobrabilidad como porcentaje de ingresos fue de 3,7%. La imposibilidad de generar los ingresos proyectados afecta nuestros resultados financieros, por lo que la gestión de la morosidad debe buscar la recuperación de los ingresos o tomar acciones para desvincular al usuario moroso.

Financieros

Nuestras deudas se gestionan en moneda extranjera, lo cual nos expone a la variación del dólar estadounidense. A este factor se suman las tasas de interés y la capacidad para equilibrar nuestra estructura financiera con el objetivo de disminuir la volatilidad de nuestros resultados. Frente a esto, contamos con una Política de Cobertura que establece los lineamientos para mitigar riesgos a través de derivados financieros.

En materia de prevención de riesgo de liquidez, contamos con controles que nos permiten gestionar la necesidad de caja y con protocolos para trabajar con nuestras contrapartes bancarias en caso de necesitar abrir líneas de financiamiento de corto plazo.



CAPÍTULO 9

APARTADO METODOLÓGICO



9.1

[GRI: 102-40; 102-42; 102-43]

IDENTIFICACIÓN DE NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS

En 2021 realizamos un **mapeo de grupos** de interés que nos permitió identificarlos y clasificarlos según el tipo de relación que tenemos con cada uno.

Los resultados de este ejercicio fueron presentados al equipo directivo y fueron la base de la metodología utilizada para elaborar este reporte y nuestra Estrategia de Sostenibilidad. Adicionalmente, nuestro equipo de marketing realiza cada año un estudio anual de marca que consulta a los grupos de interés de la empresa.

Hemos identificado a los siguientes actores como nuestros principales grupos de interés:



Inversionistas



Autoridades y entes reguladores



Clientes



Colaboradores



Proveedores y contratistas



Sociedad civil y comunidades



Medios de comunicación



Academia

Las autoridades y entes reguladores con quienes nos relacionamos son la Subtel, el Ministerio de Transporte y Telecomunicaciones, el Sernac, el Instituto Nacional de Estadísticas (INE) y el Ministerio de Medioambiente, siendo la Gerencia de Comunicaciones Corporativas y Asuntos Públicos la responsable de gestionar el vínculo.

Asimismo, nos relacionamos con autoridades, la sociedad civil y clientes principalmente a través de asociaciones como Chiletelco, Conadecus y, en casos puntuales, con otras asociaciones de usuarios. Es la Gerencia de Comunicaciones Corporativas y Asuntos Públicos la encargada de relacionarse con estos actores y los medios de comunicación.

Actualmente somos parte de Acción Empresas, organización que nos permite interactuar con otros actores del sector privado para compartir mejores prácticas en materia de sostenibilidad. También somos socios de la Fundación País Digital, 5G Americas y Groupe Speciale Mobile Association (GSMA).



9.2

[GRI: 102-12; 102-13; 102-44; 102-45; 102-46; 102-47; 102-48; 102-49; 102-50; 102-51; 102-52; 102-54]

ELABORACIÓN DEL REPORTE DE SOSTENIBILIDAD 2021

Este documento ha sido elaborado siguiendo los lineamientos de la Iniciativa Global de Reporte (GRI, por sus siglas en inglés) para identificar los contenidos desarrollados y los indicadores de desempeño, en su opción de conformidad esencial.

Con ello, damos cuenta de las actividades desarrolladas en el periodo que comprende entre el 1 de enero de 2021 y el 31 de diciembre del mismo año.

Como resultado, este reporte da a conocer el desempeño de nuestras operaciones en términos del valor generado a nuestros grupos de interés.

Es un documento conciso que refleja la estrategia de la organización, su gobernanza y resultados en materia económica, ambiental y social.

Siguiendo los lineamientos de GRI, en 2021 realizamos el primer estudio de materialidad, el cual nos permitió dar una mirada general sobre nuestra historia y desafíos, así como identificar los impactos actuales y potenciales observados en el desarrollo de proyectos y operaciones a lo largo de nuestra cadena de valor, y las oportunidades que tenemos para seguir agregando un beneficio adicional a nuestros clientes, accionistas, industria y entorno.



El estudio de materialidad consistió en tres etapas:

1 ANÁLISIS DOCUMENTAL

La identificación de información contempló fuentes secundarias y comparativas de buenas prácticas de reportabilidad extranjera. A partir de ellas pudimos conocer los temas que están marcando la agenda de la industria de las telecomunicaciones en el mundo. Paralelamente, estudiamos nuestras apariciones en prensa, de modo de identificar los temas destacados en la palestra pública, y revisamos nuestros documentos internos para identificar el alcance de nuestras políticas y procedimientos.

Durante el desarrollo de esta etapa, logramos identificar a los actores sociales con los cuales estamos en contacto permanente durante nuestras operaciones y a quienes consultamos en la etapa que se detalla a continuación.

2 PROCESO DE CONSULTA

Realizamos un extenso proceso de consulta a cuatro perfiles de grupos de interés, lo que nos permitió identificar tanto los temas que les importan, como la percepción general de los impactos y aportes de nuestra gestión. El proceso abarcó una serie de encuestas en línea y entrevistas a 19 ejecutivos cruciales en las que se profundizó en aspectos clave de nuestra gestión identificados a partir de las encuestas y la revisión documental.

 **601** Clientes

 **564** Colaboradores

WOM **30** Ejecutivos de la compañía

 **19** Actores externos
 incluyendo a la sociedad civil, proveedores, contratistas, medios de comunicación, autoridades y miembros de la academia

Entrevistas de profundización:

Mariano Insaurralde	Director Customer Experience
Pablo González	Gerente de Estrategia
Antonela Laino	Gerente de Finanzas
Fernando Forttes	Gerente de Desarrollo, Talento y Cultura
María de los Ángeles Sotomayor	Gerente de Facilities y Seguridad
Francisco Domínguez	Gerente de Compras
Nancy Muñoz	Especialista de Gestión Medioambiental
Bárbara Miranda	Coordinadora de Sostenibilidad
Claudio Garrido	Especialista en Relacionamiento Comunitario
Juan Cristi	Gerente de Regulación
Marcelo Fica	Director legal
Pablo Lo Giudice	Gerente de Core Platform Operations and Security
Edison Alfaro	Gerente de Ingeniería Red CORE
Denisse Bravo	Gerente de Mantenimiento e Infraestructura
Jorge Ramírez	Network Strategy Planning and Control Project Manager
Darío Bustos	Director de Operaciones
Rodrigo Karmy	Director de Canales Presenciales (y equipo)
Esteban Castillo	Líder de estrategia de datos
Rodrigo Baudrand	Gerente de Servicios para el Hogar

3 ANÁLISIS DE INFORMACIÓN

Los contenidos mencionados en la revisión documental y en la consulta interna y a grupos de interés fue sistematizada según los temas emergentes, los cuales, fueron clasificados según su frecuencia de aparición. Estos temas fueron presentados al equipo directivo, el que fue responsable de validar el proceso de análisis y los contenidos asociados a cada tema.

Los resultados obtenidos fueron utilizados para construir la matriz de temas materiales de WOM en 2021 y definir los focos estratégicos de la Estrategia de Sostenibilidad WOM 2030.



TEMAS MATERIALES 2021

Este primer Reporte de Sostenibilidad es la expresión de nuestro compromiso con la integración de los valores de la sostenibilidad en nuestro modelo de negocio. Así, los resultados del estudio de materialidad realizado marcan el inicio del camino hacia la reportabilidad periódica de las iniciativas realizadas y resultados obtenidos en aquellos aspectos que son tendencia en la industria y de relevancia, tanto para nuestra gestión empresarial como para nuestros grupos de interés.

Así, identificamos un total de 12 temas materiales, de los cuales cuatro fueron clasificados como de nivel 1 o primer orden (de alta importancia para nuestra gestión y grupos de interés), tal como se muestra a continuación:



Estos 12 temas se desarrollan en este documento y se reportan a través de un conjunto de indicadores que reflejan nuestro desempeño en cada uno de ellos.

Estos indicadores provienen tanto de nuestra propia gestión como de los listados de indicadores propuestos por GRI, SASB (Sustainability Accounting Standards Board) y la Norma N.º 461 de la Comisión para el Mercado Financiero de nuestro país.

TABLA DE INDICADORES WOM

Tipo de indicador	Código	Indicador	Año	Página
GRI 102: Contenidos Generales				
Perfil de la Organización	Contenido 102-1	Nombre de la organización	2016	6
	Contenido 102-2	Actividades, marcas, productos y servicios	2016	25, 48
	Contenido 102-3	Ubicación de la sede	2016	6
	Contenido 102-4	Ubicación de las operaciones	2016	14
	Contenido 102-5	Propiedad y forma jurídica	2016	13, 25
	Contenido 102-6	Mercados servidos	2016	13
	Contenido 102-7	Tamaño de la organización	2016	13
	Contenido 102-8	Información sobre empleados y otros colaboradores	2016	59
	Contenido 102-9	Cadena de suministro	2016	94
	Contenido 102-10	Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro	2016	No hubo cambios significativos
	Contenido 102-11	Principio o enfoque de precaución	2016	No aplica
	Contenido 102-12	Iniciativas externas	2016	127
	Contenido 102-13	Afiliación a asociaciones	2016	127
Estrategia	Contenido 102-14	Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones	2016	4
Ética e integridad	Contenido 102-16	Valores, principios, estándares y normas de conducta	2016	24, 33
	Contenido 102-17	Mecanismo de asesoramiento y preocupaciones éticas	2016	33

TABLA DE INDICADORES WOM

Tipo de indicador	Código	Indicador	Año	Página
GRI 102: Contenidos Generales				
Gobernanza	Contenido 102-18	Estructura de gobernanza	2016	26
	Contenido 102-20	Responsabilidad a nivel ejecutivo de temas económicos, ambientales y sociales	2016	26
	Contenido 102-23	Presidente del máximo órgano de gobierno	2016	26
	Contenido 102-25	Conflictos de interés	2016	33
Participación de los grupos de interés	Contenido 102-40	Lista de grupos de interés	2016	125
	Contenido 102-42	Identificación y selección de grupos de interés	2016	125
	Contenido 102-43	Enfoque para la participación de los grupos de interés	2016	125
	Contenido 102-44	Temas y preocupaciones clave mencionados	2016	127
Prácticas para la elaboración de informes	Contenido 102-45	Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	2016	127
	Contenido 102-46	Definición de los contenidos de los informes y las coberturas del tema	2016	127
	Contenido 102-47	Lista de los temas materiales	2016	127
	Contenido 102-48	Reexpresión de la información	2016	127
	Contenido 102-49	Cambios en la elaboración de informes	2016	127
	Contenido 102-50	Periodo objeto del informe	2016	127
	Contenido 102-51	Fecha del último informe	2016	127

TABLA DE INDICADORES WOM

Tipo de indicador	Código	Indicador	Año	Página
GRI 102: Contenidos Generales				
	Contenido 102-52	Ciclo de elaboración de informes	2016	125
	Contenido 102-53	Punto de contacto para preguntas sobre el informe	2016	6
	Contenido 102-54	Declaración de elaboración del informe de conformidad con los estándares GRI	2016	125
	Contenido 102-55	Índice de contenidos GRI	2016	131
	Contenido 102-56	Verificación externa	2016	No ha sido sometido por ser el primer reporte
Transparencia, ética y anticorrupción				
GRI 103: Enfoque de Gestión				
	Contenido 103-1	Explicación del tema material y su cobertura	2016	33
	Contenido 103-2	Enfoque de gestión y sus componentes	2016	33
	Contenido 103-3	Evaluación del enfoque de gestión	2016	33
GRI 205: Anticorrupción				
	Contenido 205-2	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	2016	33
	Contenido 205-3	Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas	2016	33
Experiencia del cliente				
GRI 103: Enfoque de Gestión				
	Contenido 103-1	Explicación del tema material y su cobertura	2016	47
	Contenido 103-2	Enfoque de gestión y sus componentes	2016	47
	Contenido 103-3	Evaluación del enfoque de gestión	2016	47
	Indicador propio	Posición en rankings nacionales		48
	Indicador propio	Multas y sanciones		50

TABLA DE INDICADORES WOM

Tipo de indicador	Código	Indicador	Año	Página
Innovación y desarrollo				
GRI 103: Enfoque de Gestión	Contenido 103-1	Explicación del tema material y su cobertura	2016	51
	Contenido 103-2	Enfoque de gestión y sus componentes	2016	51
	Contenido 103-3	Evaluación del enfoque de gestión	2016	51
	Indicador propio	Proyectos de innovación y desarrollo del período		51
Gestión del talento				
GRI 103: Enfoque de Gestión	Contenido 103-1	Explicación del tema material y su cobertura	2016	60
	Contenido 103-2	Enfoque de gestión y sus componentes	2016	60
	Contenido 103-3	Evaluación del enfoque de gestión	2016	60
GRI 401: Empleo	Contenido 401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	2016	73
GRI 404: Formación y educación	Contenido 404-1	Media de horas de formación al año por empleado	2016	60
	Contenido 404-2	Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	2016	73
	Contenido 404-3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	2016	73
Diversidad y equidad de género				
GRI 103: Enfoque de Gestión	Contenido 103-1	Explicación del tema material y su cobertura	2016	64
	Contenido 103-2	Enfoque de gestión y sus componentes	2016	64
	Contenido 103-3	Evaluación del enfoque de gestión	2016	64

TABLA DE INDICADORES WOM

Tipo de indicador	Código	Indicador	Año	Página
Diversidad y equidad de género				
GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades	Contenido 405-1	Diversidad en órganos de gobierno y empleados	2016	64
	Contenido 405-2	Ratio de salario base y la remuneración de mujeres frente a hombres	2016	59
GRI 103: Enfoque de Gestión	Contenido 103-1	Explicación del tema material y su cobertura	2016	68
	Contenido 103-2	Enfoque de gestión y sus componentes	2016	68
	Contenido 103-3	Evaluación del enfoque de gestión	2016	68
Bienestar laboral de los colaboradores				
GRI 401: Empleo	Contenido 401-2	Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a empleados a tiempo parcial o temporales	2016	68
GRI 403: Salud y seguridad ocupacional	Contenido 403-1	Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	2018	78
	Contenido 403-6	Promoción de la salud en el trabajo	2018	78
	Contenido 403-9	Lesiones relacionadas con el trabajo.	2018	78
Desarrollo de proveedores				
GRI 103: Enfoque de Gestión	Contenido 103-1	Explicación del tema material y su cobertura	2016	94
	Contenido 103-2	Enfoque de gestión y sus componentes	2016	94
	Contenido 103-3	Evaluación del enfoque de gestión	2016	94
GRI 204: Prácticas de adquisición	Contenido 204-1	Proporción de gasto en proveedores locales		94
Ecoeficiencia operacional				
GRI 103: Enfoque de Gestión	Contenido 103-1	Explicación del tema material y su cobertura	2016	96

TABLA DE INDICADORES WOM

Tipo de indicador	Código	Indicador	Año	Página
Ecoeficiencia operacional				
	Contenido 103-2	Enfoque de gestión y sus componentes	2016	96
	Contenido 103-3	Evaluación del enfoque de gestión	2016	96
GRI 306: Residuos	Contenido 306-3	Residuos generados	2020	96
	Contenido 306-4	Residuos no destinados a eliminación	2020	96
	Contenido 306-5	Residuos destinados a eliminación	2020	96
GRI 302: Energía	Contenido 302-1	Consumo energético dentro de la organización	2016	109
	Contenido 302-3	Intensidad de la energía	2016	109
	Contenido 302-4	Reducción del consumo energético	2016	109
GRI 307: Cumplimiento ambiental	Contenido 307-1	Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental	2016	107
Reducción brecha digital				
GRI 103: Enfoque de Gestión	Contenido 103-1	Explicación del tema material y su cobertura	2016	88
	Contenido 103-2	Enfoque de gestión y sus componentes	2016	88
	Contenido 103-3	Evaluación del enfoque de gestión	2016	88
	Indicador propio	N.º de talleres de alfabetización digital y participantes		90
	Indicador propio	Beneficiarios de programas de conectividad		90
Infraestructura y crecimiento responsable de la red				
GRI 103: Enfoque de Gestión	Contenido 103-1	Explicación del tema material y su cobertura	2016	88

TABLA DE INDICADORES WOM

Tipo de indicador	Código	Indicador	Año	Página
Infraestructura y crecimiento responsable de la red				
	Contenido 103-2	Enfoque de gestión y sus componentes	2016	88
	Contenido 103-3	Evaluación del enfoque de gestión	2016	88
	Indicador propio	Proyectos de ampliación de la red		10, 22, 116
	Indicador propio	Actividades de relacionamiento con comunidades y vecinos		88
INDICADORES SASB				
Parámetros de la actividad	TC-TL-000.A	Número de abonados de red inalámbrica		47
Parámetros de la actividad	TC-TL-000.C	Número de abonados de banda ancha		47
Huella ambiental de las operaciones	TC-TL-130a.1 (i)	i. Consumo total de energía en Gigajoules (GJ)		109
Huella ambiental de las operaciones	TC-TL-130a.1 (ii)	ii. % de energía proveniente de la red eléctrica		109
Huella ambiental de las operaciones	TC-TL-130a.1 (iii)	iii. % de energía proveniente de fuentes renovables		109
Gestión del final de la vida útil del producto	TC-TL-440a.1 (ii)	ii. % de los materiales recuperados que fueron reutilizados		96
Seguridad de los datos	TC-TL-230a.1 (i)	i. Número de filtraciones de datos identificados		53
Seguridad de los datos	TC-TL-230a.1 (ii)	ii. % de filtraciones de datos que involucran información personal		53
Seguridad de los datos	TC-TL-230a.1 (iii)	iii. Número de clientes afectados por filtraciones de datos		53
Seguridad de los datos	TC-TL-230a.2	Descripción del enfoque para identificar y abordar los riesgos para la seguridad de los datos, incluida la utilización de estándares de ciberseguridad de terceros		53

TABLA DE INDICADORES WOM

Tipo de indicador	Código	Indicador	Año	Página
INDICADORES SASB				
Protección de datos	TC-TL-220a.1	Descripción de las políticas y prácticas relacionadas con la publicidad basada en el comportamiento y la privacidad del cliente		53
Protección de datos	TC-TL-220a.3	Importe total de las pérdidas monetarias como resultado de los procedimientos judiciales relacionados con la privacidad del cliente		50
Gestión de los riesgos sistémicos por alteraciones tecnológicas	TC-TL-550a.1 (i)	i. Reportar la frecuencia de interrupción del servicio (total de clientes que tuvieron interrupciones dividido por el total de clientes servidos)		56
Gestión de los riesgos sistémicos por alteraciones tecnológicas	TC-TL-550a.1 (ii)	ii. Reportar la duración media de la interrupción del servicio (promedio de horas del interrupción por cliente)		56
Gestión de los riesgos sistémicos por alteraciones tecnológicas	TC-TL-550a.2	Análisis de los sistemas para prestar un servicio sin trabas durante las interrupciones del servicio		56

El Reporte de Sostenibilidad 2021 fue desarrollado por WOM, con el apoyo de la consultora Kellun, para el cumplimiento de todos los aspectos metodológicos.



Diseño:
Visualógica



Fotografía:
WOM

Santiago de Chile 2021