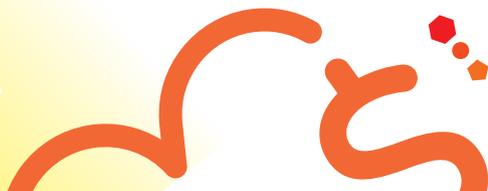




*REPORTE DE  
SOSTENIBILIDAD*  
**2018**



**vtr.com**



# CONTENIDOS

					
5	19	28	36	50	58
PRESENTACIÓN	CRECIMIENTO SOSTENIBLE	RENTABILIDAD Y CREACIÓN DE VALOR	EXPERIENCIA Y CONFIANZA	ENGAGEMENT DE LARGO PLAZO	ANEXOS



# MENSAJE DEL GERENTE GENERAL DE VTR

El 2018 fue un año muy importante para nosotros, ya que desde esa fecha formamos parte de Liberty Latinoamérica (LLA), empresa líder de telecomunicaciones, que cuenta con una importante presencia en el continente. Ser parte de una compañía multinacional nos permitirá seguir expandiendo nuestra cobertura, incorporando nuevos negocios, y trabajando en conjunto para generar sinergias y eficiencias junto a otras operaciones de LLA. A nivel estratégico, el 2018 integramos la sostenibilidad de manera transversal en nuestra empresa, incorporándola a nuestro quehacer cotidiano, generando con ello valor, y fortaleciendo la confianza con nuestros grupos de interés.

A partir de ahora, miramos nuestro negocio desde la gestión de nuestros impactos, por lo cual nuestra Estrategia Corporativa, es nuestra Estrategia de Sostenibilidad llamada CREE. Cada una de las letras de este acrónimo se traduce en los desafíos que tenemos por delante, y los compromisos con nuestros colaboradores, clientes, accionistas, y la sociedad. Por ello el Crecimiento Sostenible, la Rentabilidad y creación de valor, la Experiencia y confianza, junto al Engagement de largo plazo, nos permitirán tener una

visión holística de nuestros impactos, y desarrollar iniciativas enmarcadas en cada uno de estos pilares.

En términos de desempeño, el último año logramos importantes resultados, ya que crecimos orgánicamente, aumentando nuestro número de clientes y homepass en domicilios particulares y empresas. Tuvimos la mayor expansión de banda ancha, en territorio donde tenemos factibilidad, alcanzando un máximo histórico de ventas. Este desarrollo ha estado acompañado de la mejora continua en la experiencia de conectividad, a través del aumento de la velocidad, adaptándonos a las nuevas tecnologías que demandan los clientes. En ese sentido, seguimos impulsando la innovación en nuestros servicios de Video: VOD, Replay TV y VTR Play, que permiten a nuestros clientes disfrutar del mejor contenido a través de diferentes dispositivos, en el momento que lo deseen. Año a año incrementamos la producción de material digital de alta calidad, así como también el número de canales con disponibilidad de Replay TV y VTR Play.



**GUILLERMO PONCE**  
**GERENTE GENERAL**

En nuestro servicio de telefonía móvil, aumentamos las ventas en un 7%, y disminuimos las desconexiones en un 1%. El 2018 tuvimos un muy buen año para nuestro negocio móvil, registrando portabilidad positiva durante todos los meses del año, lo que implicó una ganancia neta de casi 50.000 nuevos clientes. De esta manera, consolidamos nuestra estrategia de crecimiento frente al desafío que significó la reducción importante de la telefonía fija, convirtiéndolo en una oportunidad para aumentar el número de clientes del mundo móvil. Otro de los cambios más importantes que vivimos el 2018, fue la implementación de Andes, un sistema operativo que mejorará la relación y comunicación con nuestros clientes. Hasta el año pasado, utilizábamos dos software separados de atención, uno para nuestro triple pack y otro para telefonía móvil; hoy Andes los integra en uno solo, sentando las bases para una interacción mucho más digital, inteligente y eficiente con nuestros clientes.

Desde hace más de una década, hemos puesto especial foco en impulsar el buen uso de Internet y las tecnologías, a través de Internet Segura. Hoy, evolucionamos para darle vida a Convive Digital, un programa que se enmarca como una importante

iniciativa en el ámbito de la responsabilidad corporativa, que tiene como principal objetivo educar a profesores, padres y estudiantes, en el buen uso de la tecnología, transformándonos en un actor relevante en la formación de nuevos líderes digitales, quienes vivirán la conectividad de una manera positiva y responsable

Con la misma inspiración social, este año firmamos un convenio de colaboración con País Digital, para ofrecer talleres de digitalización a las Pymes, y continuamos desarrollando nuestra alianza con la Asociación de Emprendedores de Chile (ASECH), impartiendo múltiples cursos enfocados en estrategias de marketing digital y herramientas de financiamiento.

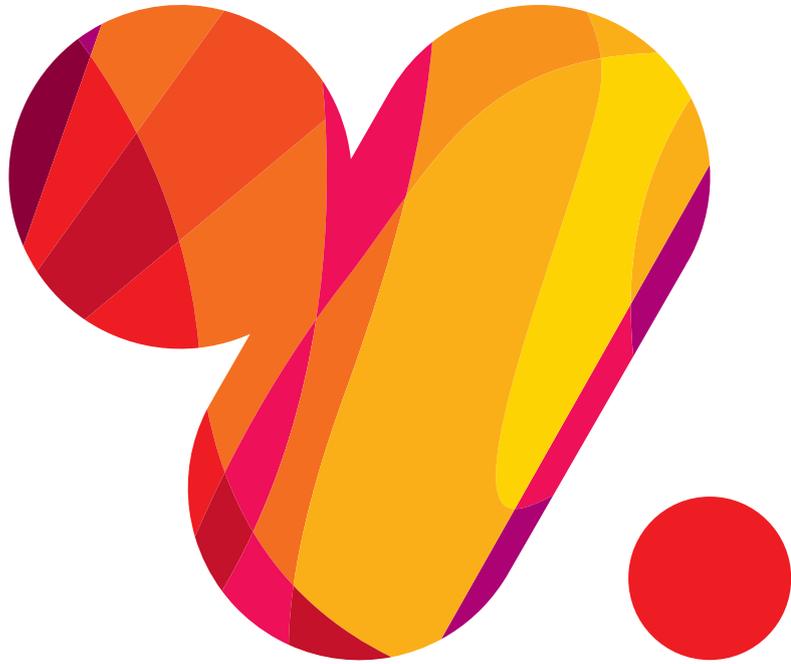
Además, a través de la Fundación VTR, trabajamos para difundir a nuestras audiencias las posibilidades de un mundo mejor, aportando contenidos que promueven la tecnología, innovación y ciencia. En VTR, comprendemos que el éxito de la empresa va de la mano con el cuidado del medioambiente, y es por eso que gestionamos nuestros impactos ambientales, principalmente los relacionados con residuos. De esta forma, recuperamos gran parte

de nuestros equipos a través de procesos de logística reversa, reacondicionándolos para reinyectarlos a la operación, con lo cual generamos importantes ahorros y disminuimos nuestros residuos. Además, participamos activamente en la Mesa de la Ley de Responsabilidad Extendida del Productor de la Cámara de Comercio, aportando con nuestra experiencia en la definición de las bases de dicha Ley.

Comprometidos también con la reducción de la intensidad de nuestras emisiones de gases de efecto invernadero, el 2018 continuamos con la medición de nuestra huella de carbono, y la puesta en marcha de distintas iniciativas enfocadas en la eficiencia energética y la agilidad operativa, tanto de nuestros equipos como de nuestras actividades. Estos resultados no serían posible sin el compromiso de nuestros colaboradores, quienes han asumido la sostenibilidad como la base del éxito de nuestro negocio, comprendiendo que el crecimiento en nuestros mercados comienza y termina con ellos.



# PRESENTACIÓN



# 1. PERFIL DE LA EMPRESA

[102-1 102-2]

VTR.com SpA es una empresa líder en servicios de telecomunicaciones de Chile. Formamos parte del grupo Liberty Latin América, empresa conformada en enero de 2018. En el país, lideramos la industria de la televisión y de banda ancha, conectando casi 1,5 millones de hogares con avanzadas tecnologías en red HFC (híbrida y coaxial), telefonía móvil y fija y un servicio distintivo a las pequeñas y medianas empresas, a través de VTR Negocios.

## 1.1 VTR EN NÚMEROS\*

[102-3 102-4 102-7]

Somos una empresa de telecomunicaciones con presencia y operaciones entre Arica y Coyhaique. Nuestras oficinas corporativas se encuentran ubicadas en Apoquindo 4800, Las Condes, Santiago de Chile. Contamos con una red de 46 sucursales y una plataforma de call center y sitio web, para entregarles la mejor atención a nuestros clientes.

\*Detalle en anexos pg. 59

# 1.468.473

## CLIENTES TOTALES

61.573 más que en 2017



### 1M+

1.259.190  
suscriptores de  
**TELEVISIÓN  
PAGA.**



### 500K+

572.894  
hogares  
conectados con  
**TELEFONÍA FIJA.**



### 250K+

256.261  
Clientes en  
**TELEFONÍA  
MÓVIL.**



### 30K+

33.245  
Clientes  
**VTR  
NEGOCIOS.**



### 3M+

3.167.622  
de servicios  
**(RGU'S).**



### 3,5 M+

3.517.675  
**HOMES PASSED**  
(122.975 más que en  
2017).



### 450K+

478.665  
Clientes  
**TRIPLE PLAY.**



### 480K+

485.665  
Clientes  
**DOBLE PLAY.**

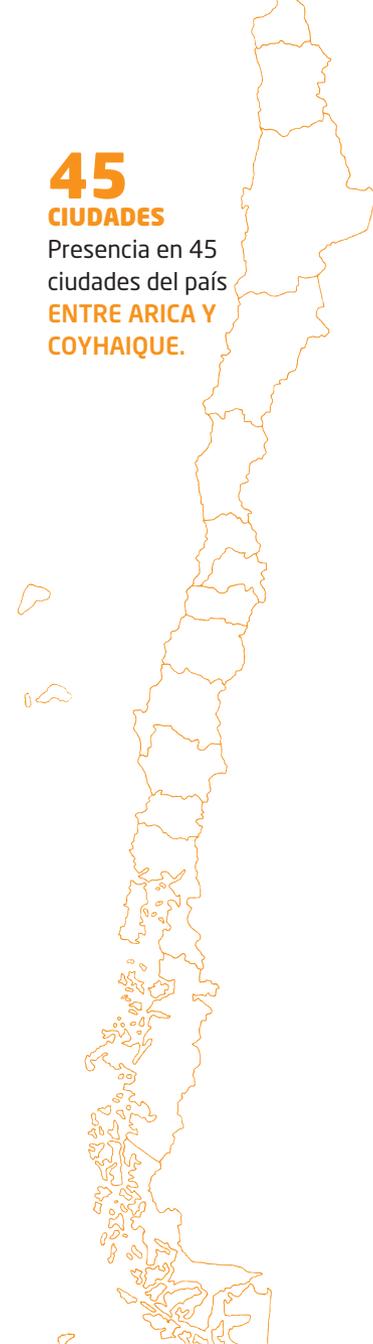


### 500K+

504.250  
Clientes  
**SINGLE PLAY.**

## 45 CIUDADES

Presencia en 45  
ciudades del país  
**ENTRE ARICA Y  
COYHAIQUE.**

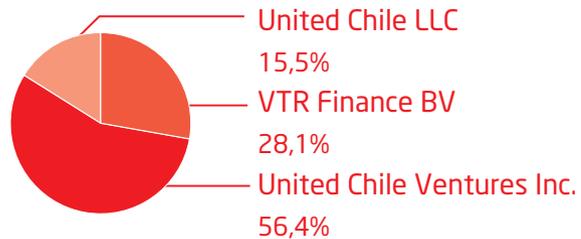


## 1.2 PROPIEDAD

[102-45 102-5]

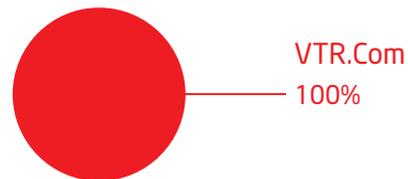
**VTR.COM** se constituyó legalmente el 13 de diciembre de 1993 con el nombre de IUH Inversiones Chile Ltda. Más tarde pasó a llamarse VTR Hiper cable S.A., para cambiar a la razón social VTR GlobalCom el 3 de enero del año 2000. En noviembre de 2013, por acuerdo de la Junta Extraordinaria de Accionistas, VTR GlobalCom se convirtió en la sociedad por acciones VTR GlobalCom SpA. Posteriormente, mediante una junta extraordinaria de accionistas de fecha 29 de febrero de 2016, la sociedad VTR GlobalCom SpA fue absorbida por la sociedad VTR Chile Holdings SpA, modificándose también la razón social de esta última a **VTR.COM SpA**.

### 1. La propiedad sobre VTR.Com es la siguiente:



\* Ninguna de estas sociedades es chilena.

### 2. La propiedad sobre VTR Comunicaciones es la siguiente:



### 1.3 SOMOS LIBERTY LATINOAMÉRICA (LLA)

[102-10]

A partir del 1 de enero de 2018, VTR es parte de Liberty Latinoamérica, una empresa líder de telecomunicaciones con operaciones en Chile, Puerto Rico, el Caribe y otras naciones del continente, que en total suman más de 20 mercados en toda América Latina.

Los servicios de comunicaciones y entretenimiento que ofrecemos a nuestros clientes residenciales y comerciales, incluyen plataformas avanzadas de video, internet de banda ancha, telefonía y servicios móviles. En la mayor parte de nuestras operaciones, ofrecemos servicios combinados de video digital, internet y telefonía en una suscripción "triple play".

En algunos países de la región nuestros productos y servicios comerciales también incluyen conectividad de nivel empresarial, centro de datos, hospedaje y soluciones administradas, así como servicios de tecnología de la información (soluciones de TI).

También operamos más de 50.000 kilómetros de redes de cable de fibra óptica submarina y terrestre, que conectan más de 40 mercados en la región, brindando conectividad tanto dentro como fuera de nuestro espacio operativo.



**LIBERTY**  
LATIN AMERICA



## CULTURA LLA

[102-16]

“Innovar para crear momentos significativos para nuestros clientes, generando crecimiento en nuestros mercados, con UNA visión, UNA cultura, UN equipo”.

En **LLA** creemos que la conectividad, el entretenimiento digital y la tecnología pueden realmente transformar las vidas de nuestros clientes. Una vez que están conectados, las posibilidades son infinitas y nuestros servicios permiten que millones de personas y empresas se beneficien plenamente de todo lo que ofrece el mundo digital. Entendemos la importancia crítica que tienen nuestros servicios en la vida de nuestros clientes y las comunidades a las que servimos en toda la región. Tomamos esta responsabilidad con seriedad y, a través de nuestra inversión e innovación, buscamos constantemente nuevas formas de mejorar y simplificar la experiencia digital de nuestros clientes, para garantizar que permanezcan conectados de manera segura y confiable.

Queremos continuar expandiendo nuestra cobertura de red a través del crecimiento orgánico y, sujeto a las condiciones del mercado, a través de la incorporación de nuevos negocios, que nos permitan aprovechar y escalar nuestros servicios y crear eficiencias.

ESTAMOS COMPROMETIDOS CON LA **INNOVACIÓN TECNOLÓGICA** PARA OFRECER PRODUCTOS Y **SERVICIOS TRANSFORMADORES**, QUE AYUDEN A MEJORAR Y **SIMPLIFICAR LA VIDA DIGITAL DE NUESTROS CLIENTES.**



vtr.com

## VISIÓN

*Ser la compañía de telecomunicaciones líder en América Latina y el Caribe, que permita a todos nuestros clientes descubrir y experimentar las infinitas posibilidades del mundo digital. Nuestro objetivo es proporcionar servicios innovadores y conectividad que mejoren y simplifiquen la vida de nuestros clientes, permitiéndoles conectarse, trabajar, vivir y disfrutar.*

## MISIÓN

*Conectar comunidades y transformar vidas.*



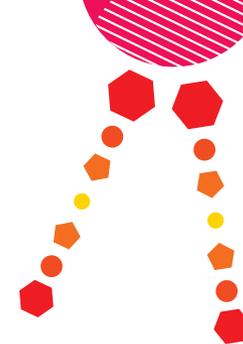
REPORTE SOSTENIBILIDAD 2018

## PRINCIPIOS LLA

- TOMA RIESGOS
- SÉ RESPETUOSO
- SÉ HONESTO
- TRABAJA DURO
- SÉ DISCIPLINADO

## FILOSOFÍA

- **LO HACEMOS MEJOR Y CON ÁNIMO.**
- SI NO TENEMOS LA CONFIANZA DEL CLIENTE, **NO TENEMOS CLIENTE.**
- Somos audaces al innovar, auténticos en nuestras acciones y transparentes en nuestras decisiones.
- Cuando colaboramos, todos ganamos, **especialmente nuestros clientes.**
- Tomamos a todos en cuenta e incentivamos que opinen.
- Nos hacemos cargo con determinación.
- Sin temor al riesgo.
- ***El crecimiento en nuestros mercados empieza y termina contigo.***
- Somos cercanos y auténticos. ***La vida es mejor así.***
- **HACER TODO CON PASIÓN INCLUSO EL TRABAJO MÁS DURO, HACE QUE TODO SEA MÁS FÁCIL.**
- El **corazón** no es sólo algo que tenemos, **es algo que compartimos.**
- LA TECNOLOGÍA NOS ENTUSIASMA. NOS CONECTA. **NOS MUEVE.**
- Ser amables no es una opción o una opinión. Simplemente es.
- **Nuestra diversidad nos define. Nuestras semejanzas nos conectan.**
- Nos inspiramos tanto por las personas que tenemos al lado, como por los que están a 1000 millas de distancia.
- **Nuestro trabajo tiene un propósito, y lo que hacemos marca la diferencia.**
- **Aduénate.** En cualquier nivel, en cualquier posición, todos somos responsables.



## 2. PRINCIPALES LOGROS 2018

### INTERNET



**MAYOR CRECIMIENTO DEL MERCADO** de banda ancha, donde **VTR** tiene factibilidad operacional.



**MÁXIMO HISTÓRICO DE VENTAS** en banda ancha.



**AUMENTAMOS DE NUEVO** la velocidad de nuestros clientes alcanzando un **crecimiento X10 en los últimos 4 años.**



**MÁS DEL 80%** de las conexiones en Chile sobre los **100Mbps** son de **VTR.**

### VIDEO



**RÉCORD HISTÓRICO** de ventas en 2018.

Nuestros servicios innovadores de **VOD**, **Replay TV** y **VTR Play**, marcaron una diferencia y llegamos a más de **500 mil usuarios.**



**VOD:** *Aumentamos a casi 2.000 títulos en VOD y más de la mitad son gratuitos.*

**REPLAY TV:** *pasamos de 59 a 126 canales.*

**VTR PLAY:** *pasamos de 49 a 85 canales y de 3.800 a 7.200 títulos de VOD, disponibles en VTR Play.*



**MEJORAMOS NUESTRO NPS Y CHURN.**

### MÓVIL



En el 2018 **AUMENTAMOS LAS VENTAS** en un 7% y **DISMINUIMOS LAS DESCONEXIONES** en un 1%.



**ÚNICO OPERADOR EN CHILE CON PORTABILIDAD POSITIVA** en todos los meses.



Aumentamos la cuota de GB de nuestros planes en **+60%.**



**MEJOR TASA DE CIERRE** 5,54%.



Aumentamos los minutos de nuestros planes en **+80%.**

### 3. NUESTRO GOBIERNO CORPORATIVO

El gobierno corporativo afecta la forma en que dirigimos nuestra empresa y la relación que tenemos con nuestros grupos de interés. Creemos que son esenciales los más altos estándares de gobierno corporativo para la integridad y el rendimiento de nuestra empresa y estamos comprometidos a llevar a cabo nuestro negocio con honestidad, integridad y respeto. Para cumplir con esos principios, hemos adoptado una serie de políticas y procedimientos para respaldar un gobierno corporativo sólido en cada área de nuestras operaciones.

A continuación, los Lineamientos de Gobierno Corporativo adoptados por nuestro Directorio, que sirven como marco para su desarrollo:

**El Código de Conducta** proporciona orientación para todos los directores, funcionarios y empleados, sobre diversos requisitos legales y reglamentarios y prácticas comerciales, aplicables a las actividades realizadas en nombre de la empresa.

**El Código de Ética** para el Director Ejecutivo y los Oficiales Financieros Superiores de cada subsidiaria.

**El Código de Conducta** para socios comerciales proporciona orientación sobre cómo llevamos la relación con nuestros socios comerciales y nuestras expectativas sobre lo que esperamos de ellos a la hora de hacer negocios.

**Comité de Auditoría** establece las responsabilidades de dicho comité como organismo de apoyo al Directorio para cumplir con sus responsabilidades en relación con el proceso de presentación de informes contables y financieros y la auditoría de los estados financieros de la compañía.

**Comité de Compensaciones** describe las responsabilidades con respecto a (1) la compensación de los ejecutivos (2) administrar los planes de incentivos de capital y (3) producir un informe anual sobre la remuneración de ejecutivos, para su inclusión en la declaración de poder de la compañía.

**Comité de Nominación y Gobierno Corporativo** establece las responsabilidades para (1) identificar y recomendar a las personas calificadas para convertirse en miembros de la Junta; (2) supervisar la evaluación de la Junta; y (3) revisar periódicamente las Pautas de Gobierno aplicables a la corporación y recomendar a la Junta los cambios que considere apropiados.



### 3.1 NUESTRO DIRECTORIO

[102-18 102-22 102-24]

Para abordar los temas considerados críticos por la organización, el directorio se apoya en su Comité Ejecutivo y en cuatro comités especializados: Capex, Móvil, de Reputación y Sostenibilidad, y de Ética y Cumplimiento."

El Gobierno Corporativo de VTR.COM SpA está encabezado por un Directorio compuesto por tres directores titulares y tres suplentes quienes

tienen a su cargo la administración de la sociedad y la definición de sus objetivos corporativos. Sus integrantes son elegidos en las juntas de accionistas, permanecen en sus cargos por un año renovable y no reciben remuneración por su función. La presidencia del directorio recae sobre Miguel Oyonarte Weldt, VP Legal y de Asuntos Corporativos de VTR.com.

#### TITULARES

Miguel Oyonarte Weldt

Betzalel Kenigsztein

Guillermo Ponce Miguel

#### SUPLENTES

Jaime Carey Tagle

Pablo Iacobelli del Rio

Guillermo Acuña Sboccia



## EQUIPO EJECUTIVO

[102-20]

El directorio delega en su equipo ejecutivo la responsabilidad de las áreas de gestión económica, social y ambiental. Este equipo de alta dirección está conformado por siete vicepresidentes liderados por el Gerente General. Además, lo integra el Gerente de Riesgo y Control Interno, cuya misión es asegurar el cumplimiento normativo y llevar adelante la estrategia de la compañía.



**GUILLERMO PONCE**  
*Gerente General*



**JUAN P. RODRIGUEZ**  
*Gerente 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*



**CRISTIAN ARIZTIA**  
*VP Comercial y  
Clientes*



**IVÁN ROZAS**  
*VP Personas*



**JOSÉ NAVARRO**  
*VP Transformación  
Digital LLA*

## 4. LA SOSTENIBILIDAD COMO ESTRATEGIA DE NEGOCIO

En VTR creemos que la sostenibilidad debe estar presente en todas las acciones y decisiones que tomamos a diario. En consecuencia, hemos decidido hacer que nuestra nueva Estrategia de negocio incorpore la Sostenibilidad de manera transversal.

De esta manera, buscamos mirar nuestro negocio desde la perspectiva de la gestión consciente de nuestros impactos, preocupándonos de las externalidades positivas y negativas que genera nuestra operación, con una mirada más comprensiva y una conexión más exhaustiva con nuestros grupos de interés.

### 4.1 NUESTROS IMPACTOS

[102-49]

Para conocer cuáles son nuestros principales impactos, tanto para el negocio como para nuestros grupos de interés, durante 2018 realizamos un análisis de materialidad con la doble función de definir los pilares de nuestra nueva estrategia de sostenibilidad y al mismo tiempo definir los contenidos.

### NUESTROS GRUPOS DE INTERES

[102-42 102-40]

Lo primero que hicimos fue identificar los **principales actores** que pudieran verse impactados con nuestra actividad, es decir, NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS:



CONSUMIDORES



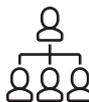
ANALISTAS  
FINANCIEROS



COLABORADORES



SOCIOS  
ESTRATÉGICOS



AUTORIDADES



MEDIOS Y REDES  
SOCIALES



COMUNIDADES



INDUSTRIA

## MATERIALIDAD

Posteriormente se realizó el estudio de materialidad siguiendo la metodología recomendada por el Global Reporting Initiative, la cual consistió en las siguientes actividades:



Proceso de consulta:  
[102-43]

### Información primaria

#### 50 Entrevistas

- Comité Ejecutivo
- 14 Ejecutivos
- 4 Sindicatos
- 6 Socios Estratégicos
- 12 Autoridades/Expertos
- 5 Jefes de área

### Información secundaria

#### Revisión de 135 Documentos

- 21 documentos corporativos
- 114 documentos internos

## TEMAS MATERIALES

[102-44 102-47]



### Información del Reporte:

[102-50 102-52 102-54]

El presente documento es el décimo tercer Reporte de Sostenibilidad de VTR y ha sido elaborado de conformidad con la opción Esencial de los Estándares GRI, y busca dar a conocer el desempeño y gestión en las dimensiones de la sustentabilidad: económica, social y ambiental de nuestro negocio, para el período comprendido entre el 1 enero al 31 de diciembre del 2018.

## 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.



 <p><b>CRECIMIENTO SOSTENIBLE</b></p>	 <p><b>RENTABILIDAD Y CREACIÓN DE VALOR</b></p>	 <p><b>EXPERIENCIA Y CONFIANZA</b></p>	 <p><b>ENGAGEMENT DE LARGO PLAZO</b></p>
<p><b>OBJETIVO ESTRATÉGICO:</b> Seguir creciendo para entregar conectividad y entretención a más personas.</p>	<p><b>OBJETIVO ESTRATÉGICO:</b> Entregar conectividad y entretención de manera rentable y responsable.</p>	<p><b>OBJETIVO ESTRATÉGICO:</b> Ser la empresa de telecomunicaciones preferida y más confiable.</p>	<p><b>OBJETIVO ESTRATÉGICO:</b> Habilitador de la estrategia de negocio.</p>
<p><b>IMPACTOS RELACIONADOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Disminuir la brecha digital (industria)</li> <li>• Gestionar la contaminación ambiental</li> <li>• Gestionar el consumo energético.</li> </ul>	<p><b>IMPACTOS RELACIONADOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mejorar la confianza de grupos de interés estratégicos para la operación</li> <li>• Acompañar a socios estratégicos en un modelo sustentable</li> </ul>	<p><b>IMPACTOS RELACIONADOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mejorar la confianza de clientes</li> <li>• Disminuir la vulnerabilidad de sistemas</li> <li>• Gestionar los riesgos por uso excesivo de internet y televisión.</li> </ul>	<p><b>IMPACTOS RELACIONADOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Atraer y retener talento a través de nuestra cultura</li> </ul>

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



# CRECIMIENTO SOSTENIBLE

SEGUIR CRECIENDO PARA ENTREGAR CONECTIVIDAD Y ENTRETENCIÓN A MÁS PERSONAS

Para nosotros, crecer de forma sostenible, significa llevar la conectividad y entretenimiento cada día a más personas, es disminuir la brecha digital acercando el mundo a través de distintas plataformas digitales, entregando contenido, tecnología y conocimiento. Creemos que este

crecimiento debe ser responsable con el entorno y por eso nos preocupamos también, por nuestro impacto ambiental a través de la gestión de nuestros residuos, la eficiencia en el consumo energético y el control de nuestras emisiones de CO2.

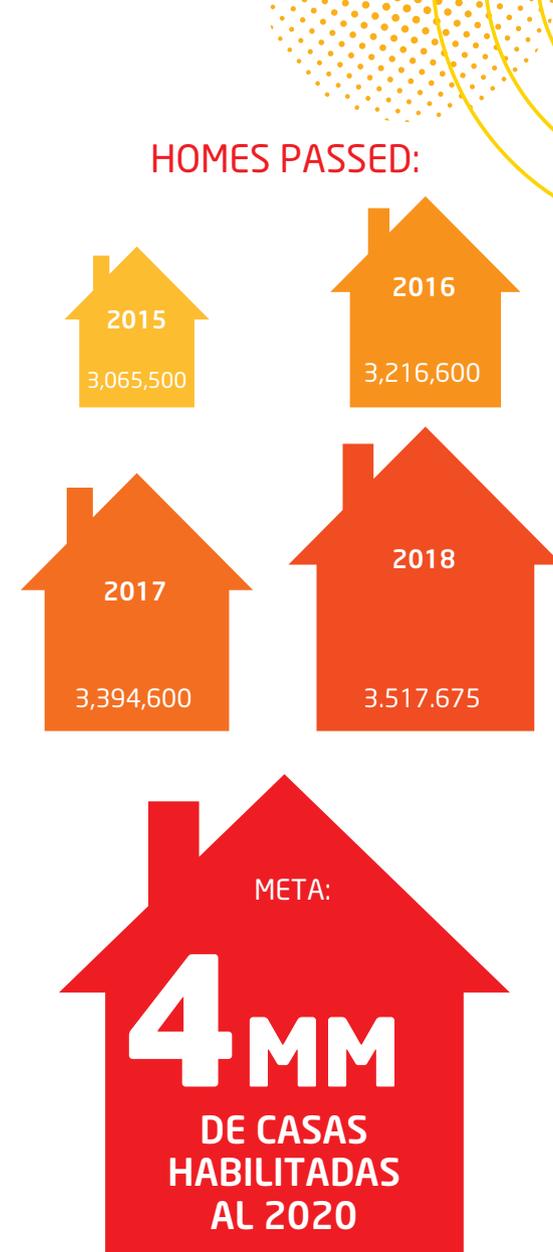
# 1. CONECTIVIDAD Y CONSTRUCCIÓN DE REDES

En **VTR** disminuimos la brecha digital al mejorar la conectividad, a través de la construcción de redes y *homepass*, que permiten acceso a cada vez a más hogares a la Banda Ancha de Alta Velocidad. Desde 2016, impulsamos un Plan de Construcción cuya meta es llegar a 2020 con **cuatro millones de viviendas habilitadas**, las que representan casi 2/3 del total de viviendas en Chile.

## 1.1 RESULTADOS 2018 DEL PLAN DE CONSTRUCCIÓN

[203-1]

- El Plan de Construcción ha tenido excelentes resultados al concentrarse en los segmentos C2 y C3, que al estar geográficamente más concentrados, permite mayores eficiencias.
- En octubre de 2018 —dos meses antes de lo presupuestado— se cumplió con el objetivo de todo el año, con la entrega de 143.000 Homepass (HPs).
- Se ejecutaron 839 proyectos de construcción durante el año. El más importante fue Linares, donde se construyeron 20.000 HPs.
- Inversiones en infraestructura:
  - Para habilitar nuevos home pass a nivel nacional este plan tuvo una inversión de 15,6 mil millones de pesos.
  - 5,6 mil millones en soluciones de capacidad, para aumentar la capacidad de internet a clientes;
  - y 1,7 mil millones en aumentos de capacidad y mejoras en Sitios Técnicos, para acoger las necesidades de **VTR** y Disponibilidad para Clientes.
- Re-certificación ISO 9001-2015 para el Plan de Construcción.



## 1.2 CERO TOLERANCIA CON LAS CONEXIONES ILEGALES

La piratería de contenidos es un problema importante para los proveedores de televisión de pago y los propietarios de contenido, al generar pérdidas de millones de dólares. Cada día la piratería crece, evoluciona y se vuelve más organizada y comercial, lo que dificulta su control y presenta un importante desafío para la industria.

La piratería se presenta a través de 5 tipos de prácticas o ilícitos: Subreporting, FTA (*Free to air*), colgados al cable, operadores en redes ilegales y la piratería online (IPTV).

### MODELO DE FISCALIZACIÓN

Desde el 2017, comenzamos a desarrollar un programa especialmente diseñado para terminar con las conexiones ilegales. Creamos la sub gerencia de fiscalización y en 2018 consolidamos nuestro Modelo de Fiscalización, basado en **distintos tipos de auditorías**, enfocadas principalmente en la operación y los canales de denuncia, a través de correo y web.

Si bien Chile, es el país con menores índices de piratería dentro de Latinoamérica, la práctica de “colgados al cable” es la que más nos afecta en **VTR**, ya que genera ruidos en nuestra red y esto afecta directamente en la calidad del servicio de todos nuestros clientes. Es por esta razón que estamos avanzando progresivamente a la digitalización de nuestras redes que de esta forma son más difíciles de intervenir.



## 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 2018 **auditamos 65.322** hogares de nuestra red, la mayor parte en la Región Metropolitana. Se detectaron y normalizaron **12.149 domicilios con conexiones** ilegales.
- Realizamos 122 operativos, 100 de ellos en la Región Metropolitana y 22 en regiones.
- Producto de estos operativos, fueron detenidas 127 personas y se citó a tribunales a otras 123.

En paralelo, se ha digitalizado la conexión de edificios pequeños y condominios con bajo número de clientes, pero alta tasa de conexiones ilegales. De esta manera se controló definitivamente el fenómeno en los seis edificios intervenidos.



## 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 2018 mantuvimos tasas de desconexiones no ejecutadas por debajo del 5% y las desconexiones mal ejecutadas conforme al protocolo y la norma técnica de instalaciones domiciliarias por debajo del 3%, en promedio.



## Auditoría de Inet<sup>S</sup>/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 7% en promedio en campañas de outbound.

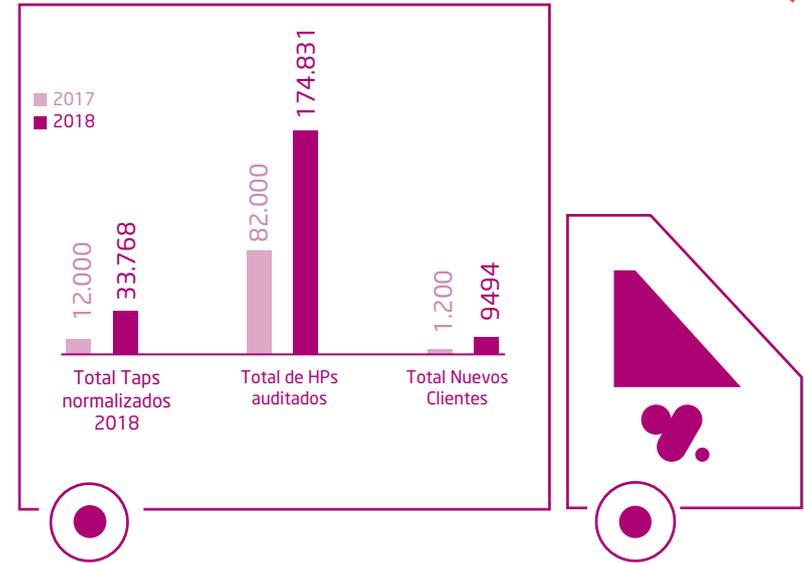
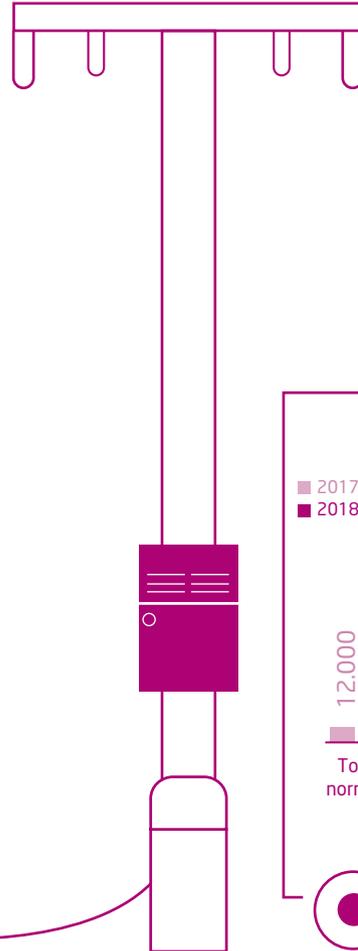


## Auditoría TAP

Los TAPS son los equipos instalados en la vía pública, generalmente en los postes, que permiten distribuir nuestra señal hacia nuestros clientes finales.

Las auditorías a TAPS, implican que cada vez que un técnico **VTR** realiza un procedimiento en postes, debe revisar estos equipos, desconectar las instalaciones ilegales e instalar las trampas y filtros correspondientes. La siguiente tabla, resume los TAPS normalizados en el periodo.

	2017	2018
Total Taps normalizados 2018:	12.000	33.768
Total de HPs auditados:	82.000	174.831
Total Nuevos Clientes:	1.200	9.494
Total viviendas con ventas:		4.747
Total ventas vivienda Ilegales:		1.206
Total ventas Viviendas Sin filtro:		740
Total ventas Resto cuadrante:		2.801
Operativos policiales efectuados:		125
Detenidos + Apercibidos:		256
Comités Ilegales realizados:		8





## Proceso de Reversa

Hacemos todo el esfuerzo por recuperar los equipos de los clientes que prescinden de nuestros servicios, sin embargo, aún tenemos un desafío en esa línea, ya que muchos de estos equipos nunca vuelven a nuestras manos. Hoy tenemos un 53% de recuperación de equipos de los clientes que se desconectan, por lo que existen muchos espacios para mejorar.



## Gestión de residuos no peligrosos

Todos aquellos materiales no peligrosos que se pueden reciclar los gestionamos a través de MIDAS, una empresa de reciclaje que busca soluciones integrales para transformar los residuos de una empresa en la materia prima de otra.

Tenemos algunos residuos, como por ejemplo la fibra óptica, que no se pueden reciclar, MIDAS también los reciben y los envían a un relleno sanitario.



## Gestión de residuos peligrosos

Lo que respecta a la gestión y transporte de los residuos peligrosos, que en nuestro caso son las baterías de nuestros equipos electrónicos, también son recibidas por MIDAS y estas son enviadas a Calama para su reciclaje.



## RESIDUOS

[306-2]

(TONELADAS)

	2016	2017	2018
Residuos Reciclados	470	220	466
Residuos industriales no peligrosos	357	118	112,9
Residuos industriales peligrosos	263	258	466

El incremento de nuestros residuos no peligrosos, se debe a que en ciertas regiones del país se hizo limpieza de cables. También hicimos actualizaciones de los equipos que se desmontaron y se enviaron a disposición final.

## LEY DE RESPONSABILIDAD EXTENDIDA DEL PRODUCTOR

A nivel Industria participamos activamente en la Mesa de la Ley Rep de la Cámara de Comercio de Santiago. Esta instancia, articula a otras 18 empresas productoras de residuos electrónicos para actuar como contra parte del Ministerio de Medio Ambiente para definir las bases de la Ley y que ésta sea aplicable de acuerdo a la realidad de la industria.

## EMISIONES

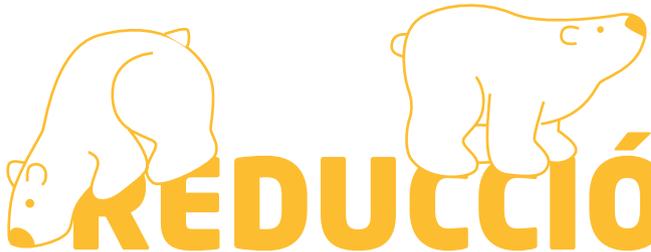
[305-1 305-2 305-3 305-4]

En **VTR** estamos comprometidos con la reducción de la intensidad de nuestras emisiones de gases de efecto invernadero a través de distintas iniciativas que apuntan a la eficiencia energética y agilidad operativa, tanto de nuestros equipos como de nuestras actividades.

En ese contexto, ya tenemos varios años midiendo y controlando nuestra huella de carbono siguiendo los parámetros de la metodología GHG Protocol del Consejo Mundial Empresarial para el Desarrollo Sostenible.

(TON CO2 E)	2017	2018
<b>HUELLA DE CARBONO</b>	39.147	<b>40.595</b>
Alcance 1	3.906	<b>3.363</b>
Alcance 2	34.374	<b>35.259</b>
Alcance 3	867	<b>1.973</b>

	2017	2018
<b>Intensidad de las emisiones de CO2</b> (tonCo2 / TB de datos)	0,019	0,017



# REDUCCIÓN DE EMISIONES DE GASES DE EFECTO INVERNADERO



2017  
39.147



2018  
40.595

HUELLA DE CARBONO



2017  
0,019



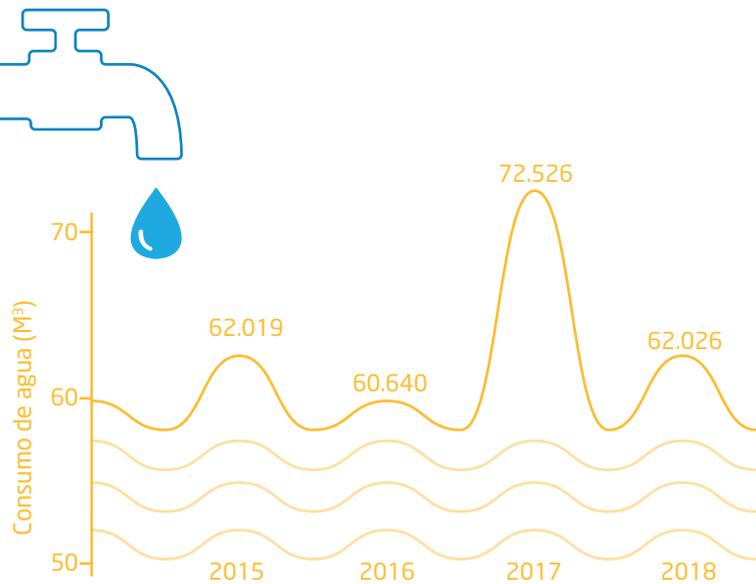
2018  
0,017

INTENSIDAD DE LAS EMISIONES

## 2.2 OTROS INDICADORES AMBIENTALES

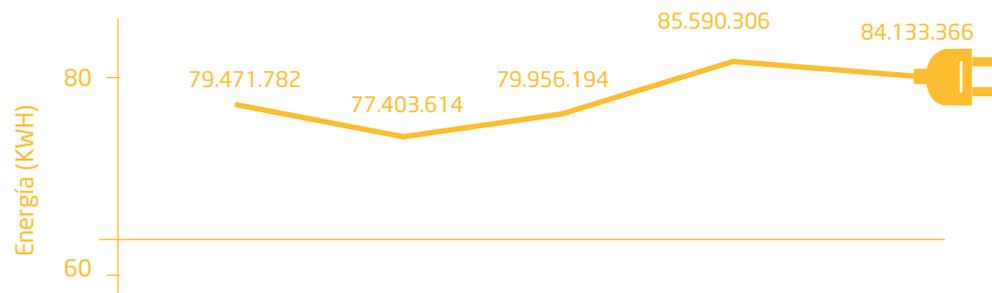
### AGUA

[303-5]



### ENERGÍA

[302-1 302-2 302-3]



	2014	2015	2016	2017	2018
<b>Energía adquirida y consumida (KWh)</b>	<b>79.471.782</b>	<b>77.403.614</b>	<b>79.956.194</b>	<b>83.590.306</b>	<b>84.133.366</b>
Consumo de Electricidad (KWh)				78.087.590	79.287.505



# RENTABILIDAD Y CREACIÓN DE VALOR

ENTREGAR CONECTIVIDAD Y ENTRETENCIÓN DE MANERA RENTABLE Y RESPONSABLE

Para VTR la creación de valor es una prioridad en todas nuestras actividades. Nos hemos enfocado en entregar conectividad y entretenimiento de manera rentable y, al mismo tiempo, siendo responsables con nuestro entorno, al aportar valor a la sociedad. 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.

# 1. RENTABILIDAD

Gracias a la **capacidad de adaptarnos a las nuevas tecnologías** y de **comprender las necesidades de los clientes**, aumentamos nuestra participación de mercado y crecimos orgánicamente, teniendo resultados financieros positivos, en márgenes y eficiencia.

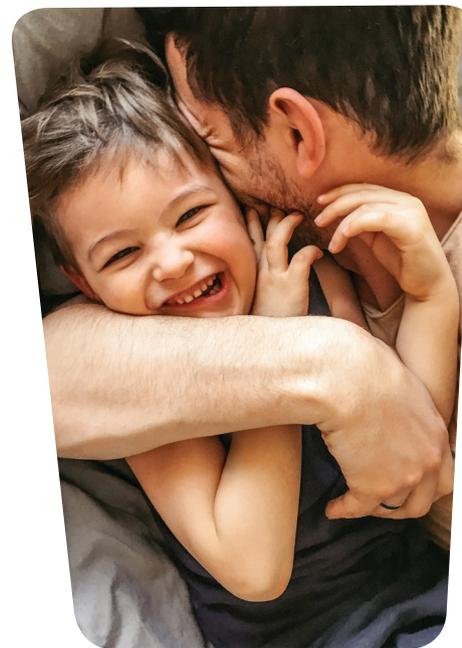
Los **143 mil hogares que se sumaron a nuestra red**, a través de la construcción de homepass, impulsaron nuestro crecimiento, la mayor presencia de mercado y el mejoramiento de nuestras ventas.

- En el 2018 aumentamos las ventas en un 7% y disminuimos las desconexiones en un 1%.
- Consolidamos nuestra estrategia de crecimiento y el gran desafío que significa la reducción importante de la telefonía fija, convirtiéndolo en una oportunidad para aumentar el número de clientes de telefonía móvil.
- Por tercer año consecutivo, logramos el crecimiento más alto del mercado en Banda Ancha, en las plazas donde VTR tiene factibilidad técnica.

## 1.1 VALOR GENERADO Y DISTRIBUIDO

[201-1]

En 2018, **VTR** generó valor por \$634,5 mil millones de pesos. De esta cifra, la compañía distribuyó \$386,4 mil millones entre sus principales grupos de interés: trabajadores, accionistas, el Estado, la comunidad y los proveedores.



2018

Valor Generado:  
**\$634.517.237**

Valor Distribuido:  
**\$386.396.000**

Ingresos:  
**\$647.892.746**

Costos:  
**\$340.503.128**

EBITDA:  
**\$307.389.618**

## 1.2 DIGITALIZACIÓN DE NUESTROS PROCESOS

Una parte importante de estos resultados positivos, obedecen a la innovación aplicada en la digitalización de sistemas y procesos. De esta manera ofrecemos una mejor experiencia a nuestros clientes, en los procesos de venta, instalación y postventa.

Como en años anteriores, en 2018 continuamos desarrollando nuestro negocio con los clientes al centro, identificamos los procesos que estaban obsoletos o aquellos que no cumplían con la experiencia que queremos entregar e integramos todos nuestros servicios en un solo sistema, poniendo siempre foco en la digitalización. El resultado fue una mayor eficiencia y una mejor experiencia de servicio.

### EXPERIENCIA

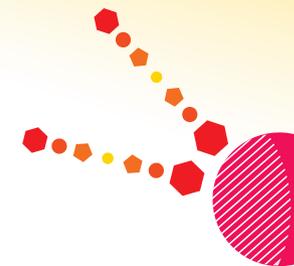


- Mayor conocimiento del cliente.
- Segmentación basada en valor.
- Procesos simples, diferenciados por segmento.
- Seguimiento de interacciones.
- Vista del cliente 360°
- Procesos convergentes fijos / móviles.



### EFICIENCIA

- Automatizar y simplifica procesos.
- Aproveche los canales de autoservicio.
- Eficiencia en la asignación de recursos.
- Resolución de primer contacto.
- Gestión eficiente del canal.
- Facturación libre de errores.



## NUESTRO NUEVO SISTEMA ANDES

El proceso de revisión y rediseño de nuestros procesos dio origen a **Andes**. Antiguamente contábamos con dos sistemas separados de atención, uno para nuestro Triple Pack (internet, video y telefonía fija) y otro para telefonía móvil. Con Andes, estos sistemas se integran en uno solo, mejorando la experiencia y haciendo más fácil nuestra interacción con nuestros clientes a través de nuestros ejecutivos.

**Andes** es un sistema mucho más simple y automatizable, que sienta las bases del mundo digital y del futuro de **VTR**. La disponibilidad de la información, le permite al cliente facilitar sus solicitudes y migrar progresivamente hacia un modelo de auto atención.

### Beneficios:

- Convergencia de **dos sistemas en uno**.
- **Autonomía del técnico** en más del 80% de los servicios en los hogares.
- Vista del **cliente 360°**.
- **Enrutamiento automático** para más del 90% de las solicitudes de servicio en los hogares.
- **30 ciclos** de facturación.
- Validación de datos, elegibilidad, compatibilidad y reglas de orientación para hacer que las **ventas sean más eficientes y fáciles**.

### CLIENTES



- RAPIDEZ
- + INFORMACIÓN
- + SIMPLE
- DIGITALIZACIÓN
- NOTIFICACIONES
- AUTO SERVICIO
- CLARIDAD
- CONTROL
- MENOS ERRORES
- AUTOMATIZADO

### EFICIENCIAS



- AUTOCUIDADO
- ADMINISTRACIÓN DE MATERIALES
- ASIGNACIÓN EFICIENTE
- CARDINALIDAD
- ACTIVACIÓN
- VALIDACIÓN
- COMPATIBILIDAD
- AUTO INSTALACIÓN
- ENRUTAMIENTO
- ELEGIBILIDAD
- VALIDACIÓN DE DATOS

### SERVICIO TÉCNICO Y AL CLIENTE



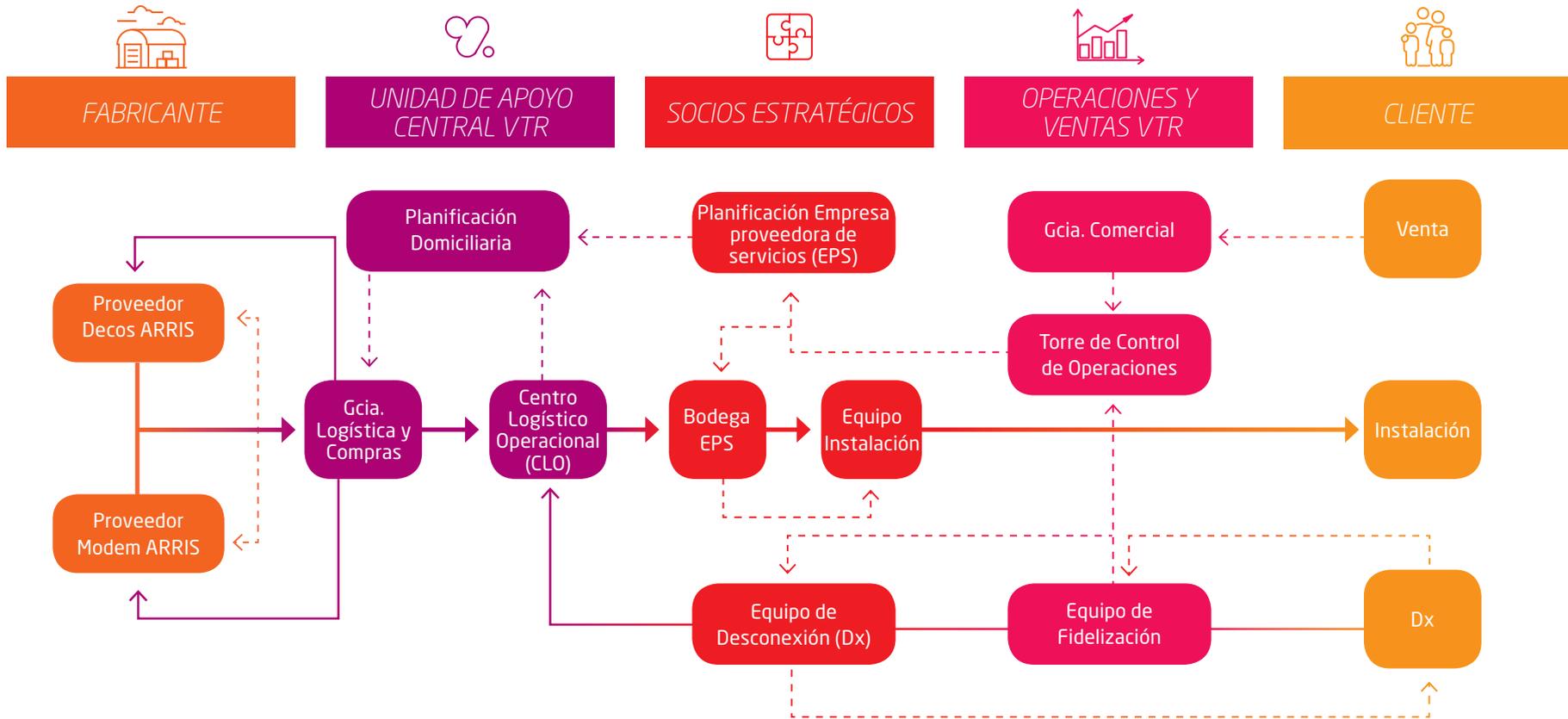
- VISTA 360°
- APPS
- SIMPLICIDAD
- INDEPENDENCIA
- AUTOMATIZADO
- TRAZABILIDAD
- AUTÓNOMO
- TUTORIAL WALK ME
- CONVERGEN 2 SISTEMAS

## 2. CREACIÓN DE VALOR

[102-9]

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

### Nuestra cadena de valor



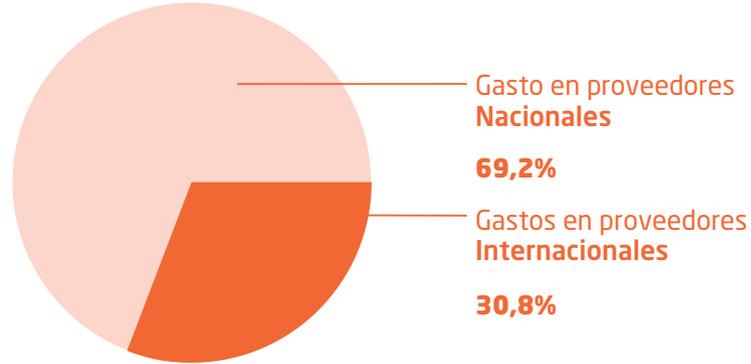
## PROVEEDORES LOCALES

[204-1]

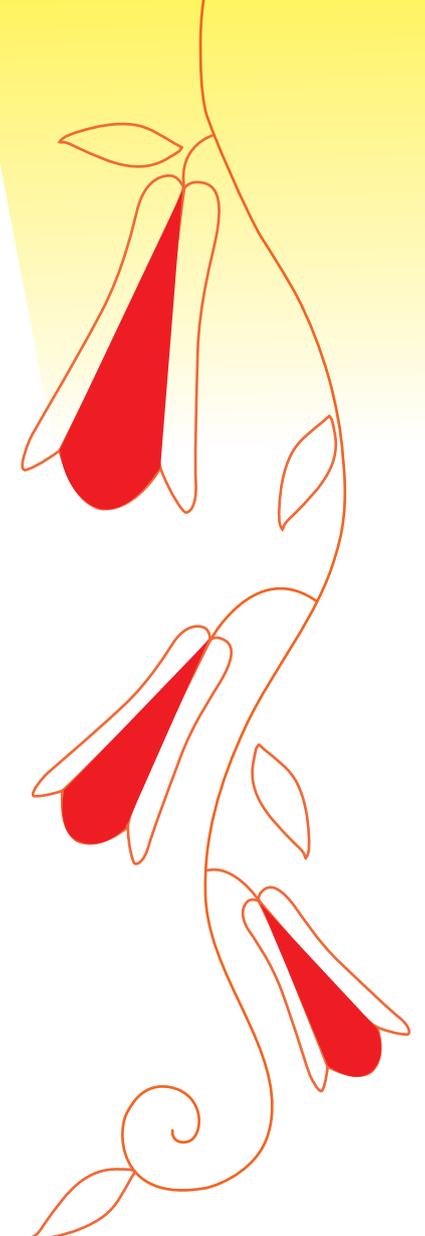
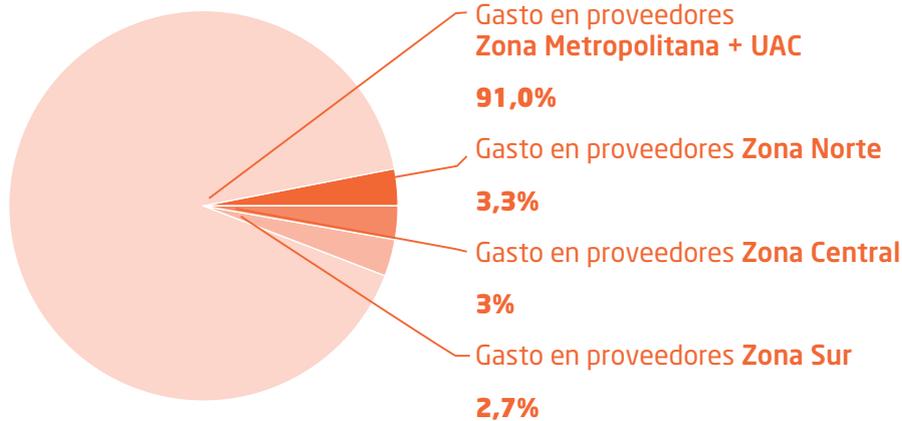
Nuestro compromiso también va de la mano con el apoyo a proveedores locales, tanto a nivel nacional, como a empresas de las distintas zonas del país. En ese sentido, en el 2018 aumentamos nuestro porcentaje del presupuesto destinado a empresas nacionales, de un 66% a un 69,2%. A nivel nacional, disminuimos levemente el porcentaje del gasto en proveedores de la Región Metropolitana para potenciar proveedores de las regiones donde tenemos operaciones importantes.\*

\* Ver Anexos pg. 50.

### Proveedores 2018



### Proporción del gasto en proveedores locales 2018



## 2.1 SOCIOS ESTRATÉGICOS

Todos los proveedores que prestan servicios esenciales para la compañía (tales como programadores, proveedores de equipos, software, entre otros) son considerados **socios estratégicos**. En muchas oportunidades, son ellos quienes tienen el contacto directo con nuestros clientes y por lo tanto, representan a nuestra compañía. En **VTR** nos hemos enfocado en mantener una estrecha relación con todos nuestros proveedores, de manera de que integren a su servicio diario nuestros procesos y la cultura de la empresa para lograr un mutuo beneficio.

En 2017 creamos la **Subgerencia de Capacitación y Gestión de Externos**, con el fin de optimizar esta relación desde un enfoque global, a partir de la integración de procesos y la focalización de esfuerzos.

Durante el 2018, como parte del proceso de eficiencia pasamos de tener once empresas contratistas a cuatro. Estas empresas conforman el 80% de nuestra dotación, por lo tanto son de una importancia estratégica para nuestro negocio. Por ello, VTR define los procesos de selección y de formación para tener a los mejores perfiles de acuerdo al ADN de la compañía. Este año, el foco estuvo en la capacitación del nuevo sistema Andes.



## FORMACIÓN DE EXTERNOS

### Inducción Corporativa

- En el 2018 hicimos cambios importantes en el proceso de inducción de nuestros colaboradores externos. A través de esta inducción reciben todos los conocimientos necesarios para presentar el mejor servicio, y nos aseguramos que se empapen de nuestra cultura y visión corporativa. Para convertirse en un técnico VTR, es requisito tener este curso aprobado, de lo contrario, no pueden ingresar a la operación.
- Todos nuestros colaboradores externos deben realizar de manera obligatoria el curso “la ética no se transa”, el cual presenta las políticas locales y políticas globales para LLA en relación a una conducta ética en todo momento.
- En VTR contamos con 3 centros de formación técnica destinados a la capacitación de todo nuestro personal en terreno.

### Andes:

- Este año capacitamos a más de 5000 socios estratégicos en Andes.
- Además de capacitaciones presenciales, desarrollamos una innovadora herramienta llamada “walk me” que funciona como un tutorial en vivo que va guiando los pasos que el técnico debe realizar en el sistema Andes y hacer consultas si lo requiere.

### Campus virtual

- Nuestros socios estratégicos toman cursos obligatorios y optativos.
- Contamos con una biblioteca de más de 800 contenidos que conforman una malla de capacitación digital en cada uno de los contenidos que nuestros socios estratégicos pudiese necesitar.



# EXPERIENCIA Y CONFIANZA

SER LA EMPRESA DE TELECOMUNICACIONES PREFERIDA Y MÁS CONFIABLE

**En VTR estamos 100% conectados con las necesidades de nuestros clientes, por eso actualizamos constantemente nuestra oferta para entregarles la mejor experiencia. Nuestra visión es ser la empresa de telecomunicaciones preferida y más confiable, brindando la mejor entretención a cada uno de nuestros clientes.**

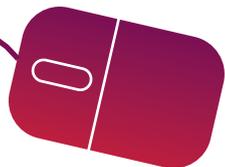
**Para cumplir con este objetivo desarrollamos productos y servicios con el mayor desarrollo tecnológico. Gracias a la incorporación de Andes, contamos con una estrategia de clientes, enfocada en ofrecer una internet segura para todos nuestros usuarios, especialmente los más jóvenes.**

# 1. NUESTRA OFERTA DE PRODUCTOS

[102-2]

## 1.1 INTERNET

Nuestros planes de Internet Banda Ancha están adaptados a la intensidad, cantidad de actividades y de equipos que se conectan simultáneamente en los distintos hogares.



### GRANDES AVANCES:

En el 2018, continuamos potenciando nuestra familia de equipos NextGen Wifi con el lanzamiento del extensor NextGen Go, el que permite mejorar el alcance de la red Wifi en los hogares y se suma a las prestaciones de nuestro equipo NextGen Wifi que les permite a nuestros clientes alcanzar hasta 400 mbps de velocidad en todo Chile además de:

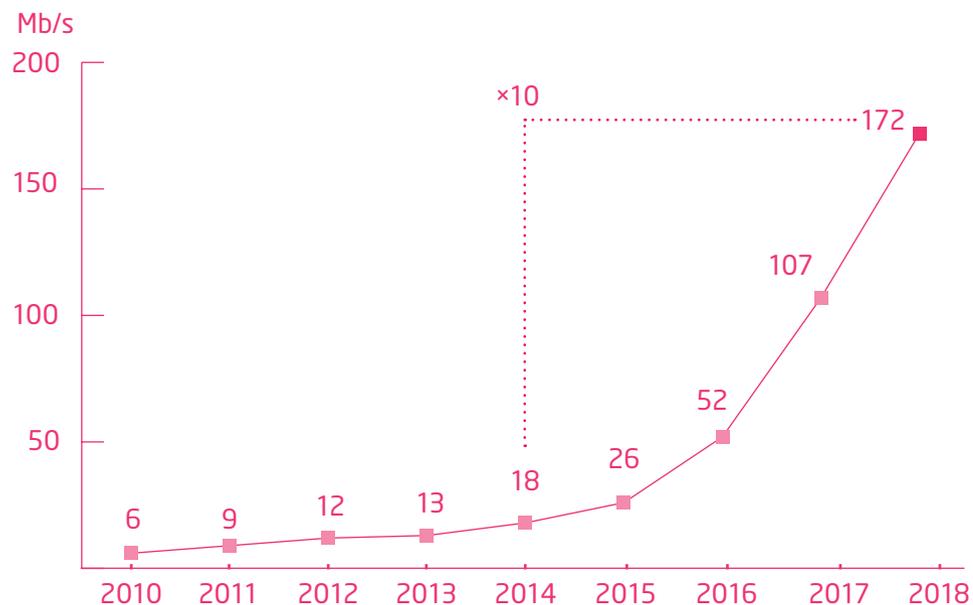
- 2 Redes simultáneas de 2,4 y 5 GHz con selección automática de la mejor red disponible y 5 antenas internas.
- Permite a los dispositivos compatibles con esta tecnología alcanzar altas velocidades.
- Posee una señal de alta potencia que refuerza el poder de transmisión de la señal WIFI.
- Distribuye de forma inteligente el WIFI hacia tus dispositivos.

<b>mega 200</b>	VELOCIDAD MÁXIMA 200 Mbps de bajada y subida 7 Mbps.
<b>mega 400</b>	INTERNET mega 400 + segundo punto de conexión wifi gratis: VELOCIDAD MÁXIMA 400 Mbps de bajada y subida 10 Mbps.
<b>OTROS</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Mega 30: VELOCIDAD MÁXIMA 30 Mbps de bajada y subida 2 Mbps</li><li>• Extensor Nextgen Pro</li><li>• Extensor Nextgen Go</li><li>• Banda Ancha Inalámbrica</li><li>• Servicios Adicionales</li></ul>



## DURANTE 2018 LOGRAMOS IMPORTANTES RESULTADOS DE SERVICIO:

- Obtuvimos el mejor rendimiento general en redes fijas de Internet.
- Somos líderes en las conexiones de internet fijas, posicionándonos en el primer lugar en velocidad de descarga y en las pruebas de latencia.
- La velocidad media de descarga en Chile, durante 2018, fue de 42Mb/s, en VTR promediamos 58,08, muy por encima de nuestros competidores (*Barómetro de Sudamérica 2018 de Nperf VTR 58 Mbps: [https://media.nperf.com/files/publications/Sud-America/2019-07-04\\_Barometro-internet-fijo-nPerf-2018.pdf](https://media.nperf.com/files/publications/Sud-America/2019-07-04_Barometro-internet-fijo-nPerf-2018.pdf)*)
- Aumentamos la velocidad de nuestros clientes, alcanzado un crecimiento de x10 en los últimos 4 años.



## 1.2 TELEVISIÓN → VIDEO

En **VTR** seguimos ofreciendo a nuestros clientes la mejor experiencia de video, y esto incorpora la libertad de ver contenido cómo y cuándo lo deseen. Es por eso que hemos enfocado nuestra estrategia en el potenciamiento de la oferta no lineal y en la generación de aplicaciones y herramientas, que complementan la experiencia.

Nuestros planes tradicionales incluyen **VTR Play**, **Replay** y **VOD**.

	<ul style="list-style-type: none"><li>• 70 canales HD</li><li>• 82 canales SD</li><li>• 11 canales abiertos (4 en HD)</li><li>• VOD gratis</li></ul>	<p>Ambos incluyen la nueva forma de ver televisión:</p> 
	<ul style="list-style-type: none"><li>• 70 canales HD</li><li>• 82 canales SD</li><li>• 11 canales abiertos (4 en HD)</li><li>• VOD gratis</li></ul>	

### VTR PLAY

APP gratuita de **VTR**, exclusiva para nuestros clientes de Televisión. Permite ver las mejores películas y series desde el computador (PC o MAC), celular o tablet (Android, IOS o Window10) dentro del territorio nacional. Cuenta con más de 78 canales en directo (HD y SD), una completa guía de canales de televisión y el mejor contenido gratis en VOD.

### REPLAY

En la nueva guía de programación de TV, la funcionalidad **Replay TV** permite volver a reproducir un contenido disponible mientras está siendo emitido y, también, algunos contenidos sobre los cuales tenemos derechos de grabación, que fueron emitidos entre 1 y 7 días antes.

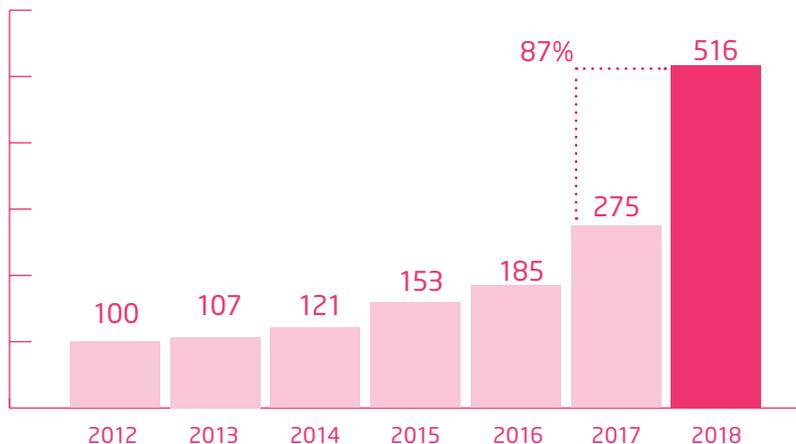
### VOD

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. Más de la mitad de estos son gratuitos.

## GRANDES LOGROS DE 2018:

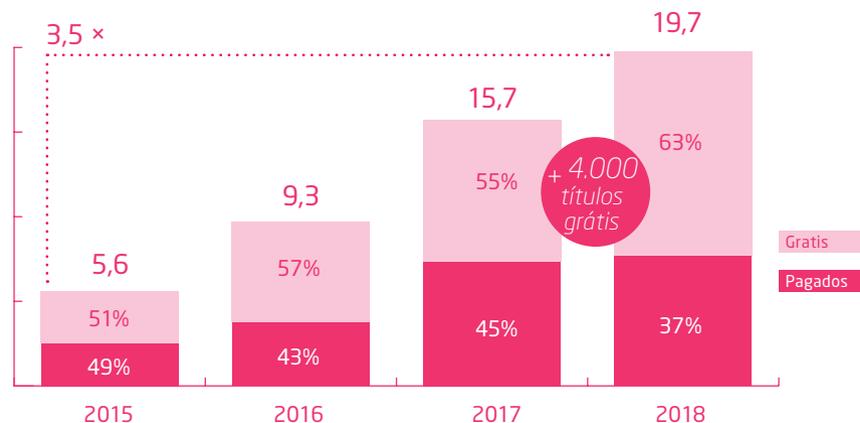
- En febrero de 2018 lanzamos **Replay TV** con 59 canales, llegando a 275 mil usuarios en un mes, luego crecimos a 120 canales, logrando que más de 500 mil clientes vieran sus contenidos favoritos de manera no lineal en 2018, un 87% más que en 2017.
- Ya tenemos más de 100 mil clientes disfrutando de nuestra nueva plataforma **VTR Play**, que han elegido deporte y contingencia nacional como sus contenidos preferidos. Gracias a esta tecnología nos posicionamos como el mayor repositorio de contenidos de Chile.

### Cientes que ven VOD, Replay y VTR Play



- Agregamos más de 4.000 contenidos a nuestra plataforma VOD, llegando a un total de 19 mil setecientos títulos accesibles.
- Para 2019 seguiremos aumentando el número de canales y los contenidos disponibles.

### Títulos VOD

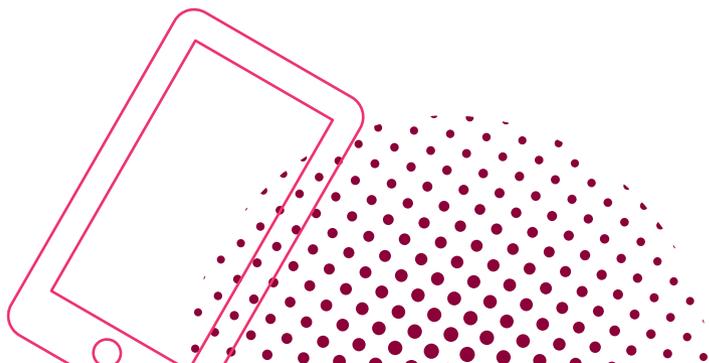


## 1.3 TELEFONÍA MÓVIL

En **VTR** Móvil nos enfocamos en tener una oferta altamente competitiva en planes y equipos y un modelo de atención que nos diferencie. Nuestro NPS terminó en 8 puntos.

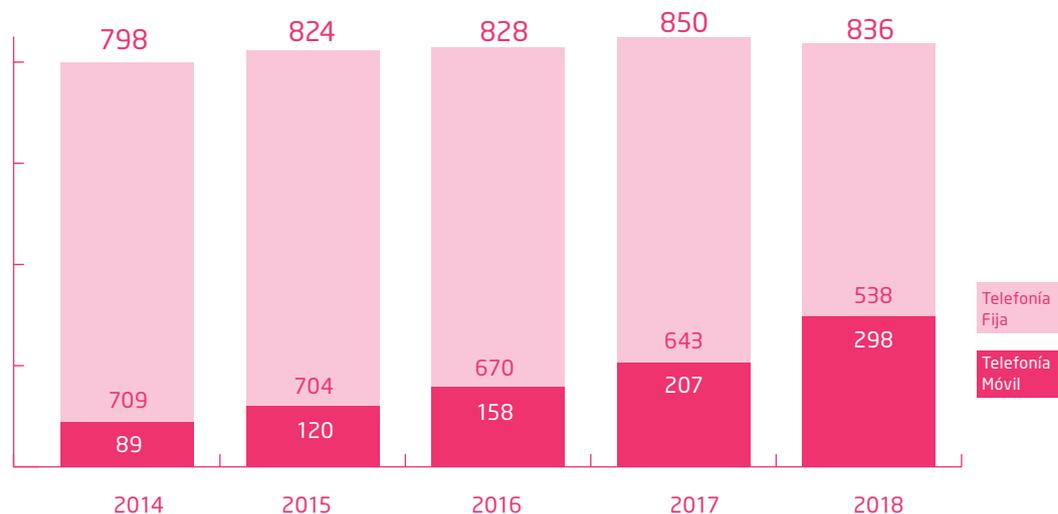
### PLANES:

Nuestra oferta incluye planes libres y controlados, de acuerdo con las necesidades de nuestros clientes. Los planes libres incluyen minutos y una cuota de navegación determinada, que al terminarse permite seguir con un servicio y tarifas acorde al plan. Los planes controlados consideran una carga mensual de dinero disponible para llamadas y envío de SMS que al agotarse permite contratar bolsas y/o realizar una recarga.



## CRECIMOS EN 2018

- **VTR** Móvil cerró con 249.000 clientes de post pago, sumando 41.268 nuevos usuarios.
- Terminamos el año con el tercer lugar en portabilidad neta y en abril fuimos la compañía N°1 en portabilidad.
- La oferta de móvil se actualizó dos veces durante 2018, en marzo y noviembre.
- Lanzamos un piloto para la venta de accesorios en ocho sucursales de **VTR**.
- Lanzamos un modelo de ventas 100% online donde los clientes pueden contratar planes con o sin equipos.



## 1.4 SEGMENTO NEGOCIOS

En **VTR** estamos convencidos que las telecomunicaciones son una herramienta esencial para el éxito de los emprendimientos, que a su vez son claves para el desarrollo del país.

Es por esto que hemos creado **VTR Negocios**, área destinada a entregar servicios de Banda Ancha, Telefonía y Televisión al segmento PYME y que cuenta con una oferta que incluye:

- Negocios conectado **Mega 40** → 1 a 4 dispositivos.
- Negocios conectado **Más Mega 120** → 5 a 12 dispositivos.
- Negocios conectado **Full Mega 200** → 13 a 20 dispositivos.

Nuestros clientes de **VTR Negocios** cuentan además con una serie de beneficios enfocados en apoyar el desarrollo de sus negocios:

- 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 a toda hora, con un plazo de resolución máximo de 12 horas hábiles.



*En 2018:*

- Se construyeron **6500 homepass** exclusivos para empresas.
- Firmamos un convenio de colaboración con País Digital para ofrecer talleres de digitalización a las Pymes. En este convenio participamos junto al Ministerio de Economía, la Cámara de Comercio de Santiago y Samsung, entre otros.
- Continuamos desarrollando nuestra Alianza con ASECH, activa desde 2017, la que ofrece múltiples talleres a emprendedores y pymes sobre estrategia de marketing digital y herramientas de financiamiento.
- En abril lanzamos el **Blog [www.losqueestanodas.cl](http://www.losqueestanodas.cl)**, un portal web de información y asesoría para emprendedores, disponible para todas las PYMES del país.

## 2. RELACIÓN CON EL CLIENTE

### 2.1 NPS

Para medir la lealtad de nuestros clientes y su disposición a recomendar nuestros servicios, utilizamos el **Net Promoter Score (NPS)**. En 2018 se realizaron cambios al proceso de medición del NPS, para homologar el indicador con el resto de las operaciones de LLA. Esta modificación metodológica integró una encuesta web, mucho más certera que una encuesta telefónica. Considera indicadores de desempeño y satisfacción diarios, lo que permite realizar ajustes en la gestión e identificar, prácticamente, en tiempo real los principales reclamos de los clientes.

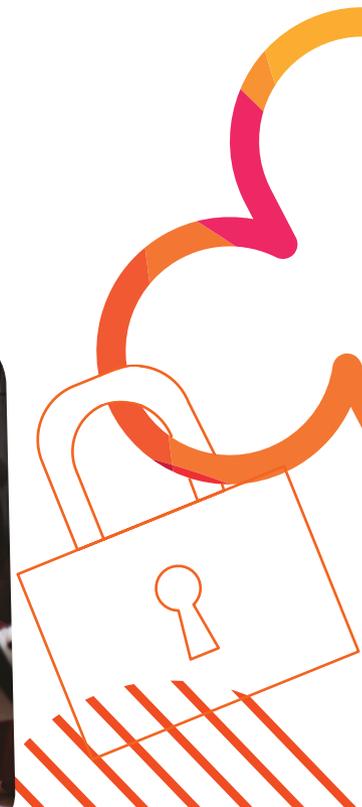
AL CIERRE DE 2018 NUESTRO rNPS FUE DE -27,3

AL CIERRE DE 2018 EL CHURN FUE DE 3,1%

### 2.2 NOS PREOCUPAMOS DE LA PRIVACIDAD

[418-1]

En **VTR** estamos comprometidos con la protección de la privacidad de nuestros clientes. Gestionamos la información personal rigurosamente, de acuerdo con nuestras obligaciones legales de protección de datos personales. Contamos con una política de privacidad, que rige la manera en que administramos la información personal que nos entregan nuestros clientes, describe cómo obtenemos y procesamos dicha información. Estos protocolos son aplicados a todos los clientes de **VTR** y sus empresas filiales incluye a cualquier usuario de nuestros sitios web, sean o no usuarios de **VTR**.



## 2.3 EXPERIENCIA DIGITAL

Si realmente queremos entregar experiencias memorables a través de nuestros servicios, debemos entender muy bien las necesidades, gustos y canales por los cuales desean interactuar nuestros clientes.

La irrupción de nuevas tecnologías será una de las claves para entregar el valor que nuestros usuarios buscan y por el cual nos contratan y prefieren.

*En 2018:*

- Avanzamos en mejorar la experiencia de nuestros clientes con nuevas capacidades de autoservicio y comercio electrónico.
- Incorporamos una nueva experiencia de compra de servicios móviles para nuestros clientes que requieran portarse de manera completamente digital y con delivery a su hogar.
- Implementamos una nueva sucursal digital de autogestión, la que permite acceder a los productos, pagar cuentas, solicitar asistencia técnica, ver el detalle de las compras de TV, contratar canales Premium y solicitar ayuda vía mensajería.



El 58% de nuestros clientes tienen al menos una interacción digital al mes.



El canal eCommerce representa un 20% de las ventas digitales en los servicios Fijos.



La auto-atención a través de canales web o la APP VTR representan el 60%.

## 3. EXPERIENCIAS PARA LA COMUNIDAD

En **VTR** estamos conscientes que nuestros servicios generan muchos aportes a la sociedad, como conocimiento y acceso a información, pero también generan impactos frente a los que debemos actuar. Es importante que todos nuestros usuarios, tanto adultos como niños y adolescentes conozcan los riesgos asociados al uso de nuestros productos: el uso excesivo de internet genera niños hiperconectados lo que conlleva posibles efectos adversos en su salud, además, existe un riesgo asociado a los contenidos no apropiados a los que podrían verse expuestos.

### 3.1 VTR INTERNET SEGURA → VTR CONVIVE DIGITAL

[413-1 416-1]

Nuestro programa **VTR Internet Segura** cumplió 10 años entregando a las familias chilenas una experiencia de navegación segura, detectando y educando sobre los peligros de la red, que pueden poner en riesgo a los menores de edad. Nuestro objetivo es que nuestros usuarios disfruten las bondades del internet, por eso orientamos nuestras acciones hacia tres pilares, fundamentalmente: Sensibilización, educación y protección.

- Campañas publicitarias masivas para informar y prevenir sobre los riesgos en el uso de internet.
  - Charlas dirigidas a estudiantes entre 5to y 8vo básico con información y consejos prácticos para navegar de forma segura.
  - Bloqueo de manera remota al ingreso a páginas con contenido pornográfico infantil con la colaboración de la ONG Internet Watch Foundation.
- Durante 2018 buscamos extender nuestro programa ampliando el alcance a padres y profesores. A partir de 2019, sumaremos a las charlas presenciales, otros formatos en línea, con el objetivo de alcanzar a todas las personas que conviven con el mundo digital, en cualquier parte de Chile.



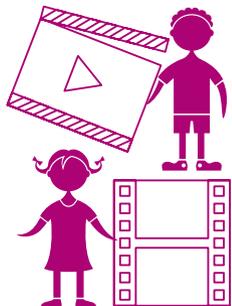
# Censo digital a niños y jóvenes de Chile

Primer celular:



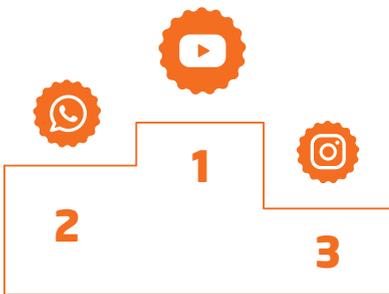
**7 DE CADA 10 NIÑOS**  
TIENEN SU **PRIMER CELULAR**  
**A LOS 9 AÑOS.**

Lo que más hacen:



**39%** VE VIDEOS  
**24%** TRANSMITE  
VIDEOS EN VIVO

Redes sociales favoritas:



**#1** YOUTUBE  
**#2** WHATSAPP  
**#3** INSTAGRAM

Tiempo y uso:

**MÁS DE LA MITAD DE LOS NIÑOS** SE CONECTA A SU CELULAR DESDE LAS **7 AM.**

**4 DE CADA 10** PASA MÁS **DE 3 HORAS** AL DÍA CONECTADO A SU CELULAR.



**4 DE CADA 10** NIÑOS CONSIDERAN QUE SUS PADRES USAN MUCHO EL CELULAR.



## 3.2 FUNDACIÓN VTR



[fundacionvtr.cl](http://fundacionvtr.cl)

A través de nuestra fundación buscamos acercar a todos las posibilidades de la nueva sociedad digital, para construir juntos un mejor futuro. Creamos, producimos y distribuimos contenido audiovisual de alta calidad, gratuito y multiplataforma en torno a tres áreas del conocimiento: Tecnología, Innovación y Ciencia.

Con el trabajo que realizamos como fundación, complementamos nuestra oferta de valor público a través de la creación de contenido sobre sociedad digital. Durante 2018 hemos puesto énfasis en los siguientes objetivos:

1. Facilitar la adaptación a un mundo más complejo y dinámico, impulsando la interconexión entre las personas. Internet no solo es un medio, es una herramienta que permite potenciar las capacidades humanas.
2. Creamos y distribuimos contenidos gratuitos y globales que aportan a la comprensión de temas relevantes para la sociedad actual, como por ejemplo el uso de Internet para acelerar el proceso de la comunicación, el cambio climático o la tecnología de block chain. Los interpretamos, explicamos y difundimos para darle fácil acceso a las personas.



**2 MM 100MIL**  
**VISUALIZACIONES EN**  
**2018. (VISUALIZACIONES**  
*DE LA TERCERA*  
*TEMPORADA DE POR*  
**LA RAZÓN Y LA CIENCIA)**



## ALIANZAS

La colaboración es uno de los principios básicos de nuestro trabajo. Generamos alianzas con grupos, instituciones y personas. Creemos en los vínculos y fomentamos la confianza, porque sabemos que si somos más seremos mejores.

### Alianzas de Contenido

Desarrollamos un modelo colaborativo de producción que se gestiona de manera descentralizada, utilizando los recursos y talentos de más de 40 pymes audiovisuales a nivel nacional. Asimismo, difundimos producción audiovisual nacional y local y distribuimos contenidos de terceros, gratuitamente.



### Alianzas de distribución

Ponemos a disposición de nuestras audiencias contenido audiovisual relacionado con nuestras causas, a través de nuestras plataformas:

YOUTUBE – VOD – **VTR PLAY** – RR.SS. – RED DE TV REGIONAL – CROSS CHANNEL.

También, en el caso de ciertos contenidos, establecemos alianzas estratégicas con otras plataformas y medios como CNN Chile, Canal del Senado y canales regionales en Punta Arenas, Coyhaique y Copiapó entre otros.



### Alianzas Estratégicas/Socios

Hemos gestionado alianzas estratégicas con instituciones públicas y privadas relacionadas con nuestra línea editorial. Entre ellas hay entidades del Estado como CORFO, CNTV, Conicyt, la Iniciativa Milenio del Ministerio de Economía y Ministerio del Medio Ambiente. Desde el mundo privado, destacamos Fundación Chile, Marca Chile, País Digital y Fundación Kodea entre otros.



### **Programa “Por la razón o la ciencia”**

Es una serie audiovisual dedicada a la ciencia y la tecnología, desde una mirada cotidiana, cercana y reflexiva. Es producido por nuestra Fundación y transmitido por todas nuestras plataformas además de canales de televisión de cobertura nacional como Chilevisión y CNN Chile.

Lo que busca la serie es generar conversaciones y propiciar la reflexión sobre temáticas como por ejemplo la inteligencia artificial, la velocidad del desarrollo tecnológico o las nuevas habilidades que, como humanidad, debemos desarrollar para el futuro.

### **Congreso Futuro 2018**

EL Congreso Futuro congrega a destacados pensadores, científicos e investigadores, tanto extranjeros como nacionales, invitando a las personas a pensar el futuro de nuestra civilización y a reflexionar sobre de qué manera los actuales avances científicos, sociales y culturales están impactando en nuestro cotidiano vivir.

Nuestra Fundación trabaja desde hace ya cuatro años como co organizador de este congreso que se ha convertido hoy en día en el evento científico más grande de América Latina.

## **OTRAS INICIATIVAS DE LA FUNDACIÓN:**

### *País Digital:*

Con el fin de impulsar y promover el desarrollo del país, cerramos un acuerdo con la Fundación País Digital. Esta alianza busca unir fuerzas en causas como la masificación de la tecnología y el acceso transversal al conocimiento. Durante el 2018 fuimos media partners de sus principales eventos y distribuimos sus contenidos en nuestras plataformas on demand.

### *Ideas Con Ciencia:*

Fundación VTR colaboró como media partner de este proyecto de participación ciudadana pionero en el Congreso Nacional. Ideas Con Ciencia fue un concurso, liderado por la comisión de Ciencia y Tecnología de la Cámara de Diputados, que convocó a todos los chilenos a presentar propuestas legislativas en torno al desarrollo científico nacional. Las ideas seleccionadas fueron sometidas a votación y los ganadores serán presentados como iniciativas legislativas en el parlamento.





# ENGAGEMENT DE LARGO PLAZO

## EL HABILITADOR DE LA ESTRATEGIA DE NEGOCIOS

En VTR sabemos que nuestro crecimiento y el éxito de nuestra estrategia, solo es posible si quienes la ejecutan están comprometidos. Queremos ser reconocidos por nuestra capacidad para atraer y retener a los mejores

talentos, alineados con nuestros valores y cultura, para que conformen equipos con inteligencia colectiva, llevando adelante procesos colaborativos para llegar a los mejores resultados.

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

*“El crecimiento en nuestros mercados comienza y termina contigo” LLA*

# 1. COLABORADORES COMPROMETIDOS

## 1.1 PROGRAMA TE QUIERO VER

Este es un programa de liderazgo para colaboradores de la empresa, y durante 2018, el foco estuvo en la activación de la inteligencia colectiva, buscando generar mejores resultados de los procesos colaborativos.

Buscamos que cada integrante de la compañía entienda su rol en los equipos de trabajo, como parte de los procesos de mejora continua y sean promotores del sistema de trabajo colaborativo. A través de este programa, entregamos las herramientas para que cada equipo se haga responsable de sus logros y logren acuerdos efectivos, que permitan los resultados planteados.

Para aplicar el concepto de inteligencia colectiva se dividió a la organización en seis segmentos, cada uno con una versión especialmente diseñada para su rol, con sesiones presenciales, digitales y actividades en terreno.

## 1.2 ENCUESTA DE ENGAGEMENT ZOOM

En febrero de 2018 aplicamos la encuesta de engagement ZOOM a toda la compañía. En esta oportunidad se usaron 3 tipos de puntajes. A continuación, el detalle cómo se miden e interpretan:

- 1. PUNTAJE DE ENGAGEMENT:** El Puntaje de Engagement permite comparar los actuales resultados de los equipos con los obtenidos años anteriores (Zoom 2017).
- 2. NPS (NET PROMOTER SCORE):** Usamos el Net Promoter Score, que es una metodología ampliamente utilizada para medir la

*experiencia del cliente (NPS) y la experiencia del colaborador (eNPS).*

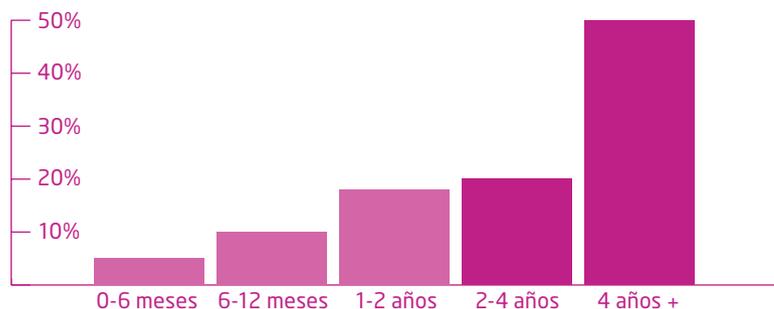
- 3. PUNTAJE POR PREGUNTA (HEATMAP):** Es un cuestionario de 20 preguntas, cuyos puntajes se obtienen a partir de una escala Likert de 5 puntos, que va desde Muy de Acuerdo (MA) hasta Muy en Desacuerdo (MD) con punto Neutral (N).

## CONCLUSIONES

- **UN 70% DE NUESTROS COLABORADORES SE VEN TRABAJANDO POR MÁS DE DOS AÑOS EN LA COMPAÑÍA.**
- Este estudio nos permite conocer las posibilidades para mejorar las condiciones y satisfacción de nuestros colaboradores. Por ejemplo, los resultados identificaron la necesidad de trabajar en acciones concretas y en mejoras comunicacionales con respecto a las oportunidades de desarrollo profesional y compensaciones.
- Identifica, además, las acciones más valoradas, por ejemplo: acordar en conjunto con las jefaturas los objetivos del año, mantener informadas las prioridades del negocio, preservar una cultura de respeto y de cuidado a las personas.

### Lealtad y Retención

*Puedo verme trabajando aquí por los siguientes:*



## 1.3 GESTIÓN DEL DESEMPEÑO

[404-3]

En 2018, el proceso de Gestión del Desempeño se homologó en todas las compañías del grupo LLA y se evaluaron a todos los colaboradores de la compañía. Entre los cambios más importantes, se calibró la renta fija de forma global, para todas las empresas del grupo.

### Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares de desempeño y desarrollo profesional.

GD 2018	Número de colaboradores que recibieron evaluación de desempeño	% de colaboradores que recibieron evaluación de desempeño
	373	48%
	875	78%
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>1248</b>	<b>66%</b>



## 2. DESARROLLO DE CARRERA

### 2.1 ATRACCIÓN DE TALENTO

Es importante para VTR atraer a los mejores talentos disponibles en el mercado, para que se integren a nuestro equipo de colaboradores. Durante 2018, participamos, activamente, en ferias y charlas en universidades para lograr ese objetivo. Nos enfocamos en ingenieros civiles y comerciales de las más reconocidas casas de estudios superiores del país. Se realizaron desayunos y charlas con ejecutivos de VTR, para que los jóvenes pudieran saber en detalle el trabajo que se hace en VTR.

Además, desarrollamos un **Programa de Trainee**, al que postularon más de noventa jóvenes recién egresados de la universidad. De ellos, se seleccionaron a tres profesionales que trabajaron tres meses en distintas áreas de la compañía y que finalmente fueron contratados.



## 2.2 FORMACIÓN Y DESARROLLO

[404-1 404-2]

Considerando que el 83% de nuestros trabajadores pertenecen a empresas contratistas, el foco de nuestra capacitación está puesto en los canales externos, es decir quienes realizan las labores técnicas y comerciales, y tienen relación directa con nuestros clientes.

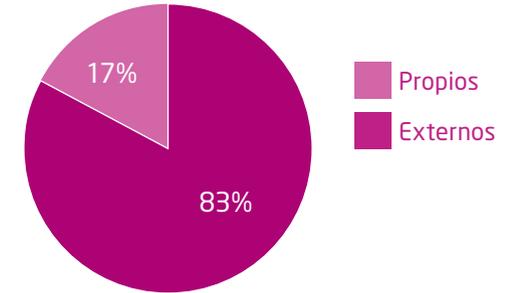
El plan de capacitación para los equipos técnicos, está basado en los tres pilares estratégicos del área de formación:

- Inducción Específica: para todo nuevo colaborador.
- Comunicación y Soporte a Canales: actualización de entrenamiento digital.
- Formación Continua: certificación de competencias laborales.

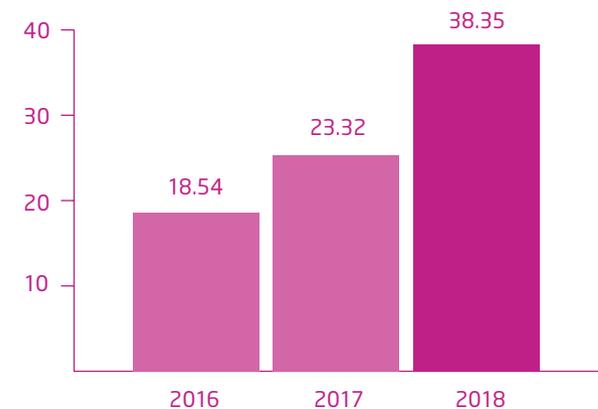
OPERACIONES DOMICILIARES	MANTENIMIENTO DE REDES	DESCONEXIONES	MANTENIMIENTO PLANTA INTERNA	MANTENIMIENTO FIBRA ÓPTICA
				
Modelo Formativo gradual, el que permite que nuestros técnicos evolucionen en sus conocimientos.	Aplicar controles necesarios para asegurar que el personal que opera cuenta con las competencias necesarias.	La desconexión es un proceso crítico, por lo que debemos asegurar que cuentan con los conocimientos para aplicar.	Verificar que nuestras plantas internas están siendo operadas por el personal idóneo, asegurando la continuidad de los servicios.	Certificar que nuestros equipos de redes de mantenimiento de redes y transporte cuentan con los conocimientos y habilidades requeridas para esta tarea crítica.

ALINEADO CON LOS OBJETIVOS DEL NEGOCIO Y LAS NECESIDADES DE LA OPERACIÓN

### Colaboradores



### Promedio de horas de formación



## 3. RELACIONES LABORALES

### 3.1 SALUD Y SEGURIDAD

En VTR tenemos la convicción que el bienestar de nuestros colaboradores, internos y externos, es fundamental para el éxito de nuestras actividades. Es por ello que hemos identificado los principales riesgos en materia de salud y seguridad, que, por la naturaleza de nuestras actividades, se encuentran concentrados en los colaboradores externos. Permanentemente realizamos importantes gestiones en conjunto con las empresas contratistas, de monitoreo y acompañamiento, para resguardar la salud y seguridad de los trabajadores que nos prestan servicios.

#### Gestiones del 2018

- Unificamos y homologamos los protocolos de SSO en la industria, a través de una mesa conjunta con la Asociación Chilena de Seguridad (ACHS).
- Desarrollamos un sistema automatizado de control de nuestro personal externo, que recopila toda su información legal.
- Se nos otorgó el premio de la ACHS, al lograr los mejores indicadores de SSO de la industria TELCO, para nuestros trabajadores de planta.
- Obtuvimos la certificación ISO 9.000 para el proceso de construcción.

#### INDICADORES DE SALUD Y SEGURIDAD

[403-2]



	INTERNOS	INTERNOS	EXTERNOS	EXTERNOS
<b>Número de Fatalidades</b>	0	0	0	0
<b>Índice de Frecuencia</b>	13,26	11,04	-	-
<b>Accidentes gravísimos</b>	0	0	4	4
<b>Tasa de gravedad</b>	30,01	15,94	-	-

- 2 TRABAJADORES CON ENFERMEDADES OCUPACIONALES
- TASA DE AUSENTISMO:



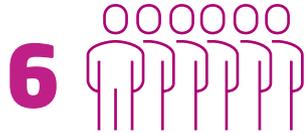
## 3.2 RELACIÓN CON LOS SINDICATOS

[102-41]

Con el objetivo de mantener excelentes relaciones con nuestros colaboradores, en VTR instalamos mesas de trabajo con los actores involucrados y dirigentes sindicales, para lograr espacios de mejoramiento e informarles sobre situaciones importantes dentro de la empresa.

Durante 2018, se realizaron dos negociaciones colectivas exitosas, que terminaron sin huelgas.

NÚMERO DE SINDICATOS:



% DE SINDICALIZACIÓN:



AÑOS SIN HUELGAS:



COBERTURA ACUERDOS COLECTIVOS:

368 PERSONAS CUBIERTA

## 3.3 INCLUSIÓN

Como empresa estamos dando estricto cumplimiento a la Ley de Inclusión Laboral, que comenzó a regir a partir de abril de 2018 y que exige a las empresas, con más de cien empleados, disponer el 1% de los cargos a personas viven con algún tipo de discapacidad. Desde 2017, en VTR conformamos una Mesa de Diversidad, que está a cargo de avanzar en estas materias.

- En 2018 capacitamos a los jefes de sucursales en buenas prácticas laborales.
- En este proceso se está trabajando con la Fundación 360.

## 4. EN VTR, LA ÉTICA NO SE TRANSA

[102-17]

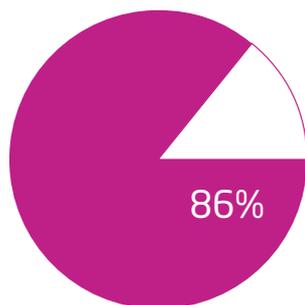
Como parte de Liberty Latinoamérica, conducimos nuestra actividad con honestidad e integridad, de acuerdo con altos estándares éticos y legales y con respeto hacia nuestros colaboradores y con quienes hacemos negocios. Nuestro Código de Conducta establece las reglas básicas, las normas y los comportamientos necesarios para lograr esos objetivos.

A través de la aplicación de este marco, esperamos de nuestros empleados y directores un comportamiento responsable y ético, con integridad en todos nuestros tratos comerciales. Asimismo, aspiramos a que los gerentes y supervisores tomen las medidas que sean necesarias y adecuadas, para garantizar que nuestros procesos y prácticas comerciales cumplan con dicho Código.

Éste se aplica a todos los directores, funcionarios y empleados de VTR y de cada compañía dentro del grupo Liberty Latin America, como a todo el personal contratado.

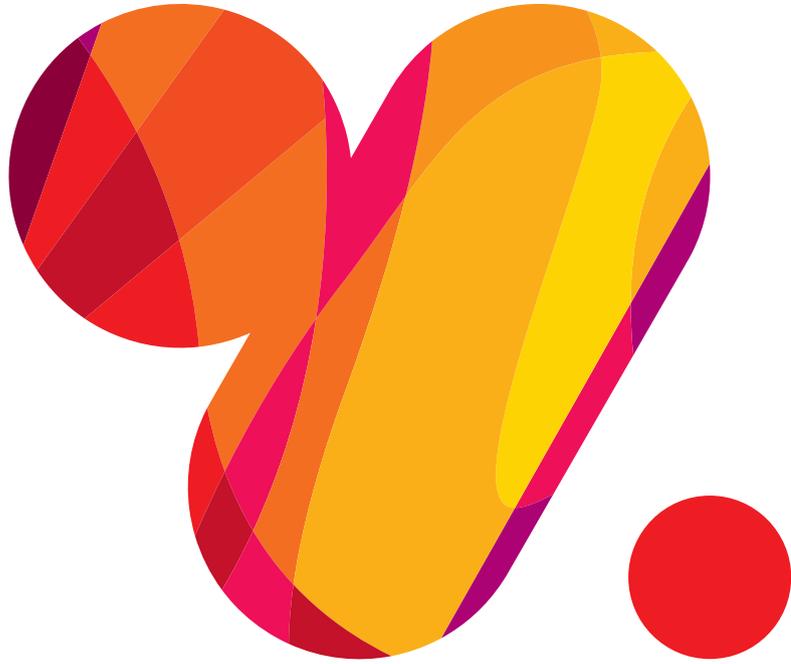
### *Colaboradores internos Capacitados en el Código de Conducta*

[205-2]

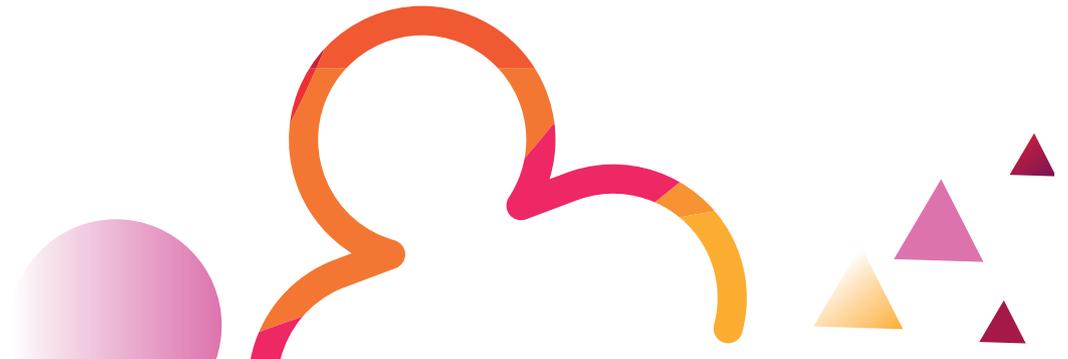


**1662**  
COLABORADORES  
CAPACITADOS





# ANEXOS



## VTR EN NÚMEROS

[102-7]

	SUSCRIPTORES POR TIPO DE SERVICIO					
	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Internet Banda Ancha Residencial	885.705	931.963	1.003.100	1.091.201	1.181.600	1.079.277
Televisión de Pago	989.449	1.013.505	1.026.000	1.047.330	1.067.400	1.259.190
Telefonía Fija	689.730	693.794	689.900	656.992	628.400	572.894
Telefonía Móvil	43.310	89.807	132.000	166.258	214.900	256.261
	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Número de servicios (RGU'S)	2.575.515	2.649.300	2.719.900	2.795.500	2.877.400	3.167.622

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Clientes Triple Play	556.247	571.930	581.164	553.960	526.570	478.665
Clientes Doble Play					417.355	485.665
Clientes Single Play					462.928	504.250



## NUEVOS CLIENTES POR SERVICIO

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Internet Banda Ancha		46.258	71.137	88.101	90.399	78.053
Televisión Digital	52.000	24.056	12.495	21.330	20.070	21.555
Telefonía Fija		4.064	-3.894	-32.908	-28.592	-54.396
Telefonía Móvil		46.497	42.193	34.258	48.642	41.334
Homes Passed			3.061.500	3.216.600	3.394.700	3.517.675
Cientes con Servicio TV Digital	86,0%	89,0%	90,6%	92,4%	93,67	94,60%

## MEMBRESÍA DE ASOCIACIONES

[102-12 102-13]

### 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
- PACTO GLOBAL
- PROHUMANA
- PAIS CIRCULAR

## INDICADORES DE FISCALIZACIÓN

TIPO ACTIVIDAD	TAPS NORMALIZADOS	HP RECORRIDOS	TOTAL RGU	RGU ILEGALES	RGU SIN SILTRO	RGU RESTO CUADRANTE
Auditoría Dirigida	13.345	68.280	9.285	2.281	1.084	5.920
Auditoría TAP	13.429	67.145				
Auditoría Dx	6.363	31.815				
Denuncias	631	7.591				

## VALOR ECONÓMICO GENERADO Y DISTRIBUIDO

[201-1]

CIFRAS EN CLP M

2018  
VTR

<b>Valor Económico Generado</b>	<b>634.517.237</b>	<b>100%</b>
Ingresos de la explotación	647.892.746	102%
Otros Ingresos/Egresos fuera de la explotación	-13.375.509	-2%
<b>Valor Económico Distribuido</b>	<b>386.396.000</b>	<b>100%</b>
Costo Operación	394.973.850	102,2%
Costos de la explotación	340.503.128	88,1%
Trabajadores	54.470.722	14,1%
Gastos por impuesto a la ganancia	(18.736.240)	-4,8%
Impuestos	(18.736.240)	-4,8%
Pago Proveedores de Capital	10.158.390	2,6%
Costos Financieros Netos	10.158.390	2,6%
Propietario		0,0%
Comunidad		0,0%
Retenido	248.121.237	64,2%

## PROPORCIÓN DEL GASTO EN PROVEEDORES LOCALES

[204-1]

2017  
MMUS\$ %

2018  
MMUS\$ %

Gasto en proveedores nacionales	393,68	66	409,78	69
Gasto en proveedores internacionales	206,20	34	182,53	31
Total gasto en proveedores	599,88	100	592,31	100

Gasto en proveedores Zona Norte	17,82	3	19,81	3
Gasto en proveedores Zona Central	9,95	2	17,08	3
Gasto en proveedores Zona Metropolitana + UAC	565,66	94	539,27	91
Gasto en proveedores Zona SUR	6,45	1	16,16	3

## EMPLEO

[102-8]

		2016	2017	2018
Trabajadores con contrato indefinido	Hombre	1303	1133	1094
	Mujer	805	719	732
Trabajadores con contrato a plazo fijo	Hombre	54	33	30
	Mujer	48	33	49
Trabajadores en jornada completa	Hombre	1309	1151	1104
	Mujer	786	730	745
Trabajadores en media jornada	Hombre	48	15	20
	Mujer	67	22	36

## Trabajadores contratistas

ÍTEM	2016	2017	2018
Total de trabajadores contratistas	8173	8280	9126

## Rotación por género

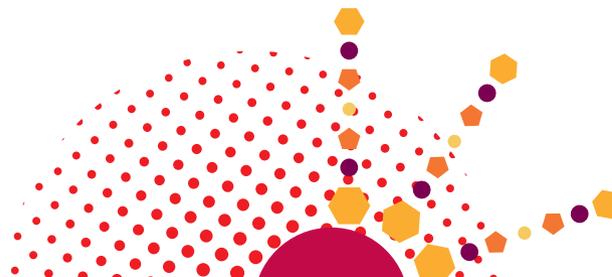
[401-1]

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

## Composición de la dotación propia por género

[405-1]

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



## COMPOSICIÓN DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

[102-22 405-1]

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

## Composición de plana ejecutiva por género

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

## Horas de Capacitación

[404-3]

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

## Desglose de horas de capacitación

ÍTEM		2016	2017	2018
Desglose por cargo	Directivos Intermedios	2.428	8.229	9.295
	Jefes y Supervisores	2.051	1.954	5.217
	Ejecutivos de primera línea	39.260	43.445	58.549
Desglose por género	Hombre	25.083	27.761	30.935
	Mujer	14.177	26.723	42.126

## Inversión en capacitación

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

## SALUD Y SEGURIDAD

### Seguridad laboral Trabajadores Propios

[403-2]

ÍTEM		2016	2017	2018
Número de fatalidades	Hombre	0	0	0
	Mujer	0	0	0
Meta de fatalidades		Cero	Cero	Cero
Índice de Frecuencia	Hombre	11,39	3,44	11,04
	Mujer	18,76	9,6	13,26
Meta de Índice de Frecuencia		12,06	5,2	12,15
Accidentes gravísimos	Hombre	0	0	0
	Mujer	0	0	0
Tasa de gravedad	Hombre	144,8	5,9	15,94
	Mujer	102,6	35	30,01

### Seguridad laboral Trabajadores Contratistas

ÍTEM	2016	2017	2018
Número de fatalidades	0	0	0
Accidentes gravísimos	6	11	6

## SALUD OCUPACIONAL

ÍTEM		2016	2017	2018
Trabajadores con enfermedades ocupacionales	Hombre	3	0	1
	Mujer	0	2	1

### Ausentismo

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

### Comités paritarios

ÍTEM		2016	2017	2018
Trabajadores representados en Comités Paritarios	Número	1487	1506	1318
	Porcentaje del total	68%	81%	69%



## SINDICALIZACIÓN

[102-4] 405-1]

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

## DENUNCIAS ÉTICAS

[205-3]

	2016	2017	2018
Denuncias por infracción al Código de Ética	446	688	536
% de denuncias no resueltas	96	83	73

## NO DISCRIMINACIÓN

[406-1]

	2016	2017	2018
Incidentes de discriminación	0	0	0



**ENFOQUES DE GESTIÓN [103-1] [103-2] [103-3]**

TEMA MATERIAL	CAPÍTULO	
Mejorar la confianza de los Clientes	Experiencia y Confianza	36
Mejorar la confianza de los grupos de Interés	Experiencia y Confianza	36
Acompañar a socios estratégicos en un modelo Sostenible	Rentabilidad y Creación de Valor	28
Gestionar la Contaminación Ambiental	Crecimiento Sostenible	19
Disminuir la Brecha Digital	Experiencia y Confianza	36
Gestionar los Riesgos por uso excesivo de Internet y Televisión	Experiencia y Confianza	36
Disminuir la Vulnerabilidad de la Seguridad Digital	Experiencia y Confianza	36
Gestionar el Consumo Energético	Crecimiento Sostenible	19
Atraer y retener Talento a través de la nuestra cultura.	Engagement de Largo Plazo	50



## 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 , 37	
102-3	Lugar de la sede principal de la organización	Presentación – Perfil de la Empresa	6	
102-4	Países en los que opera	Presentación – Perfil de la Empresa	6	
102-5	Naturaleza del régimen de propiedad y su forma jurídica	Presentación – Propiedad	7	
102-6	Mercados servidos	Presentación – Perfil de la Empresa	6	
102-7	Dimensiones de la organización (empleados, operaciones, ventas, capitalización, productos y servicios)	Presentación – Perfil de la Empresa	6 , 59	
102-8	Desglose de empleados (tipo de contrato, región y sexo)	Anexos – Empleo	63	
102-9	Cadena de suministro de la organización	Rentabilidad y Creación de Valor – Nuestra cadena de valor	32	
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	8	
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	60	
102-13	Asociaciones y organizaciones de promoción nacional o internacional a las que la organización pertenece	Anexos – Membresías y Asociaciones	60	

INDICADOR	DESCRIPCIÓN	CAPÍTULO. SECCIÓN	PÁGINA	OMISIONES / RESPUESTA
<b>ESTRATEGIA</b>				
102-14	Declaración del responsable principal	Mensaje del Gerente General	5	
<b>ÉTICA E INTEGRIDAD</b>				
102-16	Valores, principios, estándares y normas de la organización	Presentación – Cultura LLA	9	
102-17	Mecanismos internos y externos de asesoramiento en pro de una conducta ética y lícita	Engagement de Largo Plazo – En VTR la Ética no se transa	57	
<b>GOBERNANZA</b>				
102-18	Estructura de gobierno de la organización	Presentación – Nuestro Directorio	13	
102-20	Responsabilidad a nivel ejecutivo en temas económicos, ambientales y sociales.	Presentación – Equipo Ejecutivo	14	
102-22	Composición del máximo órgano de gobierno y sus comités.	Presentación – Nuestro Directorio	13 , 64	
102-23	Presidente del máximo órgano de gobierno.	Presentación – Nuestro Directorio	13	
<b>PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS</b>				
102-40	Grupos de interés vinculados a la organización	Presentación – La sostenibilidad como Estrategia de Negocio	15	
102-41	Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos	Engagement de Largo Plazo – Relación con los sindicatos	56	
102-42	Base para la elección de los grupos de interés con los que se trabaja	Presentación – La sostenibilidad como Estrategia de Negocio	15	
102-43	Enfoque de la organización sobre la participación de los grupos de interés	Presentación – La sostenibilidad como Estrategia de Negocio	16	
<b>PRÁCTICAS PARA LA ELABORACIÓN DE INFORMES</b>				
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	17	



INDICADOR	DESCRIPCIÓN	CAPÍTULO. SECCIÓN	PÁGINA	OMISIONES / RESPUESTA
102-45	Entidades que figuran en los EEFF consolidados de la organización	Presentación – Propiedad	7	
102-46	Proceso para determinar el contenido de la memoria y cobertura de cada aspecto	Presentación – La sostenibilidad como Estrategia de Negocio	15	
102-47	Aspectos materiales identificados durante el proceso de definición del contenido de la memoria	Presentación – La sostenibilidad como Estrategia de Negocio	17	
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	15	
102-50	Periodo de la memoria	Presentación – La sostenibilidad como Estrategia de Negocio	17	
102-51	Fecha de la última memoria			Fecha del informe más reciente: Reporte de Sustentabilidad 2017
102-52	Ciclo de presentación de memorias	Presentación – La sostenibilidad como Estrategia de Negocio	17	
102-53	Contacto para solventar dudas en relación con el contenido de la memoria	Presentación – La sostenibilidad como Estrategia de Negocio	17	
102-54	Opción de conformidad con la guía elegida por la organización	Presentación – La sostenibilidad como Estrategia de Negocio	18	
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.	Rentabilidad y Creación de Valor – Valor generado y Distribuido	29 , 62	



### PRACTICAS DE ADQUISICIÓN

204-1	Proporción del gasto en proveedores locales	Rentabilidad y Creación de Valor – Proveedores locales	33 , 62	
-------	---	--	---------	--

### 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	57	
205-3	Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas	Anexos – Denuncias éticas	66	Corregir indicador

### CATEGORÍA: Medio Ambiente

### MATERIALES

301-2	Insumos reciclados	Crecimientos Sostenible – Residuos (recuperación de equipos y logística reversa)	24	
-------	--------------------	--	----	--

### ENERGÍA

302-1	Consumo de energía	Crecimiento Sostenible – Otros Indicadores Ambientales	27	
302-2	Consumo de energía fuera de la organización.	Crecimiento Sostenible – Otros Indicadores Ambientales	28	
302-3	Intensidad energética	Crecimiento Sostenible – Otros Indicadores Ambientales	29	

### AGUA (2018)

303-5	Consumo de agua	Crecimiento Sostenible – Otros Indicadores Ambientales	27	
-------	-----------------	--	----	--



EMISIONES				
305-1	Emisiones directas de gases de efecto invernadero (Alcance 1)	Crecimiento Sostenible – Emisiones	26	
305-2	Emisiones indirectas de gases de efecto invernadero al generar energía (Alcance 2)	Crecimiento Sostenible – Emisiones	27	
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	29	

EFLUENTES Y RESIDUOS				
306-2	Residuos por tipo y método de eliminación.	Crecimiento Sostenible – Residuos	25	

## 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	63 , 64	

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	55	

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	54 , 64	
404-2	Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomentan la empleabilidad de los trabajadores y les ayuda a gestionar el final de sus carreras profesionales	Engagement de Largo Plazo – Formación y Desarrollo	54	



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	52 , 65	Indicador Pendiente
-------	---	---	---------	---------------------

#### 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	63	
-------	--	---	----	--

#### DISCRIMINACIÓN

406-1	Incidentes de discriminación y acciones correctivas tomadas.	Anexos – No discriminación	66	
-------	--	----------------------------	----	--

#### COMUNIDADES LOCALES

413-2	Operaciones con impactos negativos significativos, reales y potenciales, en las comunidades locales.	Experiencia y Confianza – Internet Segura	45	
-------	--	---	----	--

#### 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	45	
-------	---	---	----	--

#### 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	43	
-------	--	--	----	--

