



2019

REPORTE SOSTENIBILIDAD

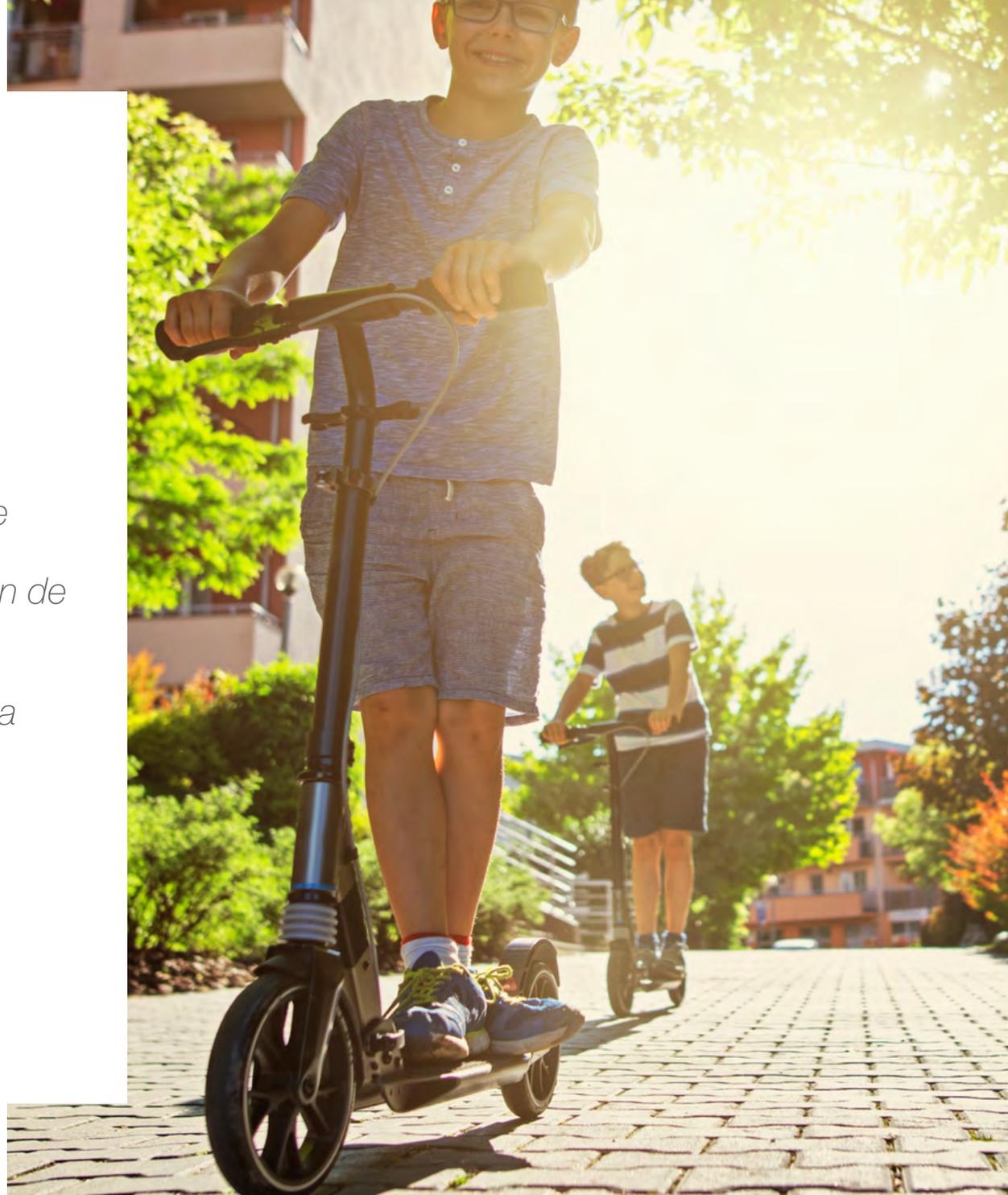


LIBERTY
LATIN AMERICA



ÍNDICE

- 3 *Mensaje del Gerente General*
- 5 *Presentación*
- 20 *Crecimiento Sostenible*
- 30 *Rentabilidad y Creación de Valor*
- 39 *Experiencia y Confianza*
- 58 *Engagement de Largo Plazo*
- 72 *Anexos*
- 83 *Índice GRI*



CARTA DEL GERENTE GENERAL DE VTR

[102-14]

Nos complace presentarles nuestro Reporte de Sustentabilidad 2019, documento que resume nuestros principales avances en materia Económica, Social y Medioambiental.

A través del ejercicio de informar los alcances de nuestra gestión, buscamos vincularnos con todos nuestros grupos de interés. Este es un compromiso que asumimos el año 2006, con el fin de profundizar el impacto de nuestra operación en la comunidad, conocer y medir nuestro desempeño e imponernos objetivos cada vez más ambiciosos en esos tres ámbitos de acción.

Sin duda 2019 será un año que los chilenos recordaremos por siempre. La expresión masiva de la ciudadanía exigiendo cambios profundos al sistema político y económico del país, dio inicio a un proceso que sin duda interpela a todos los actores sociales, entre las que por supuesto se cuentan las empresas.

En este contexto, el sector privado seguirá siendo interpelado en su capacidad de ofrecer respuestas concretas, desafiando lo que hasta hace poco se entendía por Sustentabilidad. Nos enfrentamos el doble desafío de incorporar una mayor perspectiva ciudadana a nuestro rol y a la vez, impulsar nuestra economía para generar trabajo y condiciones que permitan un mayor bienestar para todos.

Pese a las complejidades, durante 2019 VTR continuó avanzando en los compromisos y retos que se ha impuesto, siempre en coherencia con su misión de buscar conectar comunidades y transformar vidas. A partir de esa mirada, el año 2018 dimos inicio a una nueva visión de la sustentabilidad denominada CREE, acrónimo que surge de la combinación de los cuatro ámbitos de impacto que identificamos en nuestra operación: Crecimiento Sostenible, Rentabilidad y Creación de Valor, Experiencia y Confianza y Engagement de largo plazo.

Quiero reconocer y dar las gracias a nuestros más de 1.800 colaboradores y casi 10.000 trabajadores de nuestros socios estratégicos por su colaboración y compromiso con esta visión de cómo queremos ser, especialmente durante un periodo muy complejo para el país.

En el ámbito social, hemos puesto nuestros esfuerzos en el impulso del uso positivo y saludable de internet y las nuevas tecnologías. Desde hace más de una década nuestro programa Convive Digital ha educado a docentes, padres y estudiantes para crear en conjunto ambientes digitales seguros. Queremos generar un círculo virtuoso que, mediante charlas presenciales, cursos online y contenidos disponibles en nuestra web vtrconvivedigital.com, los transforme en líderes digitales que viven y aprovechan las posibilidades que ofrece la conectividad, de manera empática y responsable.



GUILLERMO PONCE
GERENTE GENERAL

Para ello, durante 2019 firmamos un acuerdo con el Ministerio de Educación y con las Municipalidades de Santiago y Ñuñoa para llevar nuestros talleres a sus colegios.

Asimismo, en VTR queremos reducir la brecha digital, tanto en Chile como en todas las operaciones del grupo Liberty, nuestra empresa matriz. Conscientes de que la conectividad nos permite entregar contenidos de interés para las distintas audiencias, procuramos aportar contenidos relevantes que impacten efectivamente en el desarrollo de la sociedad chilena.

La Fundación VTR cumple ese rol, produciendo material audiovisual de ciencia y tecnología de gran calidad educativa para los ciudadanos, y disponibilizándolos en las distintas plataformas de la compañía. Durante el año se dio continuidad al programa “Por la razón y la ciencia”, y participamos una vez más co-organizando el Congreso del Futuro, generando material formativo, en un trabajo conjunto con el Ministerio de Educación.

En la dimensión Económica, 2019 estuvo marcado por resultados destacables para nuestra empresa ya que seguimos creciendo orgánicamente, a través del aumento de nuestro número de clientes y de homepasses residenciales y comerciales.

Dentro de los hitos que sobresalen está el record histórico que alcanzamos en construcción de homepass. VTR registró el 40% de la meta total de construcción de LLA y conseguimos nuestros objetivos de ingresos en todas las líneas de negocio.

Gracias a la adaptación y consolidación de nuestra estrategia de crecimiento, en el mercado de telefonía móvil alcanzamos un 113% de la meta. Además obtuvimos el Premio de Lealtad de Consumidores de banda ancha y registramos la mejor velocidad de bajada en Chile y Latinoamérica. Somos líderes en conexiones de internet fija; y crecimos en el mercado B2B, aumentando 15% nuestros ingresos en esta materia.

En cuanto a nuestra oferta de televisión, seguimos dando énfasis en ofrecer un servicio que se adapte a las necesidades de nuestros clientes. En este sentido,

continuamos fortaleciendo la televisión no lineal, alcanzando 120 canales con Replay TV disponible, para que más de 700 mil clientes puedan ver su contenido en el momento en que más les acomode.

Adicionalmente, seguimos incorporando material disponible para los más de 100 mil usuarios que disfrutaron de la conectividad remota de VTR Play, que es el mayor repositorio de contenido audiovisual de Chile. Junto con esto, añadimos más de 1.000 títulos a nuestra plataforma VOD, logrando hoy un total que supera los 20 mil, e iniciamos las negociaciones para que en 2020 todos nuestros clientes tengan HBO Go sin pagar más.

En la dimensión medioambiental, fortalecimos nuestra gestión responsable de dispositivos electrónicos. Mediante un proceso de logística reversa, recuperamos más de 900 mil aparatos. De ese total, más de 500 mil fueron reacondicionados y vueltos a poner en circulación, mientras que el resto se dispuso de manera responsable en lugares certificados. Cerramos el año recuperando un 78% de los equipos de clientes desconectados.

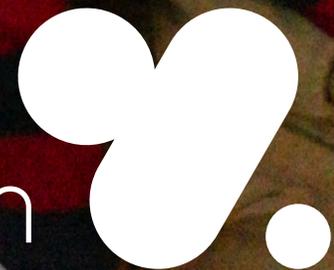
Miramos al 2020 con la expectativa de cumplir con nuestro plan de construcción, seguir creciendo en nuestro número de clientes comerciales, fortaleciendo el mercado de telefonía móvil mediante la incorporación de nuevos negocios. Con una enriquecida oferta de contenidos y plataforma en el mercado de video, como también en el servicio de banda ancha, buscaremos ampliar nuestro servicio a los sectores más vulnerables del país.

El año 2019 nos probó como equipo. Gracias a nuestros colaboradores cumplimos con las metas que nos propusimos y continuamos liderando la industria. En 2020 cada uno de nosotros deberá continuar dando lo mejor de sí, en un contexto totalmente nuevo y marcado por la incertidumbre. Estoy seguro que con el mismo compromiso y espíritu que hemos demostrado, sortaremos este desafío y saldremos fortalecidos como compañía. En 2020, continuaremos caminando por la senda del crecimiento, entregando conectividad y entretención a todos los chilenos.



PRESENTACIÓN

vtr.com



1. PERFIL DE LA EMPRESA [102-1] [102-2] [102-7]

VTR.COM SpA es una empresa que opera en Chile, siendo la compañía líder en la industria de televisión pagada y banda ancha. Forma parte del grupo Liberty Latin America desde la fundación de este conglomerado, en enero de 2018. Hoy, conecta a más de 1.5 millones de clientes a nivel nacional, entregando las más avanzadas tecnologías en el país en red de televisión por cable HFC (híbrida y coaxial), telefonía fija y móvil, además de servicios a pequeñas y medianas empresas a través de su división VTR Negocios.

1.1 VTR EN NÚMEROS*

[102-2]

1.511.667 CLIENTES TOTALES

EN 2018: 1.468.473

46 CIUDADES

Presencia en 46 ciudades del país ENTRE ARICA Y COYHAIQUE.

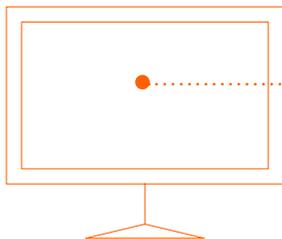


1.317.089 hogares con altas velocidades de internet.

EN 2018: 1.079.277

1.099.731 suscriptores de televisión paga.

EN 2018: 1.259.190



547.583 hogares conectados con telefonía fija.

EN 2018: 572.894

300.801 Clientes en telefonía móvil.

EN 2018: 256.261



42.906 clientes VTR NEGOCIOS.

EN 2018: 33.245



2.964.404 de servicios (RGU'S).



EN 2018: 2.911.361 RGU'S

3.699.322 HOMES PASSED

EN 2018: 3.517.675

521.708 Clientes Single Play.

EN 2018: 504.250

527.181 Clientes Doble Play.

EN 2018: 485.665

462.778 Clientes Triple Play.

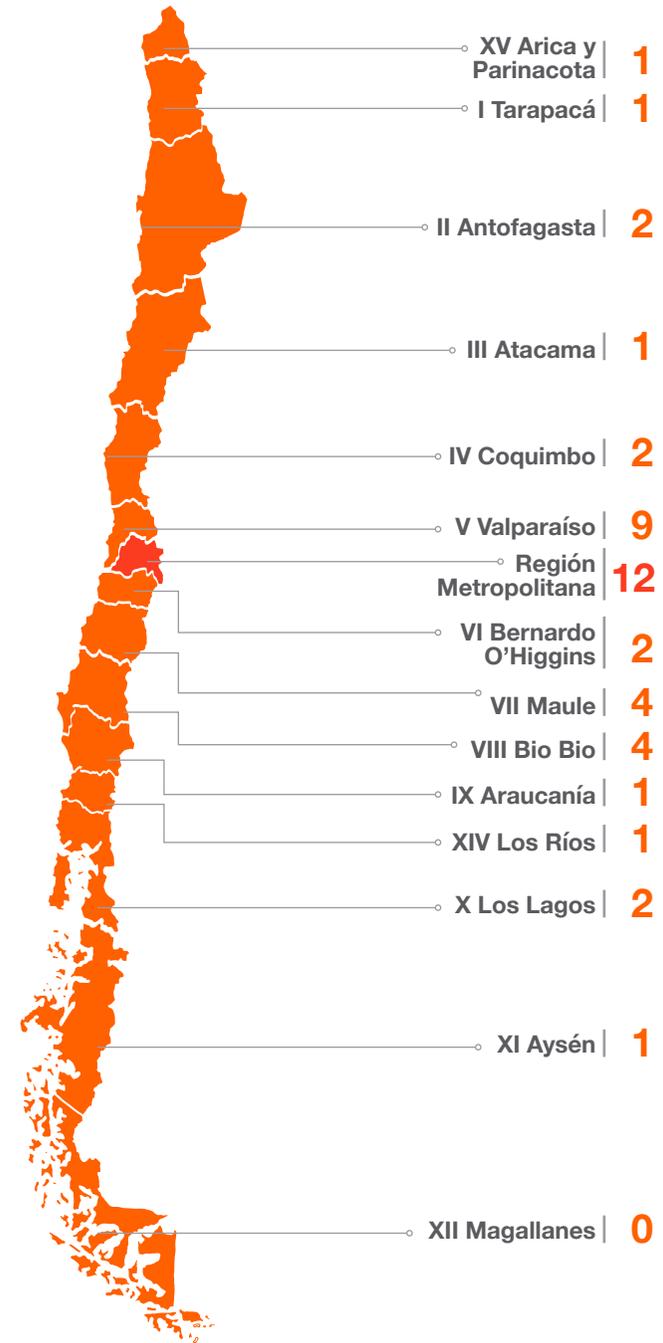
EN 2018: 478.665



* Detalle en anexos pg. 59

Nuestras operaciones se extienden en el territorio chileno, desde las regiones de **Arica y Parinacota a Aysén**. Contamos con canales presenciales y digitales de atención a clientes, con un total de 43 sucursales, call center y la web vtr.com. Las oficinas corporativas de la compañía se ubican en Apoquindo 4800, Las Condes, Santiago de Chile.

[102-4] [102-6] [102-3]



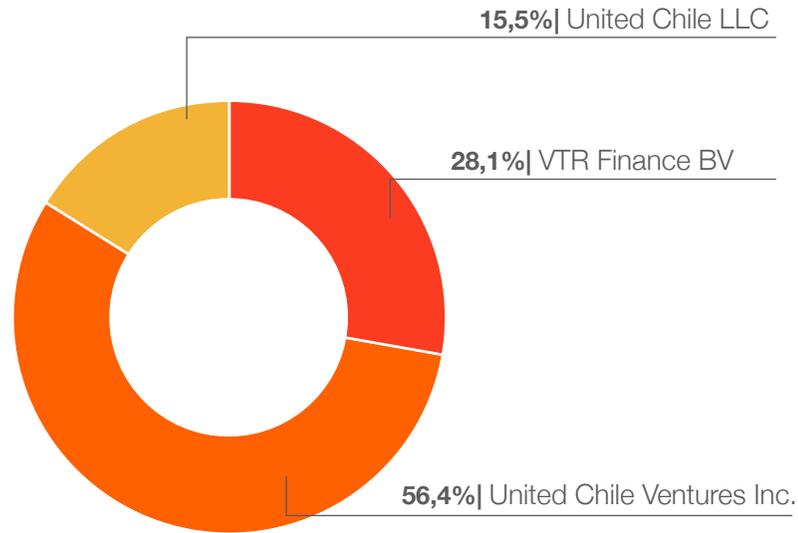
1.2 PROPIEDAD

[102-45 102-5]

La empresa fue fundada el 13 de diciembre de 1993 como IUH Inversiones Chile Ltda., luego de esto cambió su razón social a VTR Hiper cable S.A., y posteriormente a VTR GlobalCom el 3 de enero de 2000. Gracias a un acuerdo en una Junta Extraordinaria de Accionistas, llevada a cabo en noviembre de 2013, se convirtió en la sociedad por acciones VTR GlobalCom SpA. Finalmente, el 29 de febrero de 2016, en Junta Extraordinaria de Accionistas, la sociedad VTR Chile Holdings SpA absorbió a la compañía, cambiando su nombre al actual VTR.COM SpA propietaria de todas las operaciones de la empresa.

La propiedad sobre VTR.COM es la siguiente*:

* Ninguna de estas sociedades es chilena.



1.3 SOMOS LIBERTY LATIN AMERICA

Liberty Latin America es una empresa que lidera el mercado de las telecomunicaciones, con presencia en más de 20 países a través de sus marcas VTR, FLOW, Liberty, Más Móvil y BTC. VTR.COM es parte de LLA desde enero de 2018.

Nuestros servicios principales son de comunicaciones y entretenimiento, tanto para clientes residenciales como comerciales, a través de plataformas de video, banda ancha y telefonía fija y móvil. Adicionalmente ofrecemos servicios de servidores, soluciones IT, hospedaje y soluciones administradas para clientes empresariales en algunos de los países donde operamos.

Nuestra red cuenta más de 50 mil kilómetros de cables de fibra óptica submarina y terrestre, con lo que conectamos a personas y empresas dentro y fuera de nuestros espacios de concesión, alcanzando un total de más de 40 mercados en la región.



Estrategia central LLA

Liberty Latin America se compromete a ofrecer rendimientos de capital y creación de valor a través de un crecimiento orgánico e inorgánico. Ampliaremos nuestros servicios y productos de clase mundial a través de la expansión regional en mercados y segmentos de alto crecimiento por medio de fusiones y adquisiciones oportunas. Estamos comprometidos con la innovación tecnológica para ofrecer productos y servicios transformadores que ayuden a mejorar y simplificar la vida digital de nuestros clientes.

CULTURA LLA

Creemos firmemente en el impacto que tienen la conectividad, entretenimiento digital y tecnología para nuestros clientes. Mediante la entrega de un servicio de clase mundial, podemos ampliar sus posibilidades, tanto en casa como en sus trabajos, permitiendo que millones de personas se beneficien de las oportunidades que ofrece el mundo digital.

También entendemos la relevancia crítica que tienen nuestros servicios, asumiendo el compromiso y la responsabilidad de mejorar y simplificar de manera permanente la experiencia digital. Es por esto, que invertimos e innovamos para tener siempre una red segura, estable y confiable, que garantice a nuestros clientes una conectividad permanente.

Uno de nuestros objetivos es seguir creciendo y expandiendo nuestra red de manera orgánica, por lo que siempre estamos atentos a las condiciones y posibilidades que nos ofrece el mercado de incorporar nuevos negocios, buscando eficiencias a través del escalamiento de nuestro negocio.

“INNOVAR PARA CREAR MOMENTOS SIGNIFICATIVOS PARA NUESTROS CLIENTES, GENERANDO CRECIMIENTO EN NUESTROS MERCADOS, CON UNA VISIÓN, UNA CULTURA, UN EQUIPO”.



VISIÓN

Innovar para crear momentos significativos para nuestros clientes, generando crecimiento en nuestros mercados, con una visión, una cultura, un equipo”.



LIBERTY
LATIN AMERICA



PRINCIPIOS LLA

[102-16]

Nuestro éxito depende de nuestra gente. Lo que nos conecta, nos une y nos hace “nosotros”, es la pasión y el orgullo que tenemos por crear momentos memorables para nuestros clientes. Así que, donde sea que elijas iniciar tu carrera en Liberty Latin America, **todos nos guiamos por una visión, filosofía y valores compartidos que nos permiten hacer que nuestra cultura viva. Lo hacemos mejor y lo hacemos con ánimo.**

ASUMIMOS RIESGOS

Estamos facultados para tomar riesgos. Por nuestros clientes y por nosotros mismos. Cometer errores está permitido.

SOMOS RESPETUOSOS

Tratamos a los demás como queremos ser tratados. Es bueno ser importante, pero es más importante ser amables.

SOMOS HONESTOS

Somos honestos con los demás, pero más importante, somos honestos con nosotros mismos.

TRABAJAMOS CON TENACIDAD

Trabajamos con determinación por nuestros clientes, nuestros colegas y nuestros accionistas.

SOMOS DISCIPLINADOS

Somos consistentes y medimos nuestro desempeño. El compromiso nos importa.



LIBERTY
LATIN AMERICA



FILOSOFÍA

Quando colaboramos, todos ganamos.
Especialmente nuestros clientes.

Si no tenemos la confianza de los clientes, no tenemos clientes.

Nuestro trabajo tiene un propósito, y lo que hacemos marca la diferencia.

Somos dueños de todo lo que hacemos. En cualquier nivel, en cualquier rol, todos somos responsables.

El crecimiento en nuestros mercados comienza y termina con nosotros.

Ser amables no es una opción o una opinión. Simplemente lo somos.

Lo hacemos mejor y con ánimo

Tomamos a todos en cuenta y les incentivamos a que opinen.

Somos responsables por lo que hacemos, determinados y no tenemos temor a equivocarnos.

Somos cercanos y auténticos en todo lo que hacemos. La vida es mejor así.

Somos audaces al innovar, auténticos en nuestras acciones y transparentes en nuestras decisiones.

Hacer todo con pasión, incluso el trabajo más duro, hace que todo sea más fácil.

Nuestra diversidad nos define. Nuestras semejanzas nos conectan.

La tecnología nos entusiasma, nos conecta y nos mueve.

Nos inspiramos tanto por las personas que tenemos a nuestro lado, como por las que están a 1,000 millas de distancia.

El corazón no es sólo algo que tenemos, es algo que compartimos.



LIBERTY
LATIN AMERICA

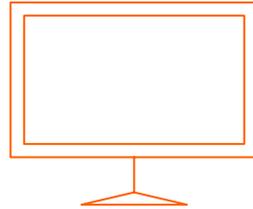
1.2 PRINCIPALES LOGROS 2019

INTERNET



- Obtuvimos el **premio de lealtad del consumidor** de Banda ancha según Alco Consultores y la Facultad de Negocios de la Universidad de los Andes.
- 80% de los clientes VTR tienen **equipo NextGen con tecnología de última generación**.
- Cerca de **300.000 clientes han migrado a mejores velocidades**. El 90% de nuestros clientes tienen velocidades iguales o superiores a 100Mbps.
- Alcanzamos altas velocidades de hasta **600 mbps** de velocidad en todo Chile.
- Tenemos la mejor velocidad de bajada de Chile y Latinoamérica según nPerf premio Latam https://media.nperf.com/files/publications/LATAM/2020-02-10_Barometro-internet-fijo-nPerf-2019.pdf
- En Chile, la velocidad media de descarga durante 2019, fue de 62Mb/s, mientras que en VTR promediamos 84,75Mb/s, muy por encima de nuestros competidores. https://media.nperf.com/files/publications/CL/2020-02-03_Barometro-internet-fijo-nPerf-2019.pdf

VIDEO



- Nuestros servicios innovadores de VOD, Replay TV y VTR Play, marcaron una diferencia y llegamos a más de 700 mil usuarios.
 - **VOD:** más de 20 mil títulos accesibles de los cuales más de 12 mil son gratuitos.
 - **REPLAY TV:** 120 canales con disponibilidad de replay.
 - **VTR PLAY:** más de 80 canales en directo y más de 4.000 títulos disponibles desde la aplicación.



MÓVIL



- Cumplimos nuestra meta de **crecimiento en un 113%**.
- Mejoramos nuestra oferta de planes y somos la compañía con mejor oferta de **precio por Giga en Chile**.
- Nos ubicamos en 3^{er} lugar en portabilidad neta, **con indicadores positivos todo el año**.



EMPRESA



- **Mejoramos la oferta de planes empresas**, lanzamos nuestro pack negocios Negocios Conectado Full que tiene internet 600 megas con una central telefónica virtual con cuatro anexos fijos y puede conectar celulares como anexo fijos.
- Atención **especializada y servicio de post venta único** en el mercado y call center con dedicación exclusiva.
- Servicio técnico express a toda hora, con un **plazo de resolución máximo de 12 horas hábiles**.
- Cerramos el año con **42.906 clientes**.



1.3 NUESTRO GOBIERNO CORPORATIVO

[102-17]

Mantener los más altos estándares de gobierno corporativo es un aspecto fundamental y que nos define como empresa. Nuestro compromiso es dirigir a VTR, COM y sus relaciones con nuestros grupos de interés, con honestidad, integridad y respeto. Es por esto que hemos adoptado una serie de políticas, procedimientos y organismos que aseguren el cumplimiento irrestricto de estas directrices a lo largo de toda nuestra cadena de valor:

Código de Conducta, es una hoja de ruta que orienta a colaboradores, en todos los niveles jerárquicos, sobre requisitos legales y reglamentarios que rigen sobre el desarrollo de nuestras funciones.

Código de Ética para el Director Ejecutivo y los Oficiales Financieros Superiores de cada subsidiaria. Este documento guía el accionar de nuestros principales ejecutivos en temas de gobernanza, ética e integridad.

El Código de conducta para socios comerciales, que entrega información acerca de cómo debemos llevar la relación con nuestros asociados y las expectativas que tenemos de ellos cuando hacemos negocios.

Comité de Auditoría, que define las atribuciones de este órgano de apoyo al Directorio en materia de presentación de información contable y financiera, a través de sus auditorías.

Comité de Compensaciones, está a cargo de (1) compensaciones de ejecutivos, (2) administrar planes de incentivos de capital, y (3) elaborar un informe anual sobre remuneraciones de ejecutivos, para su inclusión en la declaración de poder de la empresa.

Comité de Nominación y Gobierno Corporativo, responsable de (1) identificar y recomendar a las personas idóneas para ser miembros de la Junta, (2) supervisar evaluaciones de la Junta, y (3) revisar y recomendar cambios a las Pautas de Gobierno aplicables a la corporación.





NUESTRO DIRECTORIO

[102-18] [102-24] [102-23] [102-22]

VTR.COM está encabezado por un Directorio que cuenta con tres directores titulares y tres suplentes, que tienen como tareas principales la administración y definición de objetivos de la sociedad. Todos sus miembros son elegidos por plazo de un año, renovable, en la Junta de Accionistas y no reciben remuneraciones por su función. El Presidente del Directorio es Miguel Oyonarte Weldt, VP Legal y de Asuntos Corporativos de **VTR.COM**.

Adicionalmente, el Directorio se apoya en su Comité Ejecutivo y en cuatro comités especializados: Capex, Móvil, de Reputación y Sostenibilidad, y de Ética y Cumplimiento.

VTR.COM SPA

TITULARES

Miguel Oyonarte Weldt

Betzalel Kenigsztein

Guillermo Ponce Miguel

SUPLENTES

Jaime Carey Tagle

Pablo Iacobelli del Rio

Guillermo Acuña Sboccia



GUILLERMO PONCE
Gerente General



JUAN P. RODRIGUEZ
Gerente Riesgo y Control Interno

EQUIPO EJECUTIVO

[102-20]

El órgano de alta dirección de la compañía, liderado por su Gerente General y conformado por seis vicepresidentes, tiene como responsabilidad la gestión económica, social y ambiental de **VTR.COM**. Como integrante adicional y con el objeto de velar por el cumplimiento normativo y de la estrategia corporativa, se encuentra el Gerente de Riesgo y Control Interno.



JUAN FCO. MUÑOZ
VP Tecnología y Operaciones



PEDRO ASSAEL
VP Productos y Marketing



MARCELO VON CHRISMAR
VP Finanzas



MIGUEL OYONARTE
VP Legal y Asuntos Corporativos



IVÁN ROZAS
VP Personas



JOSÉ NAVARRO
VP Transformación Digital LLA



FRANCISCO GANA
VP B2B

1.4 LA SOSTENIBILIBILIDAD COMO ESTRATEGIA DE NEGOCIO

Hemos diseñado nuestro modelo de gestión con la sostenibilidad como eje fundamental, incluyendo esta mirada en todo nuestro quehacer. Esta definición se basa en nuestra convicción de que si somos conscientes de los impactos que generamos en nuestros grupos de interés, y nos ocupamos de ellos tanto dentro como fuera de nuestra empresa, seremos capaces de ser exitosos y de seguir creciendo a futuro.



NUESTROS IMPACTOS

[102-46]

En 2018 creamos una nueva estrategia de sostenibilidad, denominada CREE y, para ese mismo proceso, realizamos un diagnóstico que comenzó con un análisis de materialidad que también nos sirvió para determinar los contenidos que incorporamos en este reporte.



NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS

[102-42] [102-40] [102-43]

Lo primero que hicimos fue identificar los principales actores que pudieran verse impactados con nuestra actividad, es decir, **nuestros grupos de interés:**



COLABORADORES



MEDIOS Y REDES SOCIALES



ANALISTAS FINANCIEROS



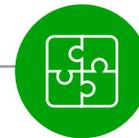
CONSUMIDORES



AUTORIDADES



INDUSTRIA



SOCIOS ESTRATÉGICOS



COMUNIDADES

MATERIALIDAD

Durante el 2019 no se realizó un proceso de materialidad nuevo sino que se revisó el que realizamos en 2018 y se hizo un pequeño ajuste en algunas de las definiciones de los temas materiales.

TEMAS MATERIALES

[102-47 102-44]



INFORMACIÓN DEL REPORTE:

[102-50 102-52 102-54]

Este informe, que busca dar a conocer la gestión y el desempeño en materias económica, social y ambiental en el período comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2019, es el decimo cuarto Reporte de Sostenibilidad elaborado por VTR.COM y fue realizado en conformidad con la opción Esencial de los Estándares GRI:





1.5 PILARES DE LA ESTRATEGIA CREE



GENEREMOS VALOR Y CONFIANZA A LARGO PLAZO

De ese proceso de conocimiento y comprensión de nuestros impactos y la integración de la sostenibilidad de manera transversal en nuestra estrategia de negocio, nace CREE. Cada letra de este acrónimo responde a un grupo de impactos identificados y representa un pilar de nuestra estrategia. A través del presente reporte damos cuenta de cada uno de ellos.

CREE en un desarrollo sostenible. **CREE** en una empresa diversa
CREE en nuestros clientes. **CREE** en un trato justo a proveedores.
CREE en nuestros colaboradores.



CRECIMIENTO SOSTENIBLE

OBJETIVO ESTRATÉGICO:

Seguir creciendo para entregar conectividad y entretenición a más personas.

IMPACTOS RELACIONADOS:

- Disminuir la brecha digital (industria).
- Gestionar la contaminación ambiental.
- Gestionar el consumo energético.



RENTABILIDAD Y CREACIÓN DE VALOR

OBJETIVO ESTRATÉGICO:

Entregar conectividad y entretenición de manera rentable y responsable.

IMPACTOS RELACIONADOS:

- Mejorar la confianza de grupos de interés estratégicos para la operación.
- Acompañar a socios estratégicos en un modelo sustentable.



EXPERIENCIA Y CONFIANZA

OBJETIVO ESTRATÉGICO:

Ser la empresa de telecomunicaciones preferida y más confiable.

IMPACTOS RELACIONADOS:

- Mejorar la confianza de clientes.
- Disminuir la vulnerabilidad de sistemas.
- Gestionar los riesgos por uso excesivo de internet y televisión.



ENGAGEMENT DE LARGO PLAZO

OBJETIVO ESTRATÉGICO:

Habilitador de la estrategia de negocio.

IMPACTOS RELACIONADOS:

- Atraer y retener talento a través de nuestra cultura.

CRECIMIENTO SOSTENIBLE

***Seguir creciendo para entregar
conectividad y entretenimiento a
más personas***

Entendemos nuestro rol dentro de la comunidad, porque sabemos que conectar y llevar entretenimiento a cada vez más personas, disminuir la brecha digital, entregar contenido, tecnología y crecimiento, puede cambiar a vida de la gente, por eso lo hacemos de manera responsable y consciente de nuestros impactos. En ese sentido nos planteamos un modelo de negocio que se ocupa también de gestionar cómo afectamos al medioambiente mediante la disposición de nuestros residuos, la eficiencia en consumo energético y el control de nuestras emisiones de CO2.



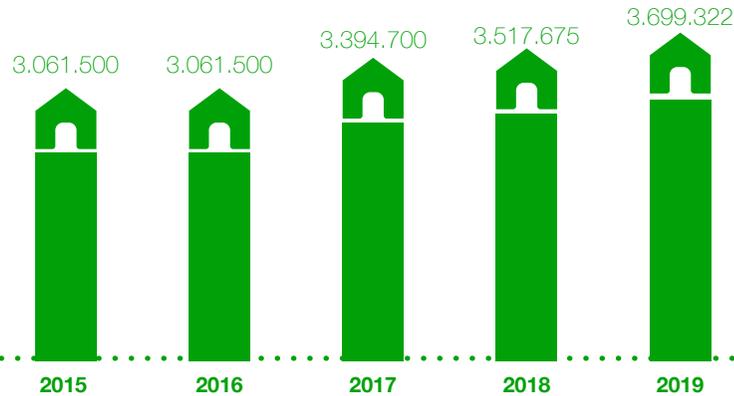
vtr.com



1. CONECTIVIDAD Y CONSTRUCCIÓN DE REDES

Nuestro crecimiento va de la mano con la ampliación de la operación, y a través de la construcción de redes y *homepass*, entregamos acceso a la mejor tecnología en telecomunicaciones a más hogares día a día. Desde el año 2016 implementamos un Plan de Construcción que tiene como objetivo alcanzar las 4 millones de viviendas con conexión a nuestra red de banda ancha, de esa manera seguiremos aportando en la reducción de la brecha digital a nivel nacional, conectando a casi un 66% de los hogares en Chile.

HOMES PASSED



1.1 RESULTADOS 2019 DEL PLAN DE CONSTRUCCIÓN

[203-1]



Se cumplió con la meta que era bastante agresiva a pesar de los desafíos que hubo en el año, producto del estallido social.



Avanzamos en tecnología hfc.



Cumplimos record histórico de construcción de homepass.



Entregamos 201.590 HP, acercando nuestros servicios a más de 3,6 millones de hogares.



Seguimos ampliando la construcción de Homepass a nivel país desde Arica hasta Coyhaique.



Nuestra inversión en infraestructura para habilitar nuevos homepass a nivel nacional fue de 22.796 millones de pesos.



Re-certificación ISO 9001-2015 para el Plan de Construcción.



VTR aportó con el 40% de la meta de construcción de LLA.

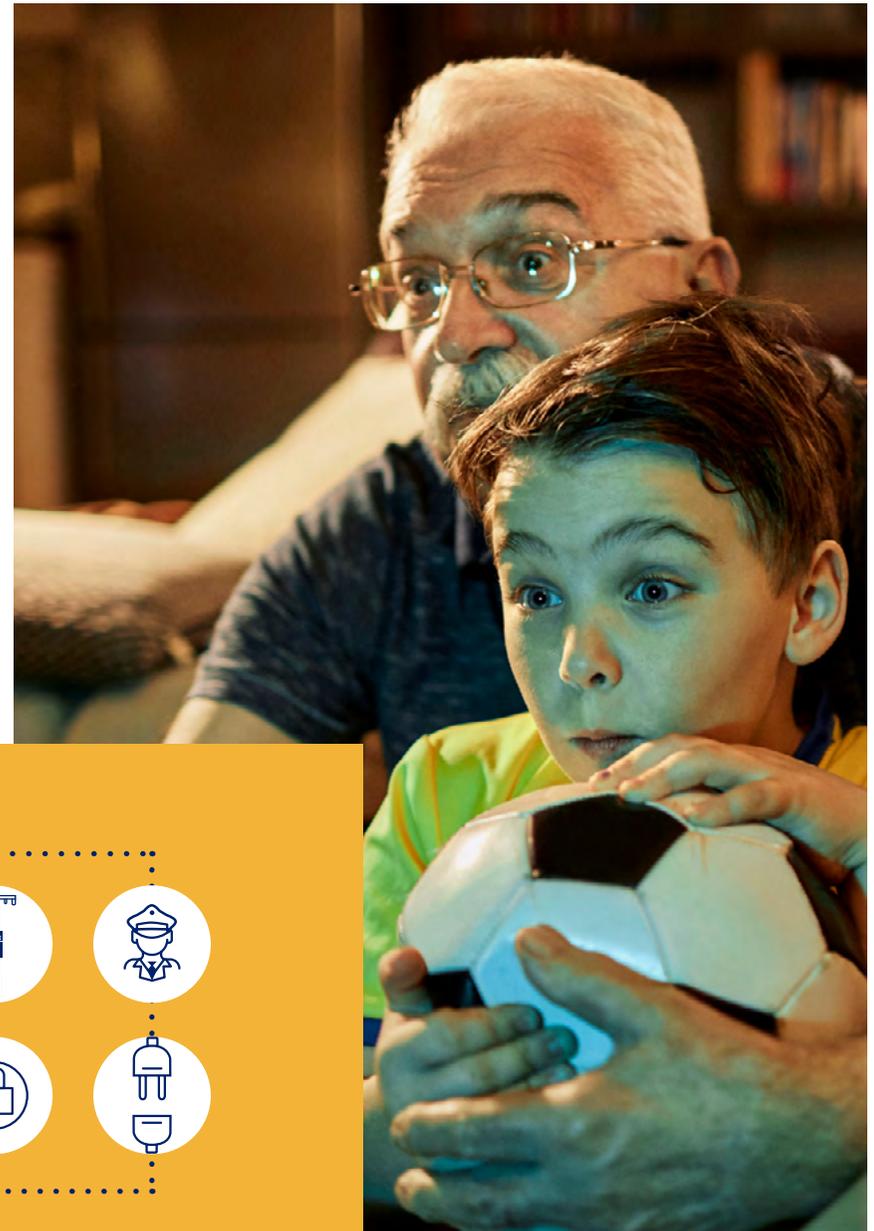
1.2 CERO TOLERANCIA CON LAS CONEXIONES ILEGALES

Parte del control permanente que realizamos a la calidad de nuestra red guarda directa relación con el uso de nuestra infraestructura, porque queremos entregar un servicio con los más altos estándares para nuestros clientes.

En este sentido, uno de los principales retos que tenemos como industria es controlar la piratería de contenidos, que afecta y genera pérdidas millonarias a operadores y propietarios de contenido. Es por esto que trabajamos a diario para controlar los 5 tipos de prácticas

ilícitas que hay en torno a este tema: subreporting, FTA (Free To Air), operadores ilegales, piratería online (IPTV) y colgados al cable.

Precisamente estos últimos son los que más nos afectan como compañía, dado que ocasionan ruidos en nuestra red y eso impacta en la calidad del servicio que reciben nuestros clientes. Para solucionarlo, seguimos avanzando en la digitalización de nuestras redes, lo que aumenta los parámetros de seguridad y estabilidad de ellas, protegiéndolas de los piratas.



MODELO DE FISCALIZACIÓN

Como parte del programa que hemos desarrollado para

terminar con las conexiones ilegales, desde 2018

implementamos un instrumento de fiscalización que se basa

en auditorías a nuestra operación y a las denuncias que

llegan a nuestras plataformas de correo y web.



AUDITORÍA DIRIGIDA

Consiste en detectar y normalizar los domicilios con conexiones ilegales, en coordinación con Carabineros de Chile, a través de operativos policiales.

- Durante el año 2019 auditamos 57.800 hogares de nuestra red, la mayor parte en la Región Metropolitana. De los cuales se detectaron y normalizaron 6.905 domicilios con conexiones ilegales.
- Realizamos 13 operativos.
- La distribución del recorrido fue: 60% RM y 40% otras regiones.
- N° de Querellas 13.
- Resultados de audiencias
 - 25 audiencias aproximadamente
 - 4 terminadas con salidas alternativas
 - 1 terminada por decisión de no perseverar
 - 8 causas vigentes



AUDITORÍA DE DESCONEXIONES

Consiste en un muestreo aleatorio sobre las actividades de desconexiones que realizan nuestros socios estratégicos cuando los clientes solicitan dar de baja sus servicios, en muchos casos estas desconexiones no se realizan y pasan a ser ilegales.

- En el 2019 mantuvimos tasas de desconexiones no ejecutadas por debajo del 4%, las desconexiones mal ejecutadas conforme al protocolo y la norma técnica de instalaciones domiciliarias por debajo del 7%, en promedio.



AUDITORÍA DE INET S/FILTRO CABLE

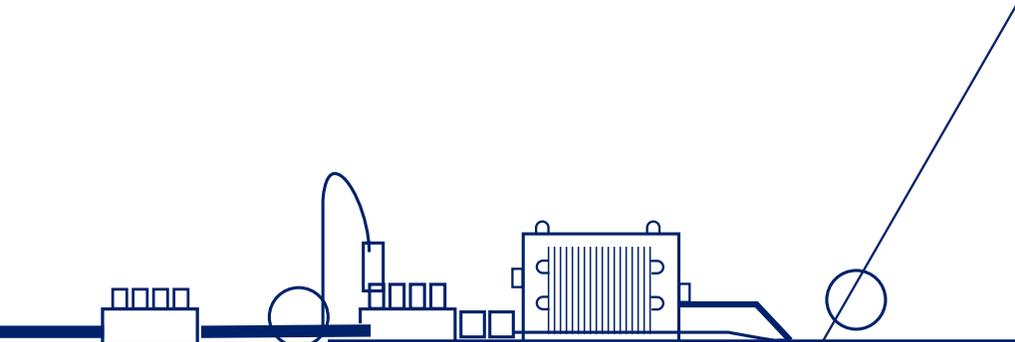
Consiste en el control del 100% de los filtros net instalados en nuestra red, identificando además la falta de este elemento en servicios intervenidos. Esto nos ha permitido activar oportunidades de venta de cable con resultados de un 6% en promedio en campañas de outbound.



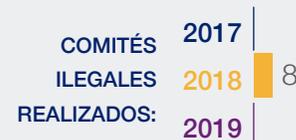
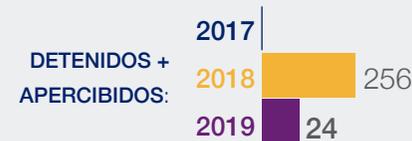
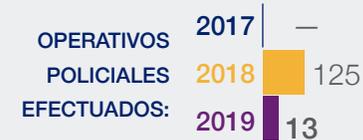
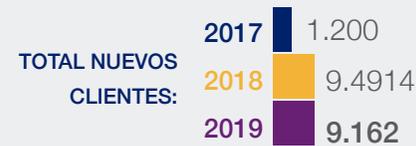
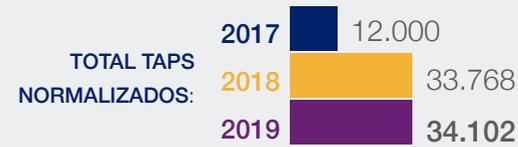


AUDITORÍA TAP

Las auditorías a TAPS, consisten en una revisión de los equipos que generalmente instalamos en los postes de la vía pública y que permiten transmitir nuestra señal. Cada vez que un técnico realiza un procedimiento en estos equipos, debe revisarlo, desconectar las instalaciones ilegales, instalar las trampas y filtros correspondientes. La siguiente tabla, resume los TAPS normalizados en el periodo.



Los TAPS son los equipos instalados en la vía pública, generalmente en los postes.





1.2 GESTIÓN DE IMPACTOS AMBIENTALES

Dada nuestra presencia a lo largo del país y la naturaleza de nuestras instalaciones, estamos conscientes de los impactos ambientales que eso genera, primordialmente en cuanto a desechos tecnológicos.

Para atenuar aquellos factores, contamos con una Política Ambiental de Gestión de Residuos, fundamentada en los lineamientos de LLA, y que durante 2019 continuó con el retiro y acopio de equipos, para su reutilización o disposición final responsable.



RESIDUOS (RECUPERACIÓN DE EQUIPOS Y LOGÍSTICA REVERSA)

[301-2] [301-3]

La gestión de residuos es nuestra principal preocupación en materia ambiental por la naturaleza de nuestro negocio y el tipo de equipos que utilizamos. Nuestra gestión se basa en eficientar el uso de materiales, reutilizándolos o disponiéndolos de manera adecuada, a través de distintas acciones.

- El retiro de equipos que realizamos a nivel nacional es llevado a cabo por nuestros contratistas, quienes están a cargo de acopiarlos y enviarlos a su destino más adecuado.
- Los equipos que retiramos a clientes y sitios centrales son revisados para asegurarnos de que aún tienen vida útil, en tal caso los reincorporamos a nuestra operación o los vendemos a otras operaciones del grupo LLA. Todo equipo que no cumple con los requisitos para seguir funcionando, es reciclado a través de una empresa externa que está certificada para tales efectos.
- Durante el año, recuperamos más de 900 mil equipos a través de nuestro proceso de logística reversa. De ellos, más de 500 mil fueron reacondicionados y vueltos a poner en circulación para VTR.

	2018	2019
Número de equipos Recuperados	894.367	913.633
Número de equipos Reacondicionados	511.345	578.041



Adicionalmente a esto, estamos siempre al día y atentos a lo que indique la normativa respecto de obligaciones ambientales. En este sentido, próximamente debería publicarse y entrar en vigencia la Ley de Retiro de Cableados, que hoy está a la espera de su reglamento, y que permitirá homogeneizar prácticas de uso y mantenimiento de cables en la vía pública, además de establecer responsabilidades de operadores y municipalidades.

Residuos [306-2]	2016	2017	2018	2019
 Industriales no peligrosos	357	118	530	509
 Industriales peligrosos	263	258	113	117
 Reciclados	470	220	466	425



PROCESO DE REVERSA

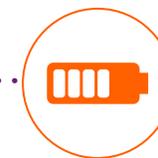
Uno de los desafíos más grandes que tenemos en materia de recuperación de equipos guarda relación con aquellos clientes que finalizan sus contratos con VTR, ya que muchos de esos equipos no vuelven a nuestra empresa y esto impide que alarguemos su vida útil o nos hagamos cargo de su disposición final. **En 2019 tuvimos un 78% de recuperación de equipos de clientes que se desconectan, por lo que seguimos trabajando en mejorar este indicador.**



GESTIÓN DE RESIDUOS NO PELIGROSOS

Cuando es posible, buscamos asegurarnos que la disposición final de los residuos que genera nuestra operación pueda significar un aporte a la cadena de valor de otras empresas o industrias, transformándolos en materias primas. Para cumplir este objetivo tenemos como socio estratégico a MIDAS, una institución que entrega soluciones integrales en reciclaje.

En los casos de aquellos residuos que no pueden reciclarse, tales como la fibra óptica, también son entregados a MIDAS para que sean enviados a rellenos sanitarios autorizados.



GESTIÓN DE RESIDUOS PELIGROSOS

Las baterías de equipos electrónicos representan el residuo peligroso que más generamos. Estas son entregadas también a MIDAS, que se encarga de trasladarlas a Calama para reciclarlas.



LEY DE RESPONSABILIDAD EXTENDIDA DEL PRODUCTOR

Como miembros de la Cámara de Comercio, participamos activamente en la Mesa de la Ley REP. En dicha instancia colaboramos con otras 18 empresas que generan residuos electrónicos, y nos articulamos como contraparte del Ministerio del Medio Ambiente para establecer las bases de esta normativa, de manera que su definición y aplicación sea atingente a la realidad de la industria.

ACUERDO DE PRODUCCIÓN LIMPIA

En este mismo marco de trabajo, en agosto de 2019 firmamos junto a otros actores del sector, incluyendo a productores de equipamiento, operadores y autoridades, un Acuerdo de Producción Limpia (APL). Este acuerdo nos ha permitido avanzar hacia un sistema de gestión colectivo para el manejo de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos, de manera de estar mejor preparados para que la implementación de la Ley REP sea exitosa y permita mejorar los índices de recolección y reciclaje de estos equipos, que hoy es de solo un 3%.

El APL se implementará en un periodo de 24 meses, y contempla la inclusión de un modelo donde participan los recicladores en la base del proceso, además de la elaboración de un mapa de iniciativas de recuperación de equipamiento y campañas educativas sobre la gestión de residuos eléctricos y electrónicos.

EMISIONES

[305-1] [305-2] [305-3] [305-4]



La medición, control y gestión de la intensidad de nuestras emisiones de gases de efecto invernadero, son variables que forman parte de nuestro compromiso medioambiental.

Producto de esto, año a año damos seguimiento a nuestra huella de carbono, midiéndola de acuerdo a los parámetros de la metodología GHG Protocol del Consejo Mundial Empresarial para el Desarrollo Sostenible, y generando iniciativas que apuntan a la eficiencia energética y agilidad operativa de nuestros equipos y actividades.

(ton CO2 e)	2017	2018	2019
HUELLA DE CARBONO	39.147	40.595	38.917
Alcance 1	3.906	3.363	1.594
Alcance 2	34.374	35.259	34.935
Alcance 3	867	1.973	2.388



(ton CO2 e)	2017	2018	2019
INTENSIDAD DE LAS EMISIONES DE CO2 (tonCo ₂ /TB de datos)	0,019	0,016	0,011





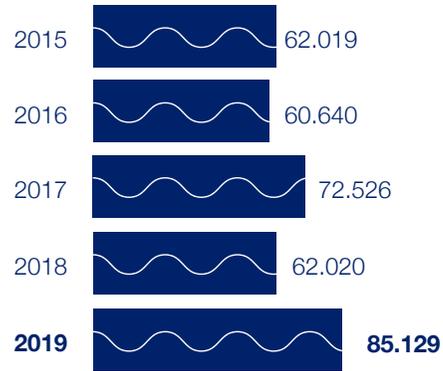
OTROS INDICADORES AMBIENTALES

[303-5] [302-1] [302-3]



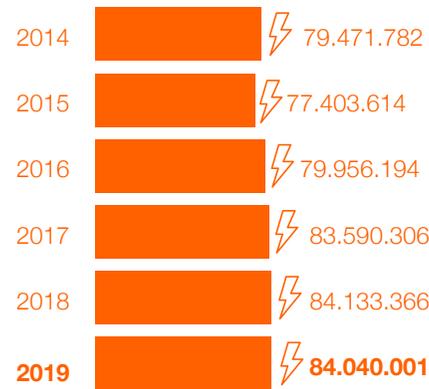
AGUA

Consumo de agua (M³)

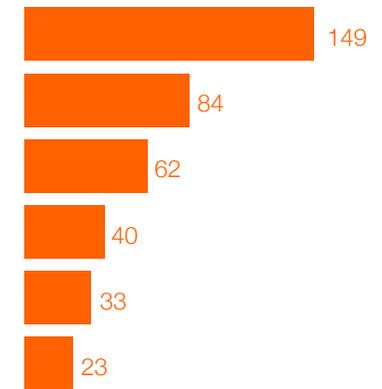


ENERGÍA

Consumo de Electricidad (KWh)



Intensidad energética (KWh/TB de datos)

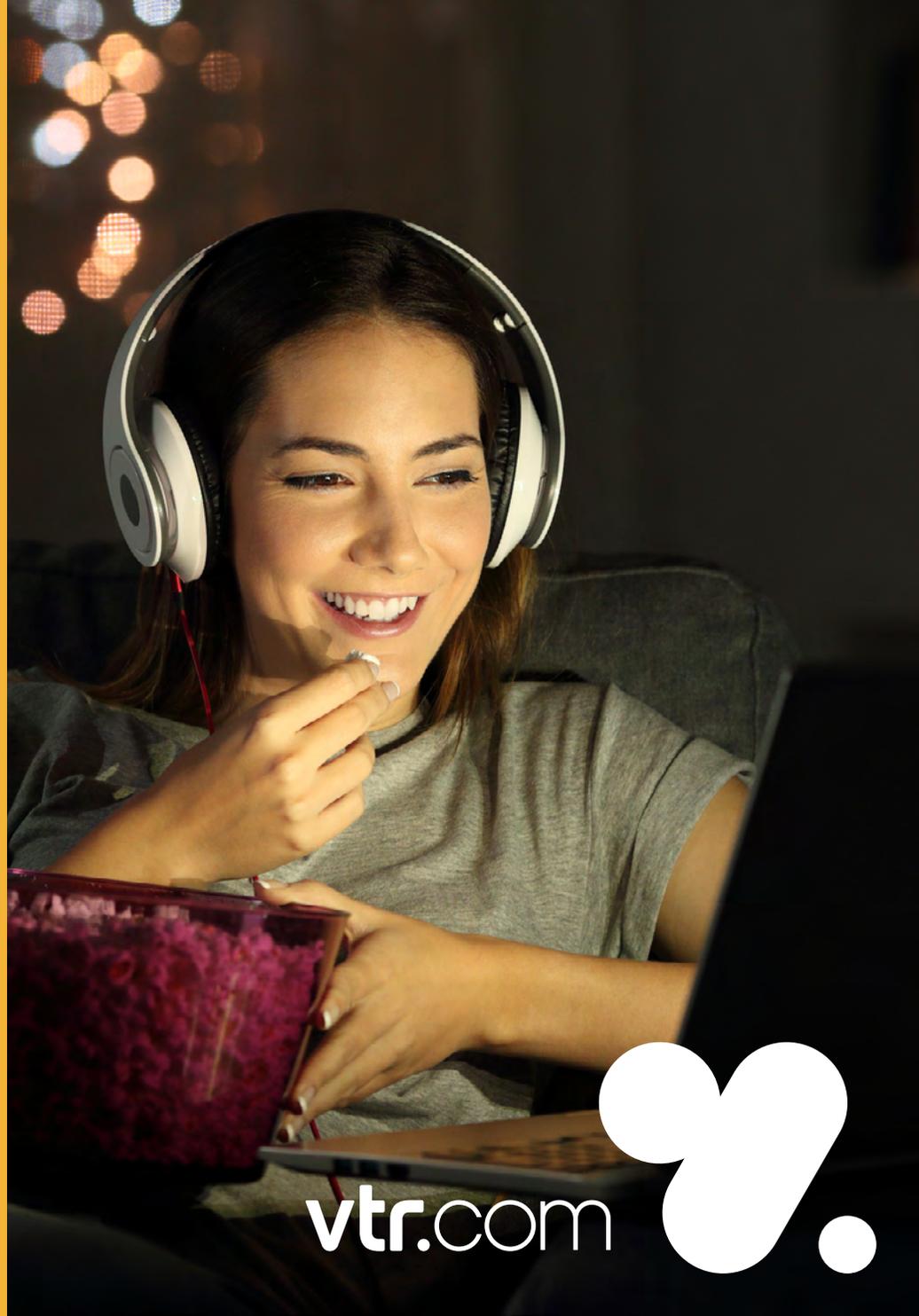




RENTABILIDAD Y CREACIÓN DE VALOR

***Entregar conectividad y
entretenimiento de manera
rentable y responsable***

Como actores dentro de la sociedad, estamos conscientes y ponemos especial atención en el impacto que generan nuestras actividades. En este sentido, entendemos el entregar conectividad y entretenimiento no solamente como un servicio que nos genera rentabilidad, sino que también como un aporte de valor a nuestro entorno. Impulsamos el desarrollo económico a través de la generación de empleo y la entrega de nuestros servicios a los diferentes hogares, empresas e instituciones, en conjunto con nuestros socios estratégicos.



vtr.com





1. RENTABILIDAD

El crecimiento orgánico que buscamos año a año va de la mano con el ser protagonistas en la incorporación de nuevas tecnologías en el mercado, conociendo las necesidades de nuestros clientes.

Es así como durante 2019 aumentamos nuestra participación en el mercado, y los más de 200 mil hogares que se sumaron a nuestra red contribuyeron a obtener resultados financieros positivos, tanto en márgenes como en eficiencia.

- En 2019 nuestros ingresos crecieron en un 2% y logramos una adición neta de 43.194 clientes.
- Consolidamos y adaptamos nuestra estrategia de crecimiento, aprovechando la oportunidad que representa el crecimiento del mercado de bada ancha.
- Adicionamos más de 200.000 nuevos HP, acercando los beneficios de la tecnología a más de 3,6 millones de hogares en Chile.

CIFRAS EN CLP M

	2018	2019
Ingresos	647.893	660.546
Costos	340.503	392.419
EBITDA	307.390	268.126





1.2 DIGITALIZACIÓN DE NUESTROS PROCESOS

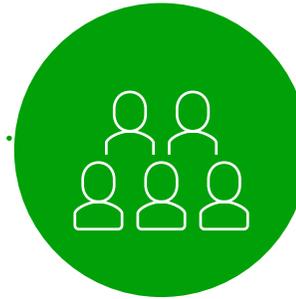
La agilidad en las interacciones con nuestros clientes es clave para ofrecerles la mejor experiencia tanto en la venta, como en instalación y post venta. En el 2018 cumplimos la fase de “Go Live” del proyecto de implementación de nuestro nuevo sistema de gestión de clientes ANDES.

Durante el 2019 se inició la migración a esta nueva plataforma donde podemos atender de manera convergente y en un solo sistema los requerimientos, consultas y transacciones asociadas los servicios fijos y móviles de nuestros clientes.



EXPERIENCIA

- Mayor conocimiento del cliente
- Segmentación basada en valor
- Procesos simples, diferenciados por segmento
- Seguimiento de interacciones
- Vista del cliente 360°
- Procesos convergentes fijos/móviles

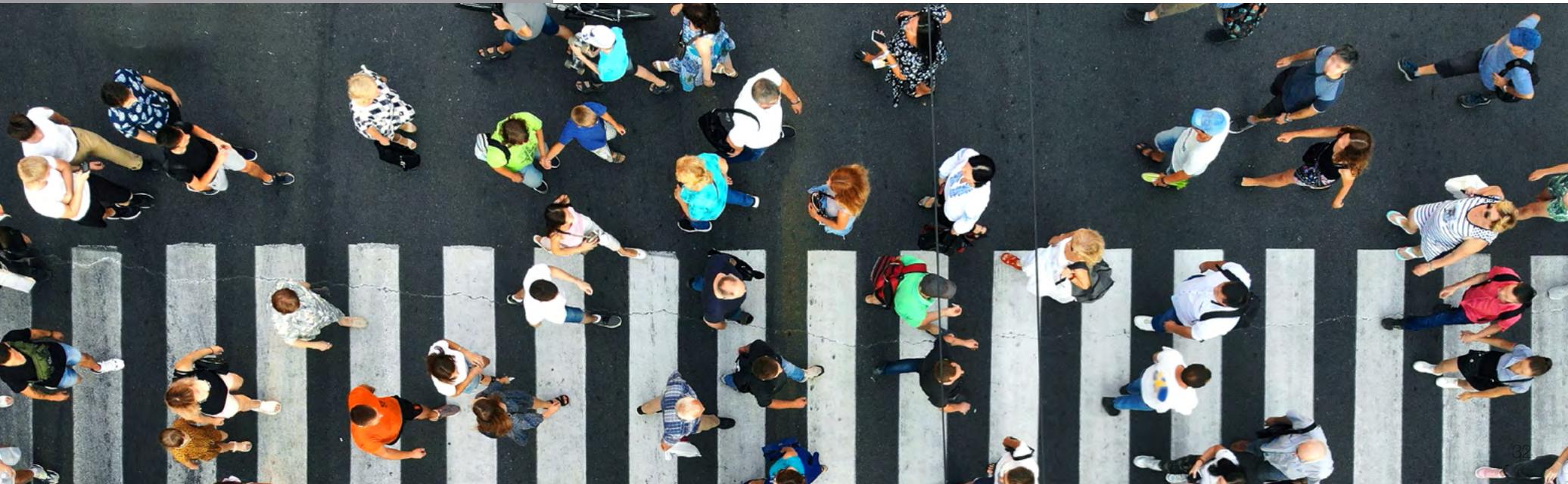


CLIENTES



EFICIENCIA

- Automatizar y simplificar procesos
- Aprovechar los canales de auto-servicio
- Eficiencia en la asignación de recursos
- Resolución de primer contacto
- Gestión eficiente del canal
- Facturación libre de errores





1.3 ANDES, ES UNA REALIDAD

En 2018 implementamos un sistema simple y automatizable llamado Andes, a través del cual gestionamos nuestra atención a clientes integrando las plataformas de servicios de hogar y telefonía móvil.

Hoy tenemos a un 35% de nuestros clientes migrados a esta plataforma y hemos intensificado nuestros esfuerzos en:

- RESOLUCIÓN DE ERRORES
- HABILITACIÓN Y MEJORA DE SUS FUNCIONALIDADES
- ESTABILIZACIÓN DE LA PLATAFORMA
- MONITOREO DE KPI'S OPERACIONALES

575K
CLIENTES
MIGRADOS

(35% DE LA BASE)

**ATENDEMOS EL
CICLO DE VIDA
COMPLETO
DEL CLIENTE**

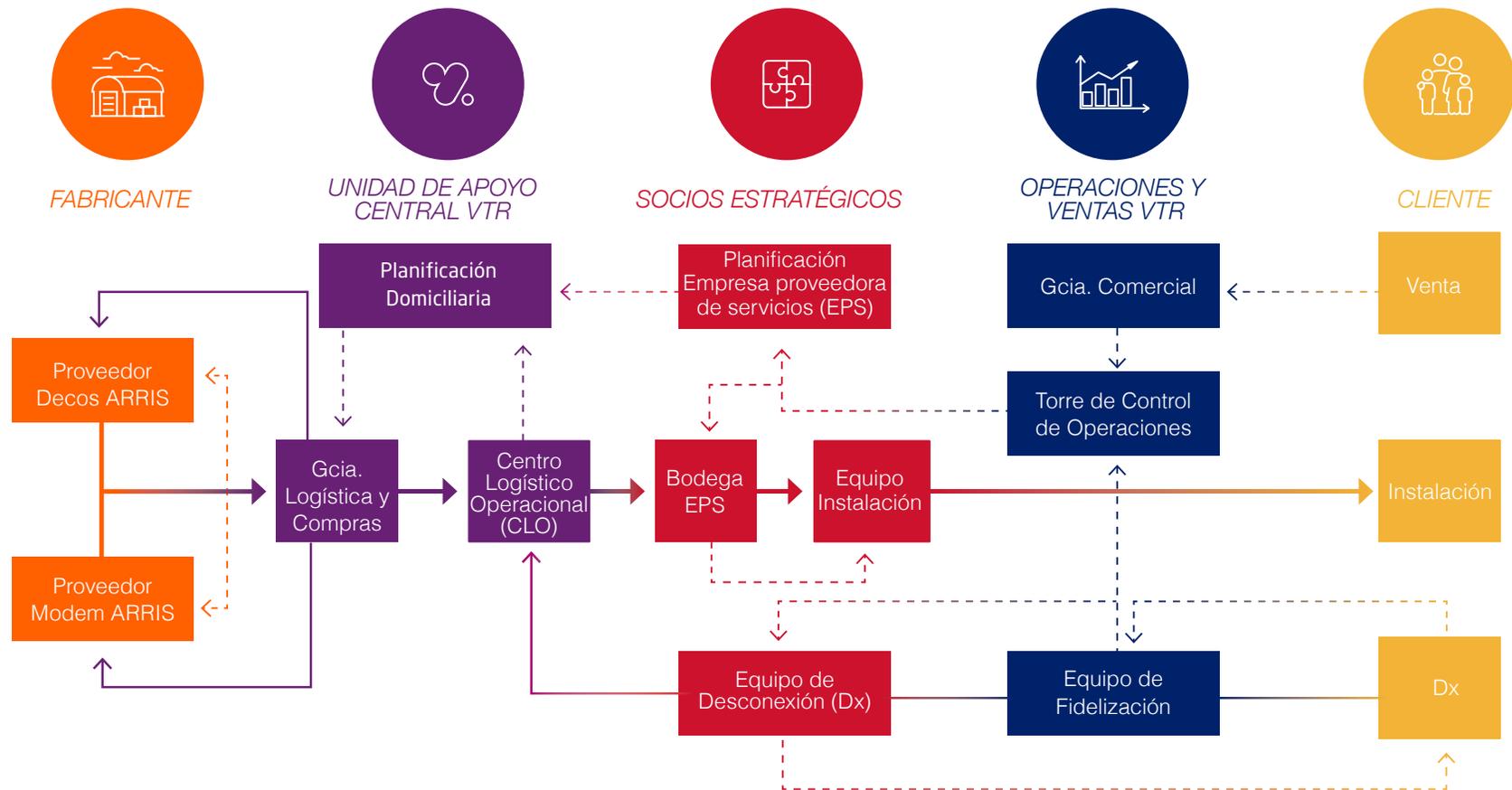




2. CREACIÓN DE VALOR

En VTR estamos comprometidos con la creación de valor a lo largo de toda nuestra cadena de producción y servicio, desde los fabricantes y proveedores de tecnología, las unidades de apoyo central, socios estratégicos hasta las ventas a los clientes finales.

Nuestra Cadena de Valor [102-9]



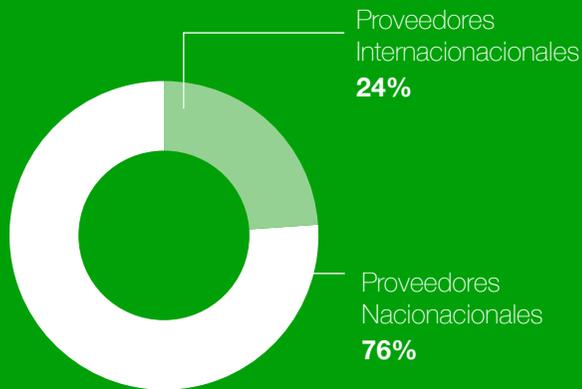


PROVEEDORES LOCALES

[204-1]

El desarrollo económico que buscamos generar tiene directa incidencia en hacer crecer a nuestros socios estratégicos. En esta línea, manifestamos nuestro apoyo a proveedores locales, y durante 2019 aumentamos de un 69,2% a un 76% nuestro presupuesto destinado a empresas nacionales.

PROPORCIÓN DEL GASTO EN PROVEEDORES LOCALES



2.1 SOCIOS ESTRATÉGICOS

Dada la naturaleza del negocio y nuestro modelo de gestión, nuestras empresas colaboradoras son quienes tienen más contacto directo con nuestros clientes y representan a VTR en muchas instancias. Por este motivo son considerados como socios estratégicos de la compañía y trabajamos a diario para integrarlos a los procesos con la cultura de nuestra empresa. Contamos con 151 empresas colaboradoras de las cuales 25 de ellas concentran un alto porcentaje de empleados que tienen contacto directo con nuestros clientes y representan el 82% del riesgo laboral.

Estas empresas se pueden clasificar en 6 ecosistemas:

- Operaciones técnicas
- Infraestructura
- Centro de llamadas
- Ventas
- B2B
- Instalaciones

25 EMPRESAS COLABORADORAS
(16,5% DEL TOTAL)
REPRESENTAN EL 79,5% DEL TOTAL DE COLABORADORES EXTERNOS



ESTRATEGIA CON NUESTROS SOCIOS ESTRATÉGICOS

Con el objetivo de generar una experiencia única para nuestros clientes, buscamos desarrollar y gestionar un ecosistema de contratistas con los más altos estándares, que conecte con los desafíos de la compañía y promueva el trabajo interdisciplinario y colaborativo.

Gestionamos la relación con nuestras empresas colaboradoras desde el proceso de selección, a través de un modelo predictivo que nos permite anticipar

su comportamiento en base a data histórica de su gestión y desempeño; y también en el curso de su trabajo con nosotros, ejerciendo controles laborales y financieros, que nos permiten monitorear su actual desempeño para reguardar la continuidad operacional de los distintos servicios. Actualmente contamos con 151 empresas colaboradoras y nuestro trabajo está enfocado en potenciar su performance y hacerlas crecer junto a VTR a través de una estrategia basada en los siguientes cinco ámbitos:



CONTROL DE EMPRESAS COLABORADORAS:

Monitoreo constante del ámbito financiero y laboral.



OBTENCIÓN DE DATA:

Proporcionar a las áreas del negocio información relevante para la toma de decisiones.

Esto permite anticipar complejidades pudieran afectar la continuidad operacional del negocio.



MEDICIÓN DE DESEMPEÑO

A través de nuestra matriz de sostenibilidad medimos indicadores operacionales, laborales y financieros que nos permiten obtener una mirada integral del desempeño de nuestras empresas.

De esta forma suministramos información crítica que clasifica a las empresas para prescindir, mantener, desarrollar, o potenciarlas dentro de la operación.



ENGAGEMENT

Contar con contratistas altamente comprometidos, disminuyendo brechas y potenciando la experiencia del colaborador.

Aseguramos de que los colaboradores están alineados con nuestro estándar y cultura de servicio, teniendo un alto sentido de pertenencia y de identidad por la marca VTR.



CREACIÓN DE VALOR COMPARTIDO:

Promover un nexo profundo con las Empresas Colaboradoras, permitiéndonos conectarlas con los desafíos del negocio y construir verdaderos socios comerciales.

Disponer de Empresas Colaboradoras partícipes en el negocio, contando con espacios que promuevan la colaboración y creación.



MATRIZ DE SOSTENIBILIDAD PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Parte del trabajo permanente que realizamos en la gestión de nuestra relación con las empresas colaboradoras tiene que ver con su evaluación. Con este objetivo, hemos desarrollado una matriz que consta de cuatro fases, que nos permiten identificar las líneas de acción que debemos seguir con cada uno de ellas, para dar continuidad a nuestras sociedades en el largo plazo.

1. Evaluación financiera– laboral,
2. Evaluación operacional
3. Clasificación
4. Planes de acción

Con los resultados se confeccionará un mapa de calor para determinar dónde se encuentran las principales brechas que debemos gestionar.

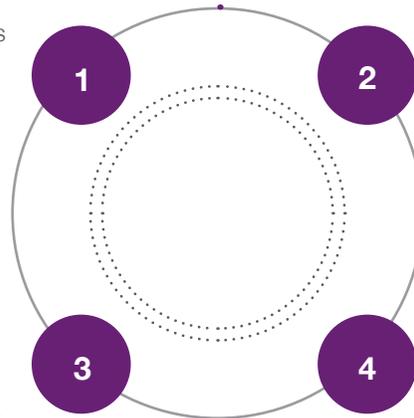
Los próximos pasos en esta materia apuntan a avanzar con la mirada integral de indicadores operacionales (*End to End*), la calibración de resultados obtenidos en las evaluaciones, realización de mesas de trabajo del Ecosistema Operaciones con seguimientos de los planes de acción y la implementación de este sistema de Matriz de Sostenibilidad al Ecosistema Construcción.

EVALUACIÓN FINANCIERA– LABORAL

- Medir de manera permanente diversos indicadores asociados a materias financieras.
- Monitoreo de Indicadores Laborales, que nos permitan saber cómo gestionan las empresas su capital humano.

CLASIFICACIÓN

- Dependiendo de los resultados obtenidos en la Evaluación financiera– laboral y opracional, se clasifica a la empresa a un nivel.



EVALUACIÓN OPERACIONAL

- Determinar indicadores operacionales claves, que nos permitan observar, cómo es el desempeño de las empresas.

PLANES DE ACCIÓN

- El resultado del análisis nos permitirá contar con un mapeo general, el que debemos gestionar y utilizar para la toma de decisiones.

INDICADORES QUE EVALUAREMOS

INDICADORES FINANCIEROS
(42%)

INDICADORES LABORALES
(18%)

INDICADORES OPERACIONALES
(40%)



FORMACIÓN DE EXTERNOS

Contamos con centros de capacitación y entrenamiento comercial y técnico en los cuales todos nuestros colaboradores deben aprobar los cursos de inducción que los prepara para el puesto de trabajo, así mismo deben aprobar el curso de conducta “la ética no se transa”.

Inducción corporativa: contamos con tres centros de formación técnica, en los cuales todo nuevo colaborador debe aprobar el curso de inducción y también el de conducta, llamado “la ética no se transa”.

Andes: cursos realizados de manera presencial y digital mediante “walk me”, que es una herramienta que muestra el paso a paso que los técnicos deben realizar en el sistema y hacer consultas. A diciembre de 2019 contamos con un 53% de la dotación capacitada en esta plataforma.

Campus virtual: contamos con más de 800 contenidos, entre obligatorios y optativos, que nuestros contratistas toman para seguir desarrollándose en VTR.

Certificación de competencias laborales: Nuestros colaboradores de las áreas técnicas y comerciales para asegurar el correcto desempeño en las operaciones de VTR anualmente deben participar de los programas de certificación de competencias laborales, estos programas permiten al colaborador la continuidad en la operación o bien su inserción en los programas de reforzamientos de conocimientos y habilidades.

Comunicación y soporte al canal: mantenemos a todos nuestros colaboradores conectados con el negocio por medio de nuestra plataforma de comunicación en línea, de esta manera actualizamos acerca de nuevos productos, sistemas y procedimientos.



EXPERIENCIA Y CONFIANZA

Ser la empresa de telecomunicaciones preferida y más confiable

Nos movemos en una industria donde el dinamismo es clave para mantener nuestro liderazgo. Queremos entregar la mejor experiencia, por eso siempre estamos conectados con las necesidades de nuestros clientes y nunca dejamos de actualizar nuestra oferta.

Cumplir con el objetivo de ser la empresa de telecomunicaciones preferida y más confiable nos impulsa a desarrollar productos y servicios con los más altos estándares tecnológicos, acompañado de un enfoque que entrega seguridad y confianza para todos nuestros clientes.



vtr.com





1. NUESTRA OFERTA DE PRODUCTOS

1.1 INTERNET

Ofrecemos una gama de planes de banda ancha que se adapta a las necesidades específicas de los hogares, considerando cantidad de equipos, actividades e intensidad de conexión.

			<p>OTROS</p>
<p>INTERNET mega 200</p> <p>VELOCIDAD MÁXIMA 200 Mbps de bajada y subida 5 Mbps</p>	<p>INTERNET mega 500</p> <p>VELOCIDAD MÁXIMA 500 Mbps de bajada y subida 10 Mbps</p>	<p>INTERNET mega 600</p> <p>Extensor Nextgen de regalo para siempre.</p> <p>VELOCIDAD MÁXIMA 600 Mbps de bajada y subida 16 Mbps</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Extensor Nextgen Pro • Extensor Nextgen Go • Banda Ancha Inalámbrica • Digital Safe (protección digital de VTR)

Todos los pack incluyen

NEXTGEN WIFI: LA ÚLTIMA TECNOLOGIA EN INTERNET que permite:

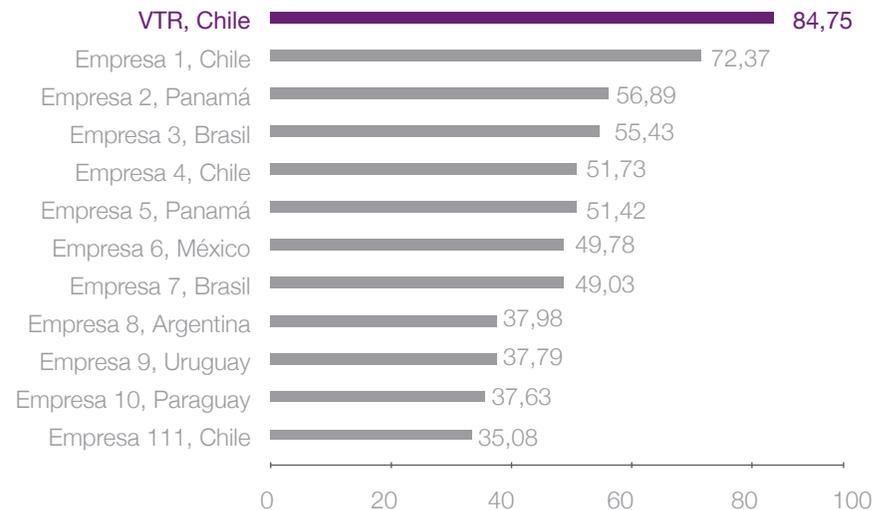
- *Alcanzar altas velocidades de hasta 600 mbps de velocidad en todo Chile*
- *Dos redes simultáneas de 2,4 y 5 GHz con selección automática de la mejor red disponible y 5 antenas internas*
- *Refuerza el poder de transmisión de la señal WIFI*
- *Distribuye de forma más inteligente el WIFI hacia tus dispositivos*



DURANTE 2019 LOGRAMOS, ADEMÁS, IMPORTANTES RESULTADOS DE SERVICIO:

- *Obtuvimos el premio de lealtad del consumidor de Banda ancha según Alco Consultores y la Facultad de Negocios de la Universidad de los Andes.*
- *Al cierre de 2019 en VTR tenemos 1.085.000 clientes con equipo NextGen que corresponde al 80% de los clientes VTR.*
- *Cerca de 300.000 clientes han migrado a mejores velocidades.*
- *El 90% de nuestros clientes tienen velocidades igual o superior a 100Mbps.*
- *Tenemos la mejor velocidad de bajada en Chile y en Latinoamérica según nPerf premio Latam 2019.*
- *Somos líderes en conexiones de internet fijas, posicionándonos en el primer lugar en velocidad de descarga.*
- *La velocidad media de descarga en Chile, durante 2019, fue de 62Mb/s, en VTR promediamos 84,75Mb/s, muy por encima de nuestros competidores.*

VELOCIDADES MEDIA DE DESCARGA (MB/S)



PREMIOS



**VTR, LA
BANDA
ANCHA
PREFERIDA
DE LOS
CHILENOS**



nPerf

VTR fue premiada como la empresa de telecomunicaciones con mejor velocidad de bajada en Chile durante 2019. Este reconocimiento fue obtenido gracias a los resultados de más de 400 mil test de velocidad realizados con el medidor nPerf, con el que año a año se mide el desempeño de las compañías más grandes en la industria.

Adicionalmente, el índice de velocidad de descarga de VTR lo hace el operador con el mejor registro en Latinoamérica, ubicándose muy por sobre sus competidores, lo que habla de lo altamente competitivo y desafiante que es el mercado chileno en este sentido.



Lealtad del Consumidor

Nuestra empresa también recibió el premio “Lealtad del Consumidor 2019”, entregado por Alco Consultores y la Facultad de Negocios de la Universidad de Los Andes.



La distinción está dirigida a la empresa de banda ancha más recomendada por sus clientes, basándose en la tecnología Net Promoter Score®, el indicador de lealtad y recomendación más utilizado y validado a nivel global.



1.2 TELEVISIÓN → VIDEO

El consumo de contenidos de video ha cambiado y en VTR ofrecemos a todos nuestros clientes de televisión la libertad de ver cómo y cuándo deseen la programación que tenemos para ellos. En esta línea, mejoramos la experiencia incluyendo en todos nuestros planes VTR Play, Replay y VOD.

<ul style="list-style-type: none"> • 70 CANALES HD • 86 CANALES SD

<ul style="list-style-type: none"> • 70 CANALES HD • 91 CANALES SD

Ambos incluyen la nueva forma de ver televisión:



VTR Play

APP gratuita de VTR exclusiva para nuestros clientes de Televisión. Permite ver el mejor contenido desde cualquier dispositivo celular o computador dentro del territorio nacional. Cuenta con más de 80 canales en directo y más 4000 títulos VOD

Disponible en:







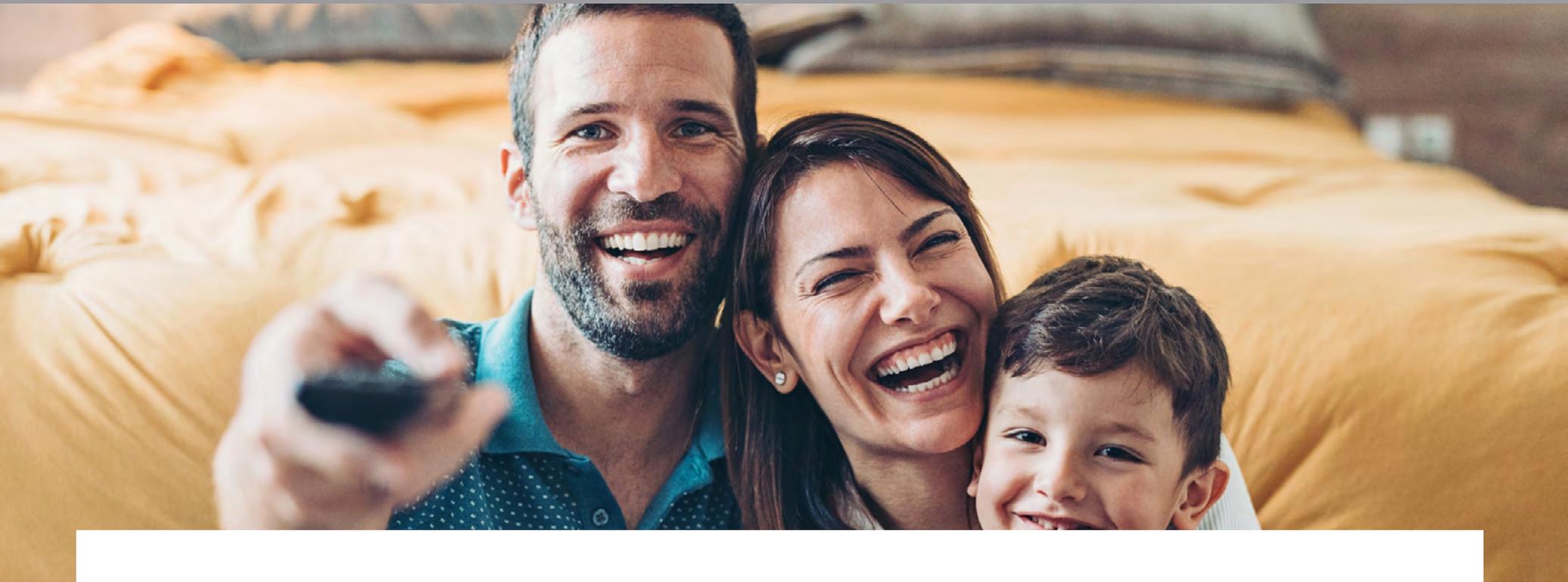
Replay

Permite ver nuevamente los contenidos que te perdiste desde la guía de programación.



VOD

VOD o VTR On Demand, es una plataforma de televisión digital que permite a nuestros clientes ver series, películas, documentales, musicales y programas de TV, cuando quieran y las veces que quieran desde la comodidad de su hogar. Con VOD pueden acceder a cerca de 20 mil contenidos de los cuales más de 12 mil son gratuitos



HITOS 2019

- Hemos enfocado nuestra estrategia para responder a la necesidad de ofrecer contenidos no lineales, disponiéndolos para su libre uso y consumo por parte de nuestros clientes. Con este objetivo en mente trabajamos para migrar a soportes 100% IP, e iniciamos el desarrollo para implementar nuevos equipos traídos desde Liberty Europa que utilizan esa tecnología.
- En esta línea, durante 2019 alcanzamos 120 canales con disponibilidad de **Replay TV**, llegando a que más de 700 mil clientes vieran sus contenidos favoritos de manera no lineal. Además, **VTR Play**, que es el mayor repositorio de contenidos en Chile, ya cuenta con más de 100 mil usuarios que disfrutan de sus beneficios de conectividad remota. Y agregamos a nuestra plataforma **VOD** más de 1.000 contenidos, contando un total de más de 20 mil títulos accesibles.
- 2020 se presenta como un año en el que se marcarán grandes cambios e hitos en televisión, dados los desafíos que presenta un público joven con nuevas necesidades y un mercado con actores competitivos.



1.3 TELEFONÍA MÓVIL

En VTR Móvil nos enfocamos en tener una oferta altamente competitiva en planes y equipos y un modelo de atención que nos diferencie. Estas fortalezas nos han permitido cumplir nuestras metas de crecimiento en un 113%.

PLANES:

Nuestros clientes pueden elegir entre una amplia oferta de planes libres y controlados, diseñados para responder a sus requerimientos, que además incluyen de manera gratuita el uso de Facebook y Twitter.

Planes libres

Los planes libres cuentan con cuotas de navegación y minutos para hacer llamadas, que en caso de completarse pueden continuar utilizándose con servicios y tarifas determinadas en cada plan.

 <p>PLAN LIBRE 30 GB DE NAVEGACIÓN</p>	 <p>PLAN LIBRE 50 GB DE NAVEGACIÓN</p>	 <p>PLAN LIBRE 70 GB DE NAVEGACIÓN</p>
800 MINUTOS	1000 MINUTOS	1100 MINUTOS
 <p>PLAN LIBRE 90 GB DE NAVEGACIÓN</p>	 <p>PLAN LIBRE 100 GB DE NAVEGACIÓN</p>	 <p>PLAN LIBRE 110 GB DE NAVEGACIÓN</p>
1200 MINUTOS	1500 MINUTOS	1700 MINUTOS



Planes controlados

Los planes controlados operan con una carga mensual para llamadas, navegación y envío de SMS, que puede ser complementada con la contratación de bolsas o recargas adicionales.

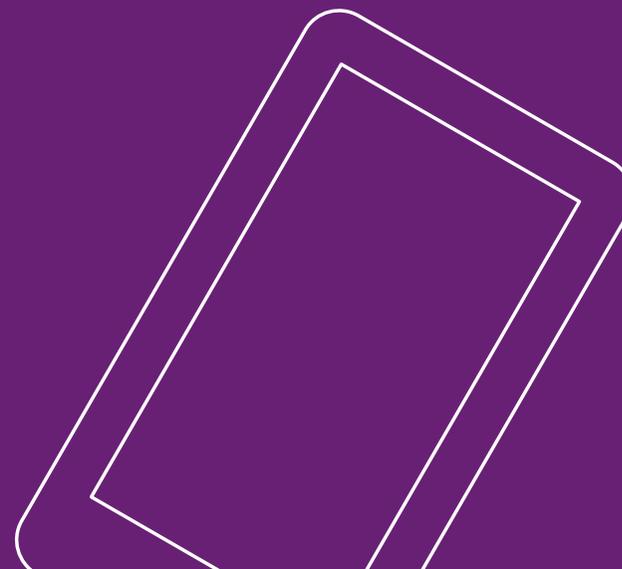
PLAN CONTROLADOS 15 GB DE NAVEGACIÓN	PLAN CONTROLADOS 30 GB DE NAVEGACIÓN	PLAN CONTROLADOS 50 GB DE NAVEGACIÓN
600 MINUTOS	800 MINUTOS	1000 MINUTOS
PLAN CONTROLADOS 70 GB DE NAVEGACIÓN	PLAN CONTROLADOS 90 GB DE NAVEGACIÓN	
1100 MINUTOS	1200 MINUTOS	

Planes Plus

PLAN PLUS 40 GB DE NAVEGACIÓN	PLAN PLUS 65 GB DE NAVEGACIÓN
200 MINUTOS	250 MINUTOS
PLAN PLUS 85 GB DE NAVEGACIÓN	PLAN PLUS 105 GB DE NAVEGACIÓN
300 MINUTOS	400 MINUTOS

HITOS 2019

- Cerramos 2019 con más de 300 mil clientes, número que fue alcanzado gracias a 44.520 nuevos usuarios que nos dieron un crecimiento neto de clientes equivalente a un 153%.
- Somos la compañía con mejor oferta de precio por Giga en Chile.
- Nos ubicamos en 3er lugar en portabilidad neta, con indicadores positivos todo el año.
- Nuestro canal de ventas web representó un 12% del total de la compañía.
- Actualizamos nuestra oferta móvil en marzo y agosto de 2019.





1.4 SEGMENTO EMPRESAS

Entendemos la conectividad de las empresas como una herramienta fundamental para su éxito. Por este motivo, y por la importancia de las PYMEs para el desarrollo económico del país, creamos VTR Negocios, un área encargada de desarrollar productos y servicios que respondan a las necesidades de este segmento y de

entregar beneficios enfocados en aportar al desarrollo de los emprendimientos.

Nuestra oferta tiene packs fijos: triples, dobles y productos sin empaquetar y cuatro planes móviles para empresas

Oferta:

<p>TRIPLEPACK negociosconectado</p>
<p>INTERNET mega 200</p>
<p>TELEVISIÓN HD 86 CANALES + 70 CANALES HD <i>INCLUYE: D-BOX HD</i> TODOS HBO PREMIUM</p>
<p>TELEFONÍA ILIMITADO A FIJO + 600 MIN. A MÓVILES</p>

<p>TRIPLEPACK negociosconectadomás</p>
<p>INTERNET mega 500</p>
<p>TELEVISIÓN HD 86 CANALES + 70 CANALES HD <i>INCLUYE: D-BOX HD</i> TODOS HBO PREMIUM</p>
<p>TELEFONÍA ILIMITADO A FIJO 2 LÍNEAS + 600 MIN. A MÓVILES</p>

<p>TRIPLEPACK negociosconectadofull</p>
<p>INTERNET mega 600</p>
<p>Extensor Nextgen de regalo para siempre.</p>
<p>TELEVISIÓN HD 91 CANALES + 70 CANALES HD <i>INCLUYE: D-BOX HD</i> TODOS HBO PREMIUM</p>
<p>TELEFONÍA ILIMITADO A FIJO 2 LÍNEAS + 600 MIN. A MÓVILES</p>



DOBLEPACK
negocios conectado

INTERNET
mega 200

Velocidad a contar del 31/03, antes Mega 150

TELEFONÍA ILIMITADO A FIJO
+ 600 MIN. A MÓVILES

DOBLEPACK
negocios conectado más

INTERNET
mega 500

Velocidad a contar del 31/03, antes Mega 450

TELEFONÍA ILIMITADO A FIJO 2 LÍNEAS
+ 600 MIN. A MÓVILES

DOBLEPACK
negocios conectado full

INTERNET
mega 600

CON 4 ANEXOS TELEFÓNICOS FIJOS
CENTRAL TELEFÓNICA.
+4.000 MINUTOS A MÓVILES

PLAN CONTROLADO

↕ **15 GB**

💬 **800 min. a móviles y fijo**

PLAN CONTROLADO

↕ **30 GB**

💬 **1200 min. a móviles y fijo**

PLAN CONTROLADO

↕ **40 GB**

💬 **1500 min. a móviles y fijo**

PLAN LIBRE

↕ **60 GB**

💬 **2000 min. a móviles y fijo**

Beneficios:

- Acceden a planes de Banda Ancha Fija con mayor velocidad de subida.
- Atención especializada y servicio de post venta único en el mercado.
- Call center con dedicación exclusiva.
- Todos nuestros clientes de VTR Negocios disponen de un servicio técnico express a toda hora, con un plazo de resolución máximo de 12 horas hábiles.



HITOS 2019:

- Cerramos el año con **42.906 clientes empresas**.
- En **julio lanzamos un pack con banda ancha que incluye una central telefónica virtual** que puede tener entre 4 y 16 anexos fijos que incluyen minutos ilimitados para llamar a otros teléfonos fijos y 1000 minutos/anexo para llamar a celulares de cualquier compañía. cuatro anexos. Adicionalmente permite usar el celular como anexo fijo con los mismos beneficios que los anexos fijos, se pueden incorporar hasta veinte celulares al plan. Gracias a esto, **las pymes cuya operación se da principalmente en terreno no pierden oportunidades de venta y atención a clientes, teniendo ubicuidad en todo momento**.
- En **noviembre lanzamos nuestros planes móviles para empresas**, cuyo foco es entregar más minutos y gigas para generar mayores negocios.
- Migración neta de clientes desde B2C a B2B: **8.041 RGU, equivalente a 4.020 clientes cuyo objetivo es atender a estos clientes de acuerdo a las necesidades del segmento empresas**.
- Nuestra participación **actual de mercado es de 4,4% en el segmento de micro y pequeñas empresas a nivel nacional**.
- El convenio con País Digital continuó en 2019, realizamos 7 talleres en: Valparaíso, Santiago, Concepción, Temuco, Iquique, Antofagasta y Talca. En promedio asistieron 150 personas por taller en regiones y 200 en Santiago, total 1.100 participantes. En cada taller se dictaron 4 módulos:
 - » **Módulo 1:** Metodologías de Análisis dictado por Samsung
 - » **Módulo 2:** Adopción tecnológica y herramientas dictado por Fundación País Digital
 - » **Módulo 3:** Relación externa y con clientes dictado por VTR Negocios
 - » **Módulo 4:** Seguridad y Privacidad dictado por Cámara Nacional de Comercio
- Nuestros indicadores de NPS en el segmento negocios fueron:
 - » **Relacional promedio 2019:** -40% » Call Center promedio 2019: +48%
 - » **SSTT promedio 2019:** +29%
- Nuestro próximo desafío es aumentar nuestro portafolio de productos y servicios orientando a satisfacer las necesidades de medianas empresas.



2. RELACIÓN CON EL CLIENTE

2.1 NPS

Utilizamos el Net Promoter Score (NPS) como la herramienta para medir la lealtad y disposición para recomendarnos por parte de nuestros clientes. La metodología que usamos está alineada con el resto de las operaciones de LLA y se realiza a través de una encuesta web, que contempla indicadores de desempeño y satisfacción que se miden diariamente.

Gracias a esto podemos identificar de manera permanente y oportuna las principales necesidades que manifiestan nuestros clientes, orientando nuestros esfuerzos a darles respuesta.

- El NPS relacional 2019 fue de -33%.

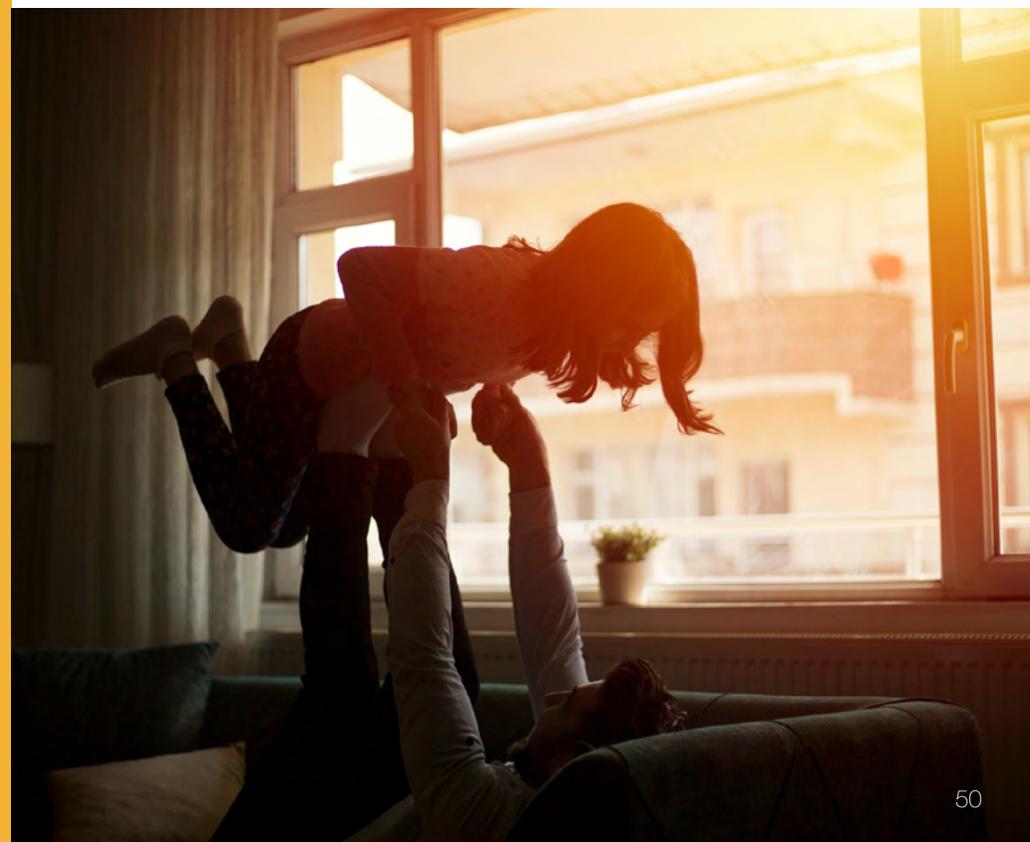
El churn rate o tasa de cancelación es el porcentaje de clientes o suscriptores que se dan de baja en nuestro servicio, en 2019 fue:

- Total Fijo: 2,0%
- Total Móvil: 3,2%

2.2 NOS PREOCUPAMOS DE LA PRIVACIDAD

[418-1]

La protección de la privacidad de nuestros clientes es un compromiso irrestricto para VTR y todos sus colaboradores. Nos guiamos por nuestra política de privacidad, que rige la gestión y el trato de la información que obtenemos, y que está alineada a las obligaciones legales vigentes. Esta política aplica a todos los clientes de VTR y sus empresas filiales, y también para todos los usuarios de nuestros sitios web.



3. EXPERIENCIAS PARA LA COMUNIDAD [413-1]

Junto con todos los beneficios que trae la conectividad, como el acceso a la información, a redes y plataformas que facilitan la vida y el trabajo de las personas, sabemos que existen riesgos inherentes a su mal uso o a su uso excesivo. Como

empresa estamos conscientes de los efectos que esto puede provocar en personas de todas las edades, por lo que actuamos para facilitar buenas prácticas de convivencia digital.



Abrimos todas las posibilidades para una mejor convivencia en el mundo digital de hoy.

- *Promovemos una sana convivencia en el mundo digital.*
- *Cuidamos y enriquecemos la experiencia digital en los hogares de manera de facilitar el estar siempre conectados y entretenidos.*
- *Aportamos instrumentos concretos en el aquí y el ahora.*

Más y mejores posibilidades cuando de manera conjunta cuidamos cada una de las comunidades en las que estamos presentes.

- *Promovemos una mejor calidad de vida en cada comunidad donde estamos.*
- *Nos hacemos responsables del retiro oportuno de cables en desuso.*
- *Facilitamos proactivamente el retiro de equipos en desuso y obsoletos de las casas de nuestros clientes.*
- *Mantenemos nuestras redes para garantizar la calidad y seguridad.*



3.1 CONVIVE DIGITAL

[416-1]

Este programa nació hace 10 años con el nombre de “VTR Internet Segura”, y desde su origen ha tenido como objetivo visibilizar y educar sobre los riesgos existentes en el uso de la red, principalmente en niños y jóvenes.

En su década de funcionamiento su metodología ha vivido transformaciones para adaptarse a las distintas realidades, considerando que los riesgos con los que trabajamos se han complejizado, se ha buscado involucrar cada vez más a la comunidad escolar, buscando también capitalizar nuestro aporte en educación digital.

En 2019 el programa evolucionó buscando mostrar las infinitas posibilidades que entrega la tecnología y la conectividad, trabajando en la formación de los futuros líderes digitales.

Hoy, Convive Digital trabaja de manera simultánea con estudiantes, docentes y padres, para involucrarlos en el círculo virtuoso que buscamos lograr, a través de charlas presenciales, cursos online y contenidos en nuestra web www.vtrconvivedigital.com

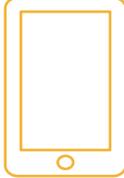
DURANTE 2019

- *En agosto se oficializó el nombre de “Convive Digital”, involucrando a padres y profesores en su modelo de trabajo.*
- *Se firmó un acuerdo con el Ministerio de Educación, y las Municipalidades de Santiago y Ñuñoa para hacer charlas para padres respecto del uso de la tecnología. Esta charla se realizó para un total de 2.125 personas a lo largo de todo Chile.*
- *Un total de 5.540 estudiantes participaron de las actividades de Convive Digital.*
- *En total, visitamos 12 regiones, 65 colegios e impactamos a 7.565 personas, sumando estudiantes, docentes y padres.*



CENSO DIGITAL A NIÑOS Y JÓVENES DE CHILE 2019

86%
DE LOS ENCUESTADOS
TIENEN SU PROPIO
CELULAR



**EL
49%**

DECLARA
QUE A LO
QUE MÁS
TIEMPO LE
DEDICA DURANTE
LA SEMANA
ES A VIDEOJUEGOS.




UN 54%
HA JUGADO EN LÍNEA
CON DESCONOCIDOS.

**REDES SOCIALES
FAVORITAS:**



- #1 YOUTUBE
- #2 WHATSAPP
- #3 INSTAGRAM

HA HABIDO UN CAMBIO DE
TENDENCIA, **EL 84% MENCIONA
QUE YA NO USA FACEBOOK,**
TIKTOK DESPLAZÓ A SNAPCHAT
Y SE POSICIONA COMO UNA
TENDENCIA.



**4 DE CADA 10 NIÑOS
HAN ENCONTRADO
CONTENIDO FALSO O
GROSERO EN REDES
SOCIALES.**

**3 DE CADA 10 NIÑOS SIENTE MIEDO
DE ENCONTRARSE CON PERSONAS
QUE LOS AGREDAN EN INTERNET.**



*Encuesta realizada en
2019 a 5.540 NIÑOS Y
ADOLESCENTES ENTRE
10 Y 13 AÑOS. Encuesta
realizada en 2019 a 5540
niños y adolescentes entre
10 y 13 años.*



**UN
52%**

HABLARÍA
CON SU
MAMÁ EN
PRIMER
LUGAR SI
TUVIERA UNA SITUACIÓN
RIESGOSA EN INTERNET.



3.2 FUNDACIÓN VTR

fundacionvtr.cl

Con el objetivo de mostrar las posibilidades que ofrece la sociedad digital, facilitamos contenidos audiovisuales educativos en las áreas de Tecnología, Ciencia e Innovación. Todo el material es creado, producido y distribuido por nosotros a través de nuestra plataforma digital, que está al alcance de cualquier usuario, ya sea cliente o no de VTR.

EN 2019:

Durante el año el foco estuvo puesto en ofrecer conocimiento para abordar los cambios que está viviendo la sociedad. La Fundación tiene como meta democratizar el acceso a la tecnología y dar conectividad, mediante el uso positivo de sus herramientas.

Es así como los programas “Por la razón y la ciencia”, “Congreso futuro” y “Panorama Chile” se enmarcan en esta línea editorial, y están complementados con contenidos curricularizados en materias como biología, matemáticas, química y física que, gracias a un trabajo conjunto con el Ministerio de Educación, ya se encuentran disponibles para docentes.

VALORES DE FUNDACIÓN VTR



HACIA EL FUTURO

Creemos que visionar el futuro nos ayudará a crearlo. Ponemos en las pantallas, en los medios, en la agenda, la sociedad que queremos construir.



CON CAUSA

Aprovechamos la fuerza de la conectividad para movilizar, influir y transformar a Chile en un mejor país.



EN COLABORACIÓN

Generamos alianzas con personas y organizaciones, en redes formales o informales. Creemos en los vínculos y fomentamos la confianza.



EN CO-CREACIÓN

Buscamos contenidos de alta calidad, por lo que optamos por la inteligencia colectiva para lograr el máximo impacto y conexión posible.



PARA TODOS

Queremos llegar al máximo de personas, por lo que difundimos contenidos audiovisuales universales y abiertos, somos agnósticos y fomentamos el modo open-source.



3.3 ALIANZAS

Sabemos que sumando distintas miradas y áreas de experticia somos mejores, por esto hemos establecido vínculos con grupos, instituciones y personas que nos ayudan a entregar material que es el resultado del trabajo colaborativo, que es uno de nuestros principios básicos.



ALIANZAS DE CONTENIDO

La generación de contenidos es un pilar fundamental de nuestro trabajo, y para esto hemos desarrollado un modelo colaborativo que se gestiona de manera descentralizada mediante el aporte de más de 40 pymes audiovisuales a nivel nacional. Adicionalmente, a través de VIVEChile, somos un medio gratuito de difusión de producciones nacionales y locales.

ALIANZAS DE PRODUCCIÓN Y DIFUSIÓN

Utilizamos nuestras plataformas RED DE TV REGIONAL – VOD – RRSS – Canal de YOUTUBE – CANAL VIVE! – REVISTA VIVE – CROSS CHANNEL para poner a disposición de la comunidad contenidos audiovisuales relacionados con nuestras causas. Junto con esto, tenemos alianzas con medios como CNN Chile, Canal del Senado y canales regionales de Punta Arenas, entre otros.

ALIANZAS ESTRATÉGICAS/SOCIOS

Contamos con una serie de socios estratégicos, dentro de los que se incluyen instituciones públicas y privadas, que están alineadas a nuestros objetivos. Dentro del listado se encuentran CORFO, CNTV, Conicyt, la Iniciativa Milenio del Ministerio de Economía y Ministerio del Medio Ambiente, en el mundo público; la Fundación Chile Descentralizado, Fundación Chile, Fundación Imagen de Chile, entre otros, son algunos de los representantes del mundo privado que están asociados a la Fundación VTR.



FUNDACION CHILE

- Curricularización de 32 cortos animados de la serie Por la Razón y la Ciencia (temporadas 1 y 2)
- Disponibilización de contenido en portal Educar Chile.



EDUCACIÓN 2020

- Producción de contenido promocional de Educación 2020
- Promoción de programa “Red de Tutorías” de E2020
- Evaluación de efectividad de Contenido Fundación curricularizado (cortos animados)



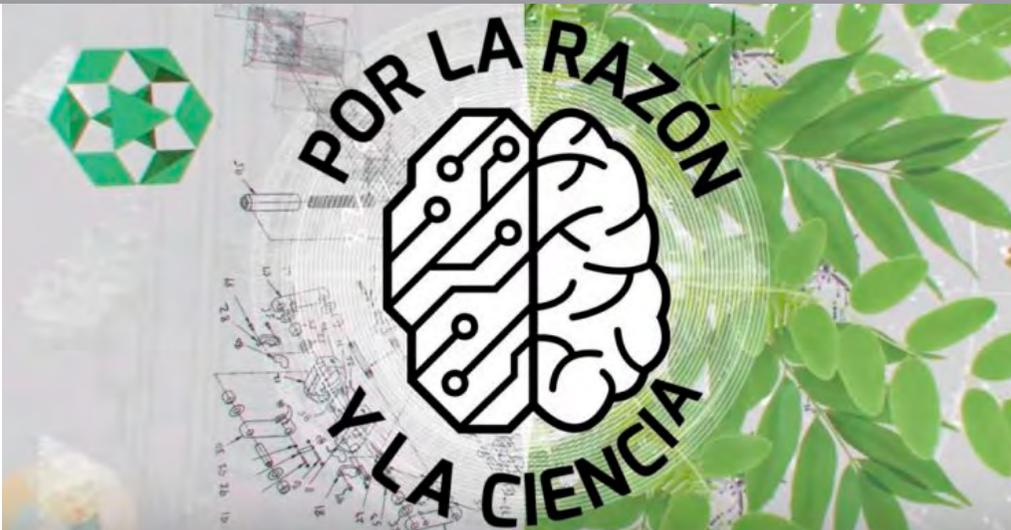
FUNDACIÓN PAÍS DIGITAL

- Hito principal: Summit País Digital:
 - Asesoría en diseño audiovisual del evento
 - Apoyo en promoción y convocatoria
 - Cobertura a través de streaming en sitio web Fundación
 - Apoyo en promoción y cobertura en redes sociales Fundación
 - *Post producción de presentaciones para su estreno en multiplataformas (21)*



KODEA

- Hito principal: Concurso “Los Creadores”
 - Edición de spot de convocatoria.
 - Apoyo en promoción y convocatoria del concurso.
 - Participación como jurado en la selección de finalistas del concurso.



PROGRAMA “POR LA RAZÓN O LA CIENCIA”

Esta serie busca acercar diversas temáticas relativas a ciencia y tecnología, para generar conversaciones y propiciar la reflexión en materias como inteligencia artificial, el desarrollo tecnológico o las nuevas habilidades que debemos desarrollar como humanidad para el futuro. Es producida por VTR y transmitida en todas nuestras plataformas, junto con canales de cobertura nacional como Chilevisión y CNN Chile.

- Visualizaciones: 2,222,876.
- Reproducciones: 1,426,433 (sobre los 30 segundos).
- Costo por Visualización: 7 pesos.
- Promedio de reproducción en Youtube: 7 min.
- Visualizaciones sobre 75% IG: 671,348.

CONGRESO FUTURO 2019

Es un evento, que hoy es el encuentro científico más grande de Latinoamérica, y en el que trabajamos hace 5 años como co-organizadores. En la cita se reúnen destacados pensadores, científicos e investigadores, que reflexionan y discuten acerca del impacto que tienen los avances científicos, sociales y culturales en nuestra cotidianeidad.

Principales Resultados 2019:

- 70 horas de transmisión durante 7 días.
- 2MM de conexiones.
- Peak de 80 mil usuarios simultáneos.
- 3.580 visualizaciones en 7 días.
- Lugar 58 de 131 canales.
- Entre los 10 primeros puestos en horarios de transmisión (monitoreo del equipo Fundación).
- 40 programas de media hora cada una.
- 137.500 hogares vieron el congreso en las señales VTR: 701 HD y 107 SD.



ENGAGEMENT DE LARGO PLAZO

“Growth in our markets begins and ends with you” LLA

“El crecimiento en nuestros mercados comienza y termina contigo”

El habilitador de la estrategia de negocios

El motor de una estrategia exitosa son las personas que la ejecutan, y como compañía estamos convencidos de la importancia que tiene el compromiso en el resultado final de las funciones de cada miembro de nuestro equipo. Trabajamos día a día para que nuestros valores y cultura permeen todo el quehacer de VTR, atrayendo y reteniendo a los mejores talentos, para conformar equipos consolidados y sinérgicos.

NUESTRA CULTURA ES INCLUSIVA Y
COMPROMETIDA CON LA DIVERSIDAD Y EL
DESARROLLO DEL POTENCIAL HUMANO.



vtr.com



“LO QUE ME ENCANTA DE NUESTRA CULTURA SON LAS OPORTUNIDADES QUE CREAMOS PARA QUE NUESTROS EMPLEADOS DESARROLLEN SUS CARRERAS CON NOSOTROS Y LA PASIÓN QUE TENEMOS POR EL CRECIMIENTO. ME ENCANTA VER A LAS PERSONAS ADAPTARSE Y DESAFIARSE A SÍ MISMAS,

TRABAJANDO FUERA DE SU ZONA DE CONFORT Y FLORECIENDO COMO RESULTADO. HACIENDO GRANDES COSAS PARA SU AUTODESARROLLO, SUS FAMILIAS, NUESTRO NEGOCIO Y NUESTROS CLIENTES”

KERRY SCOTT,

SENIOR VP & CHIEF PEOPLE OFFICER LLA



1. COLABORADORES COMPROMETIDOS

1.1 ENCUESTA DE ENGAGEMENT ZOOM

Parte fundamental del trabajo que realizamos para gestionar el compromiso de nuestros colaboradores, es medirlo. Por este motivo seguimos aplicando nuestra encuesta **Engagement Zoom**, en la que en 2019 participó un 81,75% de los colaboradores.

De esta manera, los resultados obtenidos se midieron en tres dimensiones, cada una de las cuales incluía dos preguntas clave:



ADVOCACY:

(1) Dada la oportunidad, le comento a otras personas cosas grandiosas de trabajar aquí; (2) Recomendaría esta organización como un lugar para trabajar a un amigo.



VTR: 77%



LOYALTY:

(1) Rara vez pienso en irme de esta organización para trabajar en otro lugar; (2) Me costaría irme de esta organización.



VTR: 56%



MOTIVATION:

(1) Esta organización me inspira a dar lo mejor de mi trabajo todos los días; (2) Esta organización me motiva a contribuir con más de lo requerido para completar mi trabajo.



VTR: 71%



GLOBAL VTR: 68%

Parte del proceso de realización de la encuesta contempla la entrega de resultados a todos los líderes de equipos, incluyendo una comparación con el proceso del año anterior. De esta forma cada uno de ellos puede enfocar sus recursos en mejorar la experiencia de sus colaboradores, priorizando mediante sus resultados específicos.

2. GESTIÓN DEL DESEMPEÑO

Como parte de LLA, hemos trabajado arduamente en modernizar nuestro modelo de Gestión del Desempeño, alineándolo a una visión y cultura única y global, que prioriza el diálogo permanente. Sabemos lo que valoran nuestros colaboradores, por eso orientamos nuestros esfuerzos para generar resultados y oportunidades de desarrollo futuro para cada uno de ellos.





2.1 AGILE PERFORMANCE DEVELOPMENT (ADP)

Hemos implementado un nuevo modelo centrado en cómo se hace el trabajo y en la importancia de la gestión continua del desarrollo de los colaboradores. ADP se trata de un proceso continuo, flexible

y sin calificaciones que propende conversaciones con impacto, uno a uno y centradas en 4 aspectos clave (*Touchpoints*) distribuidos a lo largo del año.

PUNTOS CLAVE DEL APD:



Modelo centrado en cómo se hace el trabajo y en una gestión continua del desarrollo de los colaboradores.



Conversaciones con impacto, *OneonOne*, en los *Touchpoints*.



Proceso continuo, flexible y sin calificaciones.



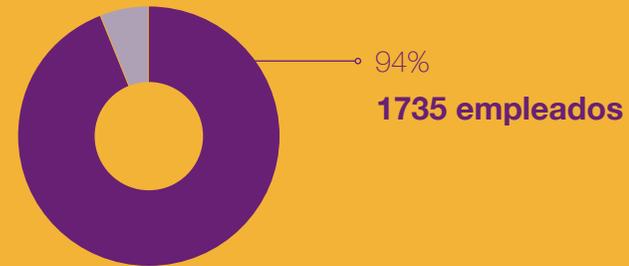
Pearl es la única herramienta que soporta este proceso. El colaborador ingresa los resúmenes en *Pearl* y los jefes lo tienen disponible en todo momento.



El colaborador es el dueño de su proceso de desarrollo y de valorar las conversaciones con impacto.

PORCENTAJE DE EMPLEADOS QUE RECIBEN EVALUACIONES REGULARES DE DESEMPEÑO Y DESARROLLO PROFESIONAL

[404-3]



*WE DO IT THE BEST
AND WE DO IT WITH
SPIRIT.*

*LO HACEMOS MEJOR Y
CON ÁNIMO.*

THIS IS WHAT MAKES US LIBERTY LATIN AMERICA



2.2 BENEFICIOS



Simpleflex: Seguro flexible de salud, vida, dental y catastrófico.



Vive Flexible: sistema días libres que permite escoger de acuerdo a los gustos e intereses de los colaboradores (5.5 días adicionales)



VTR te regala: Adicionalmente VTR regala el día del cumpleaños y ½ día por cumpleaños del hij@.



Club VTR Play: Actividades deportivas, recreativas y culturales durante todo el año.



Descuentos preferenciales en nuestros servicios VTR.



Dress for your day: En VTR el colaborador es quién decide cómo vestir dependiendo de su agenda.

BENEFICIO PARENTAL [401-3]

Durante 2019 implementamos *Parental Leave*, un beneficio para que los padres puedan disfrutar de siete semanas con sus hijos recién nacidos adicionales al plazo otorgado por ley. Nuestros colaboradores pueden acceder a esto mediante dos modalidades:

- Colaboradores en contacto con clientes: pueden hacer uso del beneficio por 8 semanas con reemplazo.
- Staff de oficinas: pueden tomar 4 semanas continuas y 4 de forma flexible, hasta que termine el post-natal de la madre.

ES IMPORTANTE DESTACAR QUE EL *PARENTAL LEAVE* APLICA TAMBIÉN PARA PAPÁS ADOPTIVOS Y PARA PAREJAS HOMO PARENTALES.



2.3 COMUNICACIONES INTERNAS



UNA VISIÓN.....UNA CULTURAUN EQUIPO

PILARES DE COMUNICACIÓN:

ESTRATEGIA, CREE

CONTENIDOS

- Refuerzo de la estrategia, CREE
- Indicadores de avance
- Resultados
- Proyectos

PILARES DE COMUNICACIÓN:

CULTURA LLA

CONTENIDOS

- Filosofía LLA

PILARES DE COMUNICACIÓN:

MARCA EMPLEADORA

CONTENIDOS

- Desarrollo
- Beneficios
- Diversidad
- Movilidades
- Sostenibilidad
- Ritos y ceremonias
- Buen ambiente
- Fundación VTR





ENCUESTA DE MEDIOS

Con el objeto de medir el impacto y el nivel de uso de los distintos medios de comunicación interna de la empresa, en diciembre de 2019 realizamos una encuesta a todos los públicos de VTR.

En ella, se le pidió a los respondientes que evaluaran la calidad de los medios y de la información que entregan, además de la preferencia por las distintas instancias de comunicación que existen en la empresa.

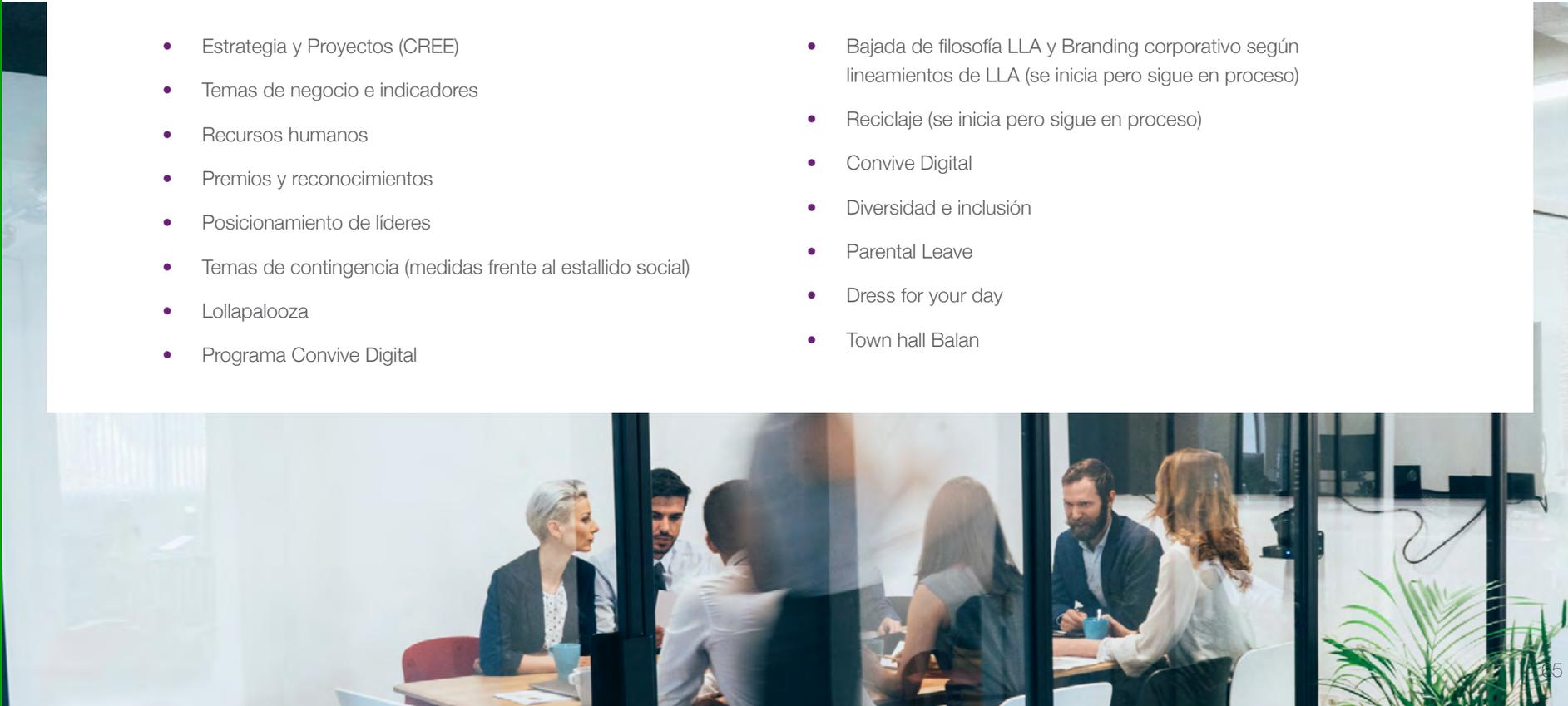
Los 740 participantes del diagnóstico calificaron con un promedio de 5,8 (sobre un máximo de 7) a los medios de comunicación interna de VTR, y señalaron que los canales más utilizados y efectivos son los comunicados, Meeting Days y la intranet. Asimismo, destacaron el rol de las jefaturas y compañeros de equipo como fuentes de información de la compañía.

8 MEETING DAYS/TEMAS PRINCIPALES:

- Estrategia y Proyectos (CREE)
- Temas de negocio e indicadores
- Recursos humanos
- Premios y reconocimientos
- Posicionamiento de líderes
- Temas de contingencia (medidas frente al estallido social)
- Lollapalooza
- Programa Convive Digital

PRINCIPALES CAMPAÑAS INTERNAS:

- Bajada de filosofía LLA y Branding corporativo según lineamientos de LLA (se inicia pero sigue en proceso)
- Reciclaje (se inicia pero sigue en proceso)
- Convive Digital
- Diversidad e inclusión
- Parental Leave
- Dress for your day
- Town hall Balan





3. RELACIONES LABORALES

3.1 SALUD Y SEGURIDAD

Asegurar el bienestar de todo nuestro equipo de colaboradores, internos y externos, es un aspecto esencial para conseguir los objetivos que nos trazamos año a año. Por este motivo tenemos definido un mapa con los principales riesgos asociados a nuestro trabajo y orientamos nuestra gestión en materia de prevención a consolidar una cultura de autocuidado, fundamentalmente con nuestras empresas contratistas.

Promovemos el autocuidado mediante la concientización de la importancia del rol de cada persona en sus funciones, entregamos tips para que cada colaborador se autogestione y auditamos permanentemente el desarrollo de las actividades de empresas colaboradoras, con el objeto de disminuir el número de accidentes laborales, basándonos en 3 pilares: **Seguridad y Salud en el Trabajo**, **Automatización** y **Cultura Preventiva**.

PROPÓSITO DE PREVENCIÓN DE RIESGOS

Somos los responsables de educar y sensibilizar a los colaboradores VTR, empresas colaboradoras y Cabletica en su autocuidado, generando planes de acción que permitan evitar o mitigar los riesgos para la salud y seguridad de los colaboradores, transformándonos en referentes preventivos del sector telecomunicaciones.

FOCOS DE TRABAJO 2019



Salud y Seguridad en el Trabajo: gestionamos accidentes y enfermedades profesionales mediante denuncias al organismo administrador de la Ley, además de investigar y realizar planes de acción para evitar que se repitan. Junto con ello, gestionamos emergencias y aseguramos el cumplimiento de protocolos del Ministerio de Salud de Chile.



Automatización: estamos a cargo de controlar y asegurar el cumplimiento de la normativa vigente por parte de empresas contratistas y de colaboradores internos, por esto realizamos un monitoreo presente y permanente de la ejecución de procedimientos en terreno, y validamos los equipos de trabajo de contratistas previamente al inicio de sus labores en VTR. De esta forma reportamos mensualmente en nuestras plataformas el cumplimiento de los requerimientos.



Cultura Preventiva: difundimos a toda la organización nuestra Política de Salud y Seguridad en el Trabajo, al mismo tiempo que fomentamos y sensibilizamos a nuestro equipo sobre la importancia de ella. En este ámbito trabajamos en conjunto a la Asociación Chilena de Seguridad (ACHS) dando cumplimiento a actividades de formación, asegurando el correcto funcionamiento de los Comités Paritarios a nivel nacional y participando en distintas instancias con entidades públicas que nos permiten obtener herramientas preventivas para nuestros colaboradores.



3.2 INDICADORES DE SALUD Y SEGURIDAD

[403-2]

INTERNOS



Número de Fatalidades	0	0
Índice de Frecuencia	5,19	12,18
Accidentes gravísimos	0	0
Tasa de gravedad	22,76	245,66

ENFERMEDADES OCUPACIONALES

3

TASA DE AUSENTISMO





3.3 RELACIÓN CON LOS SINDICATOS

[102-41]

Hemos establecido y mantenemos un diálogo e intercambio permanente y fluido con colaboradores y representantes de todos los sindicatos de trabajadores de la compañía. Es por esto que durante 2019 dimos continuidad a la realización de mesas de trabajo, en las que logramos instancias de información y gestión de situaciones relevantes para VTR y sus equipos.

Durante el año, se realizaron tres negociaciones colectivas exitosas, que terminaron sin huelgas.

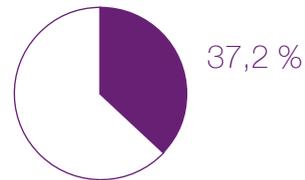
NÚMERO DE SINDICATOS:



AÑOS SIN HUELGA:



% DE SINDICALIZACIÓN:



COBERTURA ACUERDOS COLECTIVOS:





3.4 DIVERSIDAD E INCLUSIÓN

Somos una Compañía que históricamente ha promovido la inclusión de sus colaboradores, sin importar su etnia, género, nivel económico, tendencia política, orientación sexual u otra diferencia. Fruto de esto en junio de 2019 lanzamos la Política de Diversidad e Inclusión, lo que

refleja el compromiso de VTR por fomentar un ambiente laboral inclusivo, que implique respetar, reconocer y valorar las diferencias individuales y fortalezas de cada colaborador.

*NUESTRA DIVERSIDAD NOS
DEFINE. NUESTRAS SEMEJANZAS
NOS CONECTAN Y NOS HACEN
MÁS FUERTES COMO EQUIPO.*

EL AÑO 2019 TRABAJAMOS EN 2 GRUPOS PRIORITARIOS:

EQUIDAD DE GÉNERO	
Conversatorio Día Internacional de la mujer	En marco del día internacional de la mujer, tuvimos un conversatorio en todas las operaciones, bajo el lema <i>"balance for better"</i> . En VTR el conversatorio fue liderado por nuestro Gerente General.
Bono anual licencias maternales	Las licencias maternales ya no son tomadas como licencias por enfermedad, por lo tanto el bono se paga considerando el año completo, sin la proporcionalidad de los meses trabajados.
Permiso Parental	Lanzamiento global del permiso parental de 8 semanas para todos los hombres. Estos beneficios fomentan la corresponsabilidad parental en la sociedad.
Alianza IPG	Nuestro Gerente General firma alianza con IPG (Iniciativa de Paridad de Género), entidad que tiene como propósito reducir las brechas de género y aumentar la participación económica y el progreso a las mujeres en el mercado laboral.
1° ciclo de mentoring femenino	Realizamos el 1° ciclo de mentoring con enfoque de género, con el objetivo de potenciar el liderazgo femenino en VTR. Contamos con la participación de 9 guías y 9 mentores, para los cuales se certificó a través de la academia MentorUp.

PERSONAS CON DISCAPACIDAD	
Talleres de sensibilización	Realizamos 10 talleres, para sensibilizar a los líderes en temáticas de Personas con Discapacidad y eliminar sesgos inconscientes.
Alianza con REIN	Firmamos alianza con la Red de Empresas Inclusivas. Esta red es una agrupación de empresas en torno a la inclusión laboral de personas con discapacidad, que nace en el año 2015.
Beneficios para colaboradores con discapacidad	Creamos beneficios diferenciadores para aquellos colaboradores con discapacidad, con la finalidad de apoyarlos en su condición.
Apoyo en RND	En Chile, las personas con discapacidad deben sacar una credencial que acredite la discapacidad. El año 2019 apoyamos en todo el proceso a todos los colaboradores que quisieran sacar la credencial y así obtener los beneficios estatales y de la compañía.
Conmemoración día internacional de la discapacidad	El día 03 de diciembre conmemoramos el día internacional de la discapacidad con una charla sobre la discapacidad. Tuvimos una invitada especial que nos contó su historia y nos invitó a reflexionar sobre la temática.



4. EN VTR, LA ÉTICA NO SE TRANSA

Como empresa mantenemos un compromiso absoluto con la ética e integridad en el desarrollo de todas nuestras funciones y en la gestión de nuestras relaciones, tanto hacia nuestros colaboradores como a otras entidades con las que hacemos negocios.

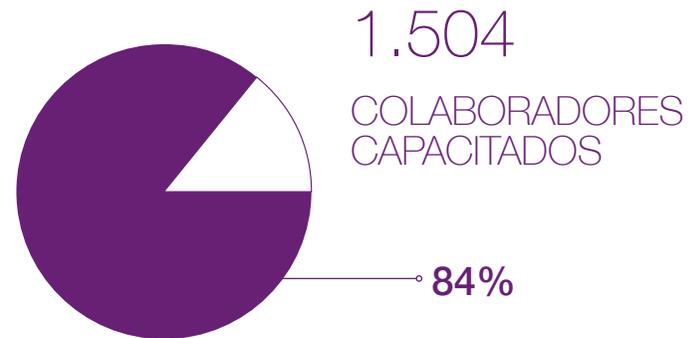
Durante 2019 lanzamos nuestro nuevo Código de Ética, que fue realizado con el objeto de alinearnos a los estándares de Liberty Latin America. Este documento representa una guía de ruta para el comportamiento que esperamos de todos los colaboradores de la empresa, y entrega información referente a los

canales y herramientas con las que cada miembro de nuestro equipo cuenta en caso de verse enfrentado a situaciones o escenarios que van en contra de lo establecido en el mismo.

El Código aplica a directores, ejecutivos, funcionarios, empleados de VTR y de todas las empresas contratistas. Nos aseguramos de su conocimiento mediante capacitaciones llevadas a cabo todos los años, en las que además reforzamos los lineamientos presentes en el Manual de Prevención de Delitos.

COLABORADORES INTERNOS CAPACITADOS EN EL CÓDIGO DE CONDUCTA

[205-2]



4.1 PREMIO A LA INTEGRIDAD

Nos llena de orgullo el haber sido reconocidos con el Premio Generación Empresarial – Diario Financiero al compromiso con la integridad, que destacó a 3 empresas —de un total de 49 postulantes— por su gestión sistemática de la ética y promoción de mejores prácticas a nivel interno.

Esta distinción fue entregada luego de una medición que incorporó la aplicación del Barómetro de Valores y Ética Empresarial a colaboradores de todas las empresas participantes, y a un chequeo de la existencia de políticas y programas internos que promueven la ética en las compañías.





vtr.com



VTR EN NÚMEROS

SUSCRIPTORES POR TIPO DE SERVICIO								
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Variación
Internet Banda Ancha Residencial	885.705	931.963	1.003.100	1.091.201	1.181.600	1.259.190	1.317.089	+57.899
Televisión de Pago	989.449	1.013.505	1.026.000	1.047.330	1.067.400	1.079.277	1.099.732	+20.455
Telefonía Fija	689.730	693.794	689.900	656.992	628.400	572.894	547.583	-25.311
Telefonía Móvil	43.310	89.807	132.000	166.258	214.900	256.261	300.801	+44.540

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	VARIACIÓN
Número de servicios (RGU'S)	2.575.515	2.649.300	2.719.900	2.795.500	2.877.400	2.911.361	2.964.404	+53.043

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	VARIACIÓN
Clientes Triple Play	556.247	571.930	581.164	553.960	526.570	478.665	462.778	-15.887
Clientes Doble Play					417.355	485.665	527.181	+41.516
Clientes Single Play					462.928	504.250	521.708	+17.458

NUEVOS CLIENTES POR SERVICIO								
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Variación
Internet Banda Ancha		46.258	71.137	88.101	90.399	78.053	57.899	-20.154
Televisión Digital	52.000	24.056	12.495	21.330	20.070	21.555	20.455	-1.100
Telefonía Fija		4.064	-3.894	-32.908	-28.592	-54.396	-25.311	+29.085
Telefonía Móvil		46.497	42.193	34.258	48.642	41.334	44.540	+3.206

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	VARIACIÓN
Homes Passed			3.061.500	3.216.600	3.394.700	3.517.675	3.699.322	+181.647

INICIATIVAS EXTERNAS [102-12]

MEMBRESÍA DE ASOCIACIONES [102-13]

INSTITUCIÓN

- AMCHAM
- ICARE
- FUNDACIÓN PAÍS DIGITAL
- FUNDACION RAD
- CORPORACIÓN PATRIMONIO CULTURAL
- COMISIÓN DESAFÍOS DEL FUTURO (Congreso del Futuro)
- CNC CÁMARA NACIONAL DE COMERCIO
- CCS CÁMARA DE COMERCIO DE SANTIAGO (A.G.)
- OBSERVATORIO COMERCIO ILICITO
- FUNDACION GENERACION EMPRESARIAL
- ATELMO
- ACCESO TV PAGA
- ALIANZA CONTRA LA PIRATERÍA
- FUNDACIÓN ACCIÓN EMPRESAS

Cifras en CLP M

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Ingresos	495.175	547.543	580.616	617.558	647.893	660.546
Costos	253.429	290.691	352.054	319.386	340.503	392.419
EBITDA	216.837	214.605	228.562	248.290	307.390	268.126

 VALOR ECONÓMICO GENERADO Y DISTRIBUIDO ^[201-1]

El valor económico generado durante el año fue de un total de \$589 mil millones. En cuanto al valor económico distribuido entre nuestros principales *stakeholders*, dentro de los que se incluyen colaboradores, accionistas, el Estado, la comunidad y nuestros proveedores, la cifra asciende a \$334,9 mil millones.

Cifras en CLP M

	2018		2019	
VALOR ECONÓMICO GENERADO	634.517.237	100%	589.058.805	100%
Ingresos de la explotación	647.892.746	102%	660.545.786	112%
Otros Ingresos/Egresos fuera de la explotación	-13.375.509	-2%	-71.486.981	-12%
VALOR ECONÓMICO DISTRIBUIDO	424.489.480	100%	335.590.367	100%
Costo Operación	394.973.850	93,0%	417.978.665	124,6%
Costos de la explotación	340.503.128	80,2%	392.419.431	116,9%
Trabajadores	54.470.722	12,8%	25.559.234	7,6%
Gastos por impuesto a la ganancia	18.736.240	4,4%	(86.945.918)	-25,9%
Impuestos	18.736.240	4,4%	(86.945.918)	-25,9%
Pago Proveedores de Capital	10.158.390	2,4%	3.936.620	1,2%
Costos Financieros Netos	10.158.390	2,4%	3.936.620	1,2%
Propietario		0,0%		0,0%
APORTES A LA COMUNIDAD	621.000	0,1%	621.000	0,2%
VALOR ECONÓMICO RETENIDO	210.027.757	49,5%	253.468.438	75,5%



PROPORCIÓN DEL GASTO EN PROVEEDORES LOCALES [204-1]

	2017		2018		2019	
Gasto en proveedores nacionales (MMUS\$)	393,68	66%	409,78	69,20%	390,63	76%
Gasto en proveedores internacionales (MMUS\$)	206,2	34%	182,53	30,80%	123,76	24%
Total gasto en proveedores (MMUS\$)	599,88	100%	592,31	100%	514,39	100%
Gasto en proveedores Zona Norte (MMUS\$)	17,82	3%	19,81	3,30%	15,17	3%
Gasto en proveedores Zona Central (MMUS\$)	9,95	2%	17,08	2,90%	12,74	2%
Gasto en proveedores Zona Metropolitana + UAC (MMUS\$)	565,66	94%	539,27	91%	475,3	92%
Gasto en proveedores Zona SUR (MMUS\$)	6,45	1%	16,16	2,17	11,18	2%



INFORMACIÓN SOBRE EMPLEADOS Y OTROS TRABAJADORES ^[102-8]

	2016		2017		2018		2019	
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer
Trabajadores con contrato indefinido	1.303	805	1.133	719	1.094	732	990	743
Trabajadores con contrato a plazo fijo	54	48	33	33	30	49	46	58
Trabajadores en jornada completa	1.309	786	1.151	730	1.104	745	863	619
Trabajadores en media jornada	48	67	15	22	20	36	50	93
Turnos rotativos							123	89
Total	1.357	853	1.166	752	1124	781	1.036	801

TRABAJADORES CONTRATISTAS

ÍTEM	2016	2017	2018	2019
Total de trabajadores contratistas	8173	8280	9126	9524

ROTACIÓN POR GÉNERO ^[401-1]

ÍTEM	2016	2017	2018	2019	
% de rotación	Hombre	29,3	20,6	22,7	24,5
	Mujer	36,7	21,2	18,1	20,2

COMPOSICIÓN DE LA DOTACIÓN PROPIA POR GÉNERO ^[405-1]

ÍTEM	2016	2017	2018	2019	
Trabajadores propios	Hombre	1357	1166	1124	1036
	Mujer	853	752	781	801
Total	2210	1918	1905	1837	



COMPOSICIÓN DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN [102-22– 405-1]

ÍTEM		2016	2017	2018	2019
POR GÉNERO	DIRECTORAS	0	0	0	0
	DIRECTORES	3	3	3	3
POR GRUPO DE EDAD	Menores de 30 años	0	0	0	0
	Entre 30 y 50 años	2	2	2	2
	Mayores de 50 años	1	1	1	1

COMPOSICIÓN DE PLANA EJECUTIVA POR GÉNERO

ÍTEM		2016	2017	2018	2019
Ejecutivos	Hombre	9	9	7	7
	Mujer	1	0	0	0

	FEMENINO	MASCULINO	TOTAL GENERAL
Gerente General		1	1
Vicepresidente		7	7
Gerente	10	27	37
Subgerente	32	57	89
Jefe	83	112	195
Supervisor	10	58	68
Ejecutivo/Asesor Clientes Técnico	14	20	34
Ejecutivo/Asesor Venta	5	1	6
Directivo Intermedio	244	416	660
Ejecutivo/Asesor Clientes Comercial	366	225	591
Area de Apoyo	37	29	66
Técnico		83	83
Total general	801	1.036	1.837



DIVERSIDAD DE NACIONALIDAD

NACIONALIDAD	FEMENINO	MASCULINO	TOTAL GENERAL
Argentina		4	4
Britanica		2	2
Colombiana	2	1	3
Coreana		1	1
Cubano		2	2
Ecuatoriano	2	1	3
Española		2	2
Francesa		1	1
Holandesa	1	1	2
Paraguayo	1		1
Peruana	3	2	5
Venezolana	25	25	50
TOTAL GENERAL	34	42	76

EDAD	FEMENINO	MASCULINO	TOTAL GENERAL
Entre 18 y 29	152	179	331
Entre 30 y 49	605	772	1.377
Entre 50 y 65	44	83	127
Mayor de 65		2	2
TOTAL GENERAL	801	1.036	1.837



HORAS DE CAPACITACIÓN ^[404-1]

ÍTEM	2016	2017	2018	2019
Total anual de horas de capacitación	43.739	54.484	73.061	65.286
Horas promedio de capacitación por trabajador	18,54	25,32	38,35	35,54

DESGLOSE DE HORAS DE CAPACITACIÓN

ÍTEM	2016	2017	2018	2019	
Desglose por cargo	<i>Directivos Intermedios</i>	2.428	8.229	9.295	8.306
	<i>Jefes y Supervisores</i>	2.051	1.954	5.217	4.662
	<i>Ejecutivos de primera línea</i>	39.260	43.445	58.549	52.318
Desglose por género	<i>Hombre</i>	25.083	27.761	30.935	27.643
	<i>Mujer</i>	14.177	26.723	42.126	37.643

INVERSIÓN EN CAPACITACIÓN

ÍTEM	2016	2017	2018	2019
Monto invertido en capacitación	\$84.389.843	\$ 130.735.334	\$ 254.885.237	\$ 137.540.000
Monto invertido por trabajador en capacitación	\$34.614	\$ 60.750	\$ 59.790	\$ 52.629



SALUD Y SEGURIDAD

SEGURIDAD LABORAL, TRABAJADORES PROPIOS [403-2]

ÍTEM		2016	2017	2018	2019
Número de fatalidades	<i>Hombre</i>	0	0	0	0
	<i>Mujer</i>	0	0	0	0
Meta de fatalidades		cero	Cero	Cero	Cero
Índice de Frecuencia	<i>Hombre</i>	11,39	3,44	11,04	5,19
	<i>Mujer</i>	18,76	9,6	13,26	12,18
Meta de Índice de Frecuencia		12,06	13,57	6,09	6,76
Accidentes gravísimos	<i>Hombre</i>	0	0	0	0
	<i>Mujer</i>	0	0	0	0
Tasa de gravedad	<i>Hombre</i>	144,8	5,9	15,94	22,76
	<i>Mujer</i>	102,6	35	30,01	254,66

SEGURIDAD LABORAL TRABAJADORES CONTRATISTAS

ÍTEM	2016	2017	2018	2019
Número de fatalidades	0	0	0	0
Índice de Frecuencia	0	0	0	0
Accidentes gravísimos	6	11	4	



SALUD OCUPACIONAL

ÍTEM		2016	2017	2018	2019
Trabajadores con enfermedades ocupacionales	<i>Hombre</i>	3	0	1	1
	<i>Mujer</i>	0	3	1	2

AUSENTISMO

	2016	2017	2018	2019
Tasa de ausentismo (%)	11	8,84	7	8,6

COMITÉS PARITARIOS

ÍTEM		2016	2017	2018	2019
Trabajadores representados en Comités Paritarios	<i>Número</i>	1487	1506	1318	1268
	<i>Porcentaje del total</i>	68%	81%	69%	69%

SINDICALIZACIÓN [102-41 – 405-1]

ÍTEM	2016	2017	2018	2019
Número de sindicatos	7	7	6	6
% de sindicalización	41	38	37,2	36
Cobertura de convenios colectivos	908	702	368	368
Huelgas en el año	0	0	0	0
Número de años sin huelgas	6	7	8	9



DENUNCIAS ÉTICAS [102-17] [205-3]

	2016	2017	2018	2019
Denuncias por infracciones al código de ética	446	688	536	664
% De denuncias resueltas	96	83	73	70

NO DISCRIMINACIÓN [406-1]

	2016	2017	2018	2019
Incidentes de discriminación	0	0	0	0

ÍNDICE GRI [102-55]

ENFOQUES DE GESTIÓN [103-1] [103-2] [103-3]		
Tema Material	Capítulo	
Mejorar la confianza de los clientes	Experiencia y Confianza	50
Mejorar la confianza de los grupos de interés estratégicos	Experiencia y Confianza	51
Acompañar a socios estratégicos en un modelo sostenible	Rentabilidad y Creación de Valor	36
Gestionar la contaminación Ambiental	Crecimiento Sostenible	25
Disminuir la brecha digital	Crecimiento Sostenible	21
Gestionar los riesgos por uso excesivo de pantallas	Experiencia y Confianza	52
Disminuir la vulnerabilidad de sistemas	Experiencia y Confianza	50
Gestionar el consumo energético	Crecimiento Sostenible	28
Gestionar la cultura y diversidad	Engagement de Largo Plazo	58

Indicador	Descripción	Capítulo. Sección	Página	Omisiones/ Respuesta
-----------	-------------	-------------------	--------	-------------------------

CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES

Perfil de la Organización

102-1	Nombre de la organización	Presentación - Perfil de la Empresa	6	
102-2	Marcas, productos y servicios más importantes para la organización	Presentación - Perfil de la Empresa	6	
102-3	Lugar de la sede principal de la organización	Presentación - Perfil de la Empresa	7	
102-4	Países en los que opera	Presentación - Perfil de la Empresa	7	
102-5	Naturaleza del régimen de propiedad y su forma jurídica	Presentación - Propiedad	8	
102-6	Mercados servidos	Presentación - Perfil de la Empresa	7	
102-7	Dimensiones de la organización (empleados, operaciones, ventas, capitalización, productos y servicios)	Presentación - Perfil de la Empresa	6	
102-8	Desglose de empleados (tipo de contrato, región y sexo)	Anexos - Empleo	77	
102-9	Cadena de suministro de la organización	Rentabilidad y Creación de Valor - Nuestra cadena de valor	34	

Indicador	Descripción	Capítulo. Sección	Página	Omisiones/ Respuesta
102-10	Cambios significativos durante el periodo en el tamaño, estructura, propiedad accionaria o en la cadena de suministros de la organización	Presentación - Somos Liberty Latinoamérica		No hubo cambios significativos en la organización o en su cadena de suministro durante 2019
102-11	Forma en que la organización aborda el principio de precaución			La organización no tiene una declaración formal en cuanto al principio de precaución contenido en Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo de la Organización de Naciones Unidas.
102-12	Cartas, principios u otras iniciativas externas que la organización ha adoptado	Anexos - Membresías y Asociaciones	74	
102-13	Asociaciones y organizaciones de promoción nacional o internacional a las que la organización pertenece	Anexos - Membresías y Asociaciones	74	

Estrategia

102-14	Declaración del responsable principal	Mensaje del Gerente General	3	
--------	---------------------------------------	-----------------------------	---	--

Ética e Integridad

102-16	Valores, principios, estándares y normas de la organización	Presentación - Principios LLA	11	
102-17	Mecanismos internos y externos de asesoramiento en pro de una conducta ética y lícita	Presentación - Nuestro Gobierno Corporativo	14	

Gobernanza

102-18	Estructura de gobierno de la organización	Presentación - Nuestro Directorio	15	
102-20	Responsabilidad a nivel ejecutivo en temas económicos, ambientales y sociales.	Presentación - Equipo Ejecutivo	16	
102-22	Composición del máximo órgano de gobierno y sus comités.	Presentación - Nuestro Directorio	15	
102-23	Presidente del máximo órgano de gobierno.	Presentación - Nuestro Directorio	15	
102-24	Nominación y selección del máximo órgano de gobierno	Presentación - Nuestro Directorio	15	

Participación de los grupos de Interés

102-40	Grupos de interés vinculados a la organización	Presentación - La sostenibilidad como Estrategia de Negocio	17	
--------	------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------	----	--

Indicador	Descripción	Capítulo. Sección	Página	Omissiones/ Respuesta
102-41	Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos	Engagement de Largo Plazo - Relación con los sindicatos	68	
102-42	Base para la elección de los grupos de interés con los que se trabaja	Presentación - La sostenibilidad como Estrategia de Negocio	17	
102-43	Enfoque de la organización sobre la participación de los grupos de interés	Presentación - La sostenibilidad como Estrategia de Negocio	17	

Prácticas para la elaboración de Informes

102-44	Cuestiones y problemas clave que han surgido a raíz de la participación de los grupos de interés	Presentación - La sostenibilidad como Estrategia de Negocio	18	
102-45	Entidades que figuran en los EEFF consolidados de la organización	Presentación - Propiedad	8	
102-46	Proceso para determinar el contenido de la memoria y cobertura de cada aspecto	Presentación - La sostenibilidad como Estrategia de Negocio	17	
102-47	Aspectos materiales identificados durante el proceso de definición del contenido de la memoria	Presentación - La sostenibilidad como Estrategia de Negocio	18	
102-48	Consecuencias de las reformulaciones de la información facilitada en memorias anteriores y sus causas			No hay reexpresiones de información
102-49	Cambios significativos en el alcance y la cobertura de cada aspecto con respecto a memorias anteriores	Presentación - La sostenibilidad como Estrategia de Negocio		No hubo cambios significativos de alcance y cobertura con respecto a memorias anteriores
102-50	Periodo de la memoria	Presentación - La sostenibilidad como Estrategia de Negocio	18	
102-51	Fecha de la última memoria			Fecha del informe más reciente: Reporte de Sustentabilidad 2018
102-52	Ciclo de presentación de memorias	Presentación - La sostenibilidad como Estrategia de Negocio	18	
102-53	Contacto para solventar dudas en relación con el contenido de la memoria	Presentación - La sostenibilidad como Estrategia de Negocio	84	
102-54	Opción de conformidad con la guía elegida por la organización	Presentación - La sostenibilidad como Estrategia de Negocio	18	

Indicador	Descripción	Capítulo. Sección	Página	Omisiones/ Respuesta
102-56	Políticas y prácticas de la organización con respecto de la verificación externa			El presente Reporte no ha sido sometido a verificación externa

CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS

CATEGORÍA: Economía

Desempeño Económico

201-1	Valor económico directo generado y distribuido.	Anexos - Valor generado y Distribuido	75	
-------	-------------------------------------------------	---------------------------------------	----	--

Prácticas de Adquisición

204-1	Proporción del gasto en proveedores locales	Rentabilidad y Creación de Valor - Proveedores locales	35, 76	
-------	---------------------------------------------	--------------------------------------------------------	--------	--

Lucha contra la corrupción

205-2	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	Engagement de largo Plazo - En VTR la Ética no se transa	70	
205-3	Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas	Anexos - Denuncias éticas	83	

CATEGORÍA: Medio Ambiente

Materiales

301-2	Insumos reciclados	Crecimientos Sostenible - Residuos (recuperación de equipos y logística reversa)	25	
301-3	Productos reutilizados y materiales de envasado	Crecimientos Sostenible - Residuos (recuperación de equipos y logística reversa)	25	

Energía

302-1	Consumo de energía	Crecimiento Sostenible - Otros Indicadores Ambientales	29	
302-3	Intensidad energética	Crecimiento Sostenible - Otros Indicadores Ambientales	29	
Agua (2018)				
303-5	Consumo de agua	Crecimiento Sostenible - Otros Indicadores Ambientales	29	

Emisiones

305-1	Emisiones directas de gases de efecto invernadero (Alcance 1)	Crecimiento Sostenible - Emisiones	28	
-------	---------------------------------------------------------------	------------------------------------	----	--

Indicador	Descripción	Capítulo. Sección	Página	Omissiones/ Respuesta
305-2	Emisiones indirectas de gases de efecto invernadero al generar energía (Alcance 2)	Crecimiento Sostenible - Emisiones	28	
305-3	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero (Alcance 3)	Crecimiento Sostenible - Emisiones	28	
305-4	Intensidad de emisiones de gases de efecto invernadero	Crecimiento Sostenible - Emisiones	28	

Efluentes y Residuos

306-2	Residuos por tipo y método de eliminación.	Crecimiento Sostenible - Residuos	26	
-------	--------------------------------------------	-----------------------------------	----	--

CATEGORÍA: Desempeño social

Empleo

401-1	Número y tasa de contrataciones y rotación media de empleados, desglosados por grupo etario, sexo y región	Anexos - Rotación por género	77	
-------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------	----	--

Salud y seguridad en el trabajo (2016)

403-2	Tipos de lesiones y tasas de lesiones, enfermedades profesionales, días perdidos, ausentismo y número de muertes relacionadas con el trabajo	Engagement de Largo Plazo - Salud y Seguridad	67, 81	
-------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------	--------	--

Capacitación y educación

404-1	Promedio de horas de capacitación anuales por empleado, desglosado por sexo y por categoría laboral	Engagement de Largo Plazo - Formación y Desarrollo	80	
404-3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional, desglosado por sexo y por categoría profesional	Engagement de Largo Plazo - Gestión del Desempeño	62	

Diversidad e igualdad de oportunidades

405-1	Composición de los órganos de gobierno y desglose de la plantilla por categoría profesional y sexo, edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad	Anexos - Composición de la dotación propia por género	77	
-------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------	----	--

Discriminación

406-1	Incidentes de discriminación y acciones correctivas tomadas.	Anexos - No discriminación	83	
-------	--------------------------------------------------------------	----------------------------	----	--

Comunidades locales

413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	Experiencia y Confianza - Internet Segura	51	
-------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------	----	--

Salud y seguridad de los clientes

416-1	Evaluación de los impactos en salud y seguridad de las categorías de productos y servicios.	Experiencia y Confianza - Internet Segura	52	
-------	---------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------	----	--

Privacidad del Cliente

418-1	Quejas justificadas sobre violaciones de la privacidad de los clientes y pérdidas de datos de los clientes	Experiencia y Confianza - Nos preocupamos de la privacidad	50	
-------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------	----	--

2019

REPORTE SOSTENIBILIDAD

DATOS DE CONTACTO EN CASO DE DUDAS SOBRE EL REPORTE

[102-53]

Verónica Díaz de la Vega
Subgerente de Sostenibilidad
veronica.diaz@vtr.cl

Marco Larson
Jefe de Desarrollo Sostenible
Marco.larson@vtr.cl



LIBERTY
LATIN AMERICA

