



vtr.com

REPORTE DE SOSTENIBILIDAD 2016



LIBERTY GLOBAL



VTR POR CHILE



SOBRE ESTE REPORTE

Este Reporte de Sostenibilidad es el undécimo que publica VTR de forma consecutiva desde 2006. Sus contenidos resumen el desempeño económico, social y ambiental de la compañía durante el período comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2016.

Esta información considera la gestión de VTR GlobalCom SpA y se complementa con antecedentes de años anteriores y referencias de contexto a su empresa matriz, Liberty Global, a fin de entregar al lector las herramientas necesarias para una mejor comprensión de la organización.

Para su elaboración, VTR siguió las directrices del Marco de Información de Sostenibilidad G4 del Global Reporting Initiative (GRI), opción esencial.

Los datos e indicadores contenidos en este documento fueron aportados por las respectivas áreas de la empresa y recopilados sobre la base de técnicas estándar de medición, la mayor parte de las cuales coincide con las empleadas en el

reporte anterior. Todos estos antecedentes fueron verificados para Liberty Global por una empresa auditora internacional, razón por la cual VTR decidió no efectuar este mismo proceso a nivel local.

Los indicadores de gestión medioambiental, específicamente, se desprenden de los registros anuales consolidados de la matriz, los que incluyen la información de aquellos lugares y operaciones que han estado activos por un mínimo de seis meses durante el período de referencia.

Más detalles sobre el desempeño sustentable de VTR se pueden encontrar en www.vtr.com. En este mismo sitio está a disposición la tabla completa de indicadores GRI.

Los comentarios y consultas sobre los contenidos de este Reporte de Sostenibilidad se deben enviar a los correos electrónicos francisca.munoz@vtr.cl y marco.larson@vtr.cl.



CONTENIDO

- 1. Mensaje del Gerente General 4
- 2. Somos VTR 6
- 3. Una empresa Liberty Global 7
- 4. Gobierno Corporativo 8
- 5. Nuestra Cultura 10
- 6. Estrategia de Sostenibilidad 11
- 7. Imaginación Digital 16
- 8. Conectividad Responsable 35

MENSAJE DEL GERENTE GENERAL

En VTR consideramos la sostenibilidad como un elemento inherente a nuestra actividad. Y esto no es solo un eslogan. Hoy, las telecomunicaciones -y particularmente las herramientas digitales- son una pieza clave no sólo del modelo de desarrollo al que aspira el país, sino también un factor esencial del bienestar de las personas y un motor de integración social. Por lo mismo, el negocio de la compañía ya no lo podemos entender únicamente desde una perspectiva económica. VTR, en su carácter de empresa líder en el mercado de las nuevas tecnologías, ha pasado a ser un actor protagónico del devenir de Chile.

Es en este contexto que en 2016 decidimos traducir esta mirada integral en una nueva declaración corporativa que denominamos los 5 Compromisos de VTR por Chile, una definición que resume el aporte que buscamos hacer como empresa al futuro del país. Estos compromisos los fundimos en nuestra estrategia de sostenibilidad junto con la visión que impulsa en este ámbito Liberty Global, que apunta a favorecer cambios positivos en la sociedad a través de las herramientas digitales, y los alineamos además con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas (ODS), considerando el alcance global de todos estos desafíos.

En el marco de este nuevo sistema conceptual, durante 2016 hicimos grandes avances

en cada una de estas cinco promesas.

Aceleramos la inversión en infraestructura, por ejemplo, con la construcción de 132 mil nuevos home pass, como parte de un plan de trabajo a través del cual buscamos llegar al año 2020 con 4 millones de hogares habilitados para recibir nuestros servicios, una cobertura que supera el 60% del país.

Continuamos desarrollando la Banda Ancha y la TV por pago aumentando gratuitamente a 100 MB la velocidad de todos nuestros clientes con planes de 80 MB, un esfuerzo que nos permitió cerrar el año con un promedio de 56 MB para toda la cartera y que al mismo tiempo dio un nuevo impulso al ancho de banda promedio a nivel nacional. En la misma línea, lanzamos también VTR Negocios, con una oferta de valor especialmente diseñada para las necesidades de las pequeñas y medianas empresas.

Todos estos progresos, así como los programas que estamos impulsando en materia de Experiencia Clientes, nos permitieron obtener durante 2016 muy buenos resultados desde el punto de vista del negocio. En Banda Ancha sumamos 88 mil nuevos servicios, el mejor registro en 9 años, mientras que en Telefonía Móvil, las suscripciones aumentaron en 26%. A nivel global, en el año logramos ingresos por \$581 mil millones, un 6% más que en el ejercicio anterior.



Con el fin de afianzar el carácter de VTR como un espacio de desarrollo meritocrático, diverso y participativo, a nivel de colaboradores reforzamos las definiciones culturales adoptadas en 2015 y optimizamos nuestro modelo de capacitación.

Por otra parte, seguimos profundizando el programa VTR Internet Segura, con charlas a escolares de mayor alcance y un enfoque más centrado en las oportunidades de crecimiento personal y profesional que supone Internet para toda la familia.

Finalmente, echamos a andar nuestra Fundación Vive Chile, una instancia que nos permitirá contribuir a la generación de los contenidos audiovisuales que demanda el país del futuro.

Mirar nuestro quehacer desde esta perspectiva más trascendente nos ilusiona, aunque también representa grandes desafíos e importantes responsabilidades.

Por lo pronto, a nivel operativo, el carácter de primera necesidad que han adquirido los servicios de Banda Ancha y Televisión nos obliga a responder con cada vez mayor inmediatez y eficacia las crecientes expectativas de atención de los usuarios.

La alta competencia en el mercado es un factor que nos exige además mejorar día a día los estándares para afianzar de esa manera el indicador de lealtad de nuestros clientes.

Las nuevas regulaciones, riesgos legales y demandas del entorno respecto del comportamiento de las empresas nos instan, asimismo, a seguir incorporando buenas prácticas y políticas preventivas.

Captar y retener a los mejores talentos, por último, se ha convertido en una tarea ineludible y en un requisito necesario para alcanzar todos estos objetivos.

Con todo, estamos motivados y orgullosos como organización. Hoy no solo formamos parte de una empresa con principios y objetivos. También nos inspira un compromiso con el país.

Guillermo Ponce
Gerente General

SOMOS VTR

VTR es una empresa de telecomunicaciones con presencia en todo Chile que ofrece los servicios de Internet Banda Ancha Residencial, Televisión de Pago, Telefonía Fija y Telefonía Móvil.

Con una plataforma de atención que integran 44 sucursales entre Arica y Coyhaique, y el sitio web corporativo www.vtr.com, durante 2016 la compañía entregó 2.795.500 servicios fijos.

Al término de este período, la empresa

contaba con 1.328.936 clientes fijos. Esta cifra representa un aumento de 5% respecto de la registrada a fines de 2015, cuando totalizaba 1.263.400 clientes fijos.

A diciembre de 2016, la dotación de la empresa estaba conformada por 2.210 colaboradores, 1.357 hombres y 853 mujeres.

TELEVISIÓN DE PAGO

34,2%^{***}

INTERNET RESIDENCIAL

37,5%^{***}

TELEFONÍA FIJA

19,8%^{***}

* Homes-passed u hogares con disponibilidad de servicios
** Oferta empaquetada de TV, Internet y Telefonía Fija
*** Datos informados por SUBTEL y disponibles en www.subtel.gob.cl/estudios-y-estadisticas/





LIBERTY GLOBAL

UNA EMPRESA LIBERTY GLOBAL

Liberty Global plc¹, la matriz de VTR, es el mayor operador mundial de televisión y Banda Ancha. Con presencia en más de 30 países y una dotación compuesta por 45 mil empleados, al finalizar 2016 conectaba con sus servicios de Televisión, Banda Ancha y Telefonía a más de 50,1 millones de hogares y a un total de 25 millones de clientes.

Opera en Europa a través de marcas como Virgin Media, Ziggo, Unitymedia, Telenet y UPC, y en América Latina y el Caribe mediante empresas como VTR, Flujo, La Libertad, Más Móvil y BTC.

El Grupo dispone, asimismo, de una red de fibra submarina que alimenta más de 30 mercados en esta última región.

NOTA 1: www.libertyglobal.com



Estándares y premios internacionales

MEMBER OF
**Dow Jones
Sustainability Indices**
In Collaboration with RobecoSAM



ROBECOSAM
Sustainability Award
Silver Class 2016



Marcas en el mundo



PROPIEDAD Y GOBIERNO CORPORATIVO

Liberty Global plc controla el 100% de VTR a través de sus filiales United Chile Ventures, que posee el 75,98% de la propiedad, y United Chile LLC, dueña del 24,02% restante.

Comprometido con las mejores prácticas internacionales de gestión ética y transparencia, el Gobierno Corporativo de VTR está encabezado por el Directorio de la compañía. Esta instancia la conforman tres directores titulares y tres suplentes, y tiene a su cargo la administración de la sociedad. Sus miembros permanecen en sus cargos por un año renovable y no reciben remuneración por su función.



DIRECTORIO DE VTR AL 31 DE DICIEMBRE DE 2016

| DIRECTORES TITULARES | NACIONALIDAD | DIRECTORES SUPLENTE |
|----------------------|--------------|-------------------------|
| Jorge Carey Tagle | Chileno | |
| Betzalel Kenigsztein | Argentino | Pablo Iacobelli del Río |
| Guillermo Ponce | Chileno | Guillermo Acuña Sboccia |

Comité Ejecutivo

Encabezado por el gerente general, este órgano lo integran siete vicepresidentes, además del gerente de riesgo. Su función es materializar la estrategia corporativa y garantizar el cumplimiento de la normativa vigente y de los marcos internos por parte de la organización. Este Comité Ejecutivo opera, además, a través de otros cuatro Comités Permanentes de Trabajo, por medio de los cuales aborda los temas que son considerados estratégicos por la compañía. Estos son:

Comité Capex

Analiza los nuevos proyectos de inversión de VTR. Lo integran el Gerente General y los Vicepresidentes de Finanzas, Comercial y de Ingeniería como miembros titulares.

Comité Móvil

Evalúa los asuntos relacionados con los servicios móviles. Lo integran el Gerente General y los Vicepresidentes de Finanzas, Comercial, de Tecnología y de Productos y Estrategia

Comité de Reputación y Sostenibilidad

Impulsa y gestiona los desafíos en sostenibilidad. Lo integran los VP Comercial, Legal y Contenidos, y de Asuntos Públicos y RSC.

Comité de Ética y Cumplimiento

Apoya al Directorio en la prevención de delitos y el cumplimiento de las normas internas y leyes aplicables a VTR. Lo integran el Gerente General y los VP Legal y de Personas.

Desempeño Económico

Ingresos

2016 | \$580.616^{MM}

2015 | \$547.543^{MM}

Costos

2016 | \$352.054^{MM}

2015 | \$290.691^{MM}

EBITDA

2016 | \$228.562^{MM}

2015 | \$214.605^{MM}

Valor Generado y Distribuido

En 2016, el Valor Económico Generado por VTR alcanzó los \$569.614.480 cifra equivalente a un aumento del 5,2% respecto de la registrada en 2015. A partir de este monto, y en los términos descritos en el siguiente cuadro, durante el año, la compañía generó valor para sus colaboradores, proveedores, accionistas, acreedores, la comunidad y el Estado, a través del pago de impuestos.

En 2016, VTR recibió del Estado por concepto de franquicia Sence, para gastos de capacitación, la cifra de **\$325.000.000**. Este monto es menor que el registrado el año anterior, cuando dicha cifra llegó a \$374.172.766.-

VALOR GENERAL Y DISTRIBUIDO / 2016

| | | |
|--|--------------------|---------------|
| Valor Económico Generado | 569.614.480 | 0% |
| Ingresos de la explotación | 580.616.789 | 102% |
| Otros Ingresos/Egresos fuera de la explotación | -11.002.309 | -2% |
| Valor Económico Distribuido | 490.132.824 | 100% |
| COSTO OPERACIÓN | 445.973.215 | 91,0% |
| Costos de la explotación | 392.480.835 | 80,1% |
| Trabajadores | 53.492.380 | 10,9% |
| PAGO GOBIERNO | -96.119.935 | -19,6% |
| Impuestos | -96.119.935 | -19,6% |
| PAGO PROVEEDORES DE CAPITAL | 140.279.544 | 28,6% |
| Costos Financieros Netos | 140.279.544 | 28,6% |
| RETENIDO | 79.481.656 | 16,2% |



CULTURA CORPORATIVA

Visión

Hacer de VTR una empresa excepcional, capaz de obtener crecimientos superiores al mercado, amada por sus colaboradores por ser un lugar grato, alegre y de crecimiento humano y profesional, amada por sus clientes por tener una experiencia de servicio espectacular y respetada y admirada por la comunidad y la sociedad.

Misión

Queremos maximizar valor siendo líderes en conectividad y entretención, innovando permanentemente para obtener la preferencia y lealtad de nuestros clientes, cumpliendo la promesa de producto con actitud de servicio y a través de una operación de excelencia.

Los 10 principios de VTR

1. Conéctate con el cliente: un buen servicio lo dan muchos; nosotros, el mejor
2. Colabora y confía: aquí no existen "los otros", sino "nosotros"
3. Involúcrate: Hazte cargo del problema; no lo mires desde fuera
4. Sube el estándar: Comprométete con hacerlo bien... y a la primera
5. Empieza y termina: Focalízate y no abandones
6. Escucha con apertura y habla con franqueza: una buena conversación sustituye decenas de malos entendidos
7. Aprende de los errores: Decláralo rápido y asegúrate de que no se repita
8. Valora los logros: Sí a la meritocracia; no a la discriminación
9. Pásalo bien. No seamos graves
10. La ética no se transa: Nosotros no, aquí no

ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD

La Estrategia de Sostenibilidad de la compañía combina en un mismo modelo la visión de sostenibilidad de Liberty Global, que apunta a favorecer cambios positivos en la sociedad a través de las herramientas digitales, y los Cinco Compromisos de VTR por Chile, una declaración que resume el aporte que busca hacer la empresa al desarrollo futuro del país.

El modelo resultante divide el trabajo que impulsa la compañía en materia de sostenibilidad en dos grandes dimensiones (Imaginación Digital y Conectividad Responsable) y orienta las relaciones que desarrolla la organización con sus principales grupos de interés a partir de objetivos y compromisos explícitos.

Grupos de interés de VTR



ACCIONISTAS
o la empresa dueña Liberty Global



CLIENTES
se incluye en esta categoría a los actuales y potenciales, entre los que se cuentan a los segmentos emergentes, los padres, niños y adolescentes, y los usuarios no registrados.



COLABORADORES
esta definición comprende a los empleados, a sus familiares y los sindicatos



SOCIEDAD
en este grupo se encuentran organizaciones sociales, autoridades, líderes de opinión, agrupaciones vecinales y medios de comunicación.



PROVEEDORES
tanto de los insumos generales como los servicios a los clientes, de tecnología y servicios contratados

IMAGINACIÓN DIGITAL

1. Inversión en infraestructura
2. Desarrollo de la Banda Ancha y la TV por pago
3. Brindar a los colaboradores un espacio de desarrollo meritocrático, diverso y participativo
4. Desarrollo de la familia digital
5. Contenidos para el Chile del Futuro

CONECTIVIDAD RESPONSABLE

1. Productos confiables
2. Crecimiento sustentable
3. Trabajo de calidad

Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU

La Estrategia de Sostenibilidad y los Cinco Compromisos por Chile de VTR están en plena sintonía con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas. Esta es una iniciativa global cuyo propósito es resolver al año 2030 los principales problemas sociales, económicos y ambientales que aquejan al mundo.

La unidad de propósitos entre este programa y la visión de sostenibilidad de VTR se expresa especialmente en 6 de los 17 ODS, tal como puede apreciarse en la siguiente tabla.



OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

COMPROMISO DE VTR

OBJETIVO 3:

Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades

Brindar a los colaboradores un espacio de desarrollo meritocrático, diverso, participativo e innovador
Gestionar el impacto ambiental de la empresa

OBJETIVO 8:

Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo, y el trabajo decente para todos

Ser aliados de las pymes y los emprendedores
Brindar a los colaboradores un espacio de desarrollo meritocrático, diverso, participativo e innovador
Destacar por el alto estándar ético corporativo

OBJETIVO 9:

Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible, y fomentar la innovación

Contenidos para el Chile del futuro
Acelerar la inversión en infraestructura
Liderar el desarrollo de la Banda Ancha y de la TV On Demand en Chile

OBJETIVO 11:

Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles

Contenidos para el Chile del futuro

OBJETIVO 12:

Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles

Gestionar el impacto ambiental de la empresa
Destacar por el alto estándar ético corporativo -
Contenidos para el Chile del futuro

OBJETIVO 13:

Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos

Considerar el cambio climático en las evaluaciones de riesgo y continuar desarrollando proyectos que disminuyan la huella de carbono de VTR
Contenidos para el Chile del futuro

Temas Materiales

Con el fin de incorporar en este reporte contenidos que respondan a las expectativas y los requerimientos de información planteados por sus grupos de interés, VTR desarrolló un proceso de materialidad en línea con las directrices de la versión G4 del Global Reporting Initiative (GRI). Su ejecución consideró las siguientes fases de trabajo:

Identificación:

Esta etapa contempló, entre otras acciones:

- Una ronda de entrevistas presenciales con 17 ejecutivos de la compañía, entre gerentes, subgerentes y jefes de las áreas de gestión estratégicas en materia de sostenibilidad.
- La revisión de la normativa y los códigos internos, así como de las nuevas regulaciones y los proyectos de ley que afectarán la actividad de la empresa.
- El análisis de la evolución del Índice de Lealtad de los clientes, NPS.
- El estudio de los resultados de la encuesta Zoom de clima interno y de otros procesos de consulta desarrollados en el año entre los colaboradores, como el Barómetro de Valores y la postulación al Ranking PROhumana de las Empresas Más Responsables de Chile.

Este trabajo permitió conformar un listado de 58 aspectos de desempeño relacionados con los siete ámbitos generales de la gestión sustentable de VTR.

Priorización y análisis:

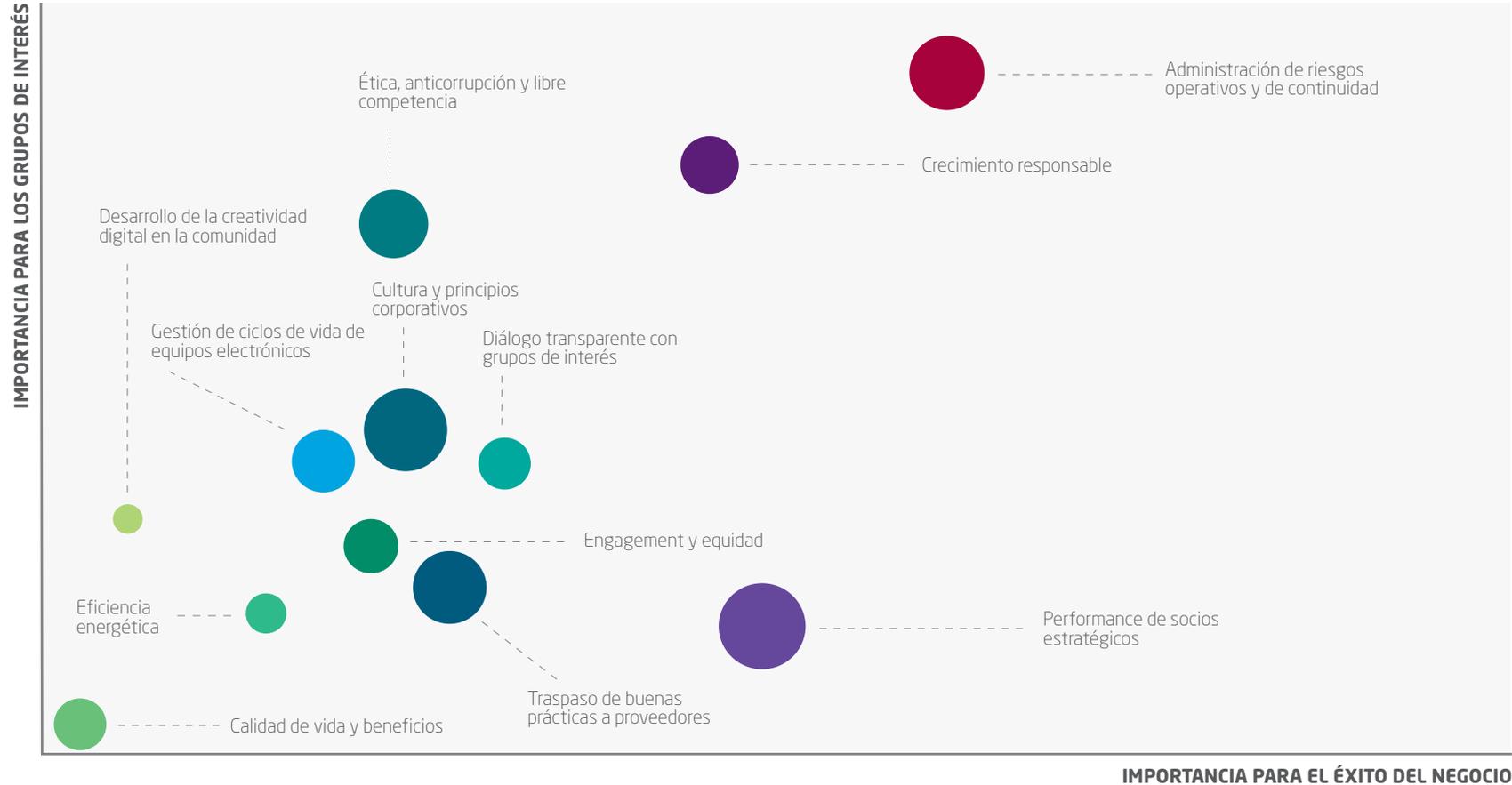
En esta etapa, los 58 aspectos materiales establecidos en el proceso de identificación fueron sometidos a una consulta interna en la que participaron 689 personas, principalmente colaboradores internos y externos, clientes y proveedores. El propósito de este proceso fue determinar el nivel de importancia que asignan estos grupos de interés a cada una de estas dimensiones de gestión, para así considerarlas en el reporte con el grado de profundidad y alcance que corresponde.

Validación

Como último paso de este ejercicio de materialidad, los resultados obtenidos en la consulta online fueron ponderados en primer término por el área de Estudios de la empresa. Posteriormente, la Vicepresidencia de Asuntos Públicos y RSC los analizó desde la perspectiva de la importancia e influencia que estos temas tienen para el éxito de los planes corporativos y considerando la importancia e influencia que le asignan los stakeholders. A partir de estos estudios, la compañía determinó que sus 10 principales temas materiales son los siguientes:

- Ética, anticorrupción y libre competencia
- Administración de riesgos operativos y de continuidad
- Diálogo transparente con grupos de interés
- Calidad de vida y beneficios
- Cultura y valores corporativos
- Engagement o compromiso
- Performance de socios estratégicos
- Gestión del ciclo de vida de equipos electrónicos
- Desarrollo de la creatividad digital en la comunidad
- Crecimiento responsable
- Eficiencia energética
- Traspaso de buenas prácticas a proveedores

MATRIZ DE MATERIALIDAD



AVANCES Y DESAFÍOS DE SOSTENIBILIDAD DE VTR

| DIMENSIÓN DE GESTIÓN | AVANCES 2016 | DESAFÍOS 2017 |
|--|--|---|
| INVERSIÓN EN INFRAESTRUCTURA | ➤ 132 mil home Pass construidos en 2016, casi el doble que los habilitados en 2015 | ➤ Alcanzar 4 millones de home pass habilitados en 2020, lo que representa el 65% de cobertura en el país |
| DESARROLLO DE LA BANDA ANCHA Y LA TV POR PAGO | ➤ 50 Mbps es la velocidad promedio de los clientes de Internet, el doble de 2015 | ➤ Seguir aumentando el ancho de banda a los clientes y masificando el WiFi de última generación |
| COLABORADORES | ➤ 18,54 horas es el promedio anual de capacitación por colaborador en VTR | ➤ Nuevo modelo de selección de carácter colegiado y reforzamiento de la orgánica asociada a los principios corporativos |
| DESARROLLO DE LA FAMILIA DIGITAL | ➤ 6.000 escolares asistieron a las 28 charlas de VTR Internet Segura realizadas en Santiago y regiones | ➤ Imprimir en el programa VTR Internet Segura un foco centrado en el concepto Familia Digital |
| CONTENIDOS PARA EL CHILE DEL FUTURO | ➤ Creación de la Fundación Vive Chile y lanzamiento del programa por la Razón y la Ciencia | ➤ Desarrollo de nuevos contenidos en Ciencias, Emprendimiento y Medio Ambiente |
| PRODUCTOS CONFIABLES | ➤ 1,84% es la tasa de abandono (Churn) de los clientes en los servicios fijos | ➤ Inicio de nueva estrategia de sucursales y mejora continua del Índice de Lealtad |
| CRECIMIENTO SUSTENTABLE | ➤ 45.153 toneladas de CO2 equivalente es la Huella de carbono de VTR | ➤ Adopción de la Ley REP y ratificación de sello de eficiencia energética para equipos de TV |
| PROVEEDORES | ➤ 4 mil colaboradores de las EPS participaron en la primera Encuesta de Clima de las empresas contratistas | ➤ Capacitación a líderes de empresas contratistas para que gestionen su clima interno |



IMAGINACIÓN DIGITAL



El poder transformador de Internet se encuentra en todos los rincones del mundo. Define nuestra generación y está inspirando a la siguiente, de maneras que apenas estamos imaginando. Es por eso que nuestra visión de la Imaginación Digital se inspira en nuestra profunda creencia respecto del potencial innovador de la tecnología.

Queremos llevar a la gente más lejos, para alimentar su imaginación y entregarles el poder para alcanzar todo su potencial. Usaremos la conectividad y la tecnología para provocar un cambio positivo en nuestro entorno, acelerando la innovación y generando beneficios a las comunidades y la sociedad.

COMPROMISO 1 DE VTR CON CHILE

Acelerar la inversión en infraestructura

Con el objetivo de permitir que cada vez más chilenos puedan acceder a Internet y disfrutar así de las posibilidades del mundo digital, en VTR iniciamos un plan destinado a construir en el plazo de cinco años un total de 700 mil nuevos home pass.

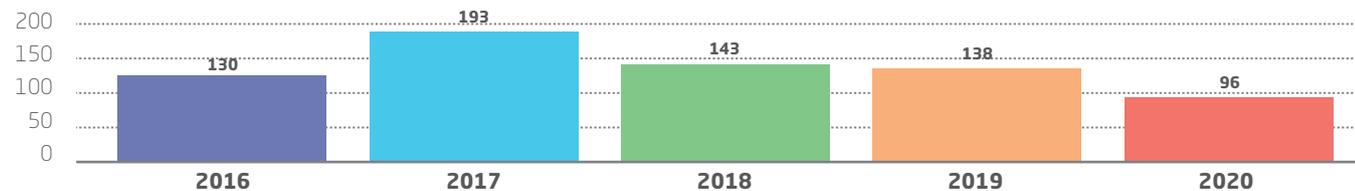
Estas son las instalaciones básicas requeridas para brindar a un domicilio los servicios de la compañía. Este programa de inversión le significará a VTR llegar al año 2020 con cerca de 4 millones de casas habilitadas en el país, un alcance que equivale al 65% de los 6 millones de hogares registrados en Chile.

Durante su primer año de ejecución, este plan se tradujo en la construcción de 132 mil home pass, una cifra superior a los 130 mil proyectados, y significó una inversión cercana a los 23 mil millones de pesos, monto casi cinco veces mayor al presupuesto anual destinado por VTR para estos efectos hasta el año 2015.

El proyecto privilegia el crecimiento de la red en aquellas ciudades en donde VTR ya entrega sus servicios, aunque también considera expansiones en comunas en las que la compañía sólo opera con TV por Pago y en plazas en las que aún no está presente.

Como parte de este plan, en 2016 VTR arribó por primera vez a la ciudad de Talagante y desde Temuco, plaza Triple Play, extendió sus servicios a dos comunas cercanas: Labranzas y Padre Las Casas.

Plan de construcción de home pass al año 2020 (en miles)



\$120 MIL
MILLONES

es el presupuesto total del
plan de expansión

65%
DE HOGARES

en Chile podrá recibir los
servicios de VTR en 2020.

20%
CRECERÁ

la cobertura de VTR al
concluir este proyecto.

Con el propósito de continuar entregando las mejores soluciones de Banda Ancha en Chile, durante 2016 VTR impulsó una serie de innovaciones a su servicio de Internet Residencial. Entre ellas destacan:

Actualizaciones de velocidades gratis para los clientes: Se aumentó gratuitamente la velocidad del plan de 80 MB, el más vendido de VTR, a 100 MB. Esto favoreció a 255 mil clientes, el 25% de la cartera. Dicha decisión se adoptó considerando la demanda por más y mejores velocidades que plantea el creciente consumo audiovisual de los usuarios, y fue posible gracias a la ventaja que tiene la compañía de contar con una red que permite ofrecer altas velocidades en todo el país y a todos los clientes.

Más y mejor WiFi: En 2016, VTR lanzó la nueva caja router Mercury de WiFi de última generación. Este modelo cuenta con la misma tecnología que el Next Generation WiFi, que opera en doble banda, pero es mucho más económico. Este adelanto permitirá a los clientes con planes comerciales intermedios acceder no sólo a 2.4 GHz, sino también a 5.0 GHz, una banda de espectro menos saturada y por lo tanto más eficiente.

Educación para que los clientes disfruten del mejor servicio: En el marco de su objetivo de asegurar que los clientes reciban siempre el mejor servicio, durante 2016, VTR lanzó el sitio www.vtr.com/WiFi, una plataforma desarrollada para entregar respuestas y consejos orientados a sacarle el máximo partido al servicio de WiFi. Esta campaña se complementó con insertos en prensa y capacitación a las primeras líneas para que transmitan a los clientes recomendaciones que mejoren su experiencia de servicio.

Facilitar el acceso a los contenidos audiovisuales más visitados: Para hacer la vida más fácil a sus clientes y ayudarles a encontrar en el mundo digital todo lo que desean con la mayor rapidez, en 2016 la compañía incorporó a su arquitectura de caché los contenidos más visitados de Facebook. Este es un sistema de “espejo” que aloja en Chile los contenidos más populares de Internet, para así evitar que los usuarios vayan a buscarlos a servidores de otros países y garantizar de esa manera una mayor velocidad de descarga. Este nuevo material se suma a los contenidos de Netflix y Youtube ya alojados en el sistema.

Radiografía de la Banda Ancha

1
DE CADA
5

USUARIOS DE INTERNET EN EL MUNDO SON **NETIZENS**

Personas interconectadas que usan al menos siete servicios digitales al día.

1
DE CADA
3

USUARIOS DE INTERNET EN EL CHILE SON **NETIZENS**

Personas interconectadas que usan al menos siete servicios digitales al día.

NATIVOS DIGITALES

Nacieron con Internet y tienen en promedio 30 años de edad.



300 HORAS DE VIDEO

se suben a Youtube por minuto. En 2011 eran 30 horas.

60% DEL TRÁFICO DE INTERNET EN CHILE ES CONTENIDO EN VIDEO

El 40% restante se divide en web, audio, gaming, correo y voz sobre Internet.

NATIVOS ON DEMAND

Generan y consumen enorme cantidad de contenido de video en línea.

EDAD PROMEDIO A LA QUE LOS NIÑOS ACCEDEN POR PRIMERA VEZ A:



Apoyo a las pymes

Con el objetivo de entregar una oferta de prestaciones en Banda Ancha, Telefonía y Televisión a la medida de las micro, pequeñas y medianas empresas, en abril de 2016 comenzó a operar VTR Negocios. Esta nueva línea de negocios busca cubrir las necesidades de un segmento esencial para la generación de empleo y desarrollo del país y que requiere de productos y servicios de postventa con características especiales.

Uno de los principales beneficios para este tipo de clientes consiste en un servicio de postventa diferenciador, basado en la promesa de atención AM-PM (esto es, responder en la misma tarde a una solicitud hecha durante la mañana), y dispone de un Call Center exclusivo, que busca agilizar la atención, dada la criticidad que representan las tecnologías de la información para las empresas.

A fines de 2016, y con el fin de desarrollar una campaña de difusión directa entre los emprendedores, VTR Negocios cerró una alianza con la Asociación Nacional de Emprendedores de Chile, ASECH², la asociación de emprendedores más grande de Chile y que reúne a más de 24.000 socios.

En el marco de este acuerdo, que le permitirá a la compañía participar en las actividades que impulsa esta organización en Santiago y regiones, VTR Negocios realizará en 2017 talleres orientados a los asociados a la ASECH para explicar el impacto que tienen las nuevas tecnologías en el desarrollo actual y futuro de las pequeñas y medianas empresas. Estas clínicas abordarán temas como el e-commerce, el marketing digital y el manejo de las redes sociales.

13.006 CLIENTES

conformaban la cartera de VTR Negocios al cierre de 2016.

31% DE CLIENTES

dispone de servicio Triple Play; 40%, de Doble Play, y 30%, One Play.

69% DE CLIENTES

de VTR Negocios tiene 120 o 200 MB de velocidad.

95% DE CLIENTES

migrados a VTR Negocios pasaron a altas velocidades.



La TV del futuro

En el ámbito de la TV por Pago, los esfuerzos de VTR se han concentrado en potenciar la innovación tecnológica y seguir mejorando la experiencia de servicio. Para avanzar en estas líneas, en 2016 la compañía impulsó los siguientes desarrollos:

Video On Demand para todos: Con el objetivo de hacer más atractiva, amistosa y funcional esta plataforma, en 2016, VTR introdujo importantes mejoras a su pantalla de acceso. Dichas modificaciones se aplicaron con una tecnología que garantiza el acceso a estos servicios a todos los clientes y no sólo a aquellos que disponen de codificadores más avanzados. Estos cambios de visualización y funcionalidades permitieron duplicar el consumo promedio de contenidos en VOD por cliente durante el año y doblar la cantidad de usuarios que utilizan la tienda.

Más contenidos en VOD sin cargos adicionales: Al cierre de 2016, VOD tenía a disposición de los clientes de VTR y de forma gratuita alrededor de seis mil contenidos. La entrega de este material de acceso libre responde a la convicción de la compañía de no cobrar un valor adicional por un servicio que el cliente ya está pagando.

Creciente oferta de canales de Alta Definición: En los últimos dos años, la compañía ha seguido fortaleciendo su parrilla de canales en Alta Definición, con el fin de mejorar la experiencia de servicio de sus clientes. Al cierre de 2016, VTR disponía de una oferta de 70 señales HD para su plan básico, 20 más que a fines del año anterior.

Nueva caja convergente: En 2016, VTR lanzó la caja d-BOX PRO II. Este modelo mejora sustantivamente la experiencia de los usuarios al contar con una interfaz más intuitiva, mayor cantidad de datos asociados a los programas y sistemas multipantalla con control remoto. También incluye teclado para realizar búsquedas en Internet y es convergente con otros dispositivos conectados a la web.

Diálogo con asociaciones de consumidores

En 2012, VTR creó el Consejo Consultivo de Clientes con el fin de institucionalizar sus canales de diálogo con las asociaciones de consumidores y los organismos reguladores.

Esta instancia es liderada por la Vicepresidenta de Asuntos Públicos y RSE de VTR, y el Vicepresidente Comercial de la compañía. Además participan:

En representación de VTR:

Los gerentes de Clientes, de Inteligencia de Negocio, Legal de Regulación, de Comunicaciones, de Ingeniería, de Desarrollo de Productos y de Facturación.

Organismos reguladores:

Representantes de Servicio Nacional del Consumidor, Sernac, y de la Subsecretaría de Telecomunicaciones, Subtel.

Asociaciones de consumidores:

- Corporación Nacional de Consumidores y Usuarios (Conadecus)
- Asociación de Consumidores de Chile (Odecu)
- Organización de Consumidores (Orcus)
- Agrupación de Formadores de Organizaciones Juveniles de Consumidores y Consumidoras (Fojucc)
- ODECU Libertador
- Asociación de Consumidores de Valdivia, ACOVAL
- Asociación de Consumidores y Usuarios del Sur

Este órgano tiene entre sus objetivos específicos escuchar, educar e informar para facilitar a los consumidores la comprensión y la información adecuada en beneficio de la relación de consumo que establecen con la empresa, y analizar sistemáticamente las opiniones que contribuyan a mejorar los procesos y prácticas de atención a los clientes.

En 2016, esta instancia se reunió en dos ocasiones. Algunos de los temas abordados en estas jornadas fueron:

- Contenidos en los servicios de TV: Presentación de nueva oferta en Alta Definición y revisión de las razones que motivaron la salida de la parrilla de los canales Vía X, Zona Latina y ARTV. -
- Privacidad de los datos: regulación mundial y local en esta materia.
- Certificación de seguridad de los codificadores.
- Protocolos de medición de velocidad.

VTR busca brindar a sus colaboradores un espacio meritocrático, diverso y participativo, en el que puedan desarrollar todos sus talentos. Esta labor la impulsa principalmente a través de dos líneas de acción: el desarrollo organizacional y la administración ética.

Desarrollo Organizacional

Este plano de la gestión de personas aborda con un enfoque integrador todas las dimensiones de capital humano consideradas críticas por VTR. También comprende el trabajo que impulsa la empresa desde 2015 para crear en la organización una cultura alineada con la nueva estrategia corporativa. En 2016, los principales avances e innovaciones registrados por VTR en este campo fueron los siguientes:

INSTALACIÓN DE LA NUEVA CULTURA CORPORATIVA:

Con esta finalidad y a partir de los avances alcanzados por la Mesa de Cultura, instancia integrada por diversas áreas de la compañía, VTR comenzó a trabajar en dos líneas de acción:

A) Reforzamiento de las nuevas definiciones culturales: Se brandearon las instalaciones con los diez principios corporativos y se realizaron meeting days mensuales en torno a cada uno de estos ejes, entre otras acciones. En este contexto, también se dio inicio al programa Estrellas VTR. Esta iniciativa está orientada al reconocimiento de las primeras líneas en contacto con clientes y considera una instancia mensual y otra anual de premiación.

B) Fortalecimiento de los 10 principios corporativos: De acuerdo con un diagnóstico realizado por VTR, el arraigo de sus principios entre los colaboradores depende del grado de orgánica que cada uno involucra. Esto es lo que ocurre, por ejemplo, con el principio de la ética, el más reconocido por las personas, por cuanto contempla acciones asociadas y consecuencias visibles en casos de incumplimiento. A partir de esta premisa, la empresa fortalecerá en 2017 la orgánica asociada a cada principio. En esa línea, vinculará el programa de reconocimiento Estrellas VTR con el principio de la colaboración.

MEJORES BENEFICIOS PARA LOS COLABORADORES:

En 2016, VTR creó el programa Embajadores de Calidad de Vida con la finalidad de reforzar a nivel territorial el conocimiento de los colaboradores respecto de sus beneficios. Este grupo lo integran líderes naturales, cuya función es entregar información y resolver dudas en estas materias. Estos embajadores fueron especialmente capacitados para esta labor y mensualmente se reúnen (presencialmente o vía online) con el área a cargo para transmitir las inquietudes de los equipos.

Durante este período, VTR también lanzó un nuevo portal de beneficios. Esta plataforma tiene como objetivo servir como único espacio de interacción entre los colaboradores y sus prestaciones. A través de este sitio, las personas ahora pueden gestionar el tiempo flexible, acceder a los convenios e incluso efectuar los reembolsos del Club VTR Play.

Como todos los años, en 2016 la compañía volvió a aplicar una encuesta para medir la percepción que tienen los colaboradores respecto de sus beneficios y el nivel de uso que le dan, siendo los más valorados el seguro complementarios de salud y el programa "Vive Flexible", que otorga días libres a los colaboradores para ser utilizados cuando ellos lo deseen. A partir de los resultados de esta consulta, se modificaron algunas de las prestaciones que entrega la empresa. Por ejemplo, se reemplazó el programa de verano para los niños por convenios que ofrecen este mismo servicio.

AVANCES DEL PROCESO DE EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO:

En 2016, VTR agregó a su proceso de evaluación una etapa de calibración final con todos los vicepresidentes de la compañía. Este nuevo mecanismo garantizará que los colaboradores sean evaluados con criterios compartidos y cada vez más objetivos. De esta forma, el modelo quedó conformado por la evaluación del líder, una evaluación de pares y la nueva calibración de cierre. Desde 2016, la gestión de desempeño, además de medir los objetivos individuales (el qué), considera con la evaluación de los 10 principios corporativos (el cómo).

NUEVO ENFOQUE DE SELECCIÓN Y RECLUTAMIENTO:

Con el objetivo de transmitir a los nuevos colaboradores la idea de que se integran a una compañía y no sólo a un área específica, en 2016, VTR comenzó a desarrollar como programa piloto un modelo de selección de carácter colegiado, cuya principal característica es que incluye entrevistas de pares. Esta experiencia sirvió para perfeccionar un modelo que se aplicará desde 2017 en el rol ejecutivo y a partir de 2018 en toda la compañía.

EL LIDERAZGO VTR:

En 2016, VTR desarrolló el tercer año de su programa de capacitación de líderes "Te quiero ver". En esta ocasión, el ciclo se centró en el reforzamiento de la colaboración, a partir de un marco común de lo que entiende la compañía por este concepto. A lo largo del año, participaron en esta iniciativa un total de 400 líderes de la compañía.

COLABORADORES COMPROMETIDOS:

En 2016, VTR comenzó a medir y gestionar el engagement o nivel de compromiso de sus colaboradores. Este enfoque lo monitorea y evalúa a través de una metodología común a todas las filiales de Liberty y que desarrolla la consultora internacional Aon Hewitt. En la primera de estas mediciones, ejecutada en 2016, VTR obtuvo un nivel de 69 puntos, lo que la ubicó entre las mejores empresas de Liberty Global. A partir de estos resultados, la empresa trabajó con los 51 equipos que obtuvieron una puntuación menor a 67, la norma de Chile para estos efectos. Esta labor permitió aumentar el resultado global en la medición de enero de 2017 a 77 puntos, una puntuación que posicionó a VTR en el primer lugar de Liberty Global, junto con la filial de Puerto Rico.

DOTACIÓN DE VTR EN CIFRAS

Dotación por categoría de cargo

| CATEGORÍA | TOTAL | MUJERES | %MUJERES |
|---------------------------------------|--------------|------------|------------|
| Área de apoyo | 154 | 66 | 43% |
| Directivo intermedio | 647 | 237 | 37% |
| Ejecutivo / Asesor Clientes Comercial | 510 | 317 | 63% |
| Ejecutivo / Asesor Clientes Técnico | 70 | 24 | 34% |
| Ejecutivo / Asesor Venta | 90 | 52 | 58% |
| Gerente | 30 | 7 | 23% |
| Jefe | 199 | 87 | 44% |
| Lilac | 2 | 0 | 0% |
| Subgerente | 78 | 35 | 45% |
| Supervisor | 95 | 16 | 17% |
| Técnico | 326 | 11 | 3% |
| Vicepresidente | 9 | 1 | 11% |
| Total | 2.210 | 853 | 39% |



Dotación por tipo de contrato

| TIPO DE CONTRATO | MASCULINO | % | FEMENINO | % | TOTAL |
|------------------|--------------|-----|------------|-----|--------------|
| Indefinido | 1.303 | 62% | 805 | 30% | 2.108 |
| Plazo fijo | 54 | 53% | 48 | 47% | 102 |
| Total | 1.357 | | 853 | | 2.210 |

Evaluación de desempeño

| SITUACIÓN | NÚMERO DE COLABORADORES | PORCENTAJE DEL TOTAL |
|----------------------------------|-------------------------|----------------------|
| Gestión de Desempeño Finalizada | 1.858 | 58% |
| Gestión de Desempeño en proceso | 0 | 0% |
| Gestión de Desempeño no evaluada | 113 | 5% |
| Total * | 1.971 | 89% |

*Considera sólo colaboradores que tienen contrato indefinido en base a la dotación activa al 31 de Diciembre 2016 e ingresos anteriores al 01 de agosto de 2016.

Mayor equidad salarial

En VTR, las mujeres ganan prácticamente lo mismo o más en seis de las nueve categorías de cargo existentes.

Al cierre de 2016, en términos generales, la relación entre el salario promedio que reciben los hombres y el promedio que perciben las mujeres en la empresa llegó a 0,87 (o 13%). Esta cifra es significativamente mayor que la que existe en el país en términos globales, de 73,4 (o 26,6%), según la encuesta CASEN de 2015³.

| CATEGORÍA DE CARGO | PROMEDIO HABERES A DICIEMBRE 2016 (EN \$) | | RELACIÓN |
|---------------------------------------|---|------------------|-------------|
| | HOMBRES | MUJERES | |
| Área de apoyo | 810.096 | 1.007.666 | 1,24 |
| Directivo intermedio | 1.706.632 | 1.580.420 | 0,93 |
| Ejecutivo / Asesor Clientes Comercial | 1.006.345 | 1.019.901 | 1,01 |
| Ejecutivo / Asesor Clientes Técnico | 684.827 | 683.544 | 1,00 |
| Ejecutivo / Asesor Venta | 1.734.167 | 1.746.079 | 1,01 |
| Jefe | 2.712.927 | 2.389.579 | 0,88 |
| Supervisor | 1.680.427 | 1.647.796 | 0,98 |
| Técnico | 1.086.539 | 843.083 | 0,78 |
| Ejecutivo * | 7.234.179 | 4.732.644 | 0,65 |
| Total General | 1.771.824 | 1.544.313 | 0,87 |

*La categoría Ejecutivo incluye a Vicepresidentes, Gerentes y Subgerentes

NOTA 3: La Encuesta Casen, o Encuesta de Caracterización Socioeconómica Nacional, es una consulta a nivel nacional, regional y comunal, que realiza el gobierno de Chile desde el año 1985, con un periodicidad bienal y trienal.



Ajustes de remuneraciones sin discriminación

VTR entrega a cada gerencia un fondo anual para la asignación de aumentos de sueldo por mérito.

Dichos ajustes se entregan sin ningún tipo de consideración discriminatoria por razones de género. De hecho, en 2016, el 24% de las mujeres con posibilidades de recibir este ajuste finalmente lo consiguió, en comparación con el 19% que alcanzó esta proporción en el caso de los hombres.

| DETALLE | GÉNERO | Nº DE EMPLEADOS | % |
|--|--------------|-----------------|-------------|
| Colaboradores con posibilidad de ajuste de renta | HOMBRES | 776 | 77% |
| | MUJERES | 231 | 23% |
| | TOTAL | 1.007 | 100% |
| Colaboradores con ajuste de rentas | HOMBRES | 148 | 73 % |
| | MUJERES | 56 | 27% |
| | TOTAL | 294 | 100% |
| Porcentaje de número de ajustes sobre género | HOMBRES | | 19% |
| | MUJERES | | 24% |
| | TOTAL | | 20% |
| Porcentaje de ajuste de renta por género | HOMBRES | | 6,8% |
| | MUJERES | | 6,9% |
| | TOTAL | | 6,8% |

Una gestión con base ética

VTR viene trabajando desde hace años en la construcción de una cultura ética distintiva, alineada con los valores de la compañía y en sintonía con los más altos estándares de conductas corporativas. Estos esfuerzos han considerado programas permanentes de capacitación a los colaboradores en el Código de Ética y acciones de reforzamiento continuo en materia de cumplimiento normativo y prevención penal.

En 2016, esta labor se vio fortalecida con la definición de los nuevos principios institucionales, uno de los cuales es "En VTR, la ética no se transa: Nosotros no; aquí no". Sobre la base de esta declaración, durante el último año la gestión en este ámbito otorgó un especial énfasis a la difusión del cumplimiento normativo, sin que esto significara dejar de desarrollar los programas anuales de sensibilización en temas de ética. En este contexto, algunas de las principales tareas impulsadas en este período fueron:

Capacitación en el Código de Conducta: Este documento establece las normas que deben regir el comportamiento de los colaboradores en su relación con los compañeros de labores, los accionistas de la empresa y todas aquellas personas con las que establecen relaciones comerciales a nombre de VTR. Este Código se entrega a cada uno de los colaboradores, se aborda en la inducción de los nuevos ingresos y se difunde y refuerza a través de un módulo online que todos los trabajadores deben cursar una vez al año. En 2016, este curso transversal se complementó con un taller presencial especialmente orientado al área de Finanzas.

El Código de Conducta de VTR también detalla los canales a través de los cuales los colaboradores pueden hacer llegar a la empresa inquietudes o denuncias relacionadas con eventuales infracciones a sus reglas y disposiciones. Mediante estos conductos, VTR no sólo recibe denuncias relacionadas con incumplimientos del Código de Conducta, sino también las derivadas de infracciones al Código Anticorrupción, la Política de Privacidad de Datos, el Programa de Prevención de Fraudes "Yo Cuido VTR" y el Modelo de Prevención del Delito. Durante 2016, VTR recibió por estas vías un total de 221 denuncias:

- 115 relacionadas con conformidad de cuentas.
- 102 vinculadas con protección de activos.
- 4 asociadas a respeto en el trabajo.



Taller de dilemas éticos para vicepresidentes, gerentes y subgerentes:

Esta actividad se efectuó con el apoyo de la fundación Generación Empresarial⁴ y tuvo por finalidad crear conciencia entre los principales líderes de la compañía sobre el impacto que tienen sus conductas y decisiones en materias como conflictos de interés.

Información a los colaboradores sobre casos investigados: En 2016, uno de los focos de VTR estuvo en reforzar la comunicación a los colaboradores respecto de los resultados de los principales casos investigados a través del correo de ética. Esta fue una brecha detectada en el último Barómetro de Valores aplicado por la compañía, una medición que realiza la fundación Generación Empresarial.

Nueva línea de denuncias para externos: En el marco del lanzamiento de este canal, VTR distribuyó entre sus empresas de servicios un documento para explicar a los colaboradores contratistas cómo opera esta plataforma.

NOTA 4: www.generacionempresarial.cl

Prevención de Delitos: En julio, VTR comenzó el trabajo de recertificación de su modelo con una nueva consultora. Este proceso involucró una actualización profunda del sistema y se estima que culminará en el primer semestre de 2017.

Nuevos programas de cumplimiento normativo: En 2016, VTR elaboró un mapa de riesgos corporativo en libre competencia y derechos del consumidor. Sobre esta base, la compañía definió planes de acción y mitigación, y elaboró manuales alineados a los respectivos marcos legales. Para difundir estos contenidos, en 2017 se realizarán programas transversales de capacitación.

Aporte para un mundo digital sin riesgos

Consciente de su responsabilidad como empresa líder en Chile en el servicio de Banda Ancha, desde 2008, a través del programa VTR Internet Segura, la compañía busca aportar a la construcción de un entorno digital seguro para los niños y las familias.

Centrado en la educación, sensibilización y protección frente a los riesgos que supone Internet, durante 2016 en el marco de esta iniciativa se desarrollaron las siguientes actividades:

Charlas para generar escolares más conscientes: VTR organiza charlas para promover entre estudiantes de quinto a octavo básico conductas de autocuidado frente a prácticas como el ciberacoso, el sexting y el grooming en Internet.

Durante 2016, VTR privilegió la organización de charlas masivas, para garantizar un mayor alcance del programa. En esa línea destacó el encuentro realizado en la Escuela de Carabineros con los brigadistas escolares de Santiago, evento en el que participaron 600 niños de todas las comunas de la capital. Para profundizar este enfoque, en 2017 la empresa impulsará acuerdos con municipalidades y otras instituciones públicas.

6.000 ESCOLARES

Asistieron a las **28 charlas** realizadas durante 2016 en Santiago, Concepción y Puerto Montt

10.500 REPRODUCCIONES

En Youtube y **8.000** en VOD registraron los videos con consejos de autocuidado para jóvenes

Primer Censo Digital de Chile:

Este informe se elaboró a partir de los resultados que arrojaron las encuestas de satisfacción aplicadas a los escolares que asistieron a las charlas. Algunas de sus conclusiones son:



Las actividades que más realizan los jóvenes en Internet son:

32%
VER VIDEOS

26%
CHATEAR

13%
JUGAR ONLINE

Tienen celular:

74%
de los niños de entre 5
y 10 años de edad

88%
de los niños de entre
10 y 14 años de edad



Difusión del programa:

Con el fin de seguir ampliando la cobertura e impacto del programa, en 2016 VTR reforzó su estrategia de difusión con mensajes y formatos especialmente orientados a padres y niños:

A) Para niños: Se desarrollaron 10 videos con consejos renovados de autocuidado en Internet, los que posteriormente fueron alojados en Youtube y se dispusieron gratuitamente en la plataforma Video On Demand (VOD) de VTR.

B) Para padres: Se generaron dos tutoriales con orientaciones sobre los riesgos de las conductas de sus hijos en Internet y una invitación a servirles de ejemplo en el uso de las redes sociales. Este material también se dispuso en Youtube y VOD.

Familia Digital, el nuevo foco:

A partir de 2017, la compañía comenzará a gestionar VTR Internet Segura con una perspectiva centrada en el concepto Familia Digital. En el marco de este enfoque, las charlas a escolares pondrán énfasis en las oportunidades de Internet y se incorporará a los padres como nuevo público objetivo del programa. El desafío de la iniciativa es aportar a la generación de un mundo digital que permita a las familias disfrutar de forma sana, segura y entretenida todas las posibilidades que ofrece Internet.

Bloqueos de intentos de acceso a sitios de pornografía infantil:

VTR dispone desde 2008 de un sistema automatizado que impide el acceso a sitios web con pornografía infantil. En 2016, este mecanismo bloqueó 3.230.420 intentos de acceso a estas direcciones.

Con el propósito de impulsar contenidos audiovisuales que aporten al crecimiento cultural, social y económico en el país, VTR creó en 2016 la Fundación Vive Chile.

Esta entidad sin fines de lucro viene a institucionalizar la labor que desarrolla la compañía desde hace 15 años a través de su red de canales locales.

El propósito de Vive Chile es apelar al poder de comunicación para construir una narrativa de futuro país que haga posible integrar colectivamente las múltiples potencialidades que existen a lo largo del territorio.

Los programas que desarrolla y difunde la fundación a través de todas sus plataformas han estado centrados hasta ahora en tres líneas temáticas: Descentralización, Identidad y Ciencia. Entre estos contenidos destacan:

Descentralización

Panorama 15: Lanzado en 2012, es un programa de noticias regionales enfocado en temas de contingencia nacional. Se transmite por CNN Chile dos veces a la semana y contiene notas, entrevistas, análisis y un espacio con imágenes que envían los televidentes con hechos ocurridos en sus zonas. En 2016, su emisión de los días sábado, a las 9:00 horas, alcanzó un rating que superó la audiencia promedio de ese bloque. Lo mismo ocurrió en el espacio del domingo, a las 20:30 horas, cuyo rating promedio fue mayor a lo que marcaba CNN Chile con anterioridad en ese mismo horario.

Identidad

Kulmapu: Desde 2015 forma parte de las llamadas Series Kul, programas que exploran y promueven el legado y la proyección de los pueblos originarios de Chile. Considerada la primera serie documental íntegramente dedicada a la cultura mapuche, Kulmapu incluye entrevistas a destacados profesionales, artistas, empresarios y líderes de opinión mapuches, como una manera de mostrar el gran aporte que realiza este pueblo al desarrollo actual y futuro del país.

KulRapa: Este programa comenzó a transmitirse en 2015 y tiene por finalidad dar a conocer el momento actual de la cultura Rapa Nui. Considera cuatro episodios de 30 minutos por temporada, en los que diversos personajes de la isla relatan sus experiencias y anhelos.

Postales Aymara: Serie de cápsulas audiovisuales destinada a revelar la identidad y cosmovisión de este pueblo ancestral del norte del país. En 2016, su primera temporada contempló un total de 12 capítulos, los que se realizaron en conjunto con la Fundación Imagen Chile.



Ciencia

Congreso del Futuro: Este evento reúne una vez al año a los científicos y pensadores más connotados del mundo para discutir acerca de los dilemas y los desafíos que plantea el futuro para la humanidad. En 2016, Vive Chile estuvo a cargo de las comunicaciones, el marketing y la televisión del Congreso. En esta edición, las transmisiones vía streaming tuvieron una audiencia de un millón de personas, para una actividad que convocó a más de 90 invitados internacionales, cuatro de ellos premios Nobel.

Por la razón y la ciencia: Este programa sobre ciencias fue lanzado en noviembre de 2016 y reúne historias y experiencias contadas por investigadores y científicos nacionales, hombres y mujeres que han sido un aporte a la sociedad y entre los que destacan premios nacionales y jóvenes innovadores. Su objetivo es invitar a los ciudadanos a reflexionar sobre la necesidad que tenemos como país de avanzar hacia una sociedad del conocimiento. Por la razón y la ciencia es fruto de una alianza con la Fundación Imagen Chile, el programa Explora de Conicyt y el Ministerio del Medio Ambiente.

Videoteca Nacional sobre Contenido Científico (#carpeta Patria Científica):

En 2016, la Fundación puso a libre disposición de la población todo el contenido audiovisual dedicado a la ciencia que posee en sus archivos. Esta es la mayor videoteca sobre contenido científico existente en el país. A este material se puede acceder desde diversas plataformas, como canales lineales, CNN Chile, la señal Vive y los canales regionales de VTR, Video On Demand y Redes Sociales. En sus carpetas se puede encontrar el contenido audiovisual que genera Conicyt, los institutos Milenio, el Congreso del Futuro y otras instituciones, organismos y productoras dedicados a promover el desarrollo de la ciencia en Chile.



CONECTIVIDAD RESPONSABLE

La conectividad es esencial para las economías de hoy, las comunidades y la vida cotidiana de las personas. Esta realidad nos obliga a garantizar que la tecnología digital funcione para el interés de todos y que, a medida que el ancho de banda que entregamos crece, nuestro impacto en el planeta no lo hará.

Como compañía líder en Banda Ancha y Televisión de Pago en Chile, buscamos contribuir al desarrollo del país operando de una manera sostenible y responsable.

Productos y servicios confiables

La cultura corporativa de VTR pone al cliente en el centro de la actividad de la compañía. Así se desprende del nuevo propósito declarado por la empresa, que es hacer la vida simple, conectada y entretenida, y de sus principios corporativos, el primero de los cuales invita a los colaboradores a entregar todo su potencial para brindar el mejor servicio de la industria.

En el marco de esta visión, desde hace años VTR viene desarrollando programas e iniciativas que apuntan a garantizar el cumplimiento de su promesa de servicio y a alcanzar una excelencia operacional fundada en el modelo de experiencia cliente.

Durante 2016, el trabajo impulsado por la empresa en esta dirección se centró en la elaboración de un sistema de mejora continua que apunta al perfeccionamiento en el día a día de la atención que reciben los clientes. En el contexto de esta orientación, la compañía se focalizó en mejorar la experiencia de interacción con los puntos de contacto y la experiencia con los productos.

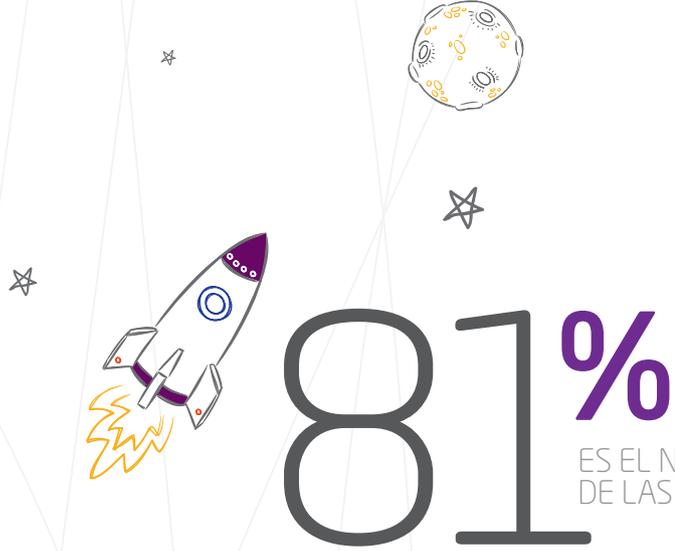
Puntos de contacto con nuevas capacidades: En ese plano, la prioridad estuvo en generar mayores capacidades de servicio y facilitar la accesibilidad de los clientes. Como parte de esta labor se externalizó el Call Center, lo que permitió aumentar el número de operadores. A partir de estos nuevos recursos, también se optimizó la atención de los distintos segmentos. En materia de reclamos, el foco estuvo en abordar las causas raíces con un modelo de mejora continua.

A nivel de sucursales, la atención se orientó a la redefinición de roles y la adaptación de los servicios a la demanda de cada local. Esto permitió ejecutar un servicio más eficiente y reducir los tiempos de atención. En el contexto de este plan, también se capacitó a los ejecutivos de sucursal para atender y resolver consultas de carácter técnico.

En 2017, VTR pondrá en marcha una nueva estrategia de sucursales. Este programa busca adecuar el actual modelo a las necesidades y expectativas de los clientes de hoy, y recoge las mejores prácticas desarrolladas por las filiales de Liberty en el mundo.

Mejor experiencia con los productos: En este ámbito, la compañía elaboró un programa de educación orientado a los clientes que comenzará a ejecutarse en 2017 y que busca enseñarles cómo usar de forma óptima los productos. El objetivo de este plan es que los usuarios aterricen las expectativas que manejan respecto de los servicios que pueden obtener.

Otras acciones que impulsó VTR en materia de experiencia clientes fueron la creación de una Mesa de Mejora Continua, para analizar con un enfoque transversal los problemas recurrentes, y la puesta en marcha de un plan orientado a hacer seguimiento de todas las iniciativas de la compañía que tienen impacto en la percepción del servicio.



NPS CANALES DE ATENCIÓN

CALL CENTER

| NPS | ene.-16 | feb.-16 | mar.-16 | abr.-16 | may.-16 | jun.-16 | jul.-16 | ago.-16 | sept.-16 | oct.-16 | nov.-16 | dic.-16 | TOTAL AÑO |
|------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|----------|---------|---------|---------|-----------|
| CALL | -3,2% | -10,5% | -9,1% | -6,5% | -1,7% | -0,1% | -5,2% | 0,7% | 5,1% | 4,2% | 4,9% | 1,7% | -1,7% |

SUCURSAL

| NPS | ene.-16 | feb.-16 | mar.-16 | abr.-16 | may.-16 | jun.-16 | jul.-16 | ago.-16 | sept.-16 | oct.-16 | nov.-16 | dic.-16 | TOTAL AÑO |
|----------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|----------|---------|---------|---------|-----------|
| NACIONAL | 3,6% | 26,2% | 28,9% | 34,0% | 34,7% | 41,3% | 39,0% | 38,1% | 42,3% | 40,7% | 42,9% | 43,3% | 36,1% |

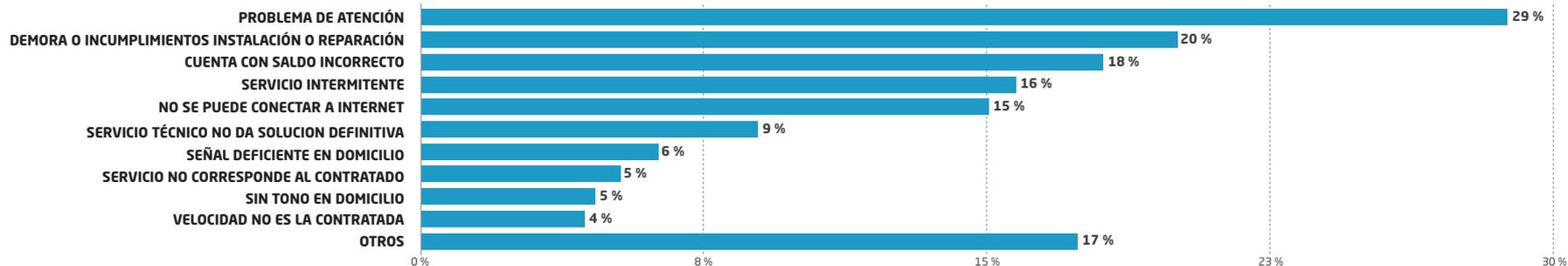
INSTALACIONES

| NPS | ene.-16 | feb.-16 | mar.-16 | abr.-16 | may.-16 | jun.-16 | jul.-16 | ago.-16 | sept.-16 | oct.-16 | nov.-16 | dic.-16 | TOTAL AÑO |
|----------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|----------|---------|---------|---------|-----------|
| NACIONAL | 47,0% | 47,0% | 44,0% | 41,0% | 39,0% | 38,3% | 40,2% | 42,5% | 44,8% | 47,8% | 51,6% | 49,1% | 44,4% |

REPARACIONES

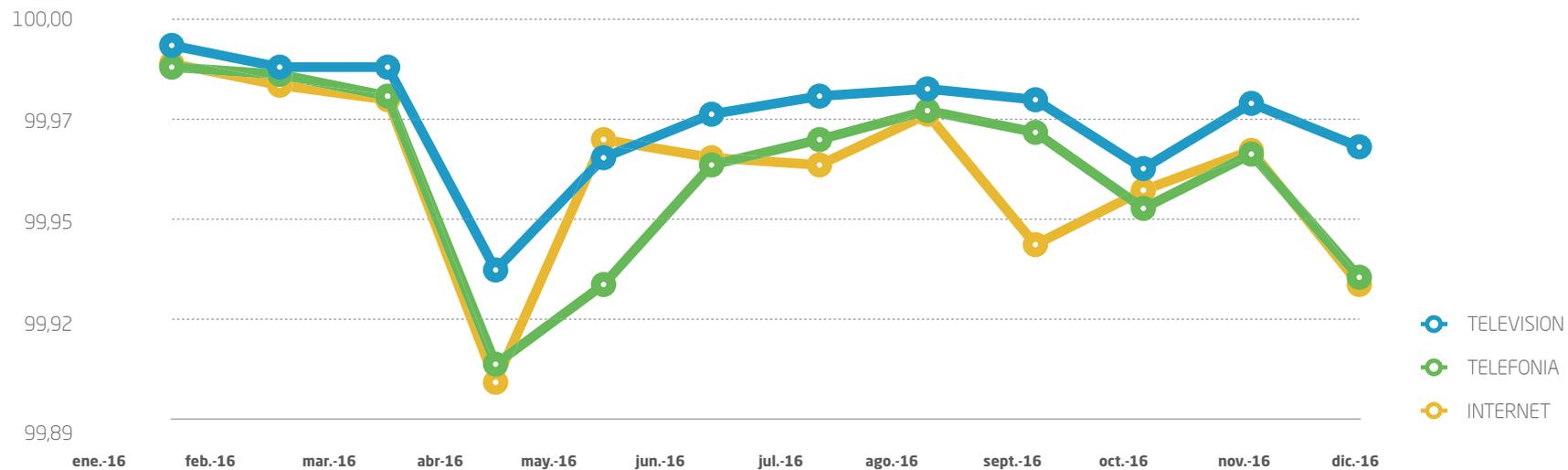
| NPS | ene.-16 | feb.-16 | mar.-16 | abr.-16 | may.-16 | jun.-16 | jul.-16 | ago.-16 | sept.-16 | oct.-16 | nov.-16 | dic.-16 | TOTAL AÑO |
|------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|----------|---------|---------|---------|-----------|
| CALL | 13,0% | 8% | 6% | 5,6% | 7,9% | 9,3% | 12,2% | 16% | 20,8% | 23,6% | 22,7% | 20,6% | 13,8% |

PRINCIPALES RECLAMOS RECIBIDOS POR VTR



DISPONIBILIDAD DE SERVICIO

| LN | ene.-16 | feb.-16 | mar.-16 | abr.-16 | may.-16 | jun.-16 | jul.-16 | ago.-16 | sept.-16 | oct.-16 | nov.-16 | dic.-16 |
|-------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|----------|---------|---------|---------|
| TELEVISION | 99,99 | 99,99 | 99,99 | 99,93 | 99,96 | 99,97 | 99,98 | 99,98 | 99,98 | 99,96 | 99,98 | 99,97 |
| TELEFONIA | 99,99 | 99,99 | 99,98 | 99,91 | 99,93 | 99,96 | 99,97 | 99,98 | 99,97 | 99,95 | 99,96 | 99,93 |
| INTERNET | 99,99 | 99,98 | 99,98 | 99,90 | 99,97 | 99,96 | 99,96 | 99,97 | 99,97 | 99,94 | 99,95 | 99,93 |



Crecimiento sustentable

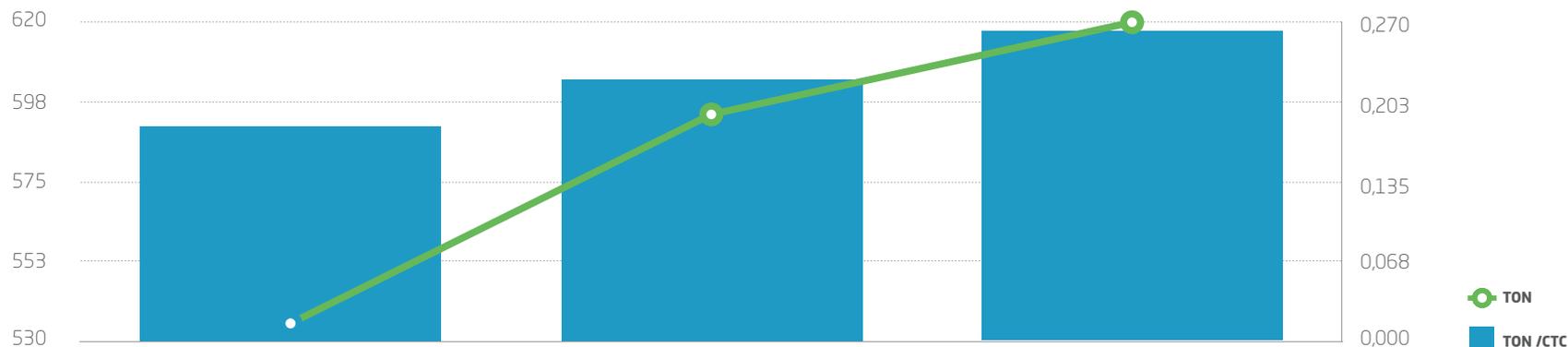
Considerando las características de su actividad, la gestión ambiental en VTR está principalmente centrada en la gestión de los residuos y en el uso eficiente de los recursos.

En línea con las directrices de Liberty Global, este modelo también cubre aspectos de eficiencia energética y programas de reducción de la huella de carbono. En el marco de este sistema, además, la empresa aborda las dimensiones que contempla el cumplimiento normativo en materia ambiental. En estos planos, las principales innovaciones impulsadas por la compañía durante 2016 fueron las siguientes:

Gestión eficiente de los residuos

VTR maneja sus materiales en el marco de los procedimientos estandarizados que establece su Política Ambiental y de Gestión de Residuos. Durante 2016, los residuos generados por la compañía totalizaron las 620 toneladas métricas, un volumen superior al registrado en 2015, cuando esta cifra llegó a las 594 toneladas métricas. Este incremento se produjo como consecuencia de cambios en la estructura operacional, lo que significó el reciclaje o disposición final de un gran número de equipos y material de oficina.

TOTAL RESIDUOS GENERADOS



Procesos consolidados: En 2016, VTR continuó gestionando sus residuos con los mismos sistemas de tratamiento, disposición y reutilización con que viene operando en los últimos años. Estas acciones se ejecutan en el contexto de lo que se conoce como Operación de Reversa, un ciclo cuyas principales etapas son:

Recuperación de equipos: La principal vía que utiliza la compañía para esta operación es el retiro de los equipos desde los domicilios de los clientes por cambio de instalaciones. Otro conducto es el retiro de equipos por desconexión. En esta categoría también se encuentran las devoluciones que realizan los usuarios en sucursales especialmente habilitadas por la compañía para tal efecto.

Reintegración: El objetivo de VTR es reintegrar el mayor volumen posible de equipos recuperados en el circuito comercial, considerando que este proceso reduce la generación de residuos e involucra importantes eficiencias económicas para la empresa.

Para evaluar la factibilidad de esta reincorporación, la compañía efectúa un análisis de todas las unidades recogidas:

- Las que están en buen estado se remozan y/o arreglan y vuelven a inyectarse en el negocio. En 2016, cerca de la mitad de las cajas instaladas en los domicilios de los clientes correspondieron a equipos reutilizados.
- Las cajas con tecnología obsoleta que VTR ya no necesita, aun cuando estén en buenas condiciones, se entregan a empresas extranjeras, que las reacondicionan y venden o hacen su disposición final. En estos casos, se les solicita a dichas firmas que aporten los respectivos certificados de disposición, según establece la normativa correspondiente.
- Las cajas que no se pueden reparar se envían a disposición final con MIDAS. Según el tipo de residuos de que se trate, esta empresa lo recicla y comercializa, o lo dispone en centros de tratamiento o acopio, de acuerdo con el marco legal vigente.
- El material que VTR mantiene en las calles, como el cableado, los amplificadores y las cajas, y que se deja de utilizar por obsolescencia o fallas, es retirado por la empresa y enviado a la CP, en donde se evalúa su reutilización. Parte de los equipos que no se pueden reutilizar se venden por oferta abierta a empresas que los reacondicionan y vuelven a utilizar en sus propias operaciones.

Otros avances de la gestión de residuos

Cajas reutilizables para equipos domiciliarios: En 2016, en calidad de proyecto piloto, VTR comenzó a usar en las operaciones de instalación una nueva caja reutilizable para que los técnicos puedan trasladar los equipos nuevos. Esta caja viene a reemplazar los envases de cartón individuales con que hasta ahora se portaban los equipos domiciliarios. En términos prácticos, sirve para que los agentes salgan a terreno con varios equipos a la vez y tiene la ventaja de que se puede volver a llenar cuando se vacía. El proyecto, que se incorporará oficialmente a la operación en 2017, elimina los residuos de cartón tanto en los hogares como en los centros técnicos. Además, permite un proceso operativo más expedito y supone una mayor eficiencia desde el punto de vista de la inversión.

Preparación para la Ley de Responsabilidad Extendida del Producto: Con el fin de preparar a la organización para la puesta en marcha de la nueva Ley REP, cuya entrada en vigencia se estima para 2017, VTR elaboró un registro de todos los materiales que importó y recuperó para reutilización o disposición final durante el año 2016. De forma simultánea a este levantamiento, la compañía constituyó un comité transversal al que se le encargó la tarea de analizar las eventuales implicancias de esta nueva normativa y hacer un diagnóstico integral de la situación de VTR en esta materia.

Los principales proveedores de bienes y equipamientos de VTR, al ser también proveedores de Liberty Global, están sometidos a auditorías externas que acreditan que los minerales que utilizan sus productos no provienen de zonas en conflictos, en donde exista riesgo de terrorismo o violaciones a los Derechos Humanos. Esta es una exigencia que se desprende de la Política de Cadena de Suministro de Liberty Global.

Sello de eficiencia energética: En 2015, la Superintendencia de Electricidad y Combustible sancionó a todas las cableoperadores del país, entre ellas VTR, por no acreditar sus equipos domésticos con la segunda certificación contemplada en el sello SEC, que obliga a avalar cada uno de los lotes importados de productos. Como parte de este proceso, dicho organismo exigió a las compañías demostrar que las partidas no certificadas fueran seguras, control que finalmente se acordó realizar sobre la base de una muestra estadística de dispositivos recogidos en los domicilios. Al cierre de 2016, la compañía ya había revisado sin inconvenientes unos 2.600 equipos. Se estima que este registro terminará en mayo de 2017 y permitirá a la empresa obtener la certificación exigida.

De forma simultánea con este testeo, y a pesar de que la ley no lo exige, VTR decidió hacer una certificación voluntaria de seguridad de los equipos de Internet. En este trabajo, que realizó con el apoyo de un laboratorio externo, se consideraron todos los lotes importados durante el período.

Aporte a la reducción global de las emisiones

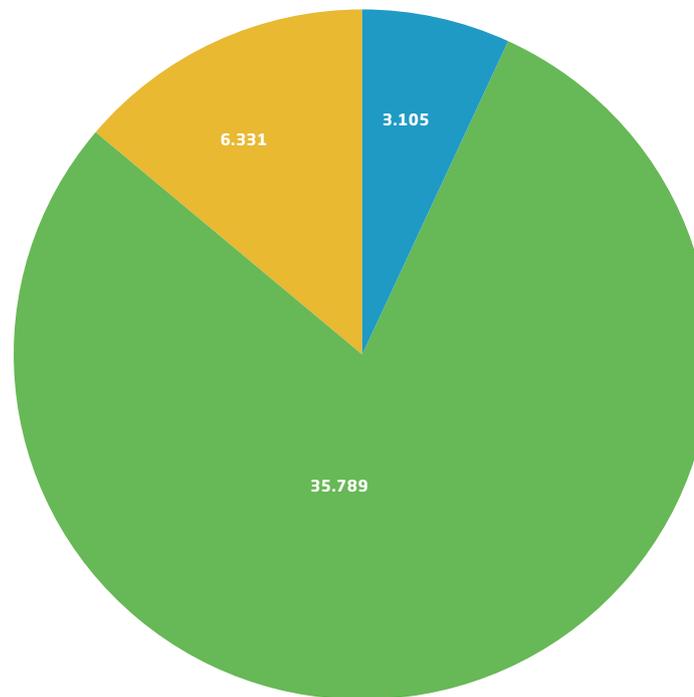
VTR adhiere al programa Desafío Climático que impulsa Liberty Global, que apunta a contribuir a las metas de reducción de emisiones de Gases de Efecto Invernadero contemplados en los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU y a mejorar la eficiencia energética de la Corporación en un 15% al año 2020 medido como TCO₂e/Tb.

Este programa surge en la matriz bajo el convencimiento de que las buenas prácticas de negocio y la gestión ambiental pueden representar para la organización una serie de oportunidades derivadas de un más eficiente de los recursos y una mayor agilidad operativa.

En el marco de esta iniciativa, todos los años Liberty Global mide y monitorea la Huella de Carbono de sus filiales, de acuerdo con los parámetros de la metodología GHG Protocol del Consejo Mundial Empresarial para el Desarrollo Sostenible.

La medición efectuada a VTR en 2016 estableció que las emisiones de GEI generadas por la compañía durante el período ascendieron a 45.226 toneladas de CO₂ equivalente, una cifra 4% mayor que la registrada el año anterior, de 43.557 ton CO₂ e.

EMISIONES DE CO₂E



Este total anual se desglosa de la siguiente forma:

- Alcance 1:** 3.105 toneladas de CO₂ equivalente
- Alcance 2:** 35.789 toneladas de CO₂ equivalente
- Alcance 3:** 6.331 toneladas de CO₂ equivalente

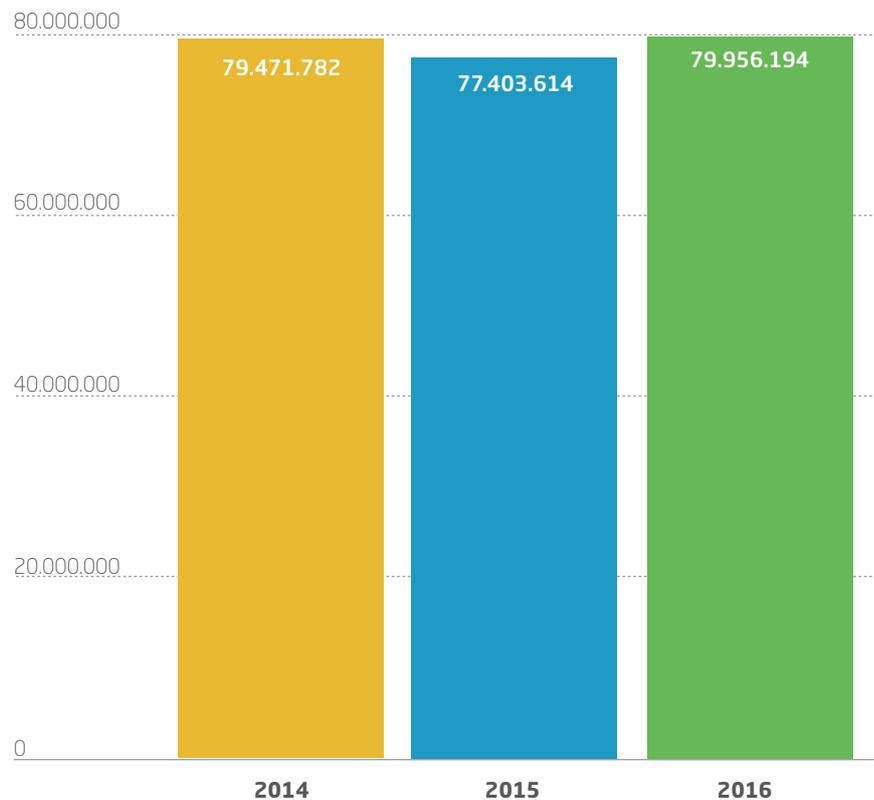
Boleta Electrónica

Desde el año 2012, VTR ofrece a sus clientes la posibilidad de suscribirse gratuitamente al sistema de boleta electrónica. Esta iniciativa forma parte de los esfuerzos que impulsa la compañía con la finalidad de reducir el impacto ambiental de sus operaciones.

Al cierre de 2016, un total de 1.020.484 clientes operaban con este modelo. Esta cifra equivale al 76% de la cartera de la empresa y representa un aumento del 8,8% respecto del universo de 937.539 clientes suscritos a fines de 2015.

La entrega de este documento digital y la consecuente eliminación de su formato físico supone una reducción relevante del impacto medioambiental de VTR, especialmente en lo que se refiere a consumo de papel, energía eléctrica, petróleo y agua, así como en la tala de árboles asociada a este producto.

CONSUMO ENERGÉTICO TOTAL (KWh)



Trabajo de Calidad

VTR aspira a ser una empresa amada por sus colaboradores por ser un lugar grato, alegre, de crecimiento humano y profesional, en el que se escucha con apertura y habla con transparencia. Bajo esa perspectiva, la compañía busca fortalecer los canales de diálogo con sus trabajadores e impulsar planes de capacitación que amplíen las posibilidades de desarrollo interno de las personas.

Consciente del papel que puede jugar en la mejora de las condiciones laborales de sus colaboradores externos, la organización también involucra en estos esfuerzos a sus proveedores contratistas.

Relaciones Laborales Sustentables: En 2015, VTR puso en marcha un programa orientado a fortalecer su modelo de relaciones con los sindicatos, con el fin de imprimirle una mirada de mayor sostenibilidad en el tiempo. En el marco de este proyecto, durante 2016 la compañía siguió potenciando la capacitación de los líderes sindicales invitándolos a participar en un Diplomado de Relaciones Laborales dictado por la Universidad Católica, actividad a la que asistieron durante el período cinco dirigentes.

En materia de relaciones laborales, cabe consignar que en 2016 VTR efectuó cuatro negociaciones colectivas, todas la cuales se cerraron de manera exitosa.

Capacitación con foco en el mundo de los contratistas: En 2016, los principales avances alcanzados por VTR en materia de capacitación estuvieron asociados al cambio en el modelo con que se gestionan los recursos para formación y al enfoque continuo y estandarizado que se buscó imprimir en los procesos destinados a los colaboradores de las Empresas Proveedoras de Servicio, EPS. Esta última labor partió en el mundo de los técnicos domiciliarios y continuará en 2017 abordando a los agentes comerciales y los operadores de Call Center.

Centro de Formación de vanguardia: En 2016, VTR destinó más de \$100 millones a la ampliación y nuevo equipamiento de su Centro de Formación, un recinto con espacios simulados en el que desarrolla cursos de capacitación para sus agentes técnicos. El objetivo de esta inversión fue habilitar dicho edificio para que también acoja los cursos formativos orientados a los ejecutivos del área comercial. Para tal efecto, entre estas nuevas obras destaca la habilitación de un ambiente simulado de sucursal.

43.739^{Hrs}

Totales de capacitación desarrolló VTR en 2016

18,54^{Hrs}

es el promedio anual de capacitación por colaborador

Proveedores como socios estratégicos

Desde 2014, VTR impulsa un programa de desarrollo de proveedores que apunta a elevar los estándares de gestión de las empresas externas para que puedan continuar respondiendo los requerimientos y necesidades de los clientes.

En ese marco, durante 2016, la empresa siguió avanzando en la definición de requisitos mínimos de administración para sus contratistas a través de la ejecución de la primera encuesta de clima entre colaboradores de las EPS y de la aplicación del Modelo de Madurez tanto a los proveedores que forman parte de su cartera como a aquellos que aspiran a integrarla.

Modelo de madurez para minimizar los riesgos en la cadena de suministro: Este sistema permite identificar el nivel de riesgo de un proveedor a partir del grado de desarrollo de sus procesos de control interno.

A partir de los resultados obtenidos en las pruebas aplicadas en 2016, VTR cerró 36 contratos con empresas que no alcanzaban las condiciones mínimas de madurez establecidas.

Primera Encuesta de Clima entre las Empresas Proveedoras de Servicios: Este proceso se aplicó por primera vez en 2016. Su objetivo fue determinar la percepción que tienen los colaboradores externos sobre su entorno laboral, un aspecto que VTR considera crítico para garantizar a sus clientes un nivel de atención de excelencia. Los resultados de esta primera experiencia llevaron a algunas de las EPS participantes a desarrollar planes de mejora.

En 2017, el foco de este trabajo estará en capacitar a los líderes para que gestionen sus climas internos. Para tal efecto, la compañía elaboró un manual de buenas prácticas que se distribuirá entre las empresas contratistas. La aspiración a futuro de VTR es establecer metas en este ámbito y comenzar a cerrar su relación comercial con aquellas EPS que se mantengan en una zona de destrucción de valor.

4.000 COLABORADORES

de las EPS participaron en la primera encuesta de clima de las empresas contratistas

120 EMPRESAS

fueron abordadas durante 2016 a través del Modelo de Madurez de VTR



Programas de inclusión laboral para generar nuevos expertos digitales

Con el fin de promover la generación de nuevos trabajadores calificados en áreas asociadas a la actividad de la compañía, en 2016 VTR apoyó una serie de iniciativas de inclusión y práctica laboral orientadas a estudiantes de liceos técnicos e institutos profesionales. Entre ellas destacan:

Prácticas laborales para estudiantes de liceos técnico-profesionales: Esta iniciativa se realizó en conjunto con la Fundación Itaú y la ONG Educación 2020. Su finalidad fue aportar a la disminución de las tasas de deserción escolar que se están registrando en los colegios técnico-profesionales del país. El programa consistió en incorporar a dos estudiantes de estos establecimientos a la labor que realizan los técnicos de la compañía durante dos semanas y con todos los implementos para poner en práctica sus conocimientos. La idea es acercar a los jóvenes al mundo laboral y ampliar su visión sobre las posibilidades laborales que se les abrirán al

término de sus estudios. La iniciativa se efectuó en calidad de proyecto piloto en un liceo de Valparaíso entre alumnos de Electrónica y Electricidad, e involucró además la capacitación a los profesores de estas áreas.

Programa para conciliar trabajo y estudios profesionales técnicos: En el marco de una alianza entre DUOC y la EPS Nielsen, se impulsó una iniciativa que apunta a frenar los niveles de deserción por razones económicas detectados entre los alumnos de las carreras de Electrónica y Electricidad de este instituto profesional. El proyecto, asimismo, busca asegurar el acceso a trabajadores calificados por parte de Nielsen, uno de los principales contratistas de VTR. En virtud de este convenio, la contratista costea la mensualidad del estudiante en DUOC, además de pagarle un sueldo, mientras que el instituto se encarga de adaptar las mallas curriculares para permitir el trabajo del alumno. VTR brinda todas las facilidades a Nielsen para que pueda ejecutar este programa.

Cifras adicionales

| ITEM | 2014 | 2015 | 2016 |
|---|-------------|-----------|-------------|
| PROVEEDORES | | | |
| Proveedores nacionales (%) | 94,4% | 92% | 91,6% |
| Proveedores internacionales (%) | 5,6% | 8% | 8,4% |
| Gasto en proveedores nacionales (%) | 74% | 66% | 68% |
| Gasto en proveedores internacionales (%) | 25,6% | 34% | 32% |
| DOTACIÓN POR GRUPO ETARIO | | | |
| Colaboradores menores de 30 | 763 | 766 | 476 |
| Colaboradores de entre 30 y 50 | 1.857 | 1.935 | 1.604 |
| Colaboradores mayores de 50 | 157 | 142 | 130 |
| NÚMERO TOTAL Y TASA DE CONTRATACIONES Y ROTACIÓN MEDIA DE EMPLEADOS, DESGLOSADOS POR GRUPO ETARIO Y GÉNERO | | | |
| Mujeres | 326 | 286 | 211 |
| Hombres | 376 | 345 | 273 |
| Total | 702 | 631 | 484 |
| Tasa de contrataciones | 25% | 22% | 22% |
| Tasa de Contrataciones (mujeres) | 28% | 24% | 25% |
| NUEVAS CONTRATACIONES POR GRUPO ETARIO (%) | | | |
| Colaboradores menores de 30 | 452 (64%) | 397 (63%) | 271 (56%) |
| Colaboradores de entre 30 y 50 | 234 (33%) | 232 (37%) | 206 (43%) |
| Colaboradores mayores de 50 | 16 (2%) | 2 (0%) | 7 (1%) |
| Número total de egresos | 1.214 (44%) | 550 (19%) | 1.124 (51%) |
| TOTAL DE EGRESOS POR GÉNERO | | | |
| Mujeres | 475 (41%) | 272 (23%) | 534 (63%) |
| Hombres | 743 (46%) | 278 (16%) | 590 (43%) |
| TOTAL DE EGRESOS POR GRUPO ETÁREO | | | |
| Menores de 30 | 543 | 263 | 412 |
| Entre 30 y 50 | 613 | 271 | 660 |
| Mayores de 50 | 62 | 16 | 52 |
| Total | 1.218 (44%) | 550 (19%) | 1.124 (51%) |

| ITEM | 2014 | 2015 | 2016 |
|---|---------------|------------|------------|
| EMPLEADOS CUBIERTOS POR CONVENIO COLECTIVO | | | |
| Número | 1.127 | 1.119 | 908 |
| Porcentaje | 38% | 42% | 41% |
| INDICADORES DE SALUD Y SEGURIDAD | | | |
| Tasa de Accidentabilidad | No Disponible | 1,15 | 1,11 |
| Tasa de enfermedades laborales | No Disponible | 0,4 | 0,15 |
| Enfermedades profesionales | No Disponible | 1 | 3 |
| Accidentes fatales | 0 | 0 | 0 |
| Tasa de Auserntismo | - | 10% | 11% |
| DÍAS PERDIDOS POR GÉNERO | | | |
| Mujeres | 43.642 | 40.006 | 34.665 |
| Hombres | 21.254 | 20.367 | 17.838 |
| Total | 64.896 | 60.373 | 52.493 |
| DOTACIÓN POR GÉNERO | | | |
| Hombres | 1.610 | 1.668 | 1.357 |
| Mujeres | 1.167 | 1.175 | 853 |
| REMUNERACIÓN BASE EN VTR | | | |
| Salario mínimo legal | \$225.000 | \$241.000 | \$257.000 |
| Salario mínimo VTR* | 439.347 | 545.381 | 556.674 |
| Relación | 2 veces | 2,26 veces | 2,16 veces |

*El ingreso mínimo de VTR considera la renta de un "Ayudante Back office". No incluye cargos con una composición mayoritariamente variable, las personas a plazo fijo ni aquellas con jornada parcial. Incorpora sueldo base + gratificación + colación + movilización + 1/12 del bono anual OCF + 1/12 de los aguinaldos fijos de Navidad y Fiestas Patrias.

Resumen de Tabla GRI

Este Reporte de Sostenibilidad fue elaborado siguiendo las directrices del Marco de Información de Sostenibilidad G4 del Global Reporting Initiative (GRI) opción esencial, así como los indicadores del Suplemento Sectorial de Telecomunicaciones. El Índice Completo de Contenidos GRI se puede revisar en www.vtr.com

| CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES | | Páginas | Omisiones |
|----------------------------------|--|---|-----------|
| Estrategia y análisis | | | |
| G4-1 | Declaración del principal responsable de la organización | 4-5 | - |
| Perfil de la organización | | | |
| G4-3 | Nombre de la organización | 6 | - |
| G4-4 | Marcas, productos y servicios | 6-18-20-21-33-34 | - |
| G4-5 | Lugar de la sede central | Apoquindo 4800, Las Condes, Santiago | - |
| G4-6 | Países en que opera | 6-7 | - |
| G4-7 | Régimen de propiedad y forma jurídica | 8 | - |
| G4-8 | Mercados servidos | 6 | - |
| G4-9 | Tamaño de la organización | 6 | - |
| G4-10 | Perfil de la dotación | 25 | - |
| G4-11 | Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo | 48 | - |
| G4-12 | Cadena de suministro | 40-41-45-46-48 | - |
| G4-13 | Cambios significativos en la organización en el último período en su estructura organizacional | En 2016, VTR no introdujo cambios significativos | - |
| G4-14 | Principio de precaución | VTR aborda el principio de precaución a través de sus procesos de gestión de riesgos. Más detalles en http://www.libertyglobal.com | - |
| G4-15 | Iniciativas externas suscritas por la compañía | 12-20-29-40-41 | - |
| G4-16 | Instituciones a las que pertenece | Anexo | - |

| CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES | | Páginas | Omisiones |
|--|--|---|-----------|
| Aspectos materiales y cobertura | | | |
| G4-17 | Entidades que figuren en los estados financieros | VTR publica sus estados financieros a través de Liberty Global. Esta información comprende todas las empresas que operan bajo la marca VTR. Más detalles en http://www.libertyglobal.com | - |
| G4-18 | Procesos para la definición de los contenidos de la memoria | 13-14 | - |
| G4-19 | Aspectos materiales identificados en la definición de los contenidos | 13-14 | - |
| G4-20 | Cobertura de los aspectos materiales dentro de la organización | 13-14 | - |
| G4-21 | Límite de cada aspecto material fuera de la organización | 13-14 | - |
| G4-22 | Consecuencias de las reexpresiones de la información de memorias anteriores y sus causas | Las emisiones de Gases de Efecto Invernadero se actualizan de forma retroactiva, de acuerdo con los lineamientos establecidos en el GHG Protocol. Más información sobre los criterios para los indicadores ambientales en http://www.libertyglobal.com | - |
| G4-23 | Cambios en el alcance y cobertura de cada aspecto en comparación con memorias anteriores | No hay cambios significativos en el alcance y cobertura de cada aspecto en comparación con memorias anteriores | - |

| CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES | | Páginas | Omisiones |
|------------------------------|--|---------|-----------|
|------------------------------|--|---------|-----------|

| Participación de los grupos de interés | | | |
|--|--|--|--|
|--|--|--|--|

| | | | |
|-------|---|----------|---|
| G4-24 | Lista de los grupos de interés vinculados a la organización | 11 | - |
| G4-25 | Criterios de selección de los grupos de interés | 11 | - |
| G4-26 | Enfoque para la participación de los grupos de interés | 13-14-22 | - |
| G4-27 | Temas claves que han surgido de la participación de los grupos de interés | 13-14 | - |

| Perfil de la memoria | | | |
|----------------------|--|--|--|
|----------------------|--|--|--|

| | | | |
|-------|--|---|---|
| G4-28 | Período objetivo de la memoria | 2 | - |
| G4-29 | Fecha de la última memoria | 2 | - |
| G4-30 | Ciclo de presentación de memorias | 2 | - |
| G4-31 | Contacto para resolver dudas sobre contenidos de la memoria | 2 | - |
| G4-32 | Opción de conformidad con la Guía que ha elegido la organización | 2 | - |
| G4-33 | Política o práctica sobre verificación externa | 2 | - |

| Gobierno | | | |
|----------|--|--|--|
|----------|--|--|--|

| | | | |
|-------|---|---|---|
| G4-34 | Estructura de gobierno de la organización | 8 | - |
|-------|---|---|---|

| Ética e integridad | | | |
|--------------------|--|--|--|
|--------------------|--|--|--|

| | | | |
|-------|---|----|---|
| G4-56 | Valores, estándares y normas de la organización | 10 | - |
|-------|---|----|---|

| INDICADORES DE DESEMPEÑO ADICIONALES | | Páginas | Omisiones |
|--------------------------------------|--|---------|-----------|
|--------------------------------------|--|---------|-----------|

| | | | |
|--------|--|----|---|
| G4-EC1 | Valor económico directo e indirecto | 9 | - |
| G4-EC4 | Ayudas económicas otorgadas por entes de gobierno | 9 | - |
| G4-EC5 | Relación entre el salario mínimo inicial desglosado por sexo y el salario mínimo local | 48 | - |

| INDICADORES DE DESEMPEÑO ADICIONALES | | Páginas | Omisiones |
|--------------------------------------|--|---------|-----------|
|--------------------------------------|--|---------|-----------|

| | | | |
|---------|---|---|---|
| G4-EC6 | Porcentaje de altos directivos procedentes de la comunidad local | 8 | - |
| G4-EC7 | Desarrollo e impacto de la inversión en infraestructura y de los tipos de servicios | 17-21 | - |
| G4-EC | Porcentaje del gasto en lugares con operaciones significativas que corresponde a proveedores locales | 8 | - |
| G4-EN29 | Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y normativa ambiental | En 2016 VTR no registró multas y/o sanciones por incumplimiento de la legislación y normativa ambiental | - |
| G4-LA1 | Número total y tasa de contrataciones y rotación media de empleados, desglosados por grupo etario y género | 48 | - |
| G4-LA3 | Niveles de reincorporación al trabajo y de retención tras baja por maternidad o paternidad por sexo | 48 | - |
| G4-LA5 | Porcentaje de trabajadores que está representado en comités formales de seguridad y salud conjuntos para dirección y empleados | 48 | - |
| G4-LA6 | Tipo y tasa de lesiones, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por género | 48 | - |
| G4-HR12 | Número de reclamaciones sobre derechos humanos que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales | En 2016, VTR no recibió multas o reclamos relacionados con violaciones a los Derechos Humanos | - |
| G4-S05 | Casos confirmados de corrupción y medidas adoptadas | En 2016, VTR no registró casos de corrupción | - |
| G4-S06 | Valor de las contribuciones políticas, por país y destinatario | Las normas de la compañía prohíben las contribuciones a partidos políticos, dirigentes políticos y candidatos a puestos de elección popular | - |

ASPECTOS MATERIALES

| Aspecto material | Indicador GRI | Material para la Organización | Material fuera de la organización | Relevancia fuera de la Organización |
|---|---|-------------------------------|-----------------------------------|---|
| ÉTICA, ANTICORRUPCIÓN Y LIBRE COMPETENCIA | NO DISCRIMINACIÓN: Casos y medidas correctivas (G4-HR3) SOCIEDAD: Lucha contra la corrupción (G4 S04) ÉTICA E INTEGRIDAD Valores de la organización (G4-56) | Sí | Sí | No hay estrategia de negocios posible, sin un conjunto de principios bien establecidos y una cultura que promueva el compromiso con la integridad. En VTR, la ética no se transa. Realizar nuestro negocio desde una base ética nos permite ser un aporte para nuestros clientes y nuestro entorno. |
| ADMINISTRACIÓN DE RIESGOS OPERATIVOS Y DE CONTINUIDAD | SUPLEMENTO SECTORIAL: Nivel de disponibilidad de productos y servicios (G4-PA4, G4-PA3) | Si | Si | La continuidad de los servicios de telecomunicaciones cobra una relevancia particular en un país como Chile, expuesto constantemente a desastres naturales. |
| DIÁLOGO TRANSPARENTE CON GRUPOS DE INTERÉS | SUPLEMENTO SECTORIAL: Iniciativas para asegurar claridad de cargos y tarifas (G4-PA10) | SI | SI | Respeto, honestidad e integridad son los pilares que deben conducir la conducta empresarial. Las empresas tienen la responsabilidad de mantener estos principios y comportamientos de acuerdo con los estándares éticos y legales más estrictos |
| CRECIMIENTO RESPONSABLE | SUPLEMENTO SECTORIAL: Inversión en redes y políticas para superar barreras de acceso a productos y servicios TELCO, y asegurar disponibilidad (G4-IO1, G4-PA2, G4-PA3, G5-PA4) | Si | SI | Duplicamos nuestro ritmo de construcción anual para llegar a cubrir 4 millones de hogares al año 2020. De esta manera buscamos contribuir al desarrollo del país y a la disminución de la brecha digital. |
| CALIDAD DE VIDA Y BENEFICIOS | PRÁCTICAS LABORALES: Capacitación (G4-LA9) Desempeño (G4-LA11) Equidad salarial (G4-LA10) Beneficios (G4-LA2) | SI | - | |

ASPECTOS MATERIALES

| Aspecto material | Indicador GRI | Material para la Organización | Material fuera de la organización | Relevancia fuera de la Organización |
|--|---|-------------------------------|-----------------------------------|---|
| CULTURA Y VALORES CORPORATIVOS | ÉTICA E INTEGRIDAD Cultura y valores de la organización (G4-56) | SI | - | |
| ENGAGEMENT O COMPROMISO | PRÁCTICAS LABORALES: Capacitación (G4-LA9) ÉTICA E INTEGRIDAD Cultura y valores de la organización (G4-56) | SI | - | |
| PERFORMANCE DE SOCIOS ESTRATÉGICOS | PRÁCTICAS LABORALES: Prácticas laborales de proveedores (G4-LA14) | SI | SI | Los proveedores son una pieza clave para la materialización de nuestro propósito corporativo; hacer tu vida simple conectada y entretenida. |
| GESTIÓN DEL CICLO DE VIDA DE EQUIPOS ELECTRÓNICOS | EFLUENTES Y RESIDUOS Peso de residuos gestionados (G4-EN23) | SI | SI | La correcta disposición de nuestros residuos, asegura que no se generen impactos negativos en el medio ambiente a causa de nuestra actividad. |
| DESARROLLO DE LA CREATIVIDAD DIGITAL EN LA COMUNIDAD | SUPLEMENTO SECTORIAL: Políticas para superar barreras de acceso a productos y servicios TELCO (G4-PA2) | - | SI | La sociedad, como nunca antes, cuenta con acceso a los infinitos beneficios que entregan las tecnologías de la información y en VTR estamos convencidos que la creatividad en el mundo digital ayudará a construir un mundo más sustentable |
| EFICIENCIA ENERGÉTICA | Medio Ambiente CONSUMO ENERGÉTICO INTERNO (G4-EN3) | SI | SI | La disminución en los consumos energéticos tienen una relación directa en el aporte a las emisiones de GEI que contribuyen al cambio climático |
| TRASPASO DE BUENAS PRÁCTICAS A PROVEEDORES | PRÁCTICAS LABORALES: Prácticas laborales de proveedores (G4-LA14) | SI | SI | Los proveedores son una pieza clave para la materialización de nuestro propósito corporativo; hacer tu vida simple conectada y entretenida |

ASPECTOS MATERIALES

| Aspecto material | Información sobre el enfoque de gestión (DMA) e indicadores de desempeño | Página / enlace para la información sobre el enfoque gestión (DMA) e indicadores de desempeño | Omissiones |
|---|---|--|------------|
| ÉTICA, ANTICORRUPCIÓN Y LIBRE COMPETENCIA | NO DISCRIMINACIÓN: Casos y medidas correctivas (G4-HR3) SOCIEDAD: Lucha contra la corrupción (G4 SO4) ÉTICA E INTEGRIDAD Valores de la organización (G4-56) | Cultura Corporativa: Página 10 Desarrollo Organizacional: Página 23 Equidad salarial: Página 26 Una gestión con base ética: Página 27 | - |
| ADMINISTRACIÓN DE RIESGOS OPERATIVOS Y DE CONTINUIDAD | SUPLEMENTO SECTORIAL: Nivel de disponibilidad de productos y servicios (G4-PA4, G4-PA3) | Productos y servicios confiables: Página 34 | - |
| DIÁLOGO CON TRANSPARENTE CON GRUPOS DE INTERÉS | SUPLEMENTO SECTORIAL: Iniciativas para asegurar claridad de cargos y tarifas (G4-PA10) | Diálogo con Asociaciones de Consumidores: Página 22 | - |
| CRECIMIENTO RESPONSABLE | SUPLEMENTO SECTORIAL: Inversión en redes y políticas superar barreras de acceso a productos y servicios TELCO, asegurar disponibilidad (G4-IO1, G4-PA2, G4-PA3, G5- PA4) | Acelerar la Inversión en Infraestructura: Página 17 | - |
| CALIDAD DE VIDA DE LOS COLABORADORES Y BENEFICIOS | PRÁCTICAS LABORALES: Capacitación (G4-LA9) Desempeño (G4-LA11) Equidad salarial (G4-LA10) Beneficios (G4-LA2) | Espacio de Desarrollo para los Colaboradores: Páginas 23, 24, 26 Trabajo de Calidad: Página 41 | - |
| CULTURA Y VALORES CORPORATIVOS | PRÁCTICAS LABORALES: Capacitación (G4-LA9) ÉTICA E INTEGRIDAD Cultura y valores de la organización (G4-56) | Desarrollo Organizacional: Página 23 | - |
| PERFORMANCE DE SOCIOS ESTRATÉGICOS | PRÁCTICAS LABORALES: Prácticas laborales de proveedores (G4-LA14) EVALUACIÓN DE LOS PROVEEDORES EN DDHH Proveedores examinados en función de criterios de DDHH (G4-LA14) | Proveedores como Socios Estratégicos: Páginas 42-43 Trabajo de Calidad: Página 41 | - |
| GESTIÓN DEL CICLO DE VIDA DE EQUIPOS ELECTRÓNICOS | EFLUENTES Y RESIDUOS Peso de residuos gestionados (G4-EN23) | Gestión Eficiente de los Residuos: Páginas 36-37 | - |

ASPECTOS MATERIALES

| Aspecto material | Información sobre el enfoque de gestión (DMA) e indicadores de desempeño | Página / enlace para la información sobre el enfoque gestión (DMA) e indicadores de desempeño | Omissiones |
|--|--|---|------------|
| DESARROLLO DE LA CREATIVIDAD DIGITAL EN LA COMUNIDAD | SUPLEMENTO SECTORIAL: Políticas para superar barreras de acceso a productos y servicios TELCO (G4-PA2) | Aporte a un Mundo Digital Sin Riesgos: Páginas 29-30 | - |
| EFICIENCIA ENERGÉTICA | Medio Ambiente CONSUMO ENERGÉTICO INTERNO (G4-EN3) | Consumo energético total: Página 44 | - |
| TRASPASO DE BUENAS PRÁCTICAS A PROVEEDORES | PRÁCTICAS LABORALES: Prácticas laborales de proveedores (G4-LA14) | Trabajo de Calidad: Páginas 45-46 | - |

MEMBRESÍA

| INSTITUCIÓN | SITIO WEB | INSTITUCIÓN | SITIO WEB |
|--|--|------------------------|--|
| Acción Empresas | www.accionempresas.cl | CPCC Concepción | www.cpcc.cl |
| Amcham | www.amcham.cl | CRCP Valparaíso | www.crcpvalpo.cl |
| Asiva de Viña del Mar | www.asiva.cl | Fundación País Digital | www.paisdigital.org |
| Asociación de Proveedores de Internet | www.api.cl | Icare | www.icare.cl |
| Atelmo | www.atelmo.cl | Pacto Global Chile | www.pactoglobal.cl |
| Chile Transparente | www.chiletransparente.cl | PROhumana | www.prohumana.cl |
| Corporación Patrimonio Cultural de Chile | www.patrimonio.cl | Tepal | www.tepal.org |



vtr.com

