I) ESTRUCTURA FINANCIERA, EVOLUCIÓN DE INGRESOS, COSTOS Y RENTABILIDAD

Índices financieros

A continuación se presenta la evolución observada por los indicadores financieros más relevantes, durante los últimos doce meses.

Para efectos de análisis, es necesario tener presente que la información no se encuentra presentada en moneda de igual poder adquisitivo. Conforme a las normas contables NIIF (IFRS), adoptadas por la Sociedad a contar del ejercicio 2008, desde esa época no ha correspondido corregir monetariamente las cifras.

El índice de precios al consumidor, en el período finalizado al 30 de junio del presente año, ha experimentado las siguientes variaciones: 1,5% durante los últimos doce meses; desde que se suspendió el proceso de corrección monetaria, 31,3%.

Indices de Liquidez	30-jun-17	31-dic-16	30-jun-16
Liquidez Corriente (veces) (Activos Corrientes / Pasivos Corrientes)	1,38	1,37	1,27
Razón Ácida (veces) (Efectivo y Equivalentes al Efectivo / Pasivos Corrientes)	0,25	0,23	0,23
Indices de Endeudamiento			
Razón de Endeudamiento (%) (Deuda Total / Patrimonio)	162,24	162,69	191,07
Proporción deuda a Corto Plazo (%) (Pasivos Corrientes / Deuda Total)	22,30	24,79	24,42
Proporción deuda a Largo Plazo (%) (Pasivos no Corrientes / Deuda Total)	77,70	75,21	75,58
Cobertura Gastos Financieros (veces) (Resultado antes de impuestos e intereses / gastos financieros	1,02	1,05	1,28

Indices de Eficiencia y Rentabilidad	30-jun-17	31-dic-16	30-jun-16
Márgen utilidad (%) (Utilidad / Ingresos)	0,99	1,70	3,49
Rentabilidad del Patrimonio (%) (Utilidad del Ejercicio / Patrimonio Promedio)	0,65	2,49	1,23
Rentabilidad del Patrimonio Atribuible a la Controladora (%) (Utilidad de la Controladora /Patrimonio Prom. Controladora)	0,38	2,11	0,71
Rentabilidad del Activo (%) (Utilidad del Ejercicio / Activo promedio)	0,25	0,88	0,41
Rentabilidad y Valor por Acción			
Utilidad por Acción (últimos doce meses) ($)	0,18	0,93	0,39
Retorno Valor Bursátil (%) (Utilidad por acción / Cotización al cierre)	0,37	1,83	0,82
Retorno Dividendos (%) (Dividendos últimos doce meses / Cotización al cierre)	0,56	-	1,33
Valor Libros (Patrimonio / Número de Acciones)	48,61	47,64	54,86
Valor Bursátil (Según cotización en Bolsa de Comercio de Santiago)	49,7	50,5	46,9
EV (Enterprise Value) MM$ (Precio Acción Alm*N° de Acc.)+(Precio Acc. Entel* N° Acc.No Controladoras)+ Deuda Financiera Neta	3.514.732	3.417.470	2.811.496

Ebitda (Resultados antes de impuestos, intereses, reajustes y fluctuaciones de cambio, depreciaciones, amortizaciones e ítems extraordinarios).

Los resultados a nivel de Ebitda, aumentaron de 207.124 a 208.147 millones de pesos, entre los seis primeros meses de cada año. Esto representó un aumento del 0,5%. El aumento se explica por las menores pérdidas de la filial Entel Perú, presentando una mejora del 23% en su Ebitda, parcialmente compensado con menores márgenes del resto de los negocios principalmente en Chile, los cuales disminuyeron en un 5% en su Ebitda.

En el mes de septiembre de 2016 finalizó el proceso de aumento de capital de la Compañía acordado en Junta Extraordinaria de Accionistas. Se ofrecieron 4.481.000.000 acciones con opción preferente a los accionistas a un valor de $36,6, obteniéndose un 99,99% de colocación, suscribiendo y pagando los accionistas 4.477.957.099 acciones.

Los fondos antes señalados mas una deuda financiera de 70.000 millones de pesos, tuvieron como objetivo principal concurrir al aumento de capital de ENTEL, cuyos recursos serán destinados a financiar negocios propios del giro de la empresa, tanto en Chile como principalmente aquellos en desarrollo en su filial de telefonía móvil en Perú.

Luego de lanzar la marca Entel Perú hace más de dos años, Entel continúa consolidando su posición en ese mercado. Para esto, se han desarrollado campañas publicitarias de alto impacto orientadas a potenciar la marca y los servicios ofrecidos. Se han concentrado los esfuerzos en el desarrollo de una estrategia de negocios con el fin de lograr una posición relevante en el mercado, donde se ha fomentado una segmentación de clientes empresas y personas, rediseñando la oferta comercial y de atención al cliente, y con una expansión de los canales de distribución. Por otra parte se amplió significativamente la capacidad y cobertura de la red y las distintas tecnologías 2G, 3G y 4G, esta última posicionándose como la de mejor calidad del mercado peruano. Se ha continuado con la expansión de la red en las principales ciudades del país. Asimismo, se han expandido los puntos de venta y de servicio de recarga para los clientes de prepago, y se ha ampliado la oferta de planes comerciales y de equipos.

Evolución de índices financieros

En los períodos que se comparan, se observan menores márgenes y utilidades durante los seis primeros meses del presente año, en línea con un menor dinamismo de la economía. Por otra parte, los índices de endeudamiento presentan una mejora en los últimos doce meses afectados principalmente por el aumento de capital finalizado en el mes de septiembre del 2016 , y en menor medida por mayores utilidades acumuladas y menores pasivos corrientes.

Los Índices de Eficiencia y Rentabilidad - margen de utilidad y rentabilidades sobre patrimonio y activo - se han visto disminuidos principalmente por menores márgenes de los negocios en Chile en línea con una economía con menor dinamismo y con la alta competitividad en los mercados, por menores ingresos por los créditos tributarios de las inversiones en el exterior debido a una menor depreciación del dólar respecto del peso durante los seis primeros meses del presente año, y por gastos no recurrentes asociados con el proceso de reestructuración organizativa ocurrida en marzo de este año en Chile. Esto ha sido parcialmente compensado con una menor pérdida generada en la filial Entel Perú, asociado a la fuerte expansión de sus operaciones. En efecto, dicha filial ha desarrollado importantes inversiones y ha tenido un fuerte y sostenido aumento en el número de clientes generando mayores ingresos.

Respecto de la razón de endeudamiento, en los últimos doce meses ésta ha disminuido, pasando de una relación del 191 % a una de 162%. Esta variación es producto del efecto combinado de un aumento del patrimonio, compensado parcialmente por un aumento en el pasivo, donde estos últimos aumentan en 86 mil millones de pesos equivalentes a un 4%, y por otro lado el patrimonio

experimenta un aumento de 266 mil millones equivalente a un 22% respecto del período anterior. Este menor índice de endeudamiento se relaciona principalmente por el aumento de capital finalizado en el mes de septiembre del 2016.

El índice de cobertura de gastos financieros, se mantiene en un adecuado nivel de solvencia y asciende a 1,02 veces, presentando una disminución respecto a igual período del año anterior por menores utilidades del período. La holgura de este índice mejora, si se considera el costo financiero neto, es decir, compensando ingresos y gastos financieros. Medido de esta forma al cierre de junio de 2017 se sitúa en 1,03 veces.

Asimismo, si el cálculo se practica sobre flujos efectivos, considerando resultados antes de depreciaciones, su relación alcanza a 5.25 veces.

Para efectos del cálculo de los índices de cobertura de gastos financieros, se consideran como tales los intereses de préstamos bancarios, diferencias de tasas de interés por aplicación de contratos de cobertura de las mismas e intereses por contratos de arrendamientos financieros. Los cálculos de intereses se efectúan sobre la base de tasas efectivas, conforme a los procedimientos de costo amortizado (NIC 39).

En lo referido a índices de liquidez, la relación de cobertura de activos corrientes sobre pasivos corrientes tuvo un aumento pasando de un 127 % a un 138%. Esto, producto del efecto combinado de un aumento neto en los activos corrientes en 23 mil millones, y una disminución neta en los pasivos corrientes por 30 mil millones.

Respecto de la razón ácida, es decir la cobertura que tiene el efectivo y equivalentes al efectivo sobre los pasivos corrientes, presentó un aumento pasando de un 23% a un 25% de cobertura. Lo anterior dado por un aumento del Efectivo y Equivalentes al Efectivo en 3 mil millones, combinado con una disminución en los pasivos corrientes por 30 mil millones.

Análisis del Estado de Situación Financiera

ACTIVOS	30-jun-17 MM$	30-jun-16 MM$	Variación %
Activos Corrientes	730.941	707.579	3%
Activos no Corrientes	3.102.354	2.773.405	12%
TOTAL ACTIVOS	3.833.295	3.480.984	10%

En lo que respecta al nivel de los activos totales del Grupo, se observó un crecimiento en los últimos doce meses de 352 mil millones de pesos, equivalente a un 10%.

Las principales variaciones producidas durante los últimos doce meses en el total de activos se observan en el aumento del rubro Activos Intangibles asociado a la adquisición de la banda de 700 MHz a través de la filial Entel Perú por la suma de 193 mil millones pesos (US$290,2 millones), para dar servicios móviles de 4G en Perú, así como el aumento de 80 mil millones de pesos en la inversión neta en el rubro Propiedades, planta y equipo, correspondiente al monto en que las

inversiones superaron las depreciaciones del período, donde la inversión bruta alcanzó a los 388 mil millones de pesos.

Las inversiones en Propiedades, planta y equipo del Grupo Entel incluidas las filiales en Perú, estuvieron orientadas en un 79% a aquellos servicios de mayor desarrollo, particularmente de servicios móviles, y en un 21% a inversiones en plataformas e infraestructura de red fija.

A su vez, la inversión destinada a servicios móviles, correspondió principalmente a infraestructura de red, y a la adquisición de la banda de 700 MHz para dar servicios móviles de 4G en Perú.

En lo que respecta a inventarios corrientes, estos aumentaron en 4 mil millones, y están referidos básicamente a terminales de telefonía móvil, destinados a los usuarios de estos servicios. Su nivel, actividad y rotación son determinados en base a las proyecciones de crecimiento de la cartera, demandas por renovación de equipos, cambios tecnológicos y campañas de retención de abonados.

Adicionalmente, se observa un aumento de 58 mil millones en el rubro de Activos por Impuestos Diferidos, un aumento de 3 mil millones en el efectivo y equivalentes al efectivo y un aumento de 29 mil millones en las cuentas por cobrar comerciales.

Por otra parte, se observa una disminución de los Otros Activos Financieros no corrientes de 102 mil millones producto una disminución en los valores de mercado de la cartera de instrumentos de derivados financieros, los cuales forman parte de la estrategia de cobertura y tasa de interés de la Compañía.

Finalmente, se observa una disminución neta de 12 mil millones en los Activos por Impuestos Corrientes, producto del efecto combinado de un aumento de 63 mil millones asociados al aumento en los pagos provisionales mensuales (PPM) y por 28 mil millones de aumento del IVA crédito fiscal producto del mayor nivel de inversiones en la operación de Perú, los que fueron totalmente compensados con una reclasificación por 103 mil millones a la cuenta de Activos por Impuestos No Corrientes relacionado con el IVA crédito de Perú.

PASIVOS Y PATRIMONIO	30-jun-17 MM$	30-jun-16 MM$	Variación %
Pasivos Corrientes	528.848	558.079	-5%
Pasivos no Corrientes	1.842.720	1.726.982	7%
Patrimonio Total	1.461.727	1.195.923	22,2%
Atribuible a los Propietarios de la Controladora	875.887	742.733	17,9%
TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO	3.833.295	3.480.984	10%

En lo que respecta al nivel de los pasivos totales, se observó un aumento en los últimos doce meses de 86 mil millones de pesos, equivalente a un 4%.

El aumento del pasivo se origina principalmente en el pasivo financiero corriente y no corriente neto en 100 mil millones de pesos, derivado de la obtención de fondos por 99 mil millones con instituciones financieras, mejorando la liquidez de la compañía. Adicionalmente, las cuentas por pagar comerciales presentan una disminución de 18 mil millones. Por su parte, el patrimonio presenta un aumento neto de 266 mil millones de pesos, dado principalmente por el aumento de Capital Emitido y aprobado en Junta de Accionistas de abril de 2016 donde se suscribieron acciones equivalentes a 164 mil millones de pesos netos de gastos de colocación, un aumento en los resultados acumulados, y un aumento en las reservas por diferencias de conversión producto del aumento de las paridades cambiarias ocurridas en el período que afecta a las inversiones en las compañías en Perú, y que fueron parcialmente compensados por la disminución en las reservas de cobertura de flujo de caja producto de la disminución en los valores de mercado de la cartera de instrumentos de derivados financieros.

Como se comentó precedentemente, no se observan efectos netos relevantes por fluctuaciones de la tasa de cambio, debido a que estas han sido neutralizada por las políticas de protección cambiaria aplicadas por el Grupo. Esta política está basada en la cobertura de la exposición a través de los instrumentos derivados señalados anteriormente.

Análisis de los Estados de Resultados

Ebitda (Resultados antes de impuestos, intereses, reajustes y fluctuaciones de cambio, depreciaciones, amortizaciones e ítems extraordinarios).

Los resultados a nivel de Ebitda, aumentaron de 207.124 a 208.147 millones de pesos, entre los seis meses de cada año. Esto representó un aumento del 0,5%. El aumento se explica por las menores pérdidas de la filial Entel Perú, presentando una mejora del 23% en su Ebitda, parcialmente compensado con menor Ebitda de los negocios en Chile, los cuales disminuyeron en un 5%.

Evolución de los ingresos por ventas

Los ingresos del Grupo están representados por los rubros Ingresos de Actividades Ordinarias, Otros ingresos y Otras ganancias (pérdidas) del Estado de Resultados Integrales. Estos ingresos aumentaron en un 3%, al comparar los seis primeros meses de 2017 y 2016, según el siguiente detalle:

Evolución de los Ingresos por Venta

(En millones de pesos)	2017 MM$	2016 MM$	Variación %
Telefonía Móvil Chile	524.221	542.306	-3%
Telefonía Móvil Perú	210.380	162.294	30%
Servicios Privado (Incluye servicios TI)	91.990	84.489	9%
Telefonía Local (Incluye NGN - IP)	29.577	31.322	-6%
Servivio de Televisión	16.346	13.184	24%
Larga Distancia	6.661	8.406	-21%
Internet	20.489	16.538	24%
Servicios a Otros Operadores	25.819	26.005	-1%
Negocio de Tráfico	8.914	11.808	-25%
Americatel Perú	11.450	12.501	-8%
Servicios de Call Center y Otros	6.119	5.967	3%
Otros Servicios (1)	6.415	5.489	17%
Total Ingresos Operacionales	**958.381**	**920.309**	**4%**

(1) Ingresos no ordinarios, provenientes de enajenaciones de activos fijos, intereses comerciales y otros.

Los ingresos consolidados de los seis primeros meses del año totalizaron 958 mil millones de pesos, lo que significa un aumento del 4% en comparación con las cifras del mismo período del año 2016.

Como se observa, el crecimiento experimentado en los ingresos del Grupo, provienen principalmente por los servicios móviles de Perú, los que presentaron un aumento de un 30% en sus ingresos respecto del mismo período del año anterior. Los ingresos móviles tanto en Chile como en Perú continúan siendo la principal fuente de los ingresos del Grupo. Adicionalmente, se continúa observando un progresivo aumento de los ingresos de redes fijas asociados al segmento de clientes empresariales, en especial para la provisión de soluciones integradas de voz, datos e Internet, así como servicios de tecnología de la información (TI). También, los servicios de "Entel Hogar" presentan un constante crecimiento en sus ingresos.

La Compañía sigue con una sólida evolución de los clientes de telefonía móvil de alto valor, no obstante el entorno altamente competitivo de la industria, la cual presenta una desaceleración en su crecimiento en Chile en línea con una economía de menor dinamismo. En Perú, Entel continúa posicionando su marca para ser un actor relevante en el mercado y se ha focalizado en la expansión de la red, sus canales de distribución, y la ampliación de la oferta comercial.

En los servicios móviles en Chile, el Grupo mantiene un fuerte posicionamiento producto del sostenido impulso comercial y calidad de servicio. Los ingresos de telefonía móvil caen un 3% respecto de la misma fecha del año anterior, dado principalmente por una disminución en los ingresos de voz, mayoritariamente en el segmento de prepago producto de una menor base de abonados, caída en los cargos de acceso y una menor recarga de los servicios. Las tarifas de los cargos de acceso cayeron en un 18% y 24,4% en los meses de enero 2016 y 2017 respectivamente. Asimismo, el incremento de los minutos libres de voz ofrecidos en ciertos planes multimedia afectó los ingresos de los servicios del segmento de clientes de postpago. Estos efectos fueron parcialmente compensados con un importante aumento en los ingresos asociados a los servicios de

datos móviles producto de un aumento en la base de clientes de alto valor e impulsado por la mayor penetración de los servicios de Internet móvil. Por otra parte, los ingresos asociados a la venta de equipos y accesorios aumentan un 15% respecto de la misma fecha del año anterior, con un aumento principalmente en el segmento de prepago.

La filial Entel Perú, presentó en los seis primeros meses de este año un mayor ingreso de 20 mil millones de pesos respecto de igual fecha del año anterior equivalente a un +30%, impulsado por el aumento en los ingresos por servicios de voz y datos en conjunto con mayores ingresos por ventas de equipos. Este aumento fue impulsado por una fuerte expansión de los clientes en redes 2G, 3G y 4G, alcanzando un total de 5.758.905 de clientes móviles al 30 de junio 2017, mostrando un crecimiento neto de abonados de un 38% respecto de junio del 2016, y presenta un ARPU promedio de $5.541. La Compañía, también está ampliando su oferta comercial en forma selectiva al segmento residencial, con servicios de telefonía y banda ancha inalámbrica aprovechando las capacidades de la red móvil. Al cierre de junio del 2017, se alcanzaron 65 mil unidades generadoras de ingresos (UGI) en la modalidad suscripción. Este servicio auto-instalable se ofrece en distintos planes comerciales y se puede conectar a múltiples dispositivos con navegación ilimitada y velocidades hasta 4 Mbps. Actualmente, está disponible en Lima y algunas ciudades de Perú.

Los ingresos por servicios privados, relacionados con redes integradas de voz, datos e Internet prestados al segmento empresarial, conjuntamente con los servicios de Tecnología de la Información, han presentado una evolución positiva con un aumento del 9% respecto de junio de 2016, impulsada principalmente por la suscripción de nuevos contratos con los clientes.

Los ingresos de telefonía local presentan una disminución de un 6% asociado principalmente a la disminución en las tarifas de cargos de acceso, y manteniéndose estables los ingresos por servicios asociados a las 261 mil UGI bajo la modalidad de suscripción de los servicios de “Entel Hogar”.

El crecimiento en los servicios de televisión en un 24%, corresponde a la porción del servicio de televisión satelital asociado a "Entel Hogar". A la fecha este servicio cuenta con 135 mil UGI, obteniendo un crecimiento del 18% respecto de la misma fecha del año anterior, respaldado por un programa de marketing atractivo y efectivos procesos de ventas.

Los ingresos por servicios de larga distancia han presentado una disminución de un 21%, donde los ingresos de larga distancia internacional caen debido a menores tráficos en parte compensados con mayores tarifas.

Los servicios de internet experimentaron un crecimiento de un 24%, dada por una mayor actividad en el segmento empresarial, como también a los servicios de “Entel Hogar” en lo referido a la porción del servicio de banda ancha móvil (BAFI) ahora potenciadas por las capacidades de 4G+.

Los ingresos por servicios a otros operadores, presentan una disminución del 1% durante el período, asociado a una disminución de los ingresos por arriendo de infraestructura de red.

Los servicios de negocio de tráfico presentan una disminución del 25%, debido principalmente a menores tarifas, y en parte compensado por mayores minutos cursados.

Por su parte, Americatel Perú, presenta una variación negativa de un 8%, dado principalmente por menores ingresos de larga distancia asociados a menores tráficos, menores ingresos en servicios integrados de voz y datos para empresas sobre tecnologías satelitales, compensados parcialmente con mayores ingresos de servicios empresariales ofrecidos sobre fibra óptica y servicios de outsourcing TI.

Los servicios del Call Center presentan un aumento del 3%, impulsado por una mayor actividad principalmente en Perú.

Costos, Gastos y Rentabilidad

La siguiente información corresponde a los principales rubros de costos y gastos por los seis primeros meses 2017 y 2016.

Costos, Gastos y Rentabilidad (En millones de pesos)	2017 MM$	2016 MM$	Variación %
Costos de Operación	(908.988)	(861.974)	5%
Resultado Operacional (Ebit)	49.393	58.335	-15%
Costos Financieros netos, reajustes y otros	(48.449)	(47.571)	2%
Utilidad Neta	9.471	32.142	-71%

El costo consolidado de las operaciones durante los seis primeros meses del año totalizó 909 mil millones de pesos, lo que significa un incremento del 5% en comparación con las cifras de mismo período del año 2016.

El crecimiento observado, obedece al fuerte desarrollo experimentado por la filial Entel Perú, la cual presenta un aumento de costos de 38 mil millones de pesos respecto del mismo período del año anterior debido básicamente al fuerte aumento de la base de clientes con sus costos directos y de captura, y mayor depreciación. Al excluir los efectos de Entel Perú, los costos presentan un aumento de un 2% al comparar los seis primeros meses de cada año, donde los principales aumentos se producen en los costos de depreciación asociados al desarrollo en el nivel de inversiones en infraestructura de red de la compañía, gastos de personal, gastos no recurrentes asociados al proceso de reestructuración interna producida en Chile en marzo de este año y costos de captura y retención de clientes, que fueron parcialmente compensados con la reducción de los gastos de incobrables de cuentas por cobrar, mantenciones y arriendos.

Finalmente, se observan menores costos financieros netos, reajustes y otros, fundamentalmente por menores efectos de diferencias de cambios y reajustabilidad, compensados parcialmente con menores intereses ganados producto de la disminución de los niveles de caja invertidos, y por la aceleración del costo amortizado de intereses asociado a préstamos pre pagados en línea con el proceso de reestructuración de la deuda.

Telefonía Móvil Perú

Como se describe en la nota 31, información financiera por segmentos, esta operación corresponde a los servicios prestados a través de la filial Entel Perú S.A.

A continuación se presenta en base a los estados financieros individuales de Entel Perú, la evolución de sus resultados, inversiones y financiamiento, ocurrida en ambos períodos.

ENTEL PERU	30-jun-17 MM$	30-jun-16 MM$	Variación %
Total Ingresos Operacionales	216.133	165.932	30,3%
Pérdida Operacional	(71.176)	(83.867)	-15,1%
Pérdida Total	(65.981)	(70.383)	-6,3%

Entel Perú sigue desarrollando su estrategia, consistente en instalar en el mercado peruano una marca con una oferta distintiva, entregando una alta satisfacción a los clientes a través de la mejor experiencia de uso, incorporando segmentación y multicanalidad, con una infraestructura de clase mundial para servicios de voz y datos móviles, así como con una fuerte expansión regional de los canales de venta.

La dinámica del mercado peruano se ha movido hacia una mayor oferta de datos. En este escenario, Entel Perú continuó creciendo y consolidando su posicionamiento en el mercado, respaldado por una atractiva oferta de datos móviles en todos los segmentos con los mayores niveles de satisfacción de clientes. La compañía siguió desarrollando la marca Entel, con un avance significativo en su posicionamiento a través de amplias campañas de publicidad y ofertas comerciales atractivas para los segmentos de postpago y prepago.

La base de suscriptores de telefonía móvil de Entel Perú alcanza a 5.758.905 clientes al 30 de junio de 2017, creciendo un 38% respecto de junio del año anterior, impulsado por los servicios de 2G, 3G y 4G. La base de clientes se expandió un 12% en comparación con el primer trimestre de este año.

En el segmento de postpago se llegó a 2.036.743 clientes, con un aumento de 31% respecto de junio de 2016. Este crecimiento se logró a través de la oferta de una amplia gama de planes multimedia y ampliando a lo largo del año 2016 y 2017 su oferta con atractivas cuotas de navegación por internet, promociones a redes sociales y minutos de libre disposición para llamadas a todas las redes de destino. Asimismo, se continúa ofreciendo una variada oferta de terminales inteligentes Smartphone, como de planes asociados a las tarjetas SIM sin equipo.

En el segmento de prepago, hubo un aumento del 42% en la base de clientes, alcanzando los 3.722.162 clientes al 30 de junio de 2017. Este crecimiento fue impulsado por el progresivo aumento de la cobertura de la red y de los canales de venta en regiones, junto con ofertas que se centraron en proporcionar incentivos para recargas, incluyendo tráficos de voz ilimitados hacia cualquier red de destino y el uso de redes sociales como WhatsApp y Facebook básico gratis por tiempo limitado. Asimismo, se lanzaron promociones orientadas a portabilidad.

La Compañía, también está ampliando su oferta comercial en forma selectiva al segmento residencial, con servicios de telefonía y banda ancha inalámbrica aprovechando las capacidades de la red móvil. Al cierre de junio del 2017, se alcanzaron 65 mil unidades generadoras de ingresos (UGI) en la modalidad suscripción. Este servicio auto-instalable se ofrece en distintos planes comerciales y se puede conectar a múltiples dispositivos con navegación ilimitada y velocidades hasta 4 Mbps. Actualmente está disponible en Lima y algunas ciudades de Perú.

Todo lo anterior, soportado por el gran despliegue de redes de clase mundial 2G, 3G y 4G, llegando a 3.103 sitios en operación, lo que representa un aumento del 134% durante los últimos doce meses. Por otra parte y en la misma dirección, durante el período hubo una expansión significativa en los canales de ventas y recargas.

Los ingresos en los seis primeros meses del 2017 alcanzaron a 216 mil millones de pesos, lo que implica un aumento de 50 mil millones (+30)% respecto de junio 2016, impulsado por mayores ingresos de servicio (+28%), en línea con el crecimiento de la base de clientes, junto a un alza en ingresos por ventas de equipos (+47%).

Evolución de costos; el costo total de la operación durante el período totalizó 287 mil millones de pesos, lo que significa un incremento de 38 mil millones de pesos (+15%) en comparación con las cifras de mismo período del año 2016. Este aumento es explicado por el fuerte desarrollo de la base de clientes en Perú con sus costos asociados, y por la mayor depreciación.

El Ebitda de Entel Perú registró una pérdida de 51 mil millones de pesos, mejorando en 15 mil millones respecto de la misma fecha del año anterior (23%). Esta disminución de las pérdidas, fue impulsada principalmente por mejores márgenes en la venta de servicios unido al sólido crecimiento de los ingresos resultante de la fuerte expansión de la base de clientes, y por un mejor margen en la venta de equipos. Los gastos de comisiones por ventas y gastos de comercialización también crecieron en línea con las mayores campañas en la actividad de ventas.

La Depreciación, Amortización y deterioro presentan un incremento de 2,5 mil millones (+14%), principalmente asociado a mayor depreciación en línea con el fuerte despliegue de red realizado a partir del año 2013.

Entel Perú reportó una pérdida Operacional de 71 mil millones de pesos, menor en un 15% a la pérdida de 84 mil millones registrada en junio de 2016.

El flujo de inversiones de Capital, está relacionado con el despliegue de red que se ha venido realizando desde el año 2013 en Perú año en que Entel adquiere la filial, así como la adjudicación de la banda de 700 MHz para dar servicios móviles de 4G en Perú.

Durante los últimos doce meses las necesidades de financiamiento de la filial Entel Perú ascendieron a aproximadamente 709 millones de dólares, los que fueron aportados por su matriz Entel Chile.

Resultado antes de Impuesto Consolidado

Las variaciones que presentan los resultados antes de impuestos, es la resultante del comportamiento de los ingresos y egresos comentados precedentemente.

Con fecha 29 de septiembre de 2014 se publicó en el Diario Oficial de la República de Chile la Ley N°20.780, la que introdujo diversas modificaciones al actual sistema de impuesto a la renta y otros impuestos. Entre las principales, se encuentra el aumento progresivo del Impuesto de primera Categoría, alcanzando el 27% a partir del año 2018, producto de la aplicación del sistema parcialmente integrado, el que entra en aplicación a contar del año 2017.

El impuesto a la renta determinado al 30 de junio de 2017 considera el aumento de la tasa de impuesto del 24% al 25,5% para este año. Durante los seis primeros meses de este año se produjo un menor ingreso por impuesto a la renta por 13 mil millones de pesos comparado con el mismo período del año anterior, básicamente por menores ingresos por los créditos asociados al valor tributario de las inversiones en el exterior por una menor depreciación del dólar respecto del peso durante los seis primeros meses de cada año, y por la mayor tasa de impuesto aplicada en este año.

Ganancia (Pérdida) atribuible a los Propietarios de la Controladora

La Ganancia atribuible a los propietarios de la Controladora alcanzó a $ 4.286 millones al 30 de junio de 2017 y a una Ganancia de $17.700 millones al mismo período del año 2016, lo que representa una disminución del 76%.

Activos y Pasivos (Consolidado Extracontable)

Con el objeto de facilitar la comprensión de los Estados Financieros de la Sociedad, en el siguiente cuadro se presentan los principales activos y pasivos de las empresas del Grupo, excluyendo la consolidación con ENTEL.

Consolidado Extracontable	Millones de $ jun-17	%
Activos		
Efectivo y Efectivo Equivalente	21.672	2,3%
Inversión en Telecomunicaciones	922.518	97,4%
Propiedades de Inversión (Terrenos)	1.525	0,2%
Provisión Dividendos por recibir	0	0,0%
Otros	1.590	0,2%
Pasivos y Patrimonio		
Préstamos Bancarios	70.110	7,4%
Dividendos por Pagar	25	0,0%
Otros	1.282	0,1%
Patrimonio	875.888	92,5%

II COMENTARIOS SOBRE EL ESTADO DE FLUJOS DE FONDOS

Las fuentes de generación de efectivo, han presentado el siguiente comportamiento durante los seis primeros meses de cada año, en cada una de las aéreas de actividad que se comentan.

En las actividades de operación, se observó una disminución de los flujos netos de ingreso por 3 mil millones de pesos, al disminuir de 179 mil a 176 mil millones de pesos.

Esta disminución en las actividades de operación, fue dado principalmente por el efecto combinado de un aumento en los pagos de la operación en 46 mil millones (5%), los que fueron prácticamente compensados con un aumento en el rubro "Ingresos Cobrados a Clientes" que crecieron en 43 mil millones de pesos (4%).

Por su parte, en las actividades de inversión, se observa un aumento en los flujos netos de egresos por 11 mil millones de pesos, y fue dado principalmente por un aumento en el rubro "Compras de Propiedad, Planta y Equipo" en 13 mil millones (6%).

Finalmente, en las actividades de financiación se observó un aumento en los flujos netos de ingresos de 22 mil millones, derivado de la obtención de fondos por 99 mil millones con instituciones financieras, los que fueron parcialmente compensados con el pago de dividendos por 10 mil millones y por el aumento en los pagos netos en la liquidación de derivados.

Como consecuencia de los movimientos comentados y de los saldos de efectivo y equivalentes del efectivo mantenidos al principio de cada período, las disponibilidades finales al cierre de cada uno de los períodos en "Efectivo y equivalentes al efectivo", aumentaron de 127 a 130 mil millones de pesos, manteniéndose en volúmenes que cubren satisfactoriamente la planificación de flujos de efectivo del Grupo.

III. ANALISIS DE MERCADO Y RIESGO DE MERCADO

Análisis de Mercado

El Grupo Entel se desempeña en un mercado altamente competitivo y en un continuo cambio tecnológico en las diversas líneas de servicios que ofrece.

Entel, no obstante la industria presenta una desaceleración en su crecimiento en Chile en línea con una economía de menor dinamismo y un entorno altamente competitivo sigue con una sólida evolución de los clientes de telefonía móvil de mayor valor, profundizando la penetración de datos móviles apoyado por fuertes niveles de reconocimiento de marca, una infraestructura superior con experiencia multicanal al cliente, la consolidación de la oferta de los planes de datos, y con un importante liderazgo en la participación de los ingresos en la industria.

La Compañía sigue comprometida por mantener un modelo de negocio basado en pilares fundamentales tales como la alta calidad de los servicios, contar con la mejor infraestructura de red y con un alto grado de innovación, lo cual le permite prosperar en mercados altamente competitivos.

En el último tiempo se ha mantenido un alto nivel de ofertas comerciales por parte de los competidores que participan en el mercado de las telecomunicaciones, incluyendo a los Operadores Virtuales de Telefonía Móvil (MVNO).

Respecto a estos últimos, el Grupo Entel tiene suscrito con distintos participantes del mercado, convenios de "roaming" doméstico y contratos de operador móvil virtual (OMV), a través de los cuales provee acceso a sus redes móviles en aquellas regiones en las que otros operadores no tiene cobertura a través de sus propias redes, y ofrece servicios de infraestructura de red, respectivamente.

Con el desarrollo de la tecnología 4G+ con la banda 700 Mhz, la compañía ha seguido avanzando en su estrategia de ampliar el uso de datos móviles, donde se han efectuado importantes inversiones para aumentar la penetración de teléfonos inteligentes ("Smartphone"). Hoy en día, el 90% de los clientes de post-pago ya tiene un plan de datos o multimedia, lo que representa un 12% de crecimiento respecto de junio 2016 en los clientes de este tipo. Asimismo, en el segmento de prepago la penetración de servicios ha crecido significativamente en el tiempo.

El favorable posicionamiento del Grupo ENTEL junto a su infraestructura tecnológica, constituye una particular fortaleza en el tránsito hacia los ajustes de mercado que se deba enfrentar. En servicios móviles, representativos del 77% de los ingresos del período, la marca "Entel" mantiene un fuerte posicionamiento, con una alta preferencia por parte de los usuarios, cuenta con la mejor infraestructura de red, y con un alto grado de innovación, ofreciendo una experiencia multicanal al cliente. Estos factores, hasta la fecha han sido decisivos en el manejo de las políticas de participación de mercado y de composición de cartera de clientes (post pago y de prepago).

Las políticas de mercado aplicadas, han sido exitosas en el otorgamiento de especial atención a los abonados bajo la modalidad de post-pago, cuyo nivel de utilización de servicios (MOU para voz y GOU para datos) e ingresos promedio (ARPU) son superiores a las de los abonados bajo la modalidad de prepago.

La sociedad mantiene un permanente análisis respecto de los actores relevantes en la industria de las telecomunicaciones, tanto en servicios móviles, como de red fija. La industria móvil en Chile ha estado sujeta a un aumento en la dinámica competitiva, una fuerte expansión del uso y las ofertas de datos móviles, y una importante tendencia de migración de clientes desde el segmento de prepago al de suscripción. Es así como a nivel agregado la industria ha mostrado un casi nulo crecimiento de clientes, donde los clientes de prepago han caído y los de suscripción han tenido un leve crecimiento. En este mercado, durante los últimos doce meses la base de clientes de telefonía móvil que la compañía mantiene en Chile tuvo una disminución neta del 8% alcanzando los 8.880.424 clientes. Esta variación negativa se da básicamente en clientes del segmento de prepago (voz y banda ancha móvil) que se relaciona principalmente por el menor dinamismo que presenta la economía en el país, así como por menores promociones asociadas a la disminución en las tarifas de interconexión móviles del 18% y 24,4% en los meses de enero de 2016 y 2017, respectivamente, y a la migración hacia planes de postpago. Por otra parte, en un ambiente de alta competitividad, Entel ha crecido un 4% en su base de clientes de post-pago (voz y banda ancha móvil) en los últimos doce meses, donde se encuentran los clientes de mayor valor, representando un 43% de la base total de clientes de telefonía móvil en Chile.

Con respecto a la oferta de planes de telefonía móvil, con el objetivo de mejorar permanentemente la experiencia de uso de los clientes, la compañía a lo largo del tiempo ha profundizado la oferta de datos en los planes de multimedia con la característica de cobrar el exceso consumido sobre los límites del plan de datos contratado, en lugar de reducir la velocidad de navegación.

En el último tiempo, la Compañía lanzó "Planes Multi Smart"en el segmento de postpago, que permite la conexión de hasta cinco dispositivos en un plan específico, a partir de planes de datos de 2 GB hasta 10 GB, con mayores cuotas de video y música en todos los planes, presentando ofertas con o sin terminales. Adicionalmente, en el último tiempo se han lanzado nuevos planes cuenta controlada, Control SIMple, los cuales incluyen WhatsApp ilimitado sin utilizar la cuota de datos mensual que se incluye en cada plan. Esta nueva oferta responde a la tendencia de los usuarios de utilizar una mayor cantidad de datos en aplicaciones de mensajería instantánea como WhatsApp. Por otra parte, se introdujo un modelo de autoservicio más ágil para planes de tarifas bajas, con el lanzamiento del "nuevo chip auto plan", proporcionando fácil acceso y capacidades de instalación automática, que se distribuyó en los canales minoristas. En este escenario, Entel continuó desarrollando su estrategia basada en el valor, la calidad del servicio y la experiencia del cliente.

Como una manera de seguir innovando y para reforzar el compromiso de entregar la mejor experiencia de navegación, Entel lanzó en junio su nueva oferta de planes Conectados, que incluyen el uso ilimitado de redes sociales, así como de aplicaciones de música y video. Esta nueva oferta responde a la tendencia del crecimiento exponencial del consumo de datos móviles de los usuarios y al hecho de que Entel puede ofrecer una experiencia de navegación distintiva a sus clientes, ya que cuenta con la red más moderna de Latinoamérica y servicio 4G+ desplegado en todas las regiones del país.

Con respecto a la oferta de planes de telefonía móvil para el segmento empresas, se han lanzado planes que cuentan con una mayor cuota de navegación, mejor conectividad empresarial de aplicaciones de correo electrónico y mensajería whatsapp de manera permanente, y minutos de voz ilimitados.

El mercado de prepago continuó siendo afectado por una reducción de las recargas por parte de los usuarios, la caída en los cargos de acceso y una mayor migración hacia planes de postpago. En este escenario, las ventas fueron impulsadas por el modelo SIM y recargas promocionales, que ofrecen acceso gratuito por tiempo limitado a redes sociales, como Facebook, WhatsApp y Twitter, y un mayor acceso y continuidad de servicios a través de servicios en línea. Adicionalmente, la compañía lanzó planes bajo un modelo de autoservicio, que incluye promociones para clientes portados.

Para el desarrollo de los planes comerciales, la puesta en marcha de la tecnología 4G+ con la banda de 700 Mhz ha permitido profundizar la oferta de datos en forma atractiva. Asimismo, en marzo de este año se completó el despliegue a nivel nacional, convirtiéndose Entel en la primera en lograr cobertura LTE avanzada a nivel nacional en la banda de 700MHz y 2,6 GHz, que es la más moderna de Latinoamérica, permitiendo ofrecer servicios de datos de más alta velocidad aumentando la calidad en la cobertura en espacios cerrados o indoor, permitiendo además entrar de manera agresiva a la banda ancha fija inalámbrica.

Al 30 de junio del 2017, la penetración de datos entre los suscriptores de postpago fue del 90%, alcanzado 2,5 millones de clientes en servicios 4G, lo que representa un crecimiento del 69% respecto de junio del 2016 y un 14% más que en el primer trimestre en dichas conexiones.

En los segmentos de empresas, la Compañía ha seguido consolidando y aumentando su presencia, tanto en los servicios móviles, como en aquellos servicios integrados de voz, datos e Internet, junto a la oferta de outsourcing TI.

En lo relacionado a los servicios asociados a la red fija, con una propuesta de servicios entregada sobre una sólida base de infraestructura, fibra óptica y capacidades de data center, se continúa observando un crecimiento en el segmento de clientes empresariales, en especial para la provisión de soluciones integradas de voz, datos e Internet, así como servicios de tecnología de la información (TI), donde se ha apreciado un creciente interés en el uso de plataformas en la nube (Cloud), cuyo servicio permite a las empresas migrar desde plataformas propias a soluciones de outsourcing.

Adicionalmente, se han lanzado en el último tiempo servicios de Ciber Seguridad focalizada en la protección de los activos críticos, la información comercial de las empresas, y datos e infraestructura TI de las compañías e instituciones, permitiendo prevenir la fuga de información, fraude electrónico y espionaje industrial, desarrollando alianzas estratégicas con actores internacionales para prestar servicios de clase mundial. De esta forma, a fines del 2016, Entel logra la categoría Platinum Managed Security Service Provider para proveer soluciones de seguridad de la empresa Fortinet, logrando de esta forma ser el primer Service Provider en Chile de esta categoría. Con esto, es posible dar respuesta a las crecientes necesidades de seguridad de nuestros clientes, donde se cuenta con el portafolio Entel Cyber Secure, el que incluye soluciones y servicios de Ciberseguridad para la protección, defensa, gestión de riesgos y cumplimiento normativo de los Sistemas TIC en el ámbito empresarial, industrial y de gobierno.

La Compañía ha estructurado diferentes propuestas de servicios para el segmento empresas sobre la base de su sólida infraestructura móvil y su red GPON, y capacidades de centro de datos (Datacenter), a través de la venta convergente de servicios fijos y móviles.

La ampliación de la red GPON ha permitido a Entel lograr una mejor cobertura y eficiencia de los servicios fijo y aumentar su presencia en el mercado empresas, mejorando así las soluciones de conectividad y la integración de los servicios fijos y móviles con acceso de alta velocidad.

La Compañía está involucrada en proyectos de alta complejidad en el segmento corporativo, que se han traducido en lograr un liderazgo en cuotas de mercado en el negocio de las telecomunicaciones. Asimismo, la Sociedad se ha consolidado como un actor importante en el negocio de TI y como el mayor proveedor de infraestructura de centro de datos (Datacenter), contando además con las certificaciones Tier III Design Documents y Tier III Constructed Facility, que otorga el Uptime Institute. Su diseño, implementación y operación permiten garantizar un 99,982% de disponibilidad ante cualquier contingencia.

Respecto de los servicios de “Entel Hogar”, donde la compañía aprovechando el nivel de desarrollo y convergencia de sus tecnologías, y enfocándose a proveer soluciones de telefonía fija inalámbrica, Internet y televisión satelital para ciertos segmentos del mercado residencial, al 30 de junio de 2017 se alcanzaron 459 mil UGI en la modalidad de suscripción, creciendo un 9% respecto del mes de

junio del año anterior impulsado por una oferta comercial atractiva con el correspondiente apoyo de una campaña publicitaria.

La Compañía se encuentra en un proceso de despliegue de su red de Fibra Óptica, cuyo objetivo es llegar rápidamente a hogares del segmento de alto consumo en el país, para así entregar los servicios de Internet, Televisión y Telefonía fija. A la fecha, la red cubre ciertos sectores de la región Metropolitana. Para hacer uso de esta nueva red, ya se comenzó a modo de marcha blanca con la venta de los servicios a los clientes que tengan actualmente la red desplegada.

La estrategia de Entel y el posicionamiento de su marca como "proveedor de servicios de calidad superior" han sido reconocidos con el premio Best Customer Experience (BCX) de IZO en la categoría de Telecomunicaciones en Latinoamérica. Es el sexto año consecutivo que la empresa recibe la máxima distinción en Chile y quinto año a nivel latinoamericano.

Por segundo año consecutivo, Entel fue reconocida como la compañía con la mejor reputación del sector Telecomunicaciones en Chile, a través del premio RepTrak Chile 2017, que realiza en nuestro país Reputation Institute y Triangular Integración Estratégica. La investigación se focaliza en la combinación de productos y servicios de calidad a un justo precio, con actitudes éticas y transparentes en sus relaciones con los diferentes grupos de interés.

Por décimo cuarto año consecutivo, Entel fue distinguida en el mes de agosto del 2016, con el primer lugar en la categoría de “Telefonía Móvil” del Premio Nacional de Satisfacción de Clientes Procalidad, reconociendo nuevamente el liderazgo de la compañía en calidad de servicio.

En el mes de octubre del 2016, Entel fue elegida como la empresa más innovadora del país en el sector telecomunicaciones del ranking “Most Innovative Companies Chile”. Este ranking es realizado anualmente por el ESE Business School de la Universidad de Los Andes y participaron más de 300 empresas, las cuales son sometidas a una evaluación de sus políticas, procesos, procedimientos y cultura de innovación, así como también en su impacto en los resultados de la empresa.

A principios de año se publicó un estudio en el que Entel lidera el primer “Digital Index Ranking de Marcas Digitales” desarrollado por Llorente & Cuenca, que tiene el objetivo de medir la presencia de las empresas del IPSA en entornos digitales y la estrategia de dichas compañías en las diversas plataformas virtuales. Para esto, se desarrolló un modelo de métricas a partir del Marco de Evaluación Integrada de AMEC (Association of Measurement and Evaluation of Communication), basándose en tres aspectos: relevancia, influencia y creencias, seleccionando a 20 marcas que cotizan en la Bolsa de Santiago, las cuales se destacan por su producción de contenidos digitales y participación en las redes sociales.

En el 2016, Entel se convirtió en la primera empresa de telecomunicaciones chilena en ingresar en el Dow Jones Sustainability Index Chile.

En materias relativas a Concursos Públicos, respecto de otorgar concesiones de servicio público de transmisión de datos en la banda de frecuencia de 700 MHz, en el mes de Septiembre de 2015 se publicó el Decreto que otorga la concesión a nuestra concesionaria Will S.A., con este acto se activaron los compromisos de plazos de ejecución del despliegue del proyecto técnico en esta banda de Frecuencia (plazo 2 años), así como también, las obligaciones de las contraprestaciones

reguladas en las respectivas bases del concurso. Esto implica dotar de servicio de telefonía y trasmisión de datos a 549 Localidades, 373 Kilómetros de rutas, como también conectividad de acceso a internet en 212 Escuelas (con gratuidad por 2 años). Adicionalmente, se debe disponer una Oferta Pública para Operadores Móviles Virtuales, para el Servicio de Roaming Automático Nacional y para el Servicio de Transporte de Datos Mayorista para servicio de Acceso a Internet. Las obligaciones de servicios en Localidades, Rutas y Escuelas deben estar ejecutadas en un plazo máximo de 18 meses.

Al respecto, nuestras concesionarias ya han cumplido su obligación de disponer las Ofertas Públicas exigidas en las bases. Asimismo, fueron recepcionados junto con la Subsecretaría de Telecomunicaciones, los servicios de Telefonía y Transmisión de Datos en las localidades y rutas asignadas. Misma situación sucede respecto de la instalación de las 212 Escuelas que exige el concurso, las cuales ya se encuentran recepcionadas y operativas.

La banda de frecuencia de 700MHz, tal como se ha expresado por diversos expertos, es relevante para el desarrollo de la oferta de servicios de telecomunicaciones. En especial para los servicios de transmisión de datos de alta velocidad (LTE), ya que permite complementar la oferta de servicios LTE o 4G con una banda de mayor penetración indoor y mejor cobertura rural, y adicionalmente permite otorgar el servicio de Carrier Agregation en conjunto con la banda de 2600 MHz, tecnología que ya está siendo entregada a nuestros clientes a partir de mayo del 2016 en la Región Metropolitana, y ya en marzo de este año se completó el despliegue a nivel nacional, convirtiéndose Entel en la primera en lograr cobertura LTE avanzada a nivel nacional en la banda de 700MHz y 2,6 GHz, que es la más moderna de Latinoamérica. Todo lo anterior ha permitido aumentar la oferta y velocidad de servicio de datos a nuestros clientes. Con esto, Entel se consolida como la empresa de telecomunicaciones que más ha avanzado en el despliegue del 4G+ a nivel país, logrando entregar esta tecnología con cobertura nacional.

En el ámbito de las operaciones internacionales, en la actualidad el Grupo mantiene presencia sólo en Perú, cuyo mercado, requerimientos de recursos y esfuerzos de administración, se encuentran alineados con las actuales definiciones estratégicas. Los negocios del Grupo en Perú, tradicionalmente estaban enfocados a servicios integrados de red fija para clientes empresariales en la ciudad de Lima y servicios Call Center, tanto domésticos como internacionales, y desde 2013 se han expandido hacia negocios de telefonía móvil a través de Entel Perú.

El desarrollo de Entel Perú constituye un proyecto de largo plazo que se estima le posibilitará posicionarse como operador global de telefonía móvil en un mercado de alto potencial como el peruano. Este mercado se encuentra atravesando por un importante cambio tecnológico, en donde progresivamente los servicios de voz evolucionan hacia un uso intensivo de datos móviles.

Entel Perú, ha formulado su estrategia de negocios a modo de convertirse en un operador móvil global, sirviendo a todos los segmentos con una experiencia de clientes diferenciadora en un momento de importante evolución tecnológica hacia los servicios de datos móviles. Para esto, se han orientado los esfuerzos en la expansión de la red, la oferta tecnológica para voz y datos móviles, canales de distribución, y ampliación de la oferta comercial y de terminales para el mercado.

Entel Perú ha continuado con la construcción de marca, con un alto nivel de satisfacción de clientes, y expansión de su red de clase mundial. La oferta incorpora importantes promociones para atender a los clientes, apalancado por una experiencia de uso distintiva y apoyada en una infraestructura de clase mundial. La oferta comercial incluye alta capacidad de datos en los planes multimedia incorporando servicio de voz ilimitada sin distinción de le red de destino, equipos terminales de alta gama, y acceso gratuito a redes sociales. Esta proposición ha sido reconocida por el mercado peruano y en la actualidad la marca posee un alto nivel de recordación. Asimismo, a lo largo del período la oferta de una amplia gama de planes multimedia se ha ido ampliando con atractivas cuotas de navegación por internet, promociones a redes sociales y minutos de libre disposición para llamadas a todas las redes de destino. Asimismo, se continúa ofreciendo una variada oferta de terminales inteligentes Smartphone, como de planes asociados a las tarjetas SIM sin equipo.

Como consecuencia de lo anterior, la base de clientes ha crecido constantemente, alcanzando al 30 de junio de 2017 la cantidad de 5.758.905 clientes, creciendo un 38% respecto de junio del año anterior, y un 12% respecto del trimestre anterior, impulsado por los servicios 2G, 3G y 4G. La base de clientes de post-pago (voz y banda ancha móvil), creció un 31% respecto de junio 2016, donde se encuentran los clientes de mayor valor. En lo que respecta a prepago (voz y banda ancha móvil), la base de clientes creció un 42% y se continúa avanzando en desarrollar la oferta ampliando los canales de recargas a lo largo del país, de ventas y redes de distribución, y acceso a redes sociales en forma gratuita.

La Compañía, también está ampliando su oferta comercial en forma selectiva al segmento residencial, con servicios de telefonía y banda ancha inalámbrica aprovechando las capacidades de la red móvil, alcanzando 65 mil unidades generadoras de ingresos (UGI) en la modalidad suscripción al 30 de junio de 2017. Hacia fines del 2016, se inició la venta del servicio de banda ancha inalámbrica, también aprovechando las capacidades de la red móvil. Este servicio de auto-instalación, se ofrece en distintos planes comerciales y se puede conectar a múltiples dispositivos con navegación ilimitada y velocidades hasta 4 Mbps. En una primera fase, este servicio está disponible en Lima y algunas ciudades de Perú.

En 2016, Entel Perú se adjudicó uno de los bloques de 30 MHz en la banda de los 700 MHz, mediante licitación pública realizada por el Ministerio de Transportes y Comunicaciones. Esta banda, es de gran importancia por estar ubicada en la zona baja del espectro radioeléctrico y ser, además, parte del estándar utilizado a nivel mundial. Estos 30 MHz se suman a los 97,4 MHz que ya tenía Entel Perú, contando así con 127,4 MHz para servicios móviles, además de contar con espectro para servicios inalámbricos de todo tipo en las bandas de 2.5 GHz y 3.5 GHz.

Lo anterior es muy importante para el presente y para el desarrollo futuro de la empresa, en cuanto a nuestra capacidad de hacer ofertas competitivas, en un mercado en que el uso de los datos por medios inalámbricos crece exponencialmente. Al día de hoy podemos decir que Entel Perú es un operador líder en cobertura de servicios 4G, con espectro adecuado para desarrollar una oferta de datos de largo plazo, con casi seis millones de clientes; con una marca reconocida por un gran porcentaje de las personas y con una alta preferencia en el mercado móvil.

Siguiendo las tendencias de portabilidad de los últimos meses, Entel Perú continúa en una posición de liderazgo en la obtención de portaciones netas positivas, registrando desde el inicio 896 mil adiciones netas en clientes de postpago. Durante el segundo trimestre de este año, las ganancias netas en portabilidad ascendieron a 202 mil, donde postpago alcanzó a 112 mil y 90 mil en prepago.

Por segundo año consecutivo, Entel Perú recibió cuatro premios Effie en reconocimiento a sus efectivas campañas de comunicación y marketing, para difundir su oferta comercial diferenciadora, reflejando la alta valoración y aceptación en el mercado peruano.
Entel Perú, fue reconocida en el ranking de reputación corporativa realizada por MERCO. La compañía alcanzó la posición número 16 en el año 2016, avanzando 55 lugares respecto del ranking 2015. En un marco de importante expansión en sus clientes, la Compañía se destacó en el 2016 entre las 100 empresas evaluadas en los distintos sectores de la economía, y fué la mejor rankeada en el sector de telecomunicaciones.

Análisis de riesgo de Mercado

Los riesgos de mercado que enfrentan las empresas del Grupo, se comentan en la nota 33 a los estados financieros consolidados.

En dicha nota se comentan los riesgos tecnológicos, regulatorios, cambiarios, de crédito, de tasa de interés y de liquidez, así como las políticas de control y mitigación aplicadas. El permanente análisis de las tendencias tecnológicas y de mercado se mantiene potenciado por una alianza con Vodafone Group, operador de origen británico, líder a nivel mundial de telefonía móvil. A través de esta alianza, el Grupo Entel, entre otros beneficios, comparte las mejores prácticas en servicio al cliente, accede a nuevos productos de voz y datos con acceso internacional, puede ampliar la cobertura y calidad en los servicios de Roaming y mantener el liderazgo en el desarrollo de servicios de valor agregado en el plano de la Telefonía Móvil Digital Avanzada.

En materia regulatoria, con respecto a los servicios prestados por el Grupo a nivel doméstico, han sido promulgadas o se encuentran en trámites legislativos y administrativos avanzados, diversas reformas que afectarán la competencia, acelerarán la penetración de Internet, se establecen nuevas tarifas para los servicios de interconexión, entre otros objetivos.

Como se comenta en las notas a los estados financieros, entre estas reformas se incluye el establecimiento de mayor información a los usuarios, destinadas a comparar las ofertas de mercado para los servicios de Internet, la portabilidad geográfica y entre servicios, la uniformidad de la numeración telefónica entre redes fijas y móviles, los procesos de determinación de las tarifas de los servicios que se prestan a través de las interconexiones, entre otros. Asimismo, el órgano de competencia ha establecido instrucciones a las compañías de telecomunicaciones para la aplicación de diferenciación (o no) en las tarifas de las llamadas según la red de destino, como asimismo ha recomendado el establecimiento en materia legislativa que permita las transacciones de espectro.

Respecto de los procesos tarifarios la autoridad mantiene la política iniciada en el 2014 de establecer bajas tarifarias en los servicios que se prestan a través de las interconexiones, en especial los valores de cargo de acceso, para las concesionarias móviles y fijas.

Frente a los cambios regulatorios antes señalados, la diversificación y el tamaño del Grupo Entel, permiten paliar las consecuencias de una eventual regulación adversa, así como crear nuevas oportunidades de negocios. Con todo, no se puede descartar que en el marco de una industria regulada, no puedan surgir cambios que impacten los resultados o limiten las posibilidades de crecimiento.

IV. CUMPLIMIENTO DE COMPROMISOS

Las sociedades del Grupo se encuentran al día en el cumplimiento de todas sus obligaciones con terceros.

---------o0o--------