

**Reporte  
Sustentabilidad  
2012**



# Alcance de este reporte

El presente reporte es el séptimo que publica VTR de manera consecutiva desde el año 2006. Su información detalla el desempeño social, económico y ambiental de VTR GlobalCom S.A. durante el período comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2012. A partir de este contenido –que no comprende datos de Bazuca- la compañía busca aportar una mirada cuantitativa y pormenorizada sobre la evolución de los temas considerados materiales por la organización durante el trienio 2010-2012.

Para su elaboración, VTR consideró los lineamientos de Global Reporting Initiative (GRI) en su versión G3.1, así como las pautas del Suplemento Sectorial de Telecomunicaciones. En virtud de este estándar, y teniendo en cuenta que fue verificado por una entidad externa, lo hemos clasificado como de Nivel A+.

Los datos de gestión incluidos en esta memoria fueron aportados por las respectivas áreas de la empresa. En su recopilación se emplearon distintas técnicas de medición, la mayor parte de las cuales coincide con las utilizadas en el reporte anterior.

Con el fin de entregar al lector las herramientas y el contexto necesarios para comprender la evolución y la dimensión de la organización, en algunos capítulos y apartados este reporte también incorpora información sobre la matriz de VTR, Liberty Global plc, así como aspectos del desempeño corporativo correspondientes a 2011 o a años anteriores.

En el caso de los antecedentes ambientales, Liberty Global considera todos los lugares y operaciones que han estado activos durante un mínimo de seis meses, en el período de referencia. Estos cálculos se basan en datos de la actividad específicos del sitio recogidos por los equipos de la compañía en todo el mundo. Cuando la información no estaba disponible, las estimaciones y extrapolaciones se han realizado a partir de datos de negocios específicos y la orientación de la industria.

Liberty Global calculó las emisiones de Gases de Efecto Invernadero de nuestras operaciones de acuerdo con los lineamientos del Consejo Mundial Empresarial para el Desarrollo Sostenible, metodología GHG Protocol (con el Departamento de Medio Ambiente, Alimentación y Asuntos Rurales, DEFRA, factores de emisión).

Para la definición de los contenidos de este reporte, la compañía desarrolló un proceso interno que contempló acciones como:

Entrevistas con los máximos ejecutivos de la empresa y con los jefes y encargados de las áreas consideradas claves en materia de sustentabilidad.

Revisión de los principales temas abordados por la empresa y las asociaciones de consumidores en el marco del Consejo Consultivo de Consumidores de VTR.

Análisis de los tipos de reclamos recibidos por la empresa y de la evolución del índice NPS para el Call Center, las sucursales y los procesos de instalación.

Análisis de los estudios de reputación y percepción pública efectuados por VTR, de estadísticas de desempeño del sector Telecomunicaciones en Chile y de investigaciones generales de mercado desarrolladas en Chile durante el período que se reporta.

Revisión de los resultados de la encuesta interna aplicada por la consultora Great Place To Work y de los focus group entre colaboradores realizados por el área de Personas.

Revisión de la información publicada en medios de prensa nacionales e internacionales respecto de temáticas relacionadas con la compañía, el sector de Telecomunicaciones local y la evolución de la industria a nivel mundial.

Evaluación de los comentarios, observaciones y propuestas planteadas por distintos stakeholders para mejorar los contenidos y la presentación de su reporte de sustentabilidad.

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

## Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- Diseño y Calidad de Productos

## Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- Nuestros Colaboradores
- Desarrollo de Proveedores

## Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

## Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

## GRI

- Índice GRI y contenidos

## Tablas Anexas

## Verificación KPMG

# Carta del Presidente



Mauricio Ramos

Estimados amigos:

Me es grato compartir con ustedes nuestro sexto Reporte de Sustentabilidad correspondiente a la gestión 2012, y donde creemos reflejar todos los esfuerzos, contextos y actividades que marcaron nuestro quehacer en este año y que dan cuenta de los impactos sociales, ambientales y económicos de la operación. En este reporte comunicamos –además– los temas críticos en materia de sustentabilidad que inciden en el desarrollo de nuestro negocio.

Las tecnologías de la información han transformado la vida de las personas. La forma cómo vivimos, nos comunicamos, nos relacionamos. Incluso el cómo jugamos está influenciado por la sincronía de las tecnologías e Internet. Hoy convivimos con una serie de productos tecnológicos y servicios que nos brindan una ventana de acceso que son parte integral de nuestras vidas.

Recuerdo que fue un día de Navidad en 1990, en Suiza, cuando Tim Berners-Lee finalizó la construcción de lo que sería la Internet. Esto marcó la agenda de las transformaciones que se producirían en la esfera política, en las economías de todo el mundo, en la interacción social, en la identidad de las culturas y, más aún, también en la de las personas. Y quizás uno de sus grandes logros, a veces imperceptible para nosotros los usuarios, es que masificó y puso la tecnología al servicio de las personas, creando una necesidad.

Ese es el espíritu que queremos rescatar en el desarrollo de VTR. Poner a la empresa y lo que hacemos al servicio de las personas, siempre considerando –en lo posible– un proceso de escucha y diálogo que nos permita incorporar al otro y sus necesidades en nuestra gestión.

Y en este camino hay programas, miradas y estrategias impulsadas por nuestro accionista Liberty Global que han incidido en la hoja de ruta de VTR. Bajo la estrategia de sustentabilidad que ha logrado instalarse en todas las filiales, se sustentan cuatro vértices de trabajo: construir confianza con nuestros clientes, promover una sociedad digital, ser un negocio responsable y gestionar los impactos ambientales.

Este trabajo le ha dado las credenciales a Liberty Global para formar parte del Índice de Sustentabilidad Dow Jones (DJSI), del Índice FTSE4Good y ser una de las empresas fundadoras de la Coalición para hacer una Internet mejor y más segura para los niños de la Unión Europea.

Y bajo este prisma, estamos comunicando en este reporte nuestra gestión de la sustentabilidad.

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

## Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- Diseño y Calidad de Productos

## Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- Nuestros Colaboradores
- Desarrollo de Proveedores

## Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

## Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

## GRI

- Índice GRI y contenidos

## Tablas Anexas

## Verificación KPMG



# Carta del Presidente

## Nuestros logros

De todos los avances que logramos alcanzar durante 2012 me gustaría destacar algunos por su trascendencia e impacto en los objetivos estratégicos que se ha trazado la organización.

En el ámbito de los clientes, logramos consolidar el Consejo Consultivo de Consumidores, una instancia que creamos en 2011 para fomentar el mutuo conocimiento entre la compañía, las asociaciones de consumidores y los entes reguladores. Bajo un marco de transparencia y apertura, el Consejo se ha propuesto conversar los temas críticos de la atención a clientes y educar sobre la complejidad de este negocio que opera con más de un servicio. En 2012, esta instancia sesionó en seis oportunidades y dialogó sobre 12 temas relevantes de la gestión de VTR.

Quiero destacar también los reconocimientos entregados a VTR por su labor tanto en el ámbito de las personas como en el de la sustentabilidad. En primer lugar, nos enorgullece que VTR se haya mantenido entre las 10 Mejores Empresas para Trabajar en Chile del Great Place to Work, porque nos desafía a continuar fortaleciendo y mejorando nuestro foco de trabajo en aquello que me parece que es lo más importante para la empresa: nuestros colaboradores.

En materia de sustentabilidad, fuimos reconocidos por nuestra gestión de responsabilidad social al consagrarnos en el puesto N° 12 entre las Empresas Más Responsables de Chile de Fundación PROhumana, y galardonados con el ORO en la categoría Comunidad del Premio Innovación Sustentable de la Universidad Autónoma y El Mercurio por nuestro programa VTR Internet Segura.

Estas distinciones nos desafían a mejorar nuestros procesos, a buscar los espacios de mejora y a renovar las miradas, para responder de manera más eficiente a nuestros públicos de interés.

## Nuestros desafíos

A futuro, VTR enfrenta una serie de desafíos en los que ya hemos empezado a trabajar. El primero de ellos está puesto en los procesos, en transformar la manera en que hacemos las cosas, estableciendo un modelo de operación que modernizará a la empresa por dentro para entregar una experiencia de cliente única y sobresaliente.

También buscaremos nuevas maneras de multiplicar los espacios de diálogo y escucha que de a poco VTR ha ido incorporando y de los cuales se ha nutrido muchísimo. Seguiremos impulsando en nuestra cultura de desempeño este ejercicio tan necesario en las sociedades de hoy.

Y en un ámbito más de tendencia, continuaremos trabajando en la gestión de nuestros impactos ambientales, midiendo nuestra huella de carbono e identificando nuevas oportunidades desarrollo que nos permitan fomentar una sociedad con bajas emisiones de CO2. Creo que las telecomunicaciones juegan un papel preponderante en este ámbito, y nos preocuparemos que VTR no esté ajeno a ello.

Antes de finalizar, quiero recalcar nuestro compromiso con los principios del Pacto Global de Naciones Unidas, a los cuales adherimos desde hace cuatro años.

Los invito a retroalimentarnos con su opinión sobre este reporte y en la manera que estamos construyendo la sustentabilidad en VTR.

**Mauricio Ramos**

Presidente del Directorio de VTR.

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

## Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- Diseño y Calidad de Productos

## Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- Nuestros Colaboradores
- Desarrollo de Proveedores

## Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

## Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

## GRI

- Índice GRI y contenidos

## Tablas Anexas

## Verificación KPMG



# Entrevista a Guillermo Ponce

**El desempeño de VTR durante 2012 estuvo marcado por el lanzamiento de su oferta móvil. ¿Cómo resumiría los resultados de este proyecto a un año de su entrada en operaciones?**

El impacto inicial de nuestro proyecto resultó muy positivo. En el primer año de operación incorporamos

casi 140 mil clientes, la gran mayoría de los cuales provenía de la cartera de VTR, lo que está muy en línea con nuestra estrategia de poner el foco en entregar valor por la vía del empaquetamiento. A ello se suma que la propuesta de valor intrínseca de móvil, que tenía varios elementos innovadores, también fue bien aceptada. Son cosas que no existían en el mercado y que han ayudado a estimular la competencia en el sector.

**¿Qué dificultades se encontraron en este primer año de desarrollo?**

Montar la infraestructura fue una de nuestras mayores dificultades. Este es un tema cada vez más complejo en Chile. Nosotros estábamos habituados a tender redes fijas, que son menos invasivas para la comunidad que una antena. Por lo mismo, tuvimos que aprender a dialogar con esas comunidades para avanzar en el montaje de nuestra red. Asimismo, entramos a ser un operador con infraestructura móvil en un momento en el que la ley comenzó a cambiar y en que la industria estaba en proceso de adaptación. Esto significó un doble problema: no sólo éramos los nuevos que no sabíamos hacer tan bien esto, sino que también nos subimos a un entorno en cambio, inestable y desconocido incluso para los operadores con experiencia.

**Desde el punto de vista de la sustentabilidad, ¿hay en el negocio móvil alguna oportunidad en lo que se refiere a educación en el consumo?**

Sí la hay, porque estas herramientas de conectividad mal usadas pueden generar enormes espacios de desconexión humana. Uno va por la calle y ve que cada vez hay menos conversaciones, y eso es preocupante. De todos modos, no creo que VTR tenga hoy la fuerza suficiente como operador para impulsar un trabajo en esta línea. Lo ideal sería que esto fuera abordado a nivel país o de industria.



- Alcance
- Carta del Presidente
- **Entrevista a Guillermo Ponce**
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

## Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- Diseño y Calidad de Productos

## Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- Nuestros Colaboradores
- Desarrollo de Proveedores

## Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

## Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

## GRI

- Índice GRI y contenidos

## Tablas Anexas

## Verificación KPMG

# Entrevista a Guillermo Ponce



Desempeño general en 2012

## ¿Cuál es el balance que hace del desempeño general de VTR en 2012?

Aunque el proyecto móvil tomó una parte muy relevante de nuestras energías, no fue lo único que hicimos en 2012. Este año resultó difícil, porque tuvimos que seguir administrando nuestro negocio mientras hacíamos móvil. Nosotros tomamos la decisión de gestionar ambas áreas de manera integrada y creo que hicimos lo correcto, aunque esto significó que la carga y la demanda de trabajo fuera muy intensa. En ese contexto, entre los hitos del ejercicio destaco nuestra batalla contra las antenas ilegales. Ese fenómeno, que culminó con el apagón de octubre, generó mucho daño en el sector. Nosotros calculamos como industria que durante 2012 entre 200 mil y 300 mil suscriptores sencillamente dejaron de pagar sus cuentas de televisión por cable y se fueron a esta actividad ilegal. La gran mayoría de ellos, sin embargo, no era consciente de que se trataba de algo ilegal, porque estas cajas se compraban en el comercio establecido y con boleta.

## ¿De qué forma enfrentaron este fenómeno como industria?

Cuando lo descubrimos, lo abordamos tanto a nivel de industria y como compañía. También hicimos un trabajo coordinado con el Gobierno a través de la Dirección General de Aduanas, que ayudó a controlar la importación de estos dispositivos, y con el Poder Judicial, que permitió ponerle freno a su comercialización. A nivel industrial impulsamos una campaña de difusión y concientización para hacer ver a las personas que esta práctica era una estafa. De hecho, cuando se cambió la encriptación del satélite, las 200 mil personas que dejaron el servicio

formal quedaron sin conexión. La idea es continuar en 2013 educando a la gente en esta línea para que no se deje engañar.

## VTR ha declarado que, en un mercado de alta competitividad y con baja diferenciación en productos y precios, su desafío de sustentabilidad reside en la construcción de confianzas duraderas con los clientes. ¿Cómo se avanzó en esta dirección en 2012?

El año 2012 fue el de la consolidación de nuestro Consejo Consultivo de Consumidores. Esta es una instancia de diálogo en donde confluyen las principales asociaciones de consumidores de Chile, el Sernac y la Subtel, que ha resultado muy valiosa para nosotros, por cuanto nos ha permitido recibir una retroalimentación rica y entregar información a nuestros stakeholders sobre lo que nosotros hacemos. Ha sido también un espacio de codiseño muy importante.

## Se ha comenzado a hablar a nivel interno de “La Nueva Travesía de VTR”. ¿Qué significa este concepto y qué papel jugará la sustentabilidad en su desarrollo?

Yo he hablado internamente más bien del término empresa excepcional. La empresa excepcional es aquella que es amada por sus clientes y amada por sus empleados; una organización con clientes felices con los productos y servicios que les otorgamos, y que está compuesta por gente que está feliz de hacerlo. Nuestra mirada está en la ecuación “gente feliz haciendo a gente feliz”, en un círculo sustentable que tiene como eje la felicidad de los stakeholders de la compañía.

- Alcance
- Carta del Presidente
- **Entrevista a Guillermo Ponce**
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

## Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- Diseño y Calidad de Productos

## Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- Nuestros Colaboradores
- Desarrollo de Proveedores

## Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

## Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

## GRI

- Índice GRI y contenidos

## Tablas Anexas

## Verificación KPMG



# Aporte de las TIC

a un mundo conectado y sustentable

## Aumentan la productividad y la eficiencia

de todos los sectores de la economía.

## 30%

de todo el tráfico de Internet se hará a través de dispositivos móviles a fines de 2014.

## A 8,7%

llegaría la participación del sector de las TIC en el PIB mundial en 2020.

## 2.405.518.376

personas en el mundo son usuarias de Internet.

## 50 veces

crecerá el tráfico de información por Internet entre 2010 y 2020.

## Reducen costos de las transacciones comerciales.

500 millones de toneladas de CO2 es la reducción de emisiones que al año 2020 puede ofrecer al mundo el uso de las TIC.

## Abren nuevos mercados

a las pequeñas y medianas empresas.

## 42,9%

de los habitantes de América Latina son usuarios de Internet.

Sustituyen productos y desmaterializan actividades **de alto contenido de carbono.**

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- **El Valor de las TIC**
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

### Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- Diseño y Calidad de Productos

### Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- Nuestros Colaboradores
- Desarrollo de Proveedores

### Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

### Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

### GRI

- Índice GRI y contenidos

### Tablas Anexas

### Verificación KPMG



# Aporte de las TIC a un mundo conectado y sustentable

**26,1 horas**

mensuales de consumo online registran los latinoamericanos, un nivel superior a la media global de 23,4 horas.

**60,7%**

de la población online latina tiene menos de 35 años de edad, una proporción mayor al 52,5% de la población online mundial que está en este rango etario.

**A 1.000 millones de personas**

llegó en 2012 el número de usuarios de redes sociales en el mundo.

**12%**

creció el número de usuarios de Internet entre marzo de 2012 e igual mes de 2013 en América Latina.

**Las soluciones de eficiencia con mayor impacto que aportan las TIC**

están en los sectores del transporte, la logística, la construcción de edificios inteligentes, los sistemas de motor y las redes eléctricas.

**102%**

aumentó entre marzo de 2012 e igual mes de 2013 el número de visitantes únicos a sitios de tiendas por departamento en Latinoamérica.

**85,5%**

de los latinos visitan sitios de noticias, un porcentaje mayor al 76,1% de la audiencia mundial.

**751 millones de personas**

acceden mensualmente a Facebook a través de sus teléfonos móviles

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- **El Valor de las TIC**
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

## Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- Diseño y Calidad de Productos

## Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- Nuestros Colaboradores
- Desarrollo de Proveedores

## Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

## Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

## GRI

- Índice GRI y contenidos

## Tablas Anexas

## Verificación KPMG



## VTR, clave en la construcción de un Chile digital

En su condición de líder del mercado de Banda Ancha Residencial, VTR ha jugado en los últimos años un papel clave en la transformación de Chile en un país de vanguardia en América Latina en materia de acceso y desarrollo digital.

**En Chile hay 459 computadores** por cada mil habitantes.

**25%** de los trámites públicos nacionales está digitalizado.

**8.878** empresas del sector TIC existían al cierre del año 2011.

**59,2%** de los chilenos son usuarios de Internet, nivel superior al 42,9% que se registra como promedio en América Latina.

**18º lugar** ocupa el país en el ranking mundial de disponibilidad de servicios públicos en línea.

**US\$ 1.500 millones** movería el comercio electrónico en Chile durante 2013.

**US\$169 anuales per cápita** es el monto promedio que los chilenos destinan a compras online, cifra tres veces mayor que la que se registra en América Latina.

**Los chilenos menores de 35 años** priorizan redes sociales para informarse y comunicarse: Facebook lidera con el 81%, seguido por Youtube con 60%.

**61,3% de los chilenos** cree que el uso de las redes los expone a noticias que de otra forma no verían.

**40 dominios** de Internet existen en el país por cada mil personas.

**11%** de las empresas chilenas realizan comercio electrónico.

**5,2%** del Producto Interno Bruto de Chile representan las ventas TIC

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- **El Valor de las TIC**
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

### Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- Diseño y Calidad de Productos

### Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- Nuestros Colaboradores
- Desarrollo de Proveedores

### Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

### Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

### GRI

- Índice GRI y contenidos

### Tablas Anexas

### Verificación KPMG



## Sobre VTR



VTR es una empresa de telecomunicaciones que opera en Chile los servicios de Internet, Televisión por pago y Telefonía fija. En 2012 lanzó además su oferta de Banda Ancha y Telefonía Móvil.

Al cierre de 2012, su participación en los mercados de Televisión por pago, Internet y Telefonía residencial alcanzaba el 42,9%, 37,6% y 21% respectivamente. En Telefonía Móvil, en tanto, esta cuota llegaba a la misma fecha al 0,32%.

VTR tiene sus oficinas centrales en Santiago. Cuenta además con una red de 82 sucursales a lo largo del país, distribuidas en 48 comunas entre Arica y Coyhaique, y un Call Center propio.

Con una dotación que a diciembre de 2012 ascendía a los 3.695 empleados, durante este período la compañía entregó un total de 2.414.864 servicios fijos, una cifra que representa un incremento del 4% respecto de los 2.330.755 servicios aportados en 2011.

El número de clientes con que contaba VTR entre Arica y Coyhaique al cierre del período 2012 era de 1.144.325, 42.557 más que el total registrado a diciembre de 2011, de 1.101.768.

### SUSCRIPTORES POR SERVICIO (EN MILES)

Servicio	2009	2010	2011	2012
TV Cable	902	898	915	932
Internet	653	698	758	825
Telefonía	622	622	658	678
Telefonía Móvil / Banda Ancha Móvil	-	-	-	138

### TRIPLE PACK

Triple Pack se denomina la oferta empaquetada de Televisión por pago, Internet Banda Ancha y Telefonía residencial. Al cierre de 2012, VTR entregaba este servicio a un total de 527.324 clientes en 42 comunas de 14 regiones del país. La compañía finalizó el año 2012, además, con el 66,8% de su cartera con más de un servicio contratado.

Clientes Triple Pack	2010	2011	2012
	457.640	497.925	527.324

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- **Sobre VTR**
- Gestión Sustentable

### Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- Diseño y Calidad de Productos

### Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- Nuestros Colaboradores
- Desarrollo de Proveedores

### Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

### Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

### GRI

- Índice GRI y contenidos

### Tablas Anexas

### Verificación KPMG

# Sobre VTR



- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- **Sobre VTR**
- Gestión Sustentable

## Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- Diseño y Calidad de Productos

## Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- Nuestros Colaboradores
- Desarrollo de Proveedores

## Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

## Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

## GRI

- Índice GRI y contenidos

## Tablas Anexas

## Verificación KPMG

### TELEVISIÓN

A fines de 2012, VTR brindaba su servicio de Televisión por pago a 932.498 clientes de 64 comunas del país. En comparación con la cartera que tenía al cierre de 2011, esta cifra representa un aumento de 15.225 clientes.

VTR terminó el año 2012 con una participación de mercado en Televisión por pago del 42,9%, una cuota menor al 44,1% que alcanzaba a fines de 2011.

Entre 2011 y 2012, por otra parte, la tasa de digitalización de sus clientes subió del 77% al 82%, con una cobertura de servicio que a fines de este último año alcanzaba las 52 ciudades.

### BANDA ANCHA

Durante 2012, VTR sumó a su cartera más de 50.000 nuevos servicios de Banda Ancha residencial, un crecimiento que le permitió alcanzar el 37,6% de participación en el mercado de Internet fija a nivel nacional.

### TELEFONÍA FIJA

A fines de 2012, VTR contaba con 678.000 clientes con servicio de telefonía residencial, una cifra 3% mayor que la que registraba a fines de 2011, de 658.000 clientes.



### SERVICIOS MÓVILES

Elaborada en el marco de un proceso participativo y sobre la base de atributos como la conveniencia, la justicia, la simplicidad y la transparencia, la oferta de servicios de Telefonía y Banda Ancha Móvil de VTR fue lanzada oficialmente al mercado en mayo de 2012.

Con ventajas competitivas como canales de distribución y atención consolidados, una estructura comercial y logística desplegada entre Arica y Coyhaique, y una marca con prestigio, su materialización afianzó a VTR entre los principales actores de la industria de las telecomunicaciones en Chile.

Al cierre de 2012, la empresa contaba con 138.000 suscriptores de Telefonía Móvil y de BAM.

# Gobierno Corporativo

VTR nació en el año 1928 bajo el nombre de Vía Transradio Chilena. Desde entonces opera en el mercado de telecomunicaciones de Chile con un sello de innovación y liderazgo en el desarrollo de productos y servicios de avanzada para sus clientes.

A fines de 2012, el 80% de la propiedad de VTR GlobalCom pertenecía a Liberty Global plc<sup>1</sup>, a través de sus filiales United Chile LLC, con el 18,2%, y United Ventures Inc., con el 61,8%.

## LIBERTY GLOBAL PLC

Tras la adquisición de Virgin Media Inc. el 7 de junio de 2013, Liberty Global plc ("Liberty Global") se convirtió en la mayor compañía de cable internacional con operaciones en 14 países. Liberty Global pone en contacto a las personas con el mundo digital y les permite descubrir y experimentar sus infinitas posibilidades. Su servicio de televisión, líder en el mercado, Internet de banda ancha y telefonía se proporcionan a través de redes de última generación y plataformas tecnológicas innovadoras que se conectan a unos 25 millones de clientes suscritos a casi 48 millones de servicios, según cifras al 7 de junio de 2013.

Entre las marcas de Liberty Global consumidor se incluyen Virgin Media, UPC, Unitymedia, Kabel BW, Telenet y VTR. Sus operaciones incluyen Chellomedia, su división de contenido; Liberty Global Business Services, una división comercial, y Liberty Global Ventures, el fondo de inversión.

## COMPOSICIÓN DEL DIRECTORIO

INTEGRANTES TITULARES	INTEGRANTES SUPLENTE
Mauricio Ramos (Presidente)	Pablo Iacobelli del Río
Jorge Carey (Vicepresidente)	John P. Babb
Jorge Saieh Guzmán	Jay Gleasson
James Clarke	Guillermo Acuña Sboccia
Hernán Marió	Max Alberto Sichel Day

El liderazgo de Liberty Global en el mercado de Internet de banda ancha, voz y video, y paquetes de productos innovadores ayuda a millones de personas a descubrir y experimentar las infinitas posibilidades del mundo digital. En esa línea, la empresa está constantemente tratando de mejorar y simplificar sus vidas a través de la innovación significativa.

## CORP COMM S.A.

El 20% restante de la propiedad de VTR es controlado por Corp Comm S.A., una empresa perteneciente al grupo económico chileno Saieh. Liderado por el empresario Álvaro Saieh Bendeck, este conglomerado tiene presencia en los sectores inmobiliario, financiero, retail y medial.

## MODELO ORGANIZACIONAL

La estructura operacional de VTR está liderada por un Directorio que componen cinco integrantes titulares y cinco miembros suplentes. Al cierre de 2012, y de acuerdo con lo establecido en los estatutos de la compañía, ninguno de ellos recibía remuneración por esta función.

El Directorio tiene entre sus principales obligaciones entregar los lineamientos de la empresa y velar por su cumplimiento. El Presidente de este órgano es Mauricio Ramos, quien hasta 2012 se desempeñaba como Presidente Ejecutivo de la compañía, mientras que su Vicepresidente es Jorge Carey, también Vicepresidente de Asuntos Legales de VTR.

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- **Sobre VTR**
- Gestión Sustentable

## Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- Diseño y Calidad de Productos

## Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- Nuestros Colaboradores
- Desarrollo de Proveedores

## Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

## Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

## GRI

- Índice GRI y contenidos

## Tablas Anexas

## Verificación KPMG

<sup>1</sup> www.lgi.com

# Gobierno Corporativo



Las máximas responsabilidades administrativas de VTR recaen en el Presidente del Directorio y en el Gerente General, cargo que ocupa Guillermo Ponce. Este modelo de dupla directiva fue adoptado por la compañía en 2011 con el objetivo de hacer más eficiente el proceso de toma de decisiones en el marco de su ingreso al mundo de los servicios móviles.

## COMITÉ EJECUTIVO

El Gerente General lidera a su vez el Comité Ejecutivo de VTR, instancia a cuyo cargo se encuentra la alta administración de la organización y que a fines de 2012 integraban siete Vicepresidentes y 2 gerentes.

## INTEGRANTES DEL COMITÉ EJECUTIVO

<p><b>Guillermo Ponce</b> Gerente General de VTR</p>	<p><b>Jorge Carey</b> Vicepresidente de Asuntos Legales</p>	<p><b>Cristián Ariztía</b> Vicepresidente Comercial</p>
<p><b>Pedro Assael</b> Vicepresidente de Productos y Marketing</p>	<p><b>María Paz Epelman</b> Vicepresidenta de Asuntos Públicos y RSE</p>	<p><b>Marcelo Von Chrismar</b> Vicepresidente de Finanzas</p>
<p><b>Iván Rozas</b> Vicepresidente de Personas</p>	<p><b>Dale Bassen</b> Vicepresidente de Tecnología y Operaciones</p>	<p><b>José Navarro</b> Gerente de Proyectos</p>
<p><b>Juan Pablo Rodríguez</b> Gerente de Riesgo</p>		

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- **Sobre VTR**
- Gestión Sustentable

## Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- Diseño y Calidad de Productos

## Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- Nuestros Colaboradores
- Desarrollo de Proveedores

## Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

## Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

## GRI

- Índice GRI y contenidos

## Tablas Anexas

## Verificación KPMG

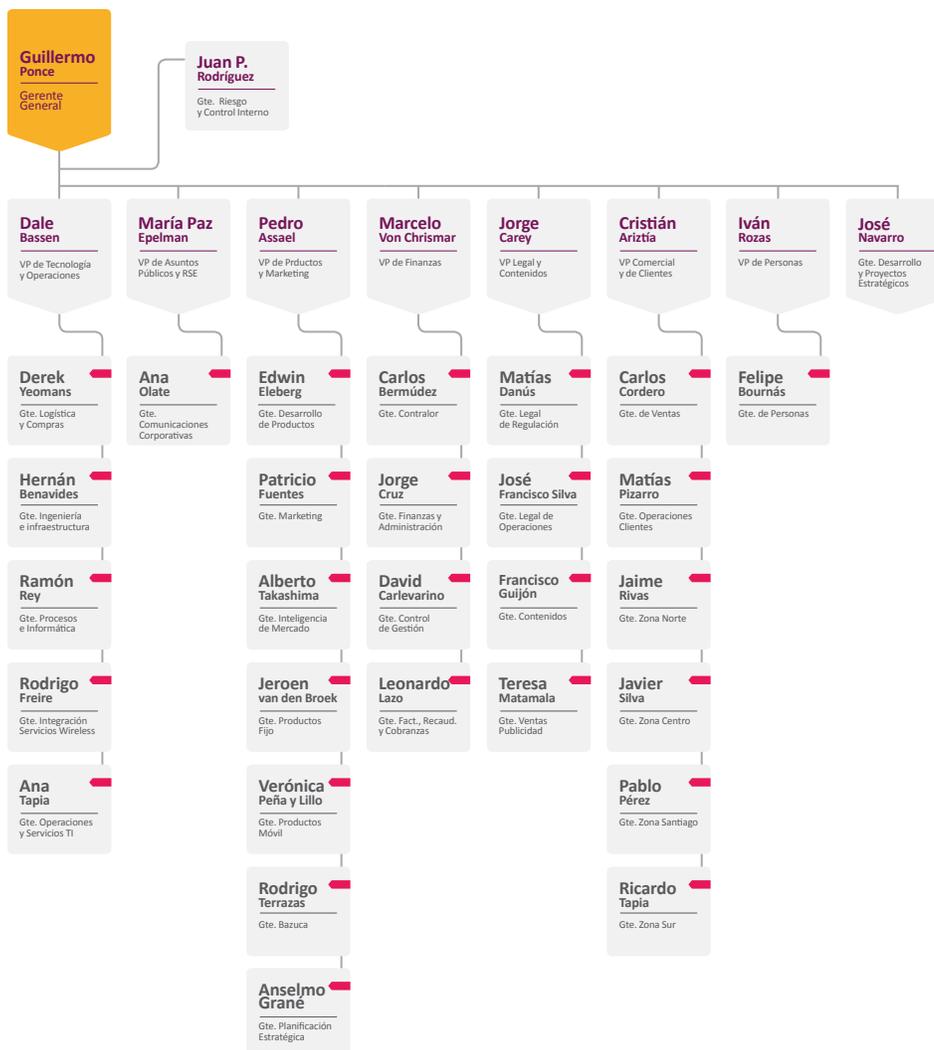


# Gobierno Corporativo

El Comité Ejecutivo se reúne semanalmente para analizar el desempeño de la empresa y delinear las acciones que permitan lograr los objetivos trazados en la estrategia corporativa. Entre sus funciones más relevantes se cuentan:

- ▶ Analizar la labor de las cuatro gerencias zonales en que está dividida la estructura operativa de la compañía a lo largo de Chile: Norte, Centro, Metropolitana y Sur.
- ▶ Coordinar los cuatro comités de trabajo que operan bajo su alero: Capex, Steering, Reputación y Sustentabilidad, y Ética y Cumplimiento.

## Organigrama de la Alta Dirección (a diciembre de 2012)



- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- **Sobre VTR**
- Gestión Sustentable

## Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- Diseño y Calidad de Productos

## Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- Nuestros Colaboradores
- Desarrollo de Proveedores

## Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

## Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

## GRI

- Índice GRI y contenidos

## Tablas Anexas

## Verificación KPMG



# Desempeño Económico

Los ingresos de VTR durante 2012 se elevaron a \$462.717.413. Esta cifra representa un incremento del 3,3% respecto de los \$447.910.413 registrados como ingresos de la compañía en 2011.

Durante el ejercicio 2012, además, los costos de la empresa totalizaron \$292.871.185. Este monto supone un aumento de 26,5 millones respecto del observado en 2011.

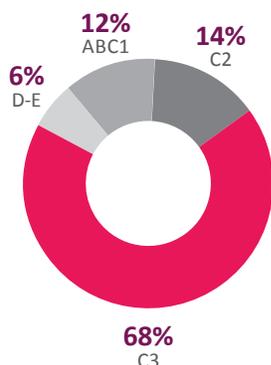
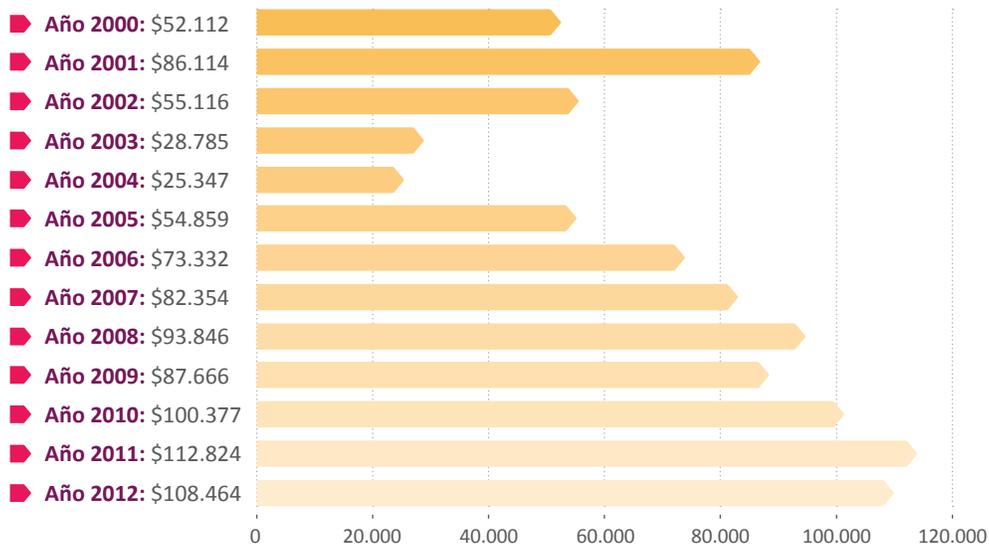
EIBITDA combinado de VTR, que integra los negocios

fijo y móvil, llegó por su parte a los \$149.913.701, un nivel que supone una disminución de 7,3% en comparación con el alcanzado en 2011.

## INVERSIÓN

La inversión materializada por VTR durante 2012 sumó \$108,464 millones, una cifra muy similar a los \$112,824 millones concretados en 2011 y que equivale al 23,6% de los ingresos de la compañía durante el ejercicio que se reporta.

Montos destinados a inversión desde el año 2000 (en millones de pesos)



Los principales focos de la inversión de VTR en 2012 fueron los grupos socioeconómicos C3, con el 68% del total, y el C2, con el 14%.

Los ámbitos más relevantes a los que se destinó la inversión de VTR en 2012 fueron "Equipamiento de clientes", con el 22%; "Aumento de la Cobertura de la Red", con el 21,5%, e "Instalaciones de servicio", con el 20,6%.

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- **Sobre VTR**
- Gestión Sustentable

## Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- Diseño y Calidad de Productos

## Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- Nuestros Colaboradores
- Desarrollo de Proveedores

## Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

## Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

## GRI

- Índice GRI y contenidos

## Tablas Anexas

## Verificación KPMG

# Desempeño Económico

## VALOR ECONÓMICO GENERADO Y DISTRIBUIDO

(en millones de pesos USGAAP / Modelo en función de ingresos y gastos devengados)

	3 Play	Wireless	Combinado	
<b>Valor Económico Generado</b>	<b>455.840.275</b>	<b>9.641.802</b>	<b>465.482.077</b>	<b>100,0%</b>
Ingresos de la explotación <sup>1</sup>	452.733.316	9.984.097	462.717.413	99,4%
Otros Ingresos/Egresos fuera de la explotación <sup>2</sup>	3.106.959	(342.295)	2.764.664	0,6%
<b>Valor Económico Distribuido</b>	<b>451.863.857</b>	<b>10.302.632</b>	<b>462.166.489</b>	<b>100,0%</b>
<b>Costo Operación</b>	<b>353.717.152</b>	<b>60.624.853</b>	<b>414.342.005</b>	<b>89,0%</b>
Costos de la explotación <sup>3</sup>	309.489.938	52.421.716	361.911.653	77,8%
Trabajadores <sup>4</sup>	44.227.214	8.203.137	52.430.352	11,3%
<b>Pago Gobierno <sup>5</sup></b>	<b>15.166.317</b>	<b>(11.384.842)</b>	<b>3.781.475</b>	<b>0,8%</b>
Impuestos	15.166.317	(11.384.842)	3.781.475	0,8%
<b>Pago Proveedores de Capital</b>	<b>82.627.189</b>	<b>(38.937.379)</b>	<b>43.689.810</b>	<b>9,4%</b>
Costos Financieros Netos <sup>6</sup>	27.627.189	3.062.621	30.689.810	6,6%
Propietario <sup>7</sup>	55.000.000	(42.000.000)	13.000.000	2,8%
<b>Comunidad</b>	<b>353.199</b>	<b>-</b>	<b>353.199</b>	<b>0,1%</b>
<b>Retenido <sup>8</sup></b>	<b>3.976.418</b>	<b>(660.830)</b>	<b>3.315.588</b>	<b>0,7%</b>

<sup>1</sup> Ingresos de la explotación: Ingresos de EERR, sobre resultado de explotación.

<sup>2</sup> Otros Ingresos/Egresos fuera de la explotación: Datos de EERR bajo resultado de explotación.

<sup>3</sup> Costos de la explotación: Costos de explotación y GAV, menos trabajadores y comunidad.

<sup>4</sup> Trabajadores: Dato de sueldos y beneficios al personal reconocidos en el EERR. Está en USGAAP

<sup>5</sup> Pago Gobierno: Impuesto del EERR.

<sup>6</sup> Costos Financieros Netos: Son ingresos y egresos financieros. Incluyen intereses, derivados, etc.

<sup>7</sup> Propietario: Pago efectivo de dividendo al accionista: (+) pagos de dividendos / (-) aportes de capital

<sup>8</sup> Retenido: Calculado por diferencia.

Durante 2012, VTR recibió del Estado como pago de la franquicia Sence por concepto de capacitación de sus trabajadores la cifra de \$337.664.144. Este monto es inferior en \$55.029.859 al registrado en 2011, de \$392.694.003.

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- **Sobre VTR**
- Gestión Sustentable

## Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- Diseño y Calidad de Productos

## Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- Nuestros Colaboradores
- Desarrollo de Proveedores

## Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

## Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

## GRI

- Índice GRI y contenidos

## Tablas Anexas

## Verificación KPMG

# Instituciones

en las que participa VTR



Institución	Sitio web
Acción RSE	<a href="http://www.accionrse.cl">www.accionrse.cl</a>
AMCHAM	<a href="http://www.amcham.cl">www.amcham.cl</a>
Asiva de Viña del Mar	<a href="http://www.asiva.cl">www.asiva.cl</a>
Asociación de Proveedores de Internet	<a href="http://www.api.cl">www.api.cl</a>
ATELMO	<a href="http://www.atelmo.cl">www.atelmo.cl</a>
Chile Transparente	<a href="http://www.chiletransparente.cl">www.chiletransparente.cl</a>
Corporación Patrimonio Cultural de Chile	<a href="http://www.patrimonio.cl">www.patrimonio.cl</a>
CPCC Concepción	<a href="http://www.cpccl.cl">www.cpccl.cl</a>
CRCP Valparaíso	<a href="http://www.crcpvalpo.cl">www.crcpvalpo.cl</a>
Fundación País Digital	<a href="http://www.paisdigital.org">www.paisdigital.org</a>
ICARE	<a href="http://www.icare.cl">www.icare.cl</a>
Pacto Global Chile	<a href="http://www.pactoglobal.cl">www.pactoglobal.cl</a>
PROhumana	<a href="http://www.prohumana.cl">www.prohumana.cl</a>
Tepal	<a href="http://www.tepal.org">www.tepal.org</a>

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- **Sobre VTR**
- Gestión Sustentable

## Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- Diseño y Calidad de Productos

## Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- Nuestros Colaboradores
- Desarrollo de Proveedores

## Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

## Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

## GRI

- Índice GRI y contenidos

## Tablas Anexas

## Verificación KPMG

## Premios y reconocimientos



Galardón	Motivo
<p>10º lugar en el ranking de <b>“Las Mejores Empresas Para Trabajar en Chile”</b> de Great Place To Work</p>	<p>La ubicación obtenida por VTR en la versión 2012 de esta clasificación la ratificó por cuarto año consecutivo en el selecto grupo de las 10 mejores empresas para trabajar en Chile</p>
<p>12º lugar en el ranking de <b>“Las Empresas Más Responsables en Chile”</b>, elaborado por PROhumana y revista Qué Pasa</p>	<p>En 2012, VTR mejoró en siete puestos la ubicación que alcanzó en el estudio del año anterior. Este trabajo evalúa la gestión de la RSE en las empresas desde una mirada integral y que incluye una encuesta a los trabajadores</p>
<p>Premio a la <b>Innovación Sustentable</b> en la categoría Oro del área Comunidad para el programa VTR Internet Segura</p>	<p>Otorgada por la Universidad Autónoma y El Mercurio, esta distinción destaca las prácticas sustentables más novedosas puestas en marcha por las empresas en Chile en las áreas económica, ambiental, comunitaria y laboral</p>
<p>Primer lugar en la categoría Mejor Imagen y Publicidad de los premios <b>“Mejor Empresario &amp; Empresas”</b> de Diario Financiero</p>	<p>Este galardón reconoció la creatividad de la campaña publicitaria que desarrolló la empresa para promocionar el lanzamiento de su servicio de Telefonía Móvil</p>
<p>Premios Effie de Oro en la categoría <b>“Servicios No Financieros”</b> y Gran Effie 2012 para la campaña de publicidad de VTR Móvil</p>	<p>Considerado el galardón más importante de la industria del marketing y la publicidad en el país, el Effie destacó la mezcla de originalidad y efectividad de los spots con que VTR dio a conocer su nuevo servicio de Telefonía Móvil</p>

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- **Sobre VTR**
- Gestión Sustentable

### Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- Diseño y Calidad de Productos

### Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- Nuestros Colaboradores
- Desarrollo de Proveedores

### Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

### Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

### GRI

- Índice GRI y contenidos

### Tablas Anexas

### Verificación KPMG



# Estrategia de Sustentabilidad

VTR integra en su gestión políticas y prácticas que responden a las inquietudes y necesidades de sus stakeholders. Este enfoque tiene por finalidad generar valor tanto a la organización como a sus grupos de interés.

Los lineamientos que orientan a la compañía en su propósito de identificar y potenciar estos espacios de desarrollo mutuo son:

<p>Ampliar las externalidades positivas del negocio para cubrir las necesidades que su normal desarrollo no satisface al ritmo esperado por la sociedad. Por ejemplo, impulsando el acceso a conectividad.</p>	<p>Abordar proactivamente los efectos negativos, riesgos y desafíos que pueda generar el proceso de digitalización y la conectividad. Por ejemplo, garantizando la seguridad de los niños en la web.</p>	<p>Incorporar prácticas sustentables en todas sus operaciones, para así alcanzar sinergias sociales y ambientales.</p>
--	--	--

## GOBIERNO DE LA SUSTENTABILIDAD

La gestión de la sustentabilidad en VTR está a cargo de la Vicepresidencia de Asuntos Públicos y RSE. El diseño y la coordinación de los temas relevantes en este ámbito le corresponden a la Subgerencia de RSE, área que lidera la subgerente a cargo y de la que también forma parte un jefe de Relaciones Comunitarias. La planificación en materias de RSE dispuesta por la Vicepresidencia de Asuntos Públicos se informa con posterioridad al Comité Ejecutivo, instancia que encabeza el Gerente General y que integran los siete Vicepresidentes de la compañía, y al Comité de Reputación y Sustentabilidad.

En este órgano se adoptan las decisiones sobre todas aquellas temáticas que impactan la reputación de VTR.

### Principales grupos de interés de VTR

<p>Los <b>ACCIONISTAS</b> o empresas dueñas de la compañía.</p>	<p>Los <b>CLIENTES</b>, tanto los actuales como los potenciales, entre los que se cuentan los segmentos emergentes, los padres, niños y adolescentes, y los usuarios no registrados.</p>
<p>Los <b>PROVEEDORES</b>, desde los de insumos generales a los de servicios a clientes, de tecnología y de servicios contratados.</p>	<p>Los <b>COLABORADORES</b>, concepto que comprende a los empleados, sus familiares y los sindicatos.</p>
<p>La <b>SOCIEDAD</b>, a través de organizaciones, autoridades, líderes de opinión, agrupaciones vecinales y medios de comunicación.</p>	

La definición de estos grupos de interés y de sus respectivas subcategorías se realizó en el contexto de la elaboración de la Estrategia de Sustentabilidad de la compañía desarrollada en el año 2008. Durante dicho proceso, el Comité de Gerentes fue el encargado de preparar una clasificación de stakeholders que posteriormente fue validada por el Comité Ejecutivo de Vicepresidentes.

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- **Gestión Sustentable**

## Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- Diseño y Calidad de Productos

## Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- Nuestros Colaboradores
- Desarrollo de Proveedores

## Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

## Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

## GRI

- Índice GRI y contenidos

## Tablas Anexas

## Verificación KPMG



# Estrategia de Sustentabilidad

## CANALES DE INTERACCIÓN DE VTR CON SUS GRUPOS DE INTERÉS

VTR busca mantener con todos sus grupos de interés una comunicación continua y transparente, centrada en los intereses comunes de mayor relevancia y que sirva de base para la construcción de confianzas sólidas y duraderas. La compañía impulsa este diálogo a través de distintos canales:

Grupo	Canal de comunicación
<b>Accionistas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Reuniones telefónicas periódicas</li> <li>Directorio</li> <li>Comunicados de prensa</li> <li>Reporte de Sustentabilidad</li> </ul>
<b>Colaboradores</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Intranet</li> <li>Reuniones participativas</li> <li>Reuniones corporativas</li> <li>Revista Somos</li> <li>Canal Somos TV</li> <li>Diario Mural</li> <li>Correos electrónicos corporativos</li> <li>Encuesta GPTW</li> <li>Sitio www.vtr.com</li> <li>Reporte de Sustentabilidad</li> </ul>
<b>Proveedores</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Desayunos grupales</li> <li>Plataforma Chileproveedores</li> <li>Publicaciones de prensa</li> <li>Sitio www.vtr.com</li> <li>Reporte de Sustentabilidad</li> </ul>
<b>Clientes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sucursales</li> <li>Call Center</li> <li>Boleta</li> <li>Revista</li> <li>Consejo Consultivo de Consumidores</li> <li>Newsletters</li> <li>Correos electrónicos</li> <li>Sitio www.vtr.com</li> <li>En Twitter: @VTRsoporte, @VTRprogramacion y @VTRchile</li> <li>Facebook VTR Chile</li> <li>Publicidad</li> <li>Mailings</li> <li>Sucursal virtual</li> </ul>
<b>Sociedad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Reuniones comunitarias</li> <li>Publicaciones de Prensa</li> <li>Sitio www.vtr.com / Twitter: @VTRchile / Facebook VTR Chile</li> <li>Newsletter VTR Internet Segura</li> <li>Newsletter VTR Sustentable</li> <li>Reporte de Sustentabilidad</li> </ul>

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable**

## Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- Diseño y Calidad de Productos

## Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- Nuestros Colaboradores
- Desarrollo de Proveedores

## Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

## Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

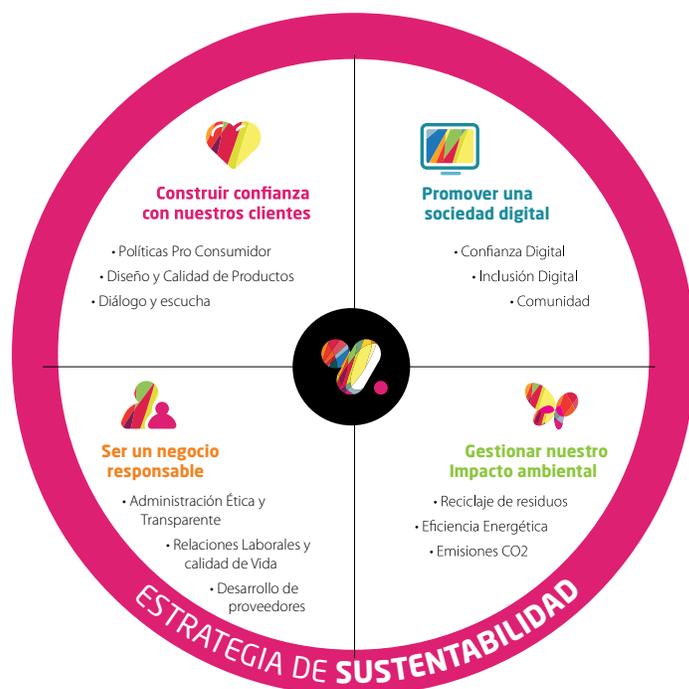
## GRI

- Índice GRI y contenidos

## Tablas Anexas

## Verificación KPMG

# Estrategia de Sustentabilidad



## FOCOS DE GESTIÓN

Los ámbitos de acción de VTR en materia de sustentabilidad están alineados con la Estrategia de Sustentabilidad de la matriz Liberty Global y consideran los temas materiales identificados por la empresa a partir de la información recogida en las instancias y espacios de diálogo que mantiene con sus grupos de interés. Cada uno de estos focos de gestión establece además objetivos generales a los que debe apuntar la labor de la compañía en cada área específica. Estos ejes y temas relevantes son los siguientes:

### Construir confianzas con los clientes

#### DISEÑO Y CALIDAD DE PRODUCTOS

Escuchar sistemáticamente a nuestros clientes en el proceso de diseño y desarrollo de productos, con altos estándares de conveniencia, calidad y usabilidad, poniendo los frutos de la vanguardia tecnológica siempre al servicio de la experiencia de las personas y de su calidad de vida.

#### POLÍTICAS PRO CONSUMIDOR

Poner al cliente en el centro de nuestro quehacer y entregarle siempre los beneficios de nuestro espíritu competitivo, respetando sus derechos, atendiendo sus expectativas, cumpliendo nuestras promesas, aplicando políticas comerciales justas y transparentes, entregando información clara y completa, y diferenciándonos por calidad, con la mejor experiencia en servicios.

#### DIÁLOGO Y ESCUCHA

Desarrollar una relación de diálogo y escucha permanente con los usuarios de nuestro mercado que permita a la compañía contemplar sus puntos de vista y expectativas, desarrollando así un negocio más holístico y sinérgico.

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- **Gestión Sustentable**

### Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- Diseño y Calidad de Productos

### Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- Nuestros Colaboradores
- Desarrollo de Proveedores

### Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

### Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

### GRI

- Índice GRI y contenidos

### Tablas Anexas

### Verificación KPMG



# Estrategia de Sustentabilidad

Focos de gestión

## Ser un negocio responsable

### RELACIONES LABORALES Y CALIDAD DE VIDA

Ofrecer un espacio único y distintivo de desarrollo laboral, en un clima de compañerismo, participación y liderazgo, con énfasis en el desarrollo y aprendizaje constante, el trabajo desafiante, el equilibrio, la calidad de vida, la diversidad, la meritocracia y el orgullo de pertenecer a VTR.

### ADMINISTRACIÓN ÉTICA Y TRANSPARENTE

Velar permanentemente por el comportamiento ético y transparente y por el cumplimiento normativo en nuestro desempeño económico, social y ambiental, viviendo nuestros valores en la gestión diaria de la compañía.

### DESARROLLO DE PROVEEDORES

Tratar a nuestros proveedores de manera transparente y justa, desarrollando relaciones de largo plazo, como socios estratégicos de nuestra cadena de valor, bajo un modelo de relación que contribuya al éxito de nuestro negocio.

## Promover una sociedad digital

### CONFIANZA Y SEGURIDAD DIGITAL

Promover un entorno seguro para el uso beneficio de nuestros servicios, disponiendo de herramientas de control y protección de los niños, impulsando instancias de educación para las familias y creando conciencia social respecto de la seguridad frente a las nuevas tecnologías.

### INCLUSIÓN DIGITAL Y COMUNIDAD

Ampliar el acceso a nuestros servicios digitales a sectores de menores ingresos, generando ofertas innovadoras, contribuyendo a la alfabetización digital y potenciando acceso, habilidades y oportunidades para la comunidad.

## Gestionar nuestro impacto ambiental

### RECICLAJE DE RESIDUOS, EFICIENCIA ENERGÉTICA Y EMISIONES

Respetar la normativa ambiental aplicable a toda nuestra actividad, promover la ecoeficiencia y la sustentabilidad ambiental en la operación de VTR y fomentar la conciencia de cuidado ambiental en nuestra organización y entre nuestros clientes y la comunidad.

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- **Gestión Sustentable**

## Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- Diseño y Calidad de Productos

## Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- Nuestros Colaboradores
- Desarrollo de Proveedores

## Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

## Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

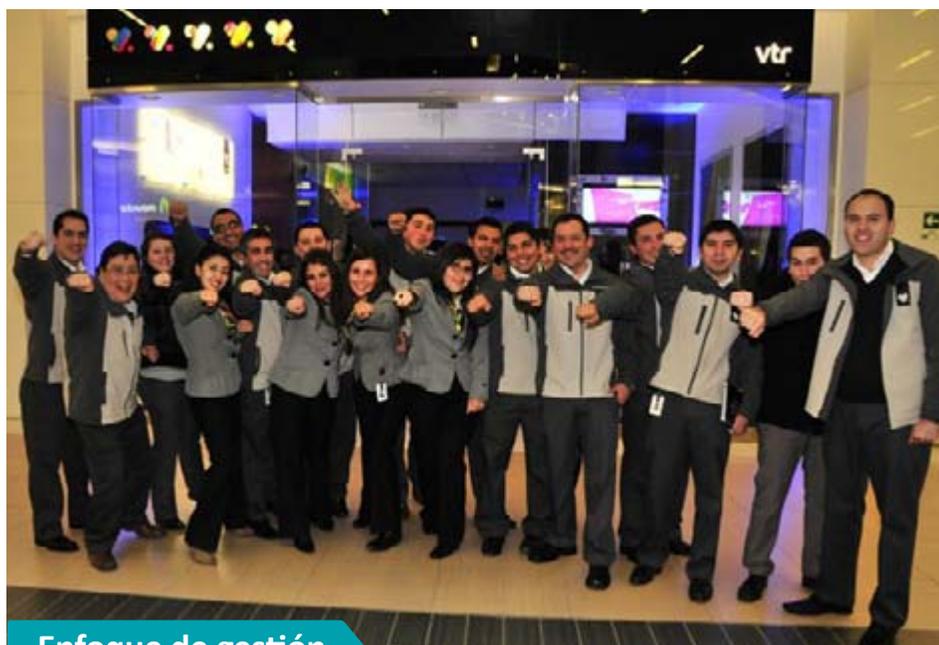
## GRI

- Índice GRI y contenidos

## Tablas Anexas

## Verificación KPMG

# Construir confianzas con los clientes



Enfoque de gestión

VTR escucha sistemáticamente a sus clientes durante todo el proceso de diseño y desarrollo de productos, para asegurarse de que estos últimos cuenten con los más altos estándares de conveniencia, calidad y usabilidad, y permitan poner los frutos de la vanguardia tecnológica al servicio de la experiencia de las personas y de su calidad de vida.

En ese contexto, la compañía les entrega permanentemente a los clientes los beneficios de su espíritu competitivo, respetando sus derechos, atendiendo sus expectativas, cumpliendo sus promesas, aplicando políticas comerciales justas y transparentes, y brindando información clara y completa, siempre con el objetivo de diferenciarse por calidad, con la mejor experiencia en servicios.

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

## Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- Diseño y Calidad de Productos

## Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- Nuestros Colaboradores
- Desarrollo de Proveedores

## Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

## Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

## GRI

- Índice GRI y contenidos

## Tablas Anexas

## Verificación KPMG

# Nuestros Clientes

El desafío de sustentabilidad que ha definido VTR para el desarrollo de sus negocios apunta a la construcción de confianza con sus clientes como sello distintivo en un mercado cada vez más competitivo y con productos con baja diferenciación, y un entorno caracterizado por una paulatina pérdida de legitimidad social de las grandes compañías frente a los consumidores.

Con la finalidad de avanzar en ese propósito, la compañía ha puesto el foco de su trabajo en seis grandes líneas de acción: **1)** Políticas pro cliente explícitas, que van más allá de lo legal y exigible; **2)** un diálogo permanente con las asociaciones de consumidores; **3)** mecanismos de escucha de los clientes; **4)** educación para los consumidores, en tanto clientes y usuarios; **5)** seguridad en el uso de los productos y **6)** una política de marketing responsable.

## 1 POLÍTICAS PRO CLIENTE



Los compromisos explícitos que asume VTR en su relación con los clientes son los siguientes:

Compensación por corte de servicio con un descuento equivalente al tiempo en que dejaron de recibirlo.

Oferta a la carta: El cliente puede conocer las tarifas y condiciones de cada servicio y plan a través de un sistema de autoconsulta en el sitio web.

Los clientes tienen la libertad para contratar los servicios sin ataduras o por separado.

VTR no suscribe exclusividades con edificios o condominios.

VTR no publica en los registros de Dicom los nombres de los clientes con deuda.

VTR no aplica barreras de salida. El cliente puede pedir en cualquier momento el término o cambio de cualquiera de los servicios que tiene contratado sin por ello recibir multas o estar sujeto a plazos mínimos de permanencia.

VTR dispone de diversos canales para recibir reclamos o consultas, y aplica el procedimiento establecido en el Reglamento de Reclamos.

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

### Confianza con los clientes

- **Nuestros Clientes**
- Diseño y Calidad de Productos

### Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- Nuestros Colaboradores
- Desarrollo de Proveedores

### Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

### Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

### GRI

- Índice GRI y contenidos

### Tablas Anexas

### Verificación KPMG

## Nuestros Clientes



2

### DIÁLOGO PERMANENTE CON ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES

En 2011, VTR se convirtió en la primera empresa del sector de las Telecomunicaciones de Chile en contar con un Consejo Consultivo de Consumidores. Constituida en un momento de creciente desconfianza hacia las grandes empresas y de progresivo empoderamiento ciudadano, esta instancia de participación se propuso como objetivos establecer puentes de diálogo con consumidores y organismos reguladores, fomentar el mutuo conocimiento entre sus integrantes, adelantarse a

situaciones de conflicto y educar a los representantes de los usuarios en un negocio complejo como es el de las Tecnologías de la Comunicación e Información.

También inspirado en la propuesta del Servicio Nacional del Consumidor (Sernac) de promover un consumo responsable bajo los conceptos de la norma ISO 26000 de Responsabilidad Social, el CCC de VTR tiene entre sus funciones concretas:

Escuchar, educar e informar para facilitar a los consumidores la comprensión y la información adecuada en beneficio de la relación de consumo que establece la empresa-cliente.

Proveer información fiable, coherente, veraz y verificable de los factores sociales y ambientales relacionados con la producción y entrega de los servicios.

Analizar sistemáticamente las opiniones que contribuyan a mejorar los procesos y prácticas de atención a clientes.

Establecer acuerdos en materias de consenso.

Informar y difundir dichos acuerdos.

El Consejo Consultivo de Consumidores está encabezado por la Vicepresidenta de Asuntos Públicos y RSE de VTR, y el Vicepresidente Comercial de la compañía. Lo integran a su vez, entre otras entidades, el Sernac, la Subtel, la Corporación Nacional de Consumidores y Usuarios (Conadecus), la Asociación de Consumidores de Chile (Odecu), la Organización de Consumidores

(Orcus) y la Federación de Consumidores del Sur. En representación de la compañía también asisten a sus reuniones en calidad de miembros permanentes los gerentes de Clientes, de la Zona Metropolitana, de Internet, Telefonía y Estrategia, de Regulación, de Comunicaciones, de Marketing, de Contenidos y Programación, de Desarrollo de Productos y de Móvil e Ingeniería e Infraestructura.

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

### Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- Diseño y Calidad de Productos

### Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- Nuestros Colaboradores
- Desarrollo de Proveedores

### Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

### Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

### GRI

- Índice GRI y contenidos

### Tablas Anexas

### Verificación KPMG

# Nuestros Clientes

## 2. Diálogo permanente con asociaciones de consumidores



En 2012, este órgano realizó seis reuniones, a cada una de las cuales asistieron en promedio 17 personas, entre representantes de asociaciones de consumidores, autoridades de entes reguladores y ejecutivos de la empresa. Algunos de los temas abordados en estos encuentros fueron:

Tablero de control  
y estadísticas

Boletas  
y facturación  
de VTR

Limpieza y retiro de redes  
inutilizadas en la vía  
pública

Costo de reposición  
del servicio

Velocidades de Banda  
Ancha

Cobros de empresas de  
servicio de larga distancia

Mediación de Sernac

Limpieza de cables

Revisión de contratos  
de empresas de  
Telecomunicaciones

Competencia en la  
industria de las  
Telecomunicaciones

Cableado en edificios

Apagón de cajas piratas  
(FTA)

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

### Confianza con los clientes

- **Nuestros Clientes**
- Diseño y Calidad de Productos

### Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- Nuestros Colaboradores
- Desarrollo de Proveedores

### Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

### Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

### GRI

- Índice GRI y contenidos

### Tablas Anexas

### Verificación KPMG

# Nuestros Clientes



### 3 ESCUCHA DE CLIENTES

A través de diversos canales, iniciativas y sistemas, VTR recoge y gestiona de manera permanente la opinión, inquietudes y reclamos de sus clientes. Entre estos mecanismos destacan los focus group que la compañía realiza periódicamente para entender las necesidades de los usuarios de sus servicios y testear la percepción que éstos tienen respecto de la oferta comercial y los procesos de atención corporativos; la visita a las sucursales y al CES (Call Center) que efectúan dos veces al año los 40 principales líderes de la empresa para ejecutar tareas de venta y atención, y los procesos de co-creación que la empresa está impulsando desde 2011 con el fin de incorporar en el diseño de sus productos y servicios las expectativas concretas de los consumidores.

En 2012, y con el propósito de profundizar estos sistemas de relacionamiento con clientes, VTR creó nuevas instancias de análisis, diálogo y retroalimentación, y fortaleció otros puntos de contacto de creciente valoración por parte de quienes son parte de su cartera. Entre estas plataformas destacan:

**Redes Sociales:** Durante 2012, VTR reforzó el área multidisciplinaria que gestiona los perfiles corporativos existentes en las redes sociales. Además de mejorar el contacto directo con aquellos clientes que tienen problemas técnicos con los servicios de la empresa, estas cuentas permiten entregar información sobre productos y monitorear las referencias que se hacen de la compañía en Internet.

**Consejo Consultivo de Clientes:** Constituido a fines de 2011, este órgano busca establecer puentes de relacionamiento entre la empresa, las asociaciones de consumidores y los organismos reguladores.

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

## Confianza con los clientes

- **Nuestros Clientes**
- Diseño y Calidad de Productos

## Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- Nuestros Colaboradores
- Desarrollo de Proveedores

## Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

## Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

## GRI

- Índice GRI y contenidos

## Tablas Anexas

## Verificación KPMG



# Nuestros Clientes

## 3. Escucha de clientes

**Comité de Experiencia del Cliente:** Nació en 2012 con el objetivo de mejorar la experiencia que tienen los clientes con los productos y servicios que ofrece la compañía. Está conformado por el Gerente General, los Vicepresidentes Comercial, de Productos y Marketing, de Ingeniería y de Personas, y los gerentes de Clientes; Facturación, Recaudación y Cobranzas; Operaciones e IT; Inteligencia de Mercado; Desarrollo de Productos, y Desarrollo y Proyectos Estratégicos, entre otros altos ejecutivos. Sesiona una vez a la semana y cada 15 días se reúne con el Gerente General de VTR para detallarle sus hallazgos y el estado de avance de sus proyectos. Algunas de las mejoras y proyectos impulsados en 2012 por este órgano fueron las siguientes:



➤ **Mayor disponibilidad del servicio de Internet:** Se desarrolló un plan que cambió la configuración de todos los clientes con conexión WiFi por una que permite conectar infinitos dispositivos y con ello mejorar la simultaneidad de usuarios al interior de los hogares. Hasta ese momento, sólo era posible tener hasta cuatro conexiones simultáneas.



➤ **Claridad en la cuenta:** En 2011 se realizaron cambios a la boleta y mejoras en la información de detalle; se ofreció la posibilidad de bloquear carriers para no recibir cobros indeseados y comenzaron a efectuarse llamadas de bienvenida a nuevos clientes a fin de aclarar la primera cuenta. Esto permitió reducir las impugnaciones por este concepto de más de 30.000 mensuales a 22.000. En 2012 se siguió avanzando en esa línea.



➤ **Calidad de Servicio:** En 2013 se iniciará un proyecto de ingeniería cuyo objetivo es rediseñar el programa anual de mantenimiento preventiva de red para mejorar de esta forma la experiencia de los clientes con los servicios. Esta iniciativa contempla evaluar el diseño de red en aquellos sectores en donde se observa mayor volumen de problemas técnicos.

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

### Confianza con los clientes

- **Nuestros Clientes**
- Diseño y Calidad de Productos

### Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- Nuestros Colaboradores
- Desarrollo de Proveedores

### Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

### Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

### GRI

- Índice GRI y contenidos

### Tablas Anexas

### Verificación KPMG

# Nuestros Clientes

## 3. Escucha de clientes



### ENCUESTA DE LEALTAD NPS

VTR realiza encuestas mensuales entre sus clientes para medir el nivel de lealtad (Índice Net Promoter Score o NPS) que generan los canales de atención y servicios con que cuenta. Estas mediciones apuntan a individualizar tanto a los clientes promotores como a los clientes detractores a partir de la pregunta de si estarían dispuestos a recomendar la empresa a algún familiar o amigo en función de la atención que han recibido en el Call Center, en las sucursales o durante los procesos de operaciones técnicas. El objetivo final de este proceso de consulta es determinar

las razones de la disconformidad de los clientes detractores para así propiciar planes de acción y proyectos de mejora.

El estudio del NPS permite evaluar de una manera integral cada uno de los puntos de contacto definidos en los cuatro niveles de experiencia que reconoce el Modelo de Gestión de Clientes de VTR: Experiencia de Marca, Experiencia con Procesos, Experiencia de Productos y Experiencias de Atención.

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

### Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- Diseño y Calidad de Productos

### Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- Nuestros Colaboradores
- Desarrollo de Proveedores

### Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

### Impacto Ambiental

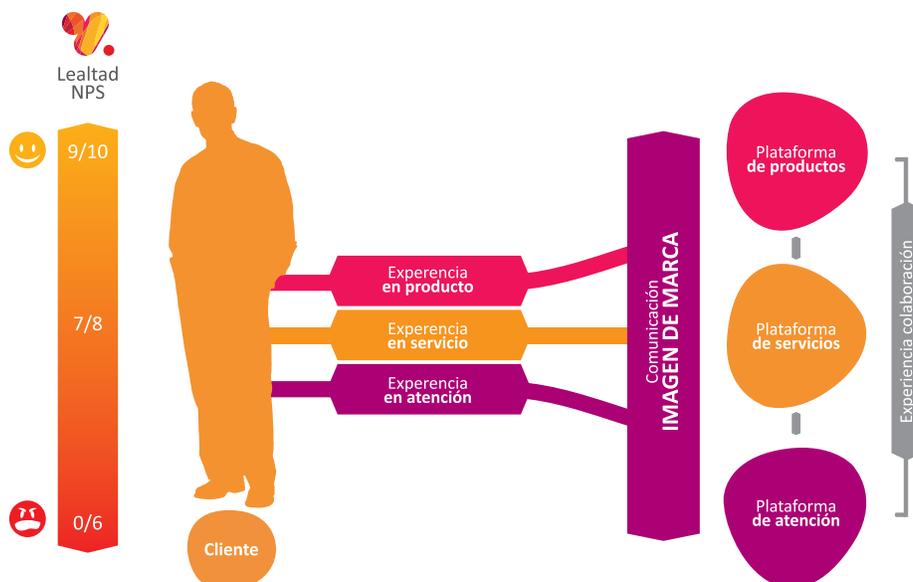
- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

### GRI

- Índice GRI y contenidos

### Tablas Anexas

### Verificación KPMG

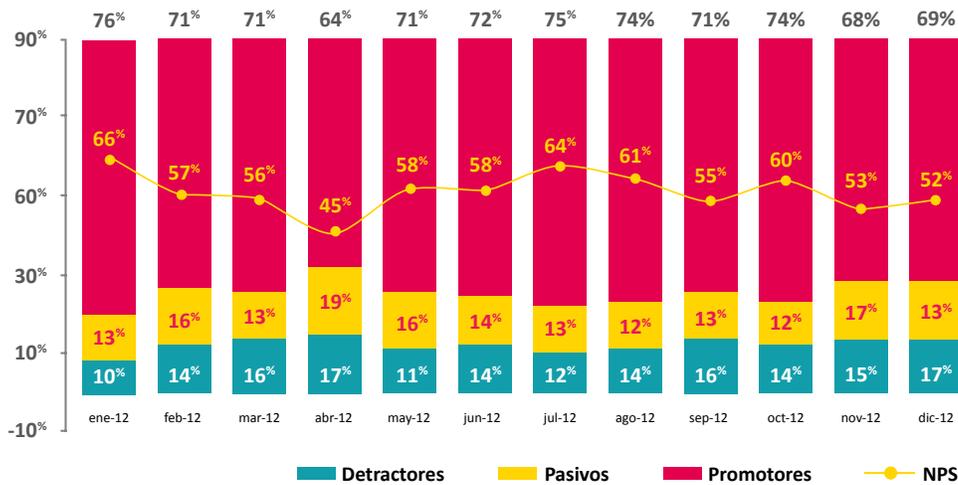




# Nuestros Clientes

## 3. Escucha de clientes

De acuerdo con las encuestas aplicadas en 2012, el nivel mínimo de lealtad registrado en el Call Center (CES) se registró en abril y fue de 45%. El máximo, en tanto, llegó al 66% y se anotó en enero. Otros peaks importantes se observaron en julio (64%) y agosto (61%).



- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

### Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- Diseño y Calidad de Productos

### Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- Nuestros Colaboradores
- Desarrollo de Proveedores

### Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

### Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

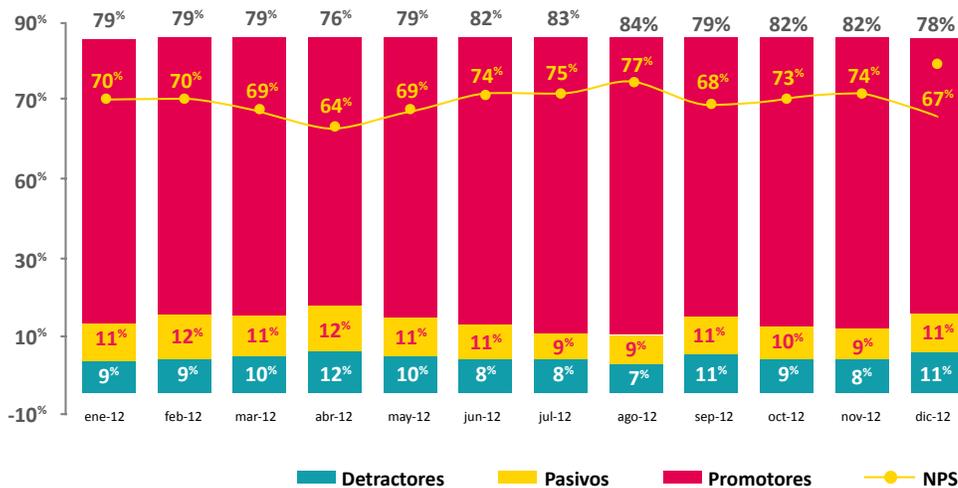
### GRI

- Índice GRI y contenidos

### Tablas Anexas

### Verificación KPMG

La lealtad en las sucursales, en tanto, se movió a lo largo del año entre el 64% de abril y el 77% de agosto. Otros meses con buen desempeño fueron julio, con 75%, y junio y noviembre, ambos con 74%.

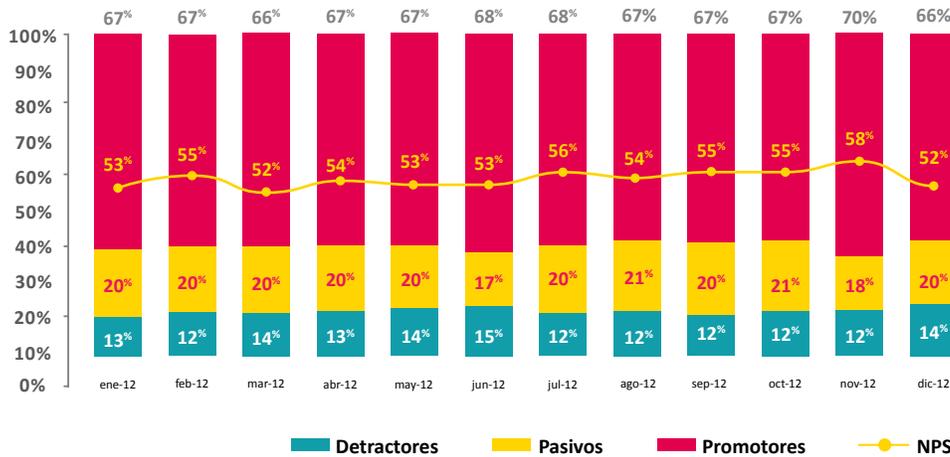




# Nuestros Clientes

## 3. Escucha de clientes

La lealtad de las Operaciones Técnicas, por su parte, tuvo su mejor desempeño en noviembre, cuando se alzó hasta el 58%, y sus registros más bajos en marzo y diciembre, meses en que llegó al 52%.



Finalmente, el nivel de cumplimiento del primer agendamiento durante 2012 por parte de VTR logró consolidarse en la segunda parte del año en tasas superiores al 43%, tras moverse sin una tendencia definida entre el 40% y el 47% en los primeros seis meses. A lo largo de este ejercicio, la compañía realizó 630.005 instalaciones y 542.211 reparaciones.

Número de instalaciones											
E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
47.581	45.151	76.997	56.280	53.528	53.160	52.009	50.913	45.314	55.843	51.525	42.004
Número de reparaciones *											
41.476	39.252	48.032	41.619	44.306	47.287	47.044	47.656	41.034	51.192	46.986	46.327
Cumplimiento del primer agendamiento **											
40,2%	42,3%	47,2%	46,0%	42,7%	42,1%	43,9%	43,5%	45,4%	46,2%	45,2%	43,4%

\* Incluye reparaciones domiciliarias.

\*\* Considera instalaciones, reparaciones, cambios de domicilio y otros servicios.

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

### Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- Diseño y Calidad de Productos

### Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- Nuestros Colaboradores
- Desarrollo de Proveedores

### Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

### Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

### GRI

- Índice GRI y contenidos

### Tablas Anexas

### Verificación KPMG



# Nuestros Clientes

## 3. Escucha de clientes

### MEJORAS APLICADAS A LA MEDICIÓN DEL NPS EN 2012

A fin de robustecer el modelo de NPS y hacer más eficiente el proceso de análisis de la información que estas evaluaciones aportan, durante 2012 VTR impulsó una serie de cambios en su aplicación. Entre ellos están:

- Se amplió la profundidad del cuestionario que se aplica a los clientes detractores, para conocer con más detalle sus percepciones.
- Comenzaron a desarrollarse los denominados "Circuitos de feedback", para devolver a los

canales y los procesos en una forma más rápida la opinión de los clientes.

- Se avanzó en la modalidad de medición Bottom Up. Este sistema involucra la participación de los mismos ejecutivos en el punto de contacto para el registro del indicador.
- Se creó la Gerencia de Proyectos Estratégicos, a cuyo cargo quedó la gestión de los grandes proyectos de transformación que emanan del análisis del NPS.

### Principales canales de postventa de VTR

#### Centro de Excelencia de Servicios (CES):

Es el Call Center de VTR. Está conformado por cerca de mil trabajadores dedicados a la atención remota de los clientes. Recibe al año más de 7.500.000 llamadas, entre consultas comerciales y solicitudes técnicas. Entrega soporte y capacitación en el uso de productos, a través de asesorías que son sin costo y que representan el 60% del total de sus transacciones.

#### Servicio Técnico Domiciliario:

Está integrado por personal interno y contratistas certificados por VTR. Este grupo visita los hogares de los clientes para corregir problemas de conexión y capacitar en el uso de los productos de la compañía. El estándar de calidad con el que trabajan se plantea como desafío resolver sobre el 90% de los problemas que degradan los servicios domiciliarios antes de 24 horas.

#### Sucursales:

VTR cuenta con una red de 82 sucursales a nivel nacional, localizadas desde Arica a Coyhaique. Estos puntos de atención reciben más de 2.000.000 de visitas anuales sólo para consultas de postventa. El personal que entrega servicio en estas sucursales pertenece a la dotación propia de VTR. Entre sus logros muestra tiempos de espera promedio inferiores a 10 minutos. Las sucursales cuentan con espacios experienciales para que el cliente pueda vivir la sensación de tener VTR.

#### Canales virtuales:

- Sucursal virtual en [www.vtr.com](http://www.vtr.com): permite al cliente habilitar y bloquear servicios, revisar la cuenta y pagarla, y chatear con un asesor de servicios, entre otras funcionalidades.
- Centro de Ayud@Online: entrega información para que el cliente pueda aprender a usar los productos VTR o resolver problemas simples que tengan con ellos.
- Cuenta @vtrsoporte en Twitter: brinda resolución al primer contacto.

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

### Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- Diseño y Calidad de Productos

### Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- Nuestros Colaboradores
- Desarrollo de Proveedores

### Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

### Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

### GRI

- Índice GRI y contenidos

### Tablas Anexas

### Verificación KPMG



# Nuestros Clientes

3. Escucha de clientes

## PRESENCIA EN REDES SOCIALES



Atendiendo a una demanda expresa de sus clientes y usuarios en orden a ampliar los canales de contacto online con la compañía, durante 2012 VTR consolidó su presencia en redes sociales a través de la creación de nuevas cuentas en las plataformas más populares y el fortalecimiento de las ya existentes. Entre los hitos más relevantes de esta labor se cuentan:



➤ **Cuenta en Twitter @VTRsoporte:** Este canal fue creado por el CES para dar respuesta a los clientes que vieron afectados sus servicios a causa del terremoto de 2010. Con foco en la resolución de temas técnicos, en 2012 perfeccionó sus protocolos de atención y tiempos de resolución, al tiempo que mejoró la calidad de sus respuestas a partir de un trabajo más estrecho entre los equipos del Call Center y Comunicaciones. Tiene 40.000 seguidores.



➤ **Cuenta en Twitter @VTRprogramación:** Se creó en 2012 tras constatar VTR el gran número de consultas de programación que llegaban los fines de semana a la cuenta de soporte. Está a cargo de tres especialistas en televisión y se ha afianzado como una plataforma para la difusión de actividades de promoción y marketing.



➤ **Cuenta @VTRChile:** Tiene un foco más reputacional. A través suyo la compañía está difundiendo programas como VTR Internet Segura, iniciativas de RSE y las actividades del Team VTR.



➤ **Cuenta en Facebook VTRChile:** Partió en 2012 como un canal de marketing, aunque con el correr de los meses fue incorporando contenidos más amplios.

En 2012, VTR también desarrolló un NPS Digital para medir la percepción que tienen los usuarios online sobre la compañía. Este indicador surge tras constatarse que un número creciente de clientes se contacta con la empresa sólo a través de Internet. Esta métrica servirá a VTR para mejorar sus prácticas e identificar temas críticos. En 2012, la empresa difundió además la política de uso de redes sociales elaborada por Liberty, cuyo fin es resguardar los intereses corporativos cuando los colaboradores emplean sus cuentas personales.

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

## Confianza con los clientes

- **Nuestros Clientes**
- Diseño y Calidad de Productos

## Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- Nuestros Colaboradores
- Desarrollo de Proveedores

## Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

## Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

## GRI

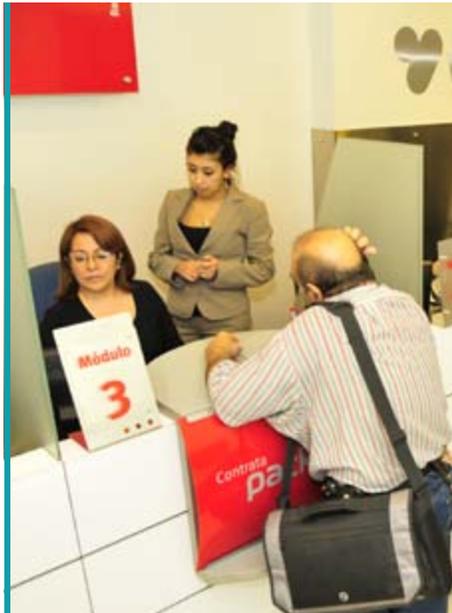
- Índice GRI y contenidos

## Tablas Anexas

## Verificación KPMG

# Nuestros Clientes

## 3. Escucha de clientes

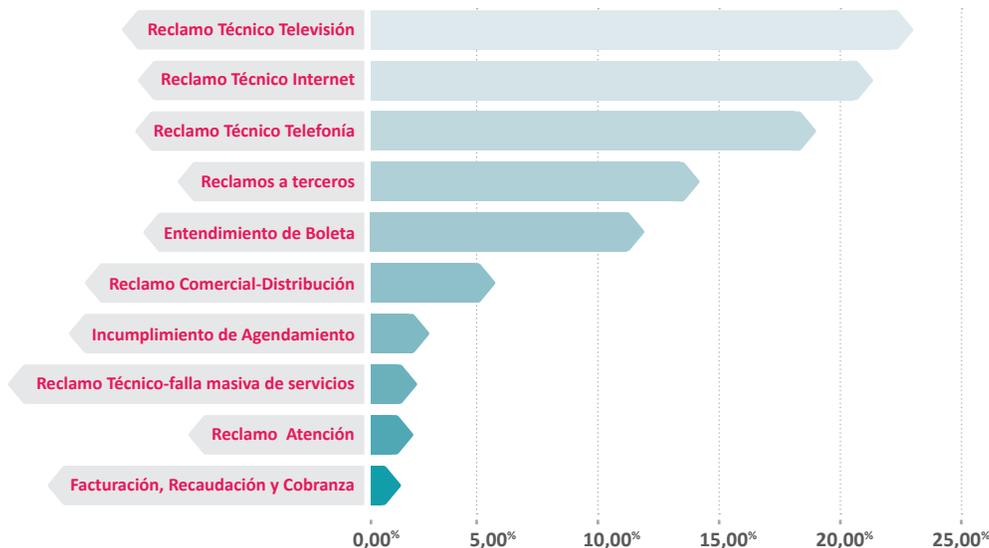


### RECLAMOS RECIBIDOS EN 2012

A lo largo del año, la compañía recibió un total de 1.849.048 reclamos, de los cuales 12.052 fueron considerados de carácter crítico.

La lista de quejas más frecuentes la encabezan los reclamos técnicos respecto de los servicios de Televisión, Internet y Telefonía, a los que siguen los “Reclamos a terceros”, categoría en la que se encuentran los cobros realizados por empresas de carrier o de telefonía de larga distancia a través de la cuenta de VTR y que son considerados inapropiados por los suscriptores. Frente a estos casos, la empresa le ofrece al cliente impugnar dichos montos para que así éste pueda cancelar con normalidad su boleta, haciéndole llegar al mismo tiempo al operador telefónico la objeción del usuario. Simultáneamente, la empresa también activa el bloqueo selectivo de carriers para impedir que le aparezcan al cliente nuevamente cobros que no ha autorizado.

### Reclamos VTR 2012 -Top 10 (99% del total de reclamos)



Entre los reclamos menos recurrentes (es decir, los que están fuera de la lista de los 10 más frecuentes y que componen el 1% de las quejas recibidas por la empresa) se ubican los relacionados con los montos de pago y los de carácter comercial.

Desglosados por canal de admisión, los reclamos más habituales fueron, tal como sucedió en 2011,

los entregados a través del Sernac<sup>1</sup>. Al respecto, cabe señalar, sin embargo, que VTR fue la empresa de telecomunicaciones con menor tasa de requerimientos frente a este organismo a lo largo de 2012.

Por tipo, en tanto, los reclamos más usuales fueron los relacionados con daños materiales.

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

### Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- Diseño y Calidad de Productos

### Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- Nuestros Colaboradores
- Desarrollo de Proveedores

### Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

### Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

### GRI

- Índice GRI y contenidos

### Tablas Anexas

### Verificación KPMG

<sup>1</sup> www.sernac.cl



# Nuestros Clientes

## 3. Escucha de clientes

### TOTAL DE RECLAMOS CRÍTICOS RECIBIDOS POR VTR EN 2012

MES	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
<b>TOTAL</b>	921	969	1.147	999	1.119	913	1.009	1.130	959	1.065	962	859

### TASA (%) MENSUAL DE RECLAMOS CRÍTICOS RESPECTO DEL TOTAL DE CLIENTES

MES	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
Cientes	1.093.785	1.092.995	1.101.006	1.106.233	1.109.044	1.114.267	1.118.219	1.121.877	1.121.953	1.130.616	1.136.384	1.136.499
%	0,00084	0,00089	0,00104	0,00090	0,00101	0,00082	0,00090	0,00101	0,00085	0,00094	0,00085	0,00076

### RECLAMOS CRÍTICOS POR CANAL DE ADMISIÓN

TIPO DE RECLAMO	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
Sernac	338	419	513	412	482	389	426	543	393	491	403	367
Sucursal	268	178	203	191	220	176	218	232	193	236	200	198
Subtel	128	209	199	205	216	178	170	167	246	199	204	175
En oficina VTR	14	13	27	11	23	16	31	13	11	3	6	9
Línea Directa EM	20	7	16	9	12	12	14	17	7	10	11	10
<b>TOTAL</b>	<b>768</b>	<b>826</b>	<b>958</b>	<b>828</b>	<b>953</b>	<b>771</b>	<b>859</b>	<b>972</b>	<b>850</b>	<b>939</b>	<b>824</b>	<b>759</b>
<b>TASA</b>	<b>0,07</b>	<b>0,08</b>	<b>0,09</b>	<b>0,07</b>	<b>0,09</b>	<b>0,07</b>	<b>0,08</b>	<b>0,09</b>	<b>0,08</b>	<b>0,08</b>	<b>0,07</b>	<b>0,07</b>

### RECLAMOS CRÍTICOS POR TIPO

TIPO DE RECLAMO	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
Por daño	107	103	140	125	118	98	106	114	86	93	91	68
Pérdida de objetos	33	30	35	28	32	25	29	29	14	19	39	26
Integridad de personas	13	10	14	18	16	19	15	15	9	14	8	6
<b>TOTAL</b>	<b>153</b>	<b>143</b>	<b>189</b>	<b>171</b>	<b>166</b>	<b>142</b>	<b>150</b>	<b>158</b>	<b>109</b>	<b>126</b>	<b>138</b>	<b>100</b>
<b>TASA</b>	<b>0,01</b>	<b>0,01</b>	<b>0,02</b>	<b>0,02</b>	<b>0,01</b>							

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

### Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- Diseño y Calidad de Productos

### Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- Nuestros Colaboradores
- Desarrollo de Proveedores

### Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

### Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

### GRI

- Índice GRI y contenidos

### Tablas Anexas

### Verificación KPMG

# Nuestros Clientes

## 3. Escucha de clientes

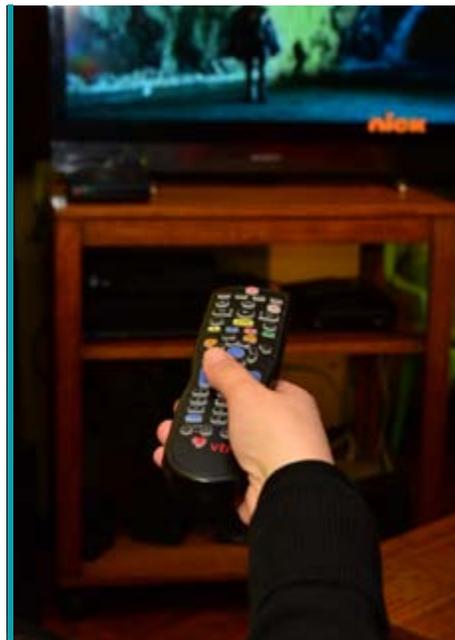
### DISPONIBILIDAD TÉCNICA DE LOS PRODUCTOS

Una de las razones que explican las bajas tasas de reclamos que registra VTR es el elevado nivel de disponibilidad técnica de sus productos. En 2012, la compañía superó en ocho de los 12 meses del año la

meta de disponibilidad de servicios que se fijó para el ejercicio, de 99,960%. La excepción se produjo en los meses de marzo, mayo, junio y agosto.

### DISPONIBILIDAD TOTAL DE SERVICIOS POR MES (EN %)

Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
99,988	99,962	99,895	99,990	99,935	99,884	99,977	99,652	99,993	99,981	99,993	99,984



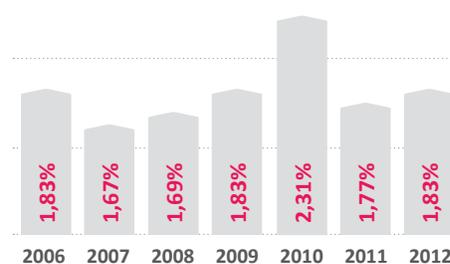
### TASA DE ABANDONO (CHURN)

En el marco de este desempeño, la Tasa de Abandono o Churn de VTR, indicador que mide el nivel de renuncia de los servicios, llegó durante 2012 a un promedio mensual de 1,83%, un nivel mayor que el registrado en 2011, de 1,77%.

El incremento de este indicador durante la primera parte del año estuvo estrechamente relacionado con el auge en las ventas de las denominadas FTA's, dispositivos habilitados para captar ilegalmente las señales satelitales de televisión. Fue precisamente el "apagón" de estas cajas piratas, que propició la industria local en agosto, el que permitió que el Churn de la compañía retornara en los meses posteriores a su tendencia histórica.

Cabe precisar que el Churn corresponde al porcentaje de bajas sobre la cartera que permanece activa.

### Evolución del churn entre 2006 y 2012



- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

### Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- Diseño y Calidad de Productos

### Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- Nuestros Colaboradores
- Desarrollo de Proveedores

### Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

### Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

### GRI

- Índice GRI y contenidos

### Tablas Anexas

### Verificación KPMG

# Nuestros Clientes

## 4 EDUCACIÓN A LOS CLIENTES

Con la finalidad de asegurar la comprensión de las características y del manejo de sus productos y servicios, VTR ha puesto a disposición de los clientes una serie de herramientas y canales de soporte. Entre estos mecanismos están:

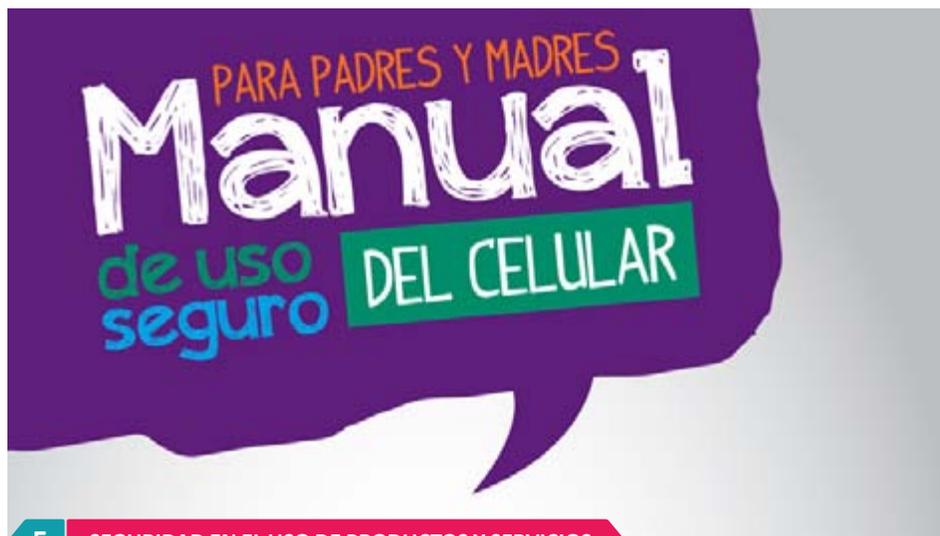
Las aplicaciones “Ayuda VTR” y “Asistente Virtual” alojadas en el sitio web corporativo [www.vtr.com](http://www.vtr.com).

El minisitio especial dedicado a Banda Ancha localizado de igual modo en el sitio web corporativo.

Los tutoriales en VOD, para que los usuarios sepan cómo activar el control parental en TV e Internet.

Guías de contenidos disponibles en formato online y a través de las cuentas de la empresa en las redes sociales.

En materia de enseñanza a los clientes y usuarios, el Call Center de la compañía, CES, también juega un papel preponderante. Así lo confirma el hecho de que el 40% de las llamadas que recibe el área de Soporte de esta plataforma está relacionado con capacitación a las personas en el uso de su equipamiento o software.



## 5 SEGURIDAD EN EL USO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

Entre las iniciativas que impulsa la compañía para garantizar la seguridad de los clientes en el uso de sus productos y servicios destaca sobre todo el programa VTR Internet Segura. Con la misión de promover un entorno digital seguro para los niños en Internet, este proyecto—activo desde 2008—concentra sus acciones en tres grandes objetivos: Sensibilizar a través de campañas sobre los riesgos en la web, Educar para incorporar conductas y hábitos seguros en la red y Proteger con herramientas tecnológicas que eviten las posibles amenazas mientras los niños navegan en el ciberespacio.

A este programa hay que sumar las herramientas específicas que la empresa lanza con regularidad a fin de prevenir los riesgos asociados al empleo de sus productos y servicios.

Una de ellas es el Manual para Padres y Madres de Uso Seguro del Celular, elaborado con motivo del ingreso de la compañía al mundo móvil. Este documento explica, entre otros aspectos, de qué forma enfrentar amenazas como el “acoso textual”, al tiempo que enumera las “Reglas de Oro para Compartir el Celular con los Hijos”.

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

### Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- Diseño y Calidad de Productos

### Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- Nuestros Colaboradores
- Desarrollo de Proveedores

### Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

### Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

### GRI

- Índice GRI y contenidos

### Tablas Anexas

### Verificación KPMG

# Nuestros Clientes



## **POLÍTICA DE PRIVACIDAD DE LA INFORMACIÓN DEL CLIENTE**

Con la finalidad de proteger la privacidad de los datos que maneja tanto de sus clientes como de empleados, colaboradores externos, consumidores, directivos y de todas las personas con las que establece relaciones de negocio, VTR presentó en mayo de 2012 su Política Global de Privacidad. Este documento contiene los principios, valores, directrices y normas de comportamiento que deben orientar la conducta de los altos ejecutivos, supervisores y trabajadores de la compañía al momento de obtener, utilizar, conservar o difundir datos personales.

Para velar por el cumplimiento de esta política, la compañía creó una estructura funcional a cargo de un Oficial de Privacidad, a la que asignó, entre otras funciones, la administración, ejecución y mantención de los procesos involucrados en estos lineamientos. De igual modo, y a fin de garantizar su plena aplicación, la compañía también estableció un sistema de monitoreo y auditoría de los procedimientos, así como mecanismos para el manejo de incidentes en este ámbito.

Como complemento al lanzamiento de esta guía, y con el propósito de difundir sus directrices en la dotación, durante el segundo semestre de 2012 VTR desarrolló además un curso entre los empleados cuya finalización incluyó una prueba mandataria. Dicho taller, que a fines del ejercicio había realizado el 87% de los trabajadores, fue declarado como obligatorio para quienes en adelante se integren a la organización.

En octubre de 2012, VTR incorporó en su sitio web un link a la Política de Privacidad del Consumidor. Este texto detalla de manera didáctica algunos de los aspectos esenciales del proceder de VTR en materia de protección de los datos personales de sus clientes. Entre ellos se cuenta lo que entiende la empresa por información personal, la forma en que la recolecta, los fines para los que la usa y los sistemas que aplica para resguardarla.

Para más información ver en <http://vtr.com/privacidad/>

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

## **Confianza con los clientes**

- **Nuestros Clientes**
- Diseño y Calidad de Productos

## **Negocio Responsable**

- Ética y Transparencia
- Nuestros Colaboradores
- Desarrollo de Proveedores

## **Sociedad Digital**

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

## **Impacto Ambiental**

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

## **GRI**

- Índice GRI y contenidos

## **Tablas Anexas**

## **Verificación KPMG**

# Nuestros Clientes



## 6 COMUNICACIÓN Y MARKETING RESPONSABLE

En todos los procesos de diseño y desarrollo de las acciones que impulsa con el fin de promover sus productos y servicios, así como para promocionar su imagen, VTR aplica criterios y enfoques de sustentabilidad. Con esta impronta, la compañía busca garantizar la entrega de una información clara, completa y veraz, y velar por la construcción de una relación respetuosa con los clientes que sea consistente con los valores corporativos.

Algunas de las actividades y aspectos de desempeño en los que este criterio está presente son:

➤ La relación entre los proveedores y los representantes de la empresa, para que se funde en el respeto mutuo y el valor de las personas.

➤ Los mensajes que se entregan a los clientes actuales y potenciales, para asegurar su transparencia, rigurosidad y oportunidad.

➤ La relación entre las agencias, medios y proveedores, para que sea justa, clara y de beneficio mutuo.

➤ La elaboración de las piezas publicitarias, con el fin de que respondan a principios como la verdad, la diversidad, la promoción de conductas saludables, el cuidado de la infancia y la preservación del medio ambiente.

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

### Confianza con los clientes

- **Nuestros Clientes**
- Diseño y Calidad de Productos

### Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- Nuestros Colaboradores
- Desarrollo de Proveedores

### Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

### Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

### GRI

- Índice GRI y contenidos

### Tablas Anexas

### Verificación KPMG



# Diseño y Calidad de Productos

## INTERNET BANDA ANCHA

El proceso de modernización que la compañía ha desarrollado en su red durante los últimos años, y que ha involucrado, por ejemplo, la incorporación del estándar Fiber Deep<sup>3</sup> y del sistema Docsis 3.0<sup>4</sup>, le ha permitido ofrecer las mayores velocidades de Internet y el mejor nivel en calidad de servicio del mercado chileno.

A diciembre de 2012, la empresa disponía de planes

con conexiones de entre 1 y 120 Megas. De los 825.577 clientes que tenía a la misma fecha, el 58,5% contaba con velocidades superiores a 6 Megas y el 86,7%, con un ancho de banda de más de 2 Megas.

Al cierre de este período, la velocidad promedio de conexión del servicio de Banda Ancha de la cartera de VTR llegaba a 11,6 Megas, un nivel 2,1 puntos superior al que tenía a fines de 2011, de 9,5 Megas.

PLANES	Diciembre 2011		Junio 2012		Diciembre 2012	
	Clientes	%	Clientes	%	Clientes	%
MEGA 120	139	0,02	172	0,02	207	0,03
MEGA 40	34.431	4,49	37.852	4,70	39.948	4,84
MEGA 20	0	0,00	56.038	6,96	116.271	14,08
MEGA 18	85	0,01	33	0,00	0	0,00
MEGA 15	213.418	27,85	186.831	23,20	147.741	17,90
MEGA 10	0	0,00	102.021	12,67	172.984	20,95
MEGA 8	12.108	1,58	8.195	1,02	5.875	0,71
MEGA 6	396.778	51,77	308.643	38,33	232.202	28,13
MEGA 2	94.327	12,31	103.333	12,83	108.567	13,15
MEGA 1	1.914	0,25	1.632	0,20	1.441	0,17
OTROS	13.235	1,73	466	0,06	341	0,04
<b>TOTAL</b>	<b>766.435</b>	<b>100,0</b>	<b>805.216</b>	<b>100</b>	<b>825.577</b>	<b>100</b>
<b>Promedio de velocidad de la cartera en Mb</b>	<b>9,5</b>		<b>10,7</b>		<b>11,6</b>	

<sup>3</sup> **Fiber Deep:** Empleada para dar continuidad a la red HFC de la compañía, esta tecnología permite incrementar los tramos de fibra óptica, acercándolos cada vez más a los hogares, y reducir en consecuencia los de cable coaxial, así como los amplificadores y los sistemas electrónicos que éstos requieren. Una de sus ventajas es que hace posible aumentar progresivamente los anchos de banda de Internet con que cuentan los clientes.

<sup>4</sup> **Docsis 3.0:** Es un estándar no comercial que define los requisitos de la interfaz de comunicaciones y operaciones para los datos sobre sistemas de cable, lo que permite añadir transferencias de datos de alta velocidad a un sistema de televisión por cable existente.

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

## Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- **Diseño y Calidad de Productos**

## Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- Nuestros Colaboradores
- Desarrollo de Proveedores

## Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

## Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

## GRI

- Índice GRI y contenidos

## Tablas Anexas

## Verificación KPMG



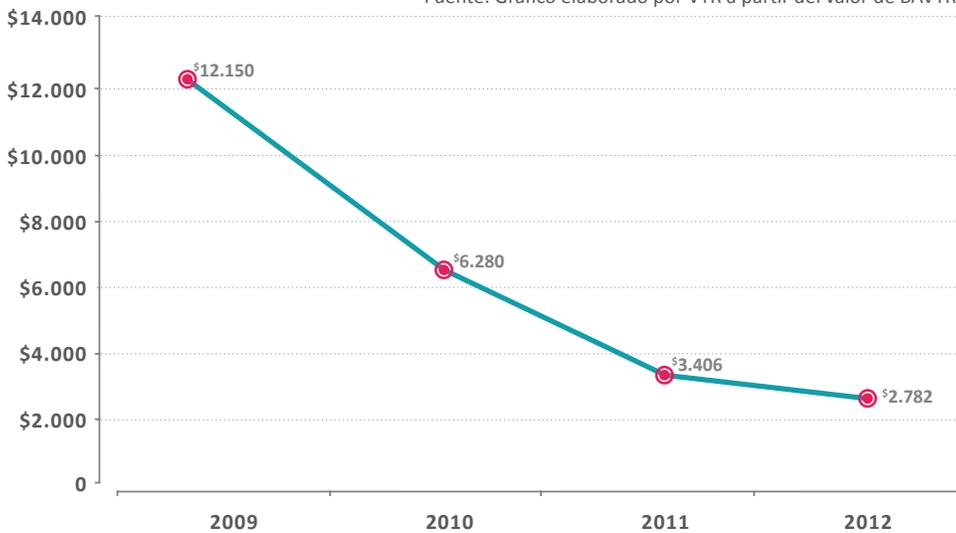
# Diseño y Calidad de Productos

Además de marcar una diferenciación competitiva y de representar una acción de fidelización para sus clientes, la estrategia de VTR de ofrecer los mayores anchos de banda de la industria en Chile busca responder a las nuevas necesidades de consumo de Internet y al aumento de los dispositivos conectados a la red en los hogares. Desde el punto de vista de la sustentabilidad, y considerando la condición de líder del mercado de Banda Ancha de la compañía, esta apuesta se ha traducido en los últimos años en dos grandes aportes para el país:

La disminución constante en el precio del Megabyte, lo que abre la posibilidad de incorporar al mundo digital a segmentos de menores recursos. En efecto, mientras el precio del Mb era en 2009 de \$12.150, en 2012 llegó a \$2.782.

## Precio del Megabyte de VTR

Fuente: Gráfico elaborado por VTR a partir del valor de BAVTR.



El aumento en el promedio nacional de velocidad de las conexiones, el que en 2012 llegó a 2,2 Megas, empujado, entre otros factores, por el promedio de banda ancha de los clientes de VTR, que cerró dicho período en 11,6 Mb.

## VELOCIDAD PROMEDIO DE BANDA ANCHA DE LOS CLIENTES DE VTR ENTRE 2007 Y 2012 (EN MEGAS)

2007	2008	2009	2010	2011	2012
0,5	3,0	2,8	6,2	9,5	11,6

Ver definiciones básicas de Internet y características de la oferta de VTR en <http://vtr.com/hogar/banda-ancha/>

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

### Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- **Diseño y Calidad de Productos**

### Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- Nuestros Colaboradores
- Desarrollo de Proveedores

### Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

### Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

### GRI

- Índice GRI y contenidos

### Tablas Anexas

### Verificación KPMG



# Diseño y Calidad de Productos

## ¿DE QUÉ MANERA VTR DA CUMPLIMIENTO A LA LEY DE NEUTRALIDAD?

En vigencia desde el año 2011, la Ley de Neutralidad prohíbe a los operadores prácticas como el bloqueo de las conexiones o impedir que el cliente agregue equipos terminales a su conexión. De igual modo, exige informar con mayor detalle las características comerciales y operativas de los planes ofrecidos, así como las políticas de gestión aplicadas por el ISP. Asimismo, impone la obligación de efectuar con regularidad mediciones de indicadores de calidad de servicio. Para dar cumplimiento pleno a esta normativa, VTR ha impulsado una serie de iniciativas. Entre ellas se cuentan:

En conjunto con la industria, el Gobierno y ONG, participa en una campaña de difusión de la Ley de Neutralidad.

Ha ampliado la información sobre sus planes en la página <http://vtr.com/neutralidad/index.php> alojada en su sitio corporativo.

En este mismo portal publica las mediciones de calidad de su servicio, junto con la velocidad nacional e internacional.

## TELEVISIÓN

En lo que se refiere a desarrollo de contenidos para televisión, durante 2012 VTR continuó potenciando su oferta de canales en Alta Definición y fortaleciendo la plataforma Video On Demand. De igual modo, siguió profundizando su estrategia de servicio multipantalla, en respuesta a la tendencia creciente de consumo audiovisual a través de nuevos soportes, como computadores, tablets y teléfonos inteligentes.

A esta labor hay que agregar la creación de nuevos canales de contacto con los clientes a través de las redes sociales y la renovación del apoyo que entrega la compañía al cine chileno y a la generación a nivel local de contenido audiovisual en HD y 3D.

### Alta Definición

Durante 2012, la compañía incorporó a su oferta en Alta Definición cuatro nuevas señales: TNT HD, A&E HD, MGM HD y FX HD. De este modo cerró el ejercicio con un total de 24 canales en HD, algunos de los cuales, además, se integraron como contenido en Alta Definición de la plataforma Video On Demand (VOD).

### Video On Demand (VOD)

En 2012, VTR firmó un acuerdo con la empresa Vubiquity que permitió sumar a los contenidos de Video On Demand la producción de los estudios Universal, Metro-Goldwyn-Mayer (MGM), Paramount y Dreamworks. A este hito se añadió la incorporación en esta plataforma de canales de cable como E!, Zona Latina, Vía X, Animal Planet, History y A&E.

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

## Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- **Diseño y Calidad de Productos**

## Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- Nuestros Colaboradores
- Desarrollo de Proveedores

## Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

## Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

## GRI

- Índice GRI y contenidos

## Tablas Anexas

## Verificación KPMG

# Diseño y Calidad de Productos

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

## Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- **Diseño y Calidad de Productos**

## Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- Nuestros Colaboradores
- Desarrollo de Proveedores

## Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

## Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

## GRI

- Índice GRI y contenidos

## Tablas Anexas

## Verificación KPMG



### Estrategia Multipantalla

En línea con su decisión de entregar a los clientes parte de los contenidos de Video On Demand a través de Internet, la compañía fortaleció durante 2012 la oferta del canal de exhibición con que cuenta en la red, Go VTR (<http://vtr.com/govtr/>).

### Redes Sociales

La creación en 2012 del Twitter @VTRprogramación abrió para la empresa un nuevo canal de conversación con los clientes en torno a temas relacionados con televisión. A través de esta cuenta, durante el año también se realizaron actividades promocionales e incluso transmisiones de eventos en vivo, lo que la posicionó como un espacio atractivo para el desarrollo de proyectos conjuntos con los programadores. Al cierre del período tenía 16.000 seguidores.

### Producción nacional

En el marco del apoyo que entrega al cine chileno y a las productoras nacionales mediante estímulos a la realización y la compra de los derechos de obras en formatos HD y 3D, para su posterior exhibición en Video On Demand. en 2012 VTR auspició dos de los más importantes estrenos nacionales de la temporada: "Stefan versus Kramer" y "Paseo de Oficina". De igual modo colaboró en la realización de la serie "Malandras", un trabajo del cineasta Alex Bowen que será estrenado de forma exclusiva en las pantallas de VTR.



# Diseño y Calidad de Productos

## Red de canales regionales

Con el fin de incorporar señales locales como un elemento diferenciador de su oferta programática y cubrir al mismo tiempo las necesidades de información, participación, pertenencia e identidad de las audiencias regionales, desde el año 2003 VTR impulsa un plan de desarrollo de canales de televisión en 10 de las principales ciudades del país. Al cierre de 2012, esta Red de Canales Asociados estaba conformada por Arica TV, NorTV, Calama TV, Vive! TV Chile Elqui, Quinta Visión, Sexta Visión, TV8, Novena Visión, ATV y Vértice TV.

Los aportes que han recibido estos emprendimientos de parte de VTR durante la última década les han permitido mejorar tanto sus estándares de calidad programática como su gestión comercial. Así se comprueba al observar, por ejemplo, el notorio crecimiento que registraron las ventas por publicidad entre 2011 y 2012, de cerca de \$500 millones a más de \$800 millones, o el alto número de horas de estreno de su parrilla programática.

Señal	Frecuencia en VTR	Cobertura	Ventas publicidad 2012
Arica TV	12	Arica	\$ 162.522.563
NorTV	11	Iquique y Alto Hospicio	\$ 66.903.844
Calama Televisión	13	Calama	\$ 70.973.150
Vive! TV Chile Elqui	3	La Serena y Coquimbo	ND
Quinta Visión	9	Valparaíso, Viña del Mar, San Antonio, Concón, Quilpué, Villa Alemana, Limache, Quillota, La Cruz, La Calera, Nogales	\$ 149.226.762
Sexta Visión	7	Rancagua, Rengo y San Fernando	\$ 72.557.009
TV8	8	Concepción, Talcahuano, San Pedro, Chiguayante y Penco	\$ 45.364.676
Novena Visión	12	Temuco y Padre Las Casas	\$ 22.890.000
ATV Valdivia	11	Valdivia	\$ 40.312.966
Vértice TV	12	Puerto Montt, Llanquihue y Puerto Varas	\$ 151.093.513

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

## Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- **Diseño y Calidad de Productos**

## Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- Nuestros Colaboradores
- Desarrollo de Proveedores

## Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

## Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

## GRI

- Índice GRI y contenidos

## Tablas Anexas

## Verificación KPMG



# Diseño y Calidad de Productos

Red de canales regionales

Durante 2012, la labor de apoyo a la televisión local que desarrolla VTR estuvo marcada por dos hitos:

La producción del programa **“Sin Pasaporte”**, en el marco del Proyecto de Desarrollo de Proveedores (PDP) Audiovisual de Corfo adjudicado por VTR en 2011. Realizado por un grupo de productoras de diferentes regiones del país, este trabajo –cuyo inicio de emisiones estaba previsto para febrero de 2013– invita a recorrer Chile mostrando aspectos de su geografía, patrimonio y diversidad cultural. La alianza entre VTR y la Corporación de Fomento comenzó en 2008. En su segunda fase, que se extenderá hasta 2013, tendrá como objetivo estimular la creación de una red asociativa de pymes audiovisuales a lo largo del país para que generen contenidos que puedan ser emitidos a través de la Red de Canales Locales.

**Proyecto Redes de Norte a Sur:** Esta iniciativa busca fomentar el intercambio de contenidos entre los canales asociados. En el contexto de este proyecto se han transmitido por las señales de la red, entre otros trabajos, los programas ganadores del Concurso Audiovisual del Consejo Nacional de Televisión y el material que proveen las alianzas con la Universidad de Santiago y la Televisión de América Latina. En 2012, VTR efectuó una encuesta a nivel nacional para conocer la percepción que tienen sus clientes de esta franja. Entre sus principales resultados, este sondeo concluyó que el 31% de la cartera conoce el bloque y que el 26% lo ha visto. Este último universo de entrevistados otorgó al proyecto una calificación de 6,1 y una satisfacción neta del 77%.

## TELEFONÍA FIJA

VTR cerró el año 2012 con 678.000 clientes en Telefonía Fija. Esta cifra representa un incremento del 3% respecto del total de 658.000 suscriptores con que contaba este servicio al finalizar 2011.

El desempeño de la compañía en este ámbito del negocio corporativo se orientó durante 2012 principalmente al cumplimiento del calendario fijado por la Subsecretaría de Telecomunicaciones (Subtel) para el desarrollo de los proyectos de Portabilidad Numérica, Eliminación de Zonas Primarias y Ampliación de Numeración.

En la primera parte del año, la atención de la compañía estuvo centrada en la ejecución de la Portabilidad Numérica, iniciativa que finalmente se materializó a nivel nacional el 27 de agosto. Simultáneamente, la empresa –así como el resto de operadoras de la industria– continuó avanzando en el calendario fijado para la supresión de la Larga Distancia Nacional. El 20 de octubre, en tanto, en conformidad con el programa oficial, VTR dio inicio al proceso de extensión de la numeración telefónica fija y móvil.

Esta iniciativa gubernamental busca estandarizar en nueve dígitos el largo de los números telefónicos en todas las regiones de Chile, con el fin de permitir en

el mediano plazo su portabilidad entre las distintas tecnologías existentes, como son la fija, la móvil y la de Voz sobre IP.

Para tal efecto, de acuerdo con un programa estructurado por zona primaria, la empresas del sector tuvieron que cambiar la configuración de sus centrales telefónicas y actualizar sus servicios de valor agregado, entre otros trabajos.

En el caso de VTR, esta labor significó además la coordinación de las distintas plataformas involucradas en sus servicios telefónicos, como la de Ingeniería y la que centraliza el sistema comercial, denominada Tango, por cuanto las modificaciones operativas debían replicarse en aspectos de facturación y atención a clientes.

Este proyecto de ampliación de numeración, que significó para la compañía una inversión aproximada de US\$1 millón, culminará a mediados de 2013, para luego dar paso al cierre del proceso de eliminación de las zonas primarias o de la Larga Distancia Nacional, proyectado para 2014. Todas estas modificaciones se traducirán en importantes beneficios para los usuarios, como son la “Portabilidad Total” y una rebaja relevante en los costos de las comunicaciones derivada de la supresión de algunos cargos de acceso.

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

## Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- **Diseño y Calidad de Productos**

## Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- Nuestros Colaboradores
- Desarrollo de Proveedores

## Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

## Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

## GRI

- Índice GRI y contenidos

## Tablas Anexas

## Verificación KPMG



# Diseño y Calidad de Productos

## DESARROLLO DE PROYECTO MÓVIL

Después de más de cinco años de preparación, el 16 de mayo de 2012 fueron lanzados finalmente al mercado los servicios de Telefonía Móvil y Banda Ancha Móvil de VTR.

Este proyecto, que representa el ingreso de la compañía a un negocio altamente dinámico y con un potencial significativo de crecimiento, fue desarrollado por VTR con la finalidad de entregarle un mayor valor a sus clientes por la vía del empaquetamiento. Para la empresa significó, además, un paso natural de crecimiento en el contexto

de una industria que avanza aceleradamente hacia un modelo de oferta de empaquetamiento de cuatro servicios.

Al cierre de su primer año de operación, el servicio móvil de la empresa contaba con 138 mil clientes, un volumen en línea con las proyecciones iniciales y que VTR evaluó de manera positiva, a la luz del elevado nivel de competitividad del sector y la baja diferenciación en precio y calidad de los productos.

### Oferta innovadora

Atendiendo este último aspecto, la empresa apostó por una oferta innovadora basada en atributos como la conveniencia, simplicidad, justicia y transparencia. Esta mirada cuestionó una serie de principios establecidos en la industria, pero que

entrañaban desventajas para los usuarios, por lo que constituyó una alternativa atractiva para el mercado. En concreto, la oferta de valor de VTR en Telefonía Móvil contempló beneficios como:

El traspaso de todos los minutos que sobren al mes para el mes siguiente.

Llamadas ilimitadas a teléfonos VTR, fijos y móviles, para los planes de sobre \$19.990.

Valor de los minutos adicionales equivalente al de los minutos del plan.

Llamadas ilimitadas desde el teléfono fijo VTR a móviles VTR para los clientes Triple Pack.

Conexión gratuita a Facebook y Twitter.

Consulta de saldo gratis.

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

## Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- **Diseño y Calidad de Productos**

## Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- Nuestros Colaboradores
- Desarrollo de Proveedores

## Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

## Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

## GRI

- Índice GRI y contenidos

## Tablas Anexas

## Verificación KPMG

# Diseño y Calidad de Productos

Desarrollo de Proyecto Móvil



La puesta en marcha del negocio móvil no estuvo exenta de dificultades para la compañía. Una de ellas fue la habilitación de su infraestructura, en el contexto de una legislación en proceso de cambio y de la necesidad de establecer acuerdos con la comunidad para la instalación de las antenas contempladas en la red. Ante este último requerimiento, la compañía decidió impulsar una estrategia de diálogo con todos los actores comunitarios a fin de entregarles información de los proyectos y resolver las diferencias que se pudieran producir en torno a iniciativas específicas. Este trabajo se tradujo durante el año 2012 en 13 diálogos comunitarios, siete de los cuales se desarrollaron en sitios en conflicto (ver más en capítulo Promover una Sociedad Digital).

A esta complejidad se sumaron otras de carácter más técnico, como el desarrollo de nuevas soluciones que permitieran hacer compatible el espectro de

frecuencia asignado a VTR, hasta entonces inédito en Chile, con las redes de las otras compañías o el reforzamiento de la capacitación de la dotación.

Los grandes desafíos que se plantea la compañía con el fin de consolidar este proyecto tienen directa relación con los temas que la industria ya ha identificado entre los más relevantes para el futuro del servicio móvil:

- ▶ La forma de encarar un negocio como el empaquetamiento de cuatro servicios, en cuya base se encuentra un proceso de convergencia fijo-móvil todavía en desarrollo.
- ▶ El diseño de un modelo para el otorgamiento de créditos que garantice el cumplimiento de los compromisos por parte de los clientes.

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

## Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- **Diseño y Calidad de Productos**

## Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- Nuestros Colaboradores
- Desarrollo de Proveedores

## Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

## Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

## GRI

- Índice GRI y contenidos

## Tablas Anexas

## Verificación KPMG

# Ser un Negocio Responsable



## Enfoque de gestión

VTR apunta a ofrecer un espacio único y distintivo de desarrollo laboral, en un clima de compañerismo, participación y liderazgo, con énfasis en el desarrollo y aprendizaje constante, el trabajo desafiante, el equilibrio, la calidad de vida, la diversidad, la meritocracia y el orgullo de pertenecer a la empresa.

La compañía vela permanentemente además por el comportamiento ético y transparente y por el cumplimiento normativo en todo su desempeño económico, social y ambiental.

En esa línea, también trata a sus proveedores de manera transparente y justa, desarrollando con ellos relaciones de largo plazo y otorgándoles el carácter de socios estratégicos de su cadena de valor, bajo un modelo que busca contribuir al éxito del negocio.

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

## Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- Diseño y Calidad de Productos

## Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- Nuestros Colaboradores
- Desarrollo de Proveedores

## Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

## Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

## GRI

- Índice GRI y contenidos

## Tablas Anexas

## Verificación KPMG

# Administración

## Ética y Transparente

### ÉTICA Y CUMPLIMIENTO

Con el fin de dar pleno cumplimiento a la Ley 20.393 sobre responsabilidad penal de las personas jurídicas, cuerpo legal que sanciona la comisión de actos de cohecho, lavado de activos y financiamiento del terrorismo en el seno de las compañías, y al mismo tiempo ajustar sus estándares en materia de ética corporativa a los lineamientos de Liberty Global, VTR cuenta desde el año 2010 con un Oficial de Cumplimiento. Esta función, que desempeña el Vicepresidente Legal de la empresa y a cuyo cargo se encuentra el área de Ética y Cumplimiento, se encarga de impulsar el respeto de protocolos de buena conducta en el plano laboral, identificar eventuales riesgos e investigar y sancionar las irregularidades que se puedan cometer en este ámbito.

Durante 2012, el desempeño de VTR en este campo se orientó al fortalecimiento del nuevo Modelo de Prevención de Delitos corporativo delineado en 2011. En esa dirección, la compañía acordó designar también al Vicepresidente Legal como nuevo Encargado de Prevención de Delitos.

La creación de esta figura se enmarca en la adopción por parte de VTR de un sistema interno de prevención de delitos, en los mismos términos en que lo establece la Ley de Gobiernos Corporativos. Según lo acordado por el Directorio de la organización, su responsabilidad consistirá en velar por el cumplimiento tanto de las políticas de la sociedad como de las normas vigentes sobre prevención de delitos, para lo cual deberá, entre otras obligaciones, abocarse a:

-  Reforzar el sistema de prevención de delitos de la compañía con protocolos, reglas, procedimientos preventivos, modelos de administración y auditorías, entre otros aspectos.
-  Diseñar un plan para la difusión, inducción y capacitación en temas como la legislación vigente en este plano, los métodos preventivos establecidos por la empresa y los canales de denuncia.
-  Elaborar un sistema de investigación, sanción y desarrollo de acciones pertinentes en caso de incumplimiento de la normativa.

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

### Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- Diseño y Calidad de Productos

### Negocio Responsable

- **Ética y Transparencia**
- Nuestros Colaboradores
- Desarrollo de Proveedores

### Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

### Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

### GRI

- Índice GRI y contenidos

### Tablas Anexas

### Verificación KPMG



# Administración Ética y Transparente

Ética y Cumplimiento

De forma paralela a la instauración de esta nueva función, la empresa conformó un Comité de Ética con el fin de asesorar al Directorio y al mismo Encargado de Prevención en sus tareas de prevención de delitos y de cumplimiento de la ley y de normas internas, como el Código de Conducta y la Política Anticorrupción<sup>5</sup>. Integrado por el Gerente General y los Vicepresidentes Legal y de Recursos Humanos, este órgano deberá, entre otras obligaciones, proveer al Encargado de Prevención de las facultades, recursos y medios para desempeñar sus labores, y supervisar el Modelo de Prevención de Delitos puesto en marcha en la compañía.

En este contexto, otros hitos importantes del desempeño de VTR en el plano de la Ética y Cumplimiento fueron:

▶ **Inicio de la certificación del Modelo de Prevención de Delitos:**

VTR contrató una empresa externa para efectuar este proceso, cuya primera fase contempló la revisión de los protocolos organizacionales y el Sistema de Prevención. Esta labor permitirá acreditar que la compañía cumple con los deberes de capacitación y prevención establecidos en la ley, lo que la blindará en caso de que se vea expuesta a alguna contingencia legal en temas de cohecho, lavado de dinero o financiamiento del terrorismo. A fines de 2012, VTR se encontraba incorporando las modificaciones sugeridas por la certificadora en su informe preliminar.

▶ **Avances para la elaboración de una guía práctica en materia de libre competencia:**

En 2012 comenzó el proceso de Due Diligence de Libre Competencia con entrevistas a directivos y líderes de VTR sobre sus funciones diarias y su relación con empresas competidoras y entes públicos, entre otras instituciones. El primer informe sobre este trabajo, con recomendaciones y sugerencias, se entregará en 2013.

▶ **Realización de capacitaciones presenciales a los nuevos empleados.**

En 2012, el área de Ética y Cumplimiento continuó participando en las inducciones a los trabajadores recién incorporados. Estos procesos, que introducen a los nuevos colaboradores en la cultura ética de la empresa, culminan con una invitación para que estos empleados efectúen un curso complementario de ética vía online durante su primer mes en VTR.

▶ **Participación Barómetro de Valores y Ética Empresarial.**

En 2012, VTR nuevamente participó como invitada en esta encuesta que realiza Fundación Generación Empresarial<sup>6</sup>. Este estudio mide la percepción de la gestión de la ética al interior de las organizaciones. Sus resultados permiten conocer los ámbitos en lo que hay que reforzar la capacitación sobre materias de ética corporativa y entregan una visión objetiva de la situación de la empresa en este campo.

▶ **Declaración de Potenciales Conflictos de Interés.**

En el marco de su nuevo Modelo de Prevención de Delitos y como medida de transparencia, VTR instituyó entre sus líderes la obligación de realizar una declaración anual de potenciales conflictos de interés. Esta práctica busca establecer si existen circunstancias que puedan afectar la objetividad de los ejecutivos a la hora de tomar decisiones corporativas, como relaciones de parentesco o afinidad con algún proveedor.

<sup>5</sup> Ver Código de Conducta y Política Anticorrupción de VTR en [www.vtr.com](http://www.vtr.com)

<sup>6</sup> [www.generacionempresarial.cl](http://www.generacionempresarial.cl)

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

## Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- Diseño y Calidad de Productos

## Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- Nuestros Colaboradores
- Desarrollo de Proveedores

## Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

## Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

## GRI

- Índice GRI y contenidos

## Tablas Anexas

## Verificación KPMG



# Administración

## Ética y Transparente

### Multas

En 2012, VTR recibió del Consejo Nacional de Televisión (CNTV) multas por un total de \$102.424.000. Al corresponder estas sanciones a incumplimientos de la normativa sectorial por parte de los programadores, en cuyas definiciones de contenido VTR no tiene injerencia, la compañía procede a traspasar a los mismos el costo de dichos cargos. El monto de las multas derivadas de cargos de Subtel que VTR pagó a lo largo de 2012 ascendió, por su parte, a \$35.124.843.

### DENUNCIAS EN MATERIA DE ÉTICA, ANTICORRUPCIÓN Y CONDUCTA LABORAL

Junto con promover el respeto de los estándares éticos corporativos en la dotación, VTR pone a disposición de todos los trabajadores una serie de canales de participación para que puedan plantear de manera directa sus inquietudes en esta materia o dar a conocer situaciones que afecten el cumplimiento de dichos principios.

Entre estas vías se cuentan las denuncias presenciales a los líderes de área o a los integrantes del equipo de Recursos Humanos de la compañía, el correo corporativo, la Intranet o la Línea 800 281 546. Esta plataforma está disponible las 24 horas todos los días del año para los empleados de VTR y de otras filiales de la matriz, y atiende asuntos relacionados con situaciones como fraudes, hurtos y robos; reportes

financieros incorrectos o fraudulentos; conflictos de interés; incumplimientos de la legislación o casos de acoso y discriminación, entre otras temáticas. A través de estos conductos, durante 2012 VTR recibió siete denuncias, ninguna de las cuales estuvo relacionada con incidentes de discriminación.

Todas ellas fueron investigadas de acuerdo con los protocolos establecidos por la empresa para tales efectos sobre la base de criterios como la confidencialidad, el resguardo de la identidad de los denunciantes y la prohibición de represalias en su contra. En todos estos casos, fue el Comité de Ética el órgano que, en virtud de sus facultades, resolvió las medidas correctivas aplicables.

### CAPACITACIÓN EN DERECHOS HUMANOS

Además de los ciclos de capacitación online que realiza entre sus trabajadores respecto de temáticas como el Código de Conducta Empresarial corporativo y de su Política Anticorrupción, VTR pone especial

énfasis también en la formación en Derechos Humanos. En 2012, el 10% de los empleados de la compañía recibió entrenamiento en estos tópicos.

#### Formación en Derechos Humanos

Categoría de cargo	2011		2012	
	Empleados formados	Horas de capacitación	Empleados formados	Horas de capacitación
Ejecutivos	26	17	3	2
Jefes y profesionales	205	137	60	58
Supervisores	33	22	3	2
Representantes de servicios	378	253	242	170
Vendedores	101	68	16	11
Técnicos	43	29	7	5
Administrativos	34	23	45	305
Total	820	549	376	552

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

### Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- Diseño y Calidad de Productos

### Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- Nuestros Colaboradores
- Desarrollo de Proveedores

### Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

### Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

### GRI

- Índice GRI y contenidos

### Tablas Anexas

### Verificación KPMG

# Administración

## Ética y Transparente

### CUMPLIMIENTO NORMATIVO

Partidaria de la libre competencia, VTR no acepta prerrogativas a terceros ni defiende para sí misma privilegios artificiales. Su aporte a la creación de un entorno de negocio que garantice la igualdad de los competidores y en donde la calidad del servicio sea el único elemento diferenciador de las empresas se expresa en el apoyo que brinda a la eliminación de barreras que entorpecen o van contra la libre competencia y en un esfuerzo constante por facilitar la decisión informada de los clientes.

En materia de cumplimiento normativo, VTR aboga por reglas que defiendan tanto a los clientes actuales como a los potenciales en materias sustantivas y que permitan a las compañías ofrecer con flexibilidad lo que ellas estimen que sus usuarios requieren. Atendiendo que en estas materias pueden existir opiniones divergentes, la empresa apoya sus planteamientos con los resultados de las investigaciones que realiza en este campo.

### MEDIACIÓN CON SERNAC

En julio de 2011, tras realizar una revisión a los contratos existentes a la fecha en la industria de telecomunicaciones para los servicios de TV por cable, Internet y Telefonía fija y móvil, el Servicio Nacional del Consumidor (“Sernac”) hizo público un informe con sus objeciones respecto de aquellas cláusulas que podían resultar abusivas o representar un desequilibrio para los clientes, dando inicio a una mediación individual con cada una de las distintas operadoras de servicios de telecomunicaciones.

En el caso de VTR, Sernac hizo una revisión sólo del contrato de servicios fijos, objetando 9 cláusulas, las que correspondían principalmente a la descripción del servicio de TV Cable, a la vigencia del contrato, la reajustabilidad de las rentas y tratamiento de datos personales.

Considerando que esta situación abría la posibilidad de profundizar sus prácticas pro consumidor, VTR decidió participar de este proceso de mediación propuesto por Sernac, con el fin de incorporar a sus contratos los perfeccionamientos necesarios. Entre los principales cambios incorporados en el marco de esta mediación se destacan:

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

### Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- Diseño y Calidad de Productos

### Negocio Responsable

- **Ética y Transparencia**
- Nuestros Colaboradores
- Desarrollo de Proveedores

### Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

### Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

### GRI

- Índice GRI y contenidos

### Tablas Anexas

### Verificación KPMG



# Administración Ética y Transparente

Mediación con Sernac



► **Servicio de Televisión por cable:** El objetivo es entregar a los clientes claridad respecto de las razones que motivan la exclusión de un canal. De esta forma, en todos los planes básicos, los canales serán clasificados entre canales “Fijos” y canales “Variables”, con la finalidad de orientar al cliente respecto de cuáles podrían sufrir modificaciones durante un determinado “período de vigencia”. En los casos en que se elimine un canal, los clientes siempre tendrán la libertad de optar por solicitar el término del contrato (sin que VTR imponga barreras de ningún tipo), requerir el cambio a otro plan disponible o aceptar el ajuste que ofrezca VTR, que puede ser un canal de reemplazo o una rebaja proporcional del precio del plan a los clientes involucrados. Al término del período de vigencia se informará a los clientes cuáles serán los canales “Fijos” y “Variables” del siguiente período.



► **Vigencia del contrato:** Además de remarcar que el contrato rige desde la habilitación de los servicios, se estableció que éste tendrá una vigencia de 12 meses, renovables. Sin embargo, el cliente tendrá el derecho a darle término en cualquier momento, incluso antes de los 12 meses iniciales. Junto con lo anterior, VTR reafirma su compromiso con la libertad de elección de sus clientes, sin imponer trabas en caso que deseen poner término a los servicios contratados.



► **Reajustabilidad de las rentas:** Las rentas y tarifas se reajustarán en las cuentas emitidas durante los meses de febrero y agosto de cada año, de acuerdo con la variación acumulada del IPC en los últimos seis meses.



► **Tratamiento de datos personales:** VTR procesa información de los clientes relativa al uso de sus servicios de un modo estadístico, tanto para mejorar dichos servicios como para entregar el plan comercial contratado. Se solicitará al cliente que autorice a VTR a utilizar sus datos de contacto, a fin de enviarle comunicaciones publicitarias. En estos casos, la compañía remarca su compromiso de mantener adecuadas medidas de confidencialidad y de no compartir dicha información con terceros por motivos distintos a los señalados, salvo cuando exista una obligación legal para ello.

Estas modificaciones entraron en vigencia el 20 de agosto de 2012, tras cumplir VTR con un exigente calendario de ejecución, que consideró acciones como:

- La publicación del nuevo contrato para servicios fijos en el sitio web.
- El envío a los clientes de una comunicación explicando las modificaciones al contrato de servicios.
- El anuncio de aplicación de este nuevo contrato a las futuras ventas.
- La certificación por parte de una empresa auditora externa respecto del cumplimiento de estos compromisos de implementación.

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

## Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- Diseño y Calidad de Productos

## Negocio Responsable

- **Ética y Transparencia**
- Nuestros Colaboradores
- Desarrollo de Proveedores

## Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

## Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

## GRI

- Índice GRI y contenidos

## Tablas Anexas

## Verificación KPMG



# Nuestros Colaboradores

En materia de gestión de personas, el año 2012 estuvo marcado por la incorporación de la compañía al mundo de los servicios móviles. Esta apuesta corporativa implicó desde el punto de vista de los Recursos Humanos importantes desafíos en el ámbito del reclutamiento y la capacitación. Entre ellos, los más relevantes fueron:

**A.** La necesidad de sumar a la dotación un equipo de especialistas en el negocio móvil.

**B.** El reforzamiento significativo de la formación de los trabajadores y especialmente de quienes forman parte de los canales de venta, distribución y postventa de la compañía.

A estos ejes de acción se agregó como otro foco relevante la labor impulsada por la Gerencia de Personas y Administración para facilitar a los empleados su traslado a las nuevas oficinas de la

compañía en la comuna de Huechuraba, cambio que finalmente se materializó en el mes de agosto.

De manera simultánea a este trabajo, VTR continuó impulsando la realización mensual de reuniones participativas, una instancia concebida para transmitir a los trabajadores los principales aspectos de la marcha corporativa. Durante el último trimestre de 2012, además, la compañía inició un ciclo de focus group con el fin de profundizar la percepción que tienen los empleados sobre la organización y los cambios que ésta ha experimentado.

La información recabada a través de este último proceso servirá de sustento para la redefinición de los lineamientos estratégicos y de la propuesta de valor que desarrolla la compañía en el plano de los colaboradores, proceso que se plantea como el gran objetivo de la Vicepresidencia de Personas en 2013.

## DOTACIÓN

La dotación de VTR al cierre de 2012 estaba compuesta por 3.695 trabajadores. Esta cifra representa un aumento de 131 personas respecto del total de 3.564 colaboradores registrado a fines de 2011. De este universo de 3.695 empleados, 2.274 correspondían a hombres -el 62%- y 1.421 a mujeres, el 38%. La edad promedio en ambos casos llegaba a los 35 años.

En VTR, casi la totalidad de los empleados (3.411) tiene contrato indefinido. La excepción la constituyen algunos cargos de primera línea, a los que se exige un período de prueba.

Dotación 2012 por categoría de cargo

Categoría de cargo	Número de empleados
Ejecutivos	119
Jefes y profesionales	873
Supervisores	231
Representantes de servicios	1.482
Vendedores	349
Técnicos	410
Administrativos	231
<b>Total</b>	<b>3.695</b>

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

## Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- Diseño y Calidad de Productos

## Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- **Nuestros Colaboradores**
- Desarrollo de Proveedores

## Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

## Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

## GRI

- Índice GRI y contenidos

## Tablas Anexas

## Verificación KPMG



# Nuestros Colaboradores

## Dotación

### Promedio de edad de empleados por género y categoría de cargo

Categoría de cargo	Dotación propia en 2011			Dotación propia en 2012		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Ejecutivos	40,4	37,0	<b>39,8</b>	41,4	37,9	<b>40,6</b>
Jefes y Profesionales	35,5	34,2	<b>35,0</b>	35,7	34,2	<b>35,2</b>
Supervisores	37,3	38,0	<b>37,6</b>	38,3	38,2	<b>38,3</b>
Representantes de Servicio	29,1	32,5	<b>31,0</b>	29,8	32,6	<b>31,3</b>
Vendedores	39,4	38,6	<b>39,1</b>	40,2	39,1	<b>39,8</b>
Técnicos	36,2	27,1	<b>36,1</b>	37,5	27,1	<b>37,2</b>
Administrativos	36,4	37,2	<b>36,7</b>	35,1	38,4	<b>36,6</b>

### Dotación por tipo de contrato

Tipo de contrato	Masculino	%	Femenino	%	Total
Indefinido	2.131	62	1.280	38	3.411
Plazo fijo	143	50	141	50	284
<b>Total</b>	<b>2.274</b>	<b>62</b>	<b>1.421</b>	<b>38</b>	<b>3.695</b>

### Dotación por tipo de jornada

Tipo de jornada	Masculino	%	Femenino	%	Total
Completa	2.016	63	1.185	37	3.201
Parcial	258	52	236	48	494
<b>Total</b>	<b>2.274</b>	<b>62</b>	<b>1.421</b>	<b>38</b>	<b>3.685</b>

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

### Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- Diseño y Calidad de Productos

### Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- **Nuestros Colaboradores**
- Desarrollo de Proveedores

### Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

### Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

### GRI

- Índice GRI y contenidos

### Tablas Anexas

### Verificación KPMG

# Nuestros Colaboradores

## ROTACIÓN

En 2012, el índice de rotación (\*) de VTR alcanzó el 23%, un nivel similar al 26% observado en 2011. Durante este período, las mayores tasas de rotación se registraron entre los empleados de menos de 30 años de edad y en funciones directivas intermedias, donde también abundan colaboradores jóvenes.

El objetivo de la empresa es enfrentar este fenómeno, de fuerte componente generacional, incorporando algunas de las principales expectativas de este grupo etario en la nueva propuesta de valor que VTR desarrollará para sus colaboradores en 2013. Simultáneamente, la empresa también ha decidido flexibilizar su política de compensaciones y beneficios con el objeto de acercarla aún más a los intereses de este segmento.

Rotación por grupo etario, género y categoría de cargo en 2012

Rango de edad	Género	Dotación al 31 de diciembre de 2011	Dotación al 31 de diciembre de 2012	Efectivo medio	Ingresos 2012	Egresos 2012	Índice de rotación	Índice de ingresos
Menos de 30 años	Hombres	638	650	644	366	255	48%	56%
	Mujeres	402	430	416	264	175	53%	61%
Entre 30 y 50 años	Hombres	1.489	1.490	1.490	133	199	11%	9%
	Mujeres	868	930	899	145	132	15%	16%
Más de 50 años	Hombres	112	134	123	7	9	7%	5%
	Mujeres	55	61	58	3	9	10%	5%
Subtotal	Hombres	2.239	2.274	2.257	506	463	21%	22%
	Mujeres	1.325	1.421	1.373	412	316	27%	29%
<b>Total</b>		<b>3.564</b>	<b>3.695</b>	<b>3.630</b>	<b>918</b>	<b>779</b>	<b>23,4%</b>	<b>25%</b>

Categoría de cargo	Dotación al 31 de diciembre de 2011	Dotación al 31 de diciembre de 2012	Efectivo medio	Ingresos 2012	Egresos 2012	Índice de rotación	Índice de ingresos
▶ Ejecutivos	125	119	122	5	16	9%	4%
▶ Jefes y Profesionales	858	873	866	124	125	14%	14%
▶ Supervisores	195	231	213	12	25	9%	5%
▶ Representantes de Servicios	1.293	1.482	1.388	647	508	42%	44%
▶ Vendedores	347	349	348	75	67	20%	21%
▶ Técnicos	537	410	474	18	18	4%	4%
▶ Administrativos	209	231	220	37	20	13%	16%
<b>Total</b>	<b>3.564</b>	<b>3.695</b>	<b>3.630</b>	<b>918</b>	<b>779</b>	<b>23%</b>	<b>25%</b>

\* Este indicador se calcula de la siguiente forma: ((ingresos + egresos) / 2) / Efectivo medio.

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

## Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- Diseño y Calidad de Productos

## Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- **Nuestros Colaboradores**
- Desarrollo de Proveedores

## Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

## Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

## GRI

- Índice GRI y contenidos

## Tablas Anexas

## Verificación KPMG

# Nuestros Colaboradores



## CALIDAD DE VIDA

VTR entrega un conjunto de beneficios diferenciados y flexibles a todos sus trabajadores, independiente de si éstos poseen contratos fijos o indefinidos o si laboran en jornadas completas o parciales.

Diseñado con el objetivo de responder a las distintas necesidades de sus empleados, este paquete compensatorio se ordena sobre la base de cuatro grandes bloques, cuyos programas apuntan principalmente a fomentar la vida saludable, generar ambientes de trabajo entretenidos y equilibrar la vida laboral y familiar.

Principales beneficios laborales que ofrece VTR:

Línea de acción	Objetivo	Iniciativas asociadas
 <b>Programa "Somos Familia"</b>	Busca favorecer la conciliación entre el trabajo y la vida familiar	En esta categoría se cuentan entre otros beneficios la flexibilidad horaria paterna, la tarde libre para que el colaborador celebre su cumpleaños, el de sus hijos o fechas como el Día de la Madre o del Padre, y la entrega de becas de excelencia académica para los hijos de empleados con destacado desempeño estudiantil
 <b>Seguro de Salud "SimpleFlex"</b>	Contempla planes diseñados en función del perfil y las necesidades del colaborador	Además de los planes Full, Familia, Preferent y Fresh del Seguro SimpleFlex, VTR otorga a sus colaboradores un seguro catastrófico, un seguro dental y un seguro de vida, así como la posibilidad de contratar seguros adicionales voluntarios

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

## Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- Diseño y Calidad de Productos

## Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- **Nuestros Colaboradores**
- Desarrollo de Proveedores

## Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

## Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

## GRI

- Índice GRI y contenidos

## Tablas Anexas

## Verificación KPMG

# Nuestros Colaboradores

Calidad de Vida

Principales beneficios laborales que ofrece VTR:

Línea de acción	Objetivo	Iniciativas asociadas
 <b>Programa Equilibrio</b>	Promueve hábitos de vida saludable para enfrentar problemas como el estrés, el sedentarismo y la mala alimentación	En el contexto de este programa, VTR desarrolla anualmente charlas sobre temas nutricionales. Además, gestiona consultas nutricionales presenciales y vía mail con expertos, y realiza jornadas para medir el colesterol
 <b>Club VTR Play</b>	Contiene todas las actividades realizadas por VTR para la entretención y recreación de los trabajadores y sus familias	Incluye iniciativas deportivas, de esparcimiento y de carácter cultural, así como los convenios para acceder a actividades o servicios de esta naturaleza en condiciones preferenciales



A los beneficios comprendidos en estos cuatro grandes ejes de acción hay que sumar otros de carácter monetario, como la posibilidad de acceder a precios preferenciales en la contratación de servicios fijos VTR o la entrega de tarjetas de Vendomática,

tickets de almuerzo y aguinaldos en Fiestas Patrias y Navidad. Como una manera de rendir homenaje a los colaboradores con mayor trayectoria en la compañía, VTR también contempla un programa de reconocimiento por años de antigüedad.

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

## Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- Diseño y Calidad de Productos

## Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- **Nuestros Colaboradores**
- Desarrollo de Proveedores

## Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

## Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

## GRI

- Índice GRI y contenidos

## Tablas Anexas

## Verificación KPMG

# Nuestros Colaboradores



## CAPACITACIÓN

En 2012, la capacitación de los empleados siguió siendo uno de los ejes prioritarios de la Gestión de Personas en VTR, tal como ocurrió en 2011. En efecto, la incorporación de la compañía a principios de año al mundo de los servicios móviles demandó de la organización un esfuerzo adicional en materia de formación y actualización continua de conocimientos, especialmente entre quienes se desempeñan en los canales de distribución y postventa.

En ese contexto, durante 2012 los empleados de la compañía accedieron a un total de 214.213 horas de capacitación. Dividida por la dotación, esta cifra se tradujo en un promedio anual de 58 horas formativas por colaborador. Por categoría de cargo, las funciones que registraron los más altos promedios de capacitación por persona durante el año fueron la de Jefes y profesionales (70), la de Supervisores (70) y la de Técnicos (65).

Horas de capacitación anuales por categoría de cargo y género en 2012

Categoría de cargo	Total horas de formación en 2011				Total horas de formación en 2012			
	Hombres	Mujeres	Total	Horas prom.	Hombres	Mujeres	Total	Horas prom.
▶ <b>Ejecutivos</b>	5.104	1.421	<b>6.525</b>	<b>52</b>	4.266	1.408	<b>5.674</b>	<b>48</b>
▶ <b>Jefes y Profesionales</b>	35.701	18.231	<b>53.932</b>	<b>63</b>	39.952	21.064	<b>61.016</b>	<b>70</b>
▶ <b>Supervisores</b>	10.127	5.277	<b>15.404</b>	<b>79</b>	10.988	5.083	<b>16.071</b>	<b>70</b>
▶ <b>Representantes de Servicio</b>	87.317	89.490	<b>176.807</b>	<b>137</b>	35.028	42.572	<b>77.600</b>	<b>52</b>
▶ <b>Vendedores</b>	19.463	12.501	<b>31.964</b>	<b>92</b>	9.883	5.970	<b>15.853</b>	<b>45</b>
▶ <b>Técnicos</b>	28.434	605	<b>29.039</b>	<b>54</b>	26.025	572	<b>26.597</b>	<b>65</b>
▶ <b>Administrativos</b>	10.076	10.076	<b>20.152</b>	<b>96</b>	6.757	4.645	<b>11.403</b>	<b>49</b>
<b>Total</b>	<b>196.221</b>	<b>137.600</b>	<b>333.821</b>	<b>94</b>	<b>132.900</b>	<b>81.313</b>	<b>214.213</b>	<b>58</b>

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

## Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- Diseño y Calidad de Productos

## Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- **Nuestros Colaboradores**
- Desarrollo de Proveedores

## Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

## Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

## GRI

- Índice GRI y contenidos

## Tablas Anexas

## Verificación KPMG

# Nuestros Colaboradores

Capacitación



Atendiendo a una demanda de carácter transversal expresada por los colaboradores, durante 2012 VTR también fortaleció la metodología e-learning en su plataforma de aprendizaje UniVTR. Esta instancia fue desarrollada por la empresa con el objetivo de generar un espacio de formación continua y de crecimiento profesional que les permita a los colaboradores estar mejor preparados ante los desafíos que plantea la estrategia corporativa.

La UniVTR cuenta con dos facultades: una de Liderazgo, con una oferta de formación dirigida a los líderes de la compañía, y otra de Clientes, con cursos orientados a los empleados del área Comercial que tienen contacto con clientes, aquellos que integran la planta técnica y a quienes ejecutan labores de apoyo a los clientes internos.

En 2012, algunos de los programas de desarrollo de habilidades que se impartieron a través de este espacio en formato online fueron los siguientes:

Tipo de programa	Nombre	Número de participantes	Descripción
Diplomado	Facultad de Liderazgo e-Class	3	Diplomado en Gestión de Negocios consistente en seis cursos (tres financiados por VTR y tres por el colaborador)
	Facultad de Liderazgo e-Class	17	Diplomado en Habilidades Directivas, consistente en seis cursos (tres financiados por VTR y tres por el colaborador)
Curso (Interno o externo)	Programa de Especialización en Liderazgo	485	Programa conjunto con e-Class de tres cursos (Liderazgo, Coaching y trabajo en equipo, y Comunicación Efectiva), enfocado en materias de liderazgo.
	Programa de Especialización en Gestión	730	Programa conjunto con e-Class de tres cursos (Negociación, Dirección de Proyecto y Planificación Estratégica), enfocado en materias de gestión.

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

## Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- Diseño y Calidad de Productos

## Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- **Nuestros Colaboradores**
- Desarrollo de Proveedores

## Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

## Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

## GRI

- Índice GRI y contenidos

## Tablas Anexas

## Verificación KPMG

# Nuestros Colaboradores



## GESTIÓN DEL DESEMPEÑO

Cada año, VTR evalúa el desempeño de sus colaboradores con el objetivo de medir su labor y actualizar sus metas y desafíos en el marco de la estrategia de negocio de la empresa. Todos los empleados de la compañía tienen la obligación de participar en este proceso. Las únicas excepciones las constituyen quienes están contratados bajo la modalidad de plazo fijo; es decir, el 8% de la dotación.

Durante 2012, el sistema de evaluación incorporó importantes modificaciones. Entre ellas destacan:

- A** Se agrega al proceso una evaluación de pares (mirada en 180°)
- B** Se incorpora un comité de calibración. En una primera etapa se calibraron los gerentes y para 2013 se considera hacerlo también con los subgerentes.
- C** Se modificaron las competencias a evaluar y la escala de medición.



Al cierre de 2012, el 96,7% de los trabajadores susceptibles de ser evaluados en VTR contaban con sus procesos de gestión de desempeño finalizados. Este universo incluye a personas evaluadas (empleados evaluados que trabajaron durante 2012 y que tenían al menos seis meses de antigüedad) y a personas a las cuales se les definieron objetivos (empleados que no son evaluados y que tienen menos de seis meses de antigüedad, un grupo que incluso considera a trabajadores que ingresaron en 2013). En resumen, el personal evaluado fue del 81%, cifra que se encuentra dentro del 96,7% del GD finalizado.

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

## Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- Diseño y Calidad de Productos

## Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- **Nuestros Colaboradores**
- Desarrollo de Proveedores

## Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

## Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

## GRI

- Índice GRI y contenidos

## Tablas Anexas

## Verificación KPMG



# Nuestros Colaboradores

## Gestión del Desempeño

Porcentaje de empleados que recibieron evaluaciones de desempeño (por cargo y género) \*

Categoría de cargo	Dotación propia evaluada en 2011				Dotación propia evaluada en 2012			
	Hombres	Mujeres	Total	%	Hombres	Mujeres	Total	%
▶ <b>Ejecutivos</b>	95	20	<b>115</b>	<b>93</b>	83	24	<b>107</b>	<b>95</b>
▶ <b>Jefes y Profesionales</b>	541	274	<b>815</b>	<b>98</b>	471	219	<b>690</b>	<b>83</b>
▶ <b>Supervisores</b>	129	63	<b>192</b>	<b>98</b>	139	67	<b>206</b>	<b>89</b>
▶ <b>Representantes de Servicio</b>	546	546	<b>1.092</b>	<b>77</b>	436	429	<b>865</b>	<b>72</b>
▶ <b>Vendedores</b>	177	96	<b>273</b>	<b>80</b>	171	98	<b>269</b>	<b>84</b>
▶ <b>Técnicos</b>	383	8	<b>391</b>	<b>96</b>	386	9	<b>395</b>	<b>94</b>
▶ <b>Administrativos</b>	131	98	<b>229</b>	<b>91</b>	95	77	<b>172</b>	<b>78</b>
<b>Total</b>	<b>2.002</b>	<b>1.105</b>	<b>3.107</b>	<b>87</b>	<b>1.781</b>	<b>923</b>	<b>2.704</b>	<b>81</b>

Proceso de evaluación de desempeño al cierre de 2012

Situación	Número de empleados	Porcentaje del total
GD Finalizado	3.250	96,7%
GD en proceso	20	0,6%
GD no evaluado	90	2,7%
<b>Total</b>	<b>3.360</b>	

\* Los procesos de GD están desfasados en un período, puesto que las evaluaciones se realizan durante los primeros meses del año siguiente al del estudio. Para el cálculo de estos datos se consideró la dotación de fines de diciembre de 2011 y 2012, respectivamente, la que no coincide necesariamente con la dotación existente durante el período de evaluación.

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

## Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- Diseño y Calidad de Productos

## Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- **Nuestros Colaboradores**
- Desarrollo de Proveedores

## Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

## Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

## GRI

- Índice GRI y contenidos

## Tablas Anexas

## Verificación KPMG



# Nuestros Colaboradores

## MOVILIDAD INTERNA

VTR cuenta con un Programa de Movilidad Interna a través del cual fomenta y gestiona la postulación de sus colaboradores a posiciones vacantes dentro de la misma compañía. En 2012, mediante este sistema se cubrió con empleados de la empresa el 72% de las plazas abiertas para cargos de liderazgo, categoría que comprende a supervisores, jefes, gerentes y subgerentes, y hacia la cual apunta precisamente

este proceso de desarrollo laboral. Cabe consignar que en 2011 la cobertura en este segmento sólo llegó al 56%

En total, el Programa de Movilidad Interna durante 2012 permitió llenar con colaboradores de VTR 268 de los 1.186 puestos abiertos en la organización, lo que representa el 23% de los requerimientos.

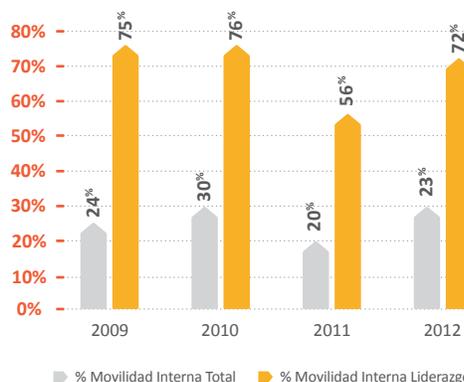
Resultados del programa de Movilidad Interna en 2012

Categoría de cargo	Externo	Interno
Administrativos	37	29
Gerentes	0	3
Jefes	11	16
Profesionales	113	69
Representantes de Servicio	652	64
Subgerente	4	8
Supervisor	12	44
Técnicos	13	26
Vendedores	75	9
Vicepresidentes	1	0
<b>Total general</b>	<b>918</b>	<b>268</b>
<b>Liderazgo</b>	<b>28</b>	<b>71</b>

Resumen porcentaje de movilidad interna



Movilidad Interna 2012: Total vs Liderazgo



- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

## Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- Diseño y Calidad de Productos

## Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- **Nuestros Colaboradores**
- Desarrollo de Proveedores

## Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

## Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

## GRI

- Índice GRI y contenidos

## Tablas Anexas

## Verificación KPMG



# Nuestros Colaboradores



## SALUD Y SEGURIDAD

En diciembre de 2012, VTR registró una tasa de accidentabilidad de 1,97%, un nivel por debajo del índice de la industria a igual fecha, que superó el 4%, e inferior también al 2,62% registrado por la empresa en el mismo mes de 2011.

Tasa de accidentabilidad 2004-2012 \*

2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
4,76	4,07	5,07	2,18	2,09	2,28	2,02	2,62	1,97

Las cifras corresponden a los meses de diciembre de cada año y no a un promedio anual

Tasa de accidentabilidad por género

Género	2011	2012
Hombres	1,96	1,42
Mujeres	0,66	0,55
<b>Total</b>	<b>2,62</b>	<b>1,97</b>

Por su parte, el índice de siniestralidad de la compañía alcanzó en diciembre de 2012 los 35 puntos. Si bien esta cifra representa un incremento significativo respecto de la tasa alcanzada por la empresa a igual fecha de 2011, siguió por debajo de los 44 puntos anotados como promedio de la industria ese mismo mes.

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

## Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- Diseño y Calidad de Productos

## Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- **Nuestros Colaboradores**
- Desarrollo de Proveedores

## Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

## Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

## GRI

- Índice GRI y contenidos

## Tablas Anexas

## Verificación KPMG



# Nuestros Colaboradores

## Salud y Seguridad

### Tasa de siniestralidad 2004-2012 \*\*

Año	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Tasa de siniestralidad	56,3	39,1	60,3	17,4	18,5	22,4	23,0	23,0	35,0

Las cifras corresponden a los meses de diciembre de cada año y no a un promedio anual

### Tasa de siniestralidad por género

Género	2011	2012
Hombres	19,43	28,32
Mujeres	3,57	6,68
<b>Total</b>	<b>23,0</b>	<b>35,0</b>

El aumento que registró la tasa de siniestralidad de VTR entre mayo y diciembre de 2012, período durante el cual el índice alcanzó peaks de 40 puntos, fue consecuencia de la aparición de algunos casos de enfermedades profesionales que calificaron como tales y de un alza en las lesiones músculo-esqueléticas entre los agentes técnicos y los

ejecutivos de ventas en terreno. Para hacer frente a esta situación, VTR decidió fortalecer la estructura del área de Prevención de Riesgos, para permitir su presencia de Arica a Puerto Montt, y modernizar los procesos de esta unidad con un software de creación propia, para así focalizar el trabajo del equipo en la gestión central de prevención.

### Días perdidos

Detalle	2011			2012		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Días perdidos por accidente de trayecto	90	318	408	248	272	520
Días perdidos por accidentes de trabajo	677	134	811	827	207	1.034
Días perdidos por enfermedad profesional	15	-	15	96	16	112
Días perdidos por enfermedad común	-	-	-	-	-	-
<b>Total de días perdidos</b>	<b>782</b>	<b>452</b>	<b>1.234</b>	<b>1.171</b>	<b>495</b>	<b>1.666</b>

\*Tasa de accidentabilidad: Promedio de trabajadores de la compañía que sufrió un accidente de trabajo con tiempo perdido en los últimos 12 meses.

\*\*Tasa de siniestralidad: Número de días perdidos por cada 100 colaboradores.

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

## Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- Diseño y Calidad de Productos

## Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- **Nuestros Colaboradores**
- Desarrollo de Proveedores

## Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

## Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

## GRI

- Índice GRI y contenidos

## Tablas Anexas

## Verificación KPMG



# Nuestros Colaboradores

## COMITÉS PARITARIOS

Al cierre de 2012, 264 colaboradores de VTR —es decir, el 7% de la dotación— formaban parte de los 22 Comités Paritarios de Seguridad e Higiene que operaban a la fecha en la compañía. Estos órganos están integrados por tres representantes

de los trabajadores y tres representantes de la administración de la empresa en calidad de titulares, además de seis representantes en condición de suplentes. Al cierre de dicho período su labor cubría a un total de 3.695 empleados.

Zonas	Participantes	Colaboradores cubiertos	% cobertura colaboradores
Norte	48	237	6%
Centro	60	340	9%
Sur	48	319	9%
RM	108	2.799	76%
<b>TOTAL</b>	<b>264</b>	<b>3.695</b>	<b>100%</b>

## POLÍTICA DE NO DISCRIMINACIÓN

VTR cuenta con una Política de No Discriminación que reconoce y valora de manera explícita el aporte que puede hacer una fuerza de trabajo diversa en el desafío que se plantea la compañía de alcanzar el máximo potencial del negocio y los más altos estándares de clima, innovación y creatividad.

Esta Política establece que la compañía no discrimina a las personas por su género, raza, color, orientación

sexual, edad, estado civil, sindicalización, religión, opinión política, nacionalidad, ascendencia nacional u origen social, ni tampoco por razones de discapacidad. De igual modo formaliza los compromisos adoptados por la empresa para velar porque estos criterios se consoliden como parte de la identidad corporativa. Estos compromisos son:

Potenciar el mérito como la principal herramienta de crecimiento al interior de la organización.

Considerar como únicos requisitos para llenar un puesto laboral las habilidades de los postulantes y los requerimientos del cargo.

Investigar con severidad aquellos casos denunciados de discriminación y tomar las acciones pertinentes para evitar su reiteración.

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

## Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- Diseño y Calidad de Productos

## Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- **Nuestros Colaboradores**
- Desarrollo de Proveedores

## Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

## Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

## GRI

- Índice GRI y contenidos

## Tablas Anexas

## Verificación KPMG



# Nuestros Colaboradores

## IGUALDAD DE GÉNERO

En sintonía con su posición en el ámbito de la discriminación, la empresa no considera el género del colaborador como una variable determinante en los procesos de reclutamiento y selección de personal. Las diferencias que se puedan registrar entre los empleados en términos de renta obedecen únicamente a las complejidades inherentes a los cargos, a la responsabilidad de estas posiciones y al aporte que cada uno hace al desarrollo del negocio.

Al cierre de 2012, trabajaban en VTR 1.421 mujeres, cifra equivalente al 38% de la dotación. Con una edad promedio de 35 años, su mayor participación se registraba en las categorías de “Representantes de Servicios” (53%) y “Administrativos” (44%), mientras que su presencia más baja se localizaba en los segmentos “Técnico”, con el 2%, y “Ejecutivos”, con el 22%.

Dotación 2012 por género y categoría de cargos

Categoría	Masculino	%	Femenino	%	Total	%
Ejecutivos	93	78	26	22	119	100
Jefes y profesionales	574	66	299	34	873	100
Supervisores	158	68	73	32	231	100
Representantes de servicios	699	47	783	53	1.482	100
Vendedores	221	63	128	37	349	100
Técnicos	400	98	10	2	410	100
Administrativos	129	56	102	44	231	100
<b>Total</b>	<b>2.274</b>	<b>62</b>	<b>1.421</b>	<b>38</b>	<b>3.695</b>	<b>100</b>

Distribución por género en el grupo ejecutivo 2010-2012

Cargo	2010		2011		2012	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Vicepresidente	7	1	7	1	7	1
Gerente	38	3	35	4	25	4
Subgerente	71	22	61	17	61	21
<b>Total</b>	<b>116</b>	<b>27</b>	<b>102</b>	<b>22</b>	<b>93</b>	<b>26</b>

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

## Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- Diseño y Calidad de Productos

## Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- **Nuestros Colaboradores**
- Desarrollo de Proveedores

## Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

## Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

## GRI

- Índice GRI y contenidos

## Tablas Anexas

## Verificación KPMG



# Nuestros Colaboradores

## BRECHA SALARIAL

En VTR, las mujeres ganan prácticamente lo mismo que los hombres en cuatro de las siete categorías de cargo existentes en la organización.

La función en la que resulta más acentuada la brecha salarial hombre-mujer en la compañía es la de Ejecutivos, que es donde se observa la más baja

presencia femenina y en la que se agrupa sólo el 3% del total de colaboradores.

En cambio, la categoría en la que la diferencia favorable es mayor para las mujeres es la de Administrativos, nivel de cargo en que la participación femenina llega al 44% y que representa el 6,2% del total de la dotación.

Relación entre el salario base y la remuneración de mujeres y hombres por cargo

Categoría de cargo	2011			2012		
	Promedio salario base hombres	Promedio salario base mujeres	Relación	Promedio salario base hombres	Promedio salario base mujeres	Relación
Ejecutivos	\$5.393.412	\$3.842.796	0,71	\$4.804.934	\$3.628.984	0,76
Jefes y Profesionales	\$1.253.417	\$1.227.453	0,98	\$1.371.622	\$1.369.576	1,00
Supervisores	\$ 1.173.414	\$1.127.425	0,96	\$1.269.805	\$1.197.878	0,94
Representantes de Servicio	\$749.923	\$739.374	0,99	\$841.302	\$804.697	0,96
Vendedores	\$1.376.747	\$1.919.557	1,39	\$1.329.201	\$1.316.781	0,99
Técnicos	\$633.694	\$624.363	0,99	\$638.971	\$632.710	0,99
Administrativos	\$623.085	\$603.084	1,19	\$611.509	\$619.693	1,01
<b>Total</b>	<b>\$1.600.527</b>	<b>\$1.440.579</b>	<b>0,90</b>	<b>\$1.552.478</b>	<b>\$1.367.188</b>	<b>0,88</b>

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

## Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- Diseño y Calidad de Productos

## Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- **Nuestros Colaboradores**
- Desarrollo de Proveedores

## Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

## Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

## GRI

- Índice GRI y contenidos

## Tablas Anexas

## Verificación KPMG



# Nuestros Colaboradores

## Brecha Salarial

El enfoque de no discriminación por género en materia de rentas que declara VTR también se materializó en la asignación de aumentos de sueldo por mérito que realizó la compañía en 2012. Algunos datos relevantes de este proceso así lo confirman:

- ▶ Mientras el 18% de los hombres con posibilidad de recibir ajustes obtuvo el beneficio, en el caso de las mujeres esta proporción llegó al 17%.
- ▶ El 66% de las mujeres afectas a este incremento estaba al momento de recibirlo con un salario equivalente o superior al promedio de mercado. En el caso de los hombres, esta cifra llegaba sólo al 55%.

### Ajustes de remuneraciones en 2012

Detalle	Género	Número de empleados
Personas con posibilidad de ajuste de rentas	Mujeres	455
	Hombre	1.221
	<b>Total</b>	<b>1.676</b>
Personas con ajuste de rentas	Mujeres	76
	Hombres	223
	<b>Total</b>	<b>299</b>
% de personas con ajuste de rentas	Mujeres	17%
	Hombres	18%
	<b>Total</b>	<b>18%</b>

### Salario base en VTR

Al cierre de 2012, el salario mínimo de VTR \* alcanzaba los \$393.075. Esta cifra representa 2,0 veces el salario mínimo legal vigente a esa fecha, de \$193.000.

### Remuneración base en VTR

Año	Salario mínimo VTR	Salario mínimo legal	Relación
2008	\$ 338.800	\$ 159.000	2,1
2009	\$ 364.227	\$ 165.000	2,2
2010	\$ 377.700	\$ 172.000	2,2
2011	\$ 391.971	\$182.000	2,2
2012	\$ 393.075	\$ 193.000	2,0

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

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

### Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- Diseño y Calidad de Productos

### Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- **Nuestros Colaboradores**
- Desarrollo de Proveedores

### Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

### Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

### GRI

- Índice GRI y contenidos

### Tablas Anexas

### Verificación KPMG



# Nuestros Colaboradores

## RELACIÓN CON LOS SINDICATOS

VTR mantiene con sus sindicatos una relación de trato directo y continuo basada en la confianza, la claridad y la transparencia. El desafío que se plantea a la empresa es involucrar a estas organizaciones en el logro de objetivos comunes, razón por la cual su mirada apunta al empoderamiento de sus líderes y al fortalecimiento de instancias de trabajo conjunto.

En diciembre de 2012, los ocho sindicatos constituidos en la compañía agrupaban a un total de 1.376 colaboradores, lo que equivale al

37% de la dotación. Esta tasa de sindicalización es ocho puntos porcentuales mayor que la de 2011 y responde a la incorporación del nuevo sindicato del CES.

En 2012, VTR no registró huelgas o paralizaciones superiores a siete días. Durante el período, la empresa desarrolló tres procesos de negociación colectiva (con los sindicatos de Metrópolis, VI Región y CES). Para 2013 tiene programado llevar adelante otros dos, con los sindicatos de la Zona Centro y el de la Zona Norte.

	2010	2011	2012
Total de empleados	3.684	3.564	3.695
Empleados sindicalizados	998	1.018	1.376
Empleados asimilados a los sindicatos	33	155	31
Empleados cubiertos por un convenio colectivo	1.031	1.173	1.407
<b>% de sindicalización</b>	<b>27%</b>	<b>29%</b>	<b>37%</b>
Número de sindicatos	8	7	8
% empleados cubiertos por un convenio colectivo	28%	33%	38%

Nombre de los Sindicatos	Empleados sindicalizados		
	2010	2011	2012
Sindicato Centro	109	123	154
Sindicato CES	-	-	273
Sindicato IV Región	25	25	16
Sindicato Metrópolis	93	127	149
Sindicato STX Cable	169	161	154
Sindicato Técnicos Santiago	186	217	236
Sindicato Trabajadores Zona Sur	222	194	196
Sindicato Venta Santiago	185	171	198
Sindicato de Trabajadores Zona Norte Iquique y Otro	9	-	-
<b>Total de trabajadores sindicalizados</b>	<b>998</b>	<b>1.018</b>	<b>1.376</b>
Total dotación	3.684	3.564	3.695
<b>% de sindicalización</b>	<b>27%</b>	<b>29%</b>	<b>37%</b>

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

## Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- Diseño y Calidad de Productos

## Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- **Nuestros Colaboradores**
- Desarrollo de Proveedores

## Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

## Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

## GRI

- Índice GRI y contenidos

## Tablas Anexas

## Verificación KPMG



# Nuestros Colaboradores

Relación con los Sindicatos

## AVANCES EN MESAS DE TRABAJO CONJUNTO

En 2011, VTR propuso a sus sindicatos la creación de mesas de trabajo para elaborar de manera conjunta soluciones y planes de prevención respecto de los temas considerados más críticos por los trabajadores.

La primera de estas instancias en constituirse fue la del Sindicato de Técnicos con el objetivo de mejorar las condiciones laborales en que se desempeñaban los agentes de instalación y mantenimiento de redes. En 2012, el trabajo de esta instancia se orientó al análisis y comparación de esta situación a nivel de industria, labor que contó con la participación de especialistas de la Asociación Chilena de Seguridad (ACHS). Durante el año también se establecieron las bases para definir una batería de exámenes pre y ocupacionales que se comenzarán a aplicar en 2013 a todos los técnicos.

Otra de las mesas de trabajo conformadas en 2011 fue la del Sindicato de la Zona Centro en torno al tema del endeudamiento. En 2012, este grupo se abocó, entre otros temas, al estudio de la salud y la calidad de vida en las sucursales, trabajo que se tradujo en la definición de un Plan Antiestrés.

Otros hitos en la relación de VTR con sus sindicatos registrados en 2012 fueron:



Se estableció una Agenda Semanal de Trabajo en coordinación con las zonas y áreas operativas respectivas.



Comenzó un proceso de ordenamiento interno de roles y protocolos de actuación de la empresa hacia los sindicatos.



Se avanzó en la incorporación integrada de las áreas especialistas, que son las que aportan las soluciones de carácter técnico, comercial legal y de recursos humanos.

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

## Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- Diseño y Calidad de Productos

## Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- **Nuestros Colaboradores**
- Desarrollo de Proveedores

## Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

## Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

## GRI

- Índice GRI y contenidos

## Tablas Anexas

## Verificación KPMG



# Nuestros Colaboradores



## CLIMA LABORAL

VTR aplica la encuesta del Great Place To Work para medir y gestionar las acciones que desarrolla en el ámbito de los recursos humanos, considerando que esta herramienta evalúa dimensiones similares a las que se orienta la Estrategia de Personas de la compañía y que son Liderazgo y Autoliderazgo; Equilibrio y Calidad de Vida; Meritocracia y Equidad; Trabajo desafiante y Orgullo de pertenecer a la empresa.

En 2012, los resultados del estudio GPTW le permitieron a VTR mantenerse entre las 10 Mejores Empresas para Trabajar en Chile. Si bien en este sondeo la percepción favorable de los trabajadores registra una caída de cuatro puntos respecto de la observada en el año anterior, para la empresa esta calificación resultó más que apreciable a la luz del contexto de cambio reinante en el período en que se ejecutó la consulta.

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

## Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- Diseño y Calidad de Productos

## Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- **Nuestros Colaboradores**
- Desarrollo de Proveedores

## Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

## Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

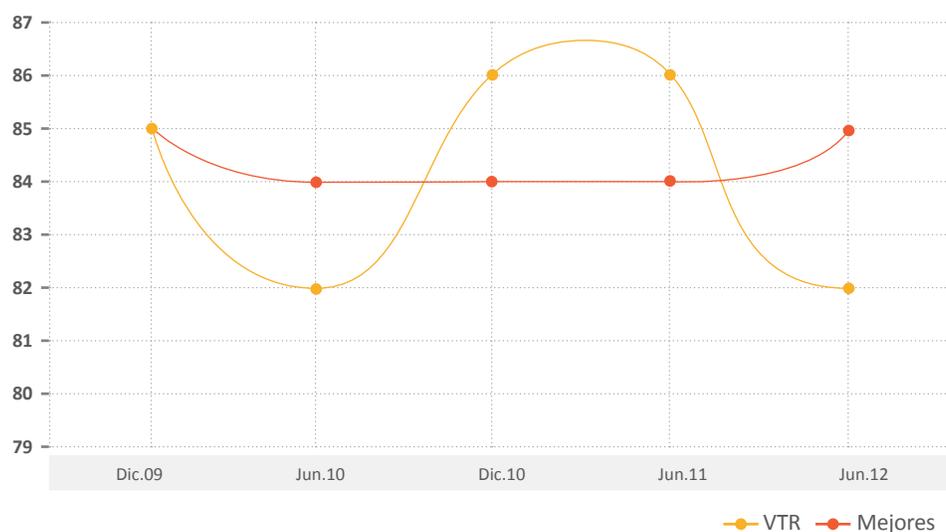
## GRI

- Índice GRI y contenidos

## Tablas Anexas

## Verificación KPMG

### Medición Clima GPTW 2012



# Desarrollo de Proveedores

## GESTIÓN DE EMPRESAS PROVEEDORAS DE SERVICIOS

Las Empresas Proveedoras de Servicios con que opera VTR cubren en la organización funciones que van desde la instalación y reparación de los servicios en los hogares de los clientes hasta la atención en las cajas de las sucursales y el aseo de las instalaciones, entre otras muchas tareas. Al cierre de 2012, prestaban servicio a la compañía un total de 171 EPS, en las que se desempeñaban 7.834 trabajadores.

Con estas empresas VTR busca establecer relaciones duraderas basadas en principios como la confianza y la colaboración recíproca. En esa línea, en el año 2010 la compañía tomó la decisión de optimizar su cartera de proveedores, en lugar de seguir ampliándola, para así tener la certeza de estar trabajando con EPS cuyo estándar de calidad considera como requisito mínimo el cumplimiento de las obligaciones laborales y previsionales que poseen con sus trabajadores.

Para avanzar en este objetivo, VTR impulsó desde entonces un proceso de auditoría con una consultora externa con el fin de certificar el respeto por parte de estas empresas de la Ley Laboral. Durante 2012, en el marco de esta labor se auditaron en total 171 EPS, considerando las 96 auditadas en 2011. Además de este logro, a lo largo de este año la compañía impulsó otras iniciativas tendientes a fortalecer el monitoreo y control del cumplimiento normativo de las EPS. Entre ellas se cuentan:

-  Capacitaciones sobre la certificación laboral mensual, que verifica el respeto de las obligaciones laborales y previsionales, declaradas por la Ley de Subcontratación, a todas las empresas contratistas de VTR.
-  Se realizaron auditorías en terreno para certificar buenas prácticas y control de externos a los contratistas de las zonas Norte, Sur y Santiago.
-  Incorporación de sistemas automatizados propios del área de Gestión y Control de Externos a la plataforma web en línea para monitorear la gestión, el tamaño, la dotación y el desempeño de los contratistas.
-  VTR auditó el cumplimiento de la edad legal para trabajar y el cargo específico que desempeñan las personas, de acuerdo con lo permitido por la Ley y lo definido en el contrato de trabajo.
-  Entrega de material y procedimientos sobre gestión y administración de externos a contratistas y administradores de contrato VTR.

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

## Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- Diseño y Calidad de Productos

## Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- Nuestros Colaboradores
- **Desarrollo de Proveedores**

## Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

## Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

## GRI

- Índice GRI y contenidos

## Tablas Anexas

## Verificación KPMG

# Desarrollo de Proveedores

Gestión de Empresas Proveedoras de Servicios

## NUEVO "SELLO VTR"

Con el fin de reconocer a aquellas EPS que muestren un desempeño de excelencia no sólo en materia de cumplimiento normativo, sino también en términos de servicios, para así convertirlas en socios activos del plan estratégico corporativo, en 2012 la compañía creó el denominado "Sello VTR".

Para la obtención de esta distinción por parte de los contratistas, la empresa estableció un proceso de tres años que impone requisitos concretos para cada uno de los períodos en materias de Patrimonio, Experiencia Clientes y Reputación. El siguiente cuadro detalla las etapas que contempla dicho plan.

Ámbito de gestión	Iniciativas asociadas
<b>Patrimonio</b> AÑO 2013	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Certificación laboral y Certificación PYME.</li> <li>• Automatización de reportería.</li> <li>• Alerta de empresas riesgosas según matriz de riesgos (análisis financieros y riesgos legales).</li> <li>• Nexo entre VTR y contratista.</li> </ul>
<b>Experiencia Clientes</b> AÑO 2014	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Homologación de perfiles de selección.</li> <li>• Capacitación: Inducción, comunicación y soporte de canales, y formación continua.</li> <li>• Beneficios.</li> <li>• Homologación de compensaciones.</li> </ul>
<b>Reputación</b> AÑO 2015	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Objetivos de desempeño anuales de contratistas respecto del cumplimiento de variables básicas, como rotación, prevención de riesgos, salud ocupacional, etc. Estrategias comunes de socios de negocio.</li> <li>• Prácticas de RSE y GPTW.</li> </ul>

## Centro de Formación Técnica de VTR

En 2008, VTR decidió crear un modelo de evaluación que permitiera a los agentes técnicos pertenecientes a las empresas que le prestan servicios demostrar, bajo la metodología del "aprender haciendo", que contaban con las competencias necesarias para el correcto desempeño de sus funciones. Para tal efecto, la compañía habilitó en unas antiguas dependencias corporativas de Maipú un espacio con tres minidepartamentos simulados a fin de recrear la experiencia de instalación de un técnico.

Simultáneamente diseñó un sistema de evaluación que medía el manejo de cuatro competencias críticas a partir de las dimensiones del conocimiento, la actitud y la habilidad. Con estas herramientas se propuso realizar un diagnóstico de la preparación de los operarios en servicio. El resultado de este ejercicio fue tan desfavorable que obligó a VTR a dar forma un sistema de calificación que incluyera también una fase formativa. Así fue como nació en 2009 el Centro de Formación Técnica de VTR. A través de esta instancia se desarrolla actualmente un curso formativo de instalación dirigido a los colaboradores

de las EPS de este rubro, cuya duración es de ocho días y que culmina con la certificación de la compañía para quienes lo aprueban. Para su ejecución, el programa cuenta con dos partners académicos: la Universidad Técnica Federico Santa María y Sprint Consultores, los que operan la plataforma bajo la figura de comodato.

Cada uno de estos cursos cuenta con un máximo de 24 alumnos y considera bloques que van desde clases en torno a productos y módulos sobre el protocolo técnico Ilumina de atención a clientes hasta talleres actitudinales y laboratorios prácticos de servicio. Su última jornada está dedicada a la certificación y la evidencia de las competencias que se han definido como críticas para el cargo. Para obtener dicha credencial, los postulantes deben demostrar su preparación en un proceso de instalación dramatizada, que incluye a actores profesionales representando a usuarios de distinto perfil. En 2012, 428 jóvenes de Empresas Proveedoras de Servicios cursaron este programa. De este universo, 361 lograron aprobarlo, el 84%.

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

## Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- Diseño y Calidad de Productos

## Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- Nuestros Colaboradores
- **Desarrollo de Proveedores**

## Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

## Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

## GRI

- Índice GRI y contenidos

## Tablas Anexas

## Verificación KPMG



# Desarrollo de Proveedores

Gestión de Empresas Proveedoras de Servicios

## Empresas de Servicios Transitorios

VTR opera con Empresas de Servicios Transitorios, EST. Estas firmas se encargan de proveer a la compañía del personal necesario para ejecutar proyectos de hasta seis meses de duración, aumentos ocasionales y todos los reemplazos de licencias prolongadas y licencias pre y postnatales. Durante 2012, las EST que prestaron servicios en VTR fueron

Manpower y ATCOM, esta última sólo hasta mediados de año. Mientras la primera brinda a VTR, entre otras posiciones, toda la fuerza de venta y ejecutivos de atención a clientes, ATCOM aportó hasta el mes de julio directivos intermedios. Durante 2012, a través de estas dos firmas prestaron servicios a la compañía un total de 574 trabajadores.

## COMPRAS LOCALES

Durante 2012, VTR realizó transacciones con un total de 2.297 proveedores. De este universo, 2.192 correspondieron a proveedores nacionales (es decir, el 95%) y 105, a proveedores internacionales.

A lo largo de este período, el gasto total efectuado por la compañía en materia de proveedores se elevó a US\$ 887,59 millones, de los cuales US\$ 707,01 millones se orientaron a proveedores nacionales,

lo que representa el 80% del total. Este total de gasto en proveedores de 2012 equivale a un aumento de US\$ 74,3 millones en comparación con el monto ejecutado en 2011. Dicha diferencia responde al mayor volumen de adquisiciones materializado durante el ejercicio 2012 en el marco de la incorporación de la compañía al mundo de los servicios móviles.

Gastos correspondientes a proveedores locales (cifras en millones de US\$)

Tipo de proveedores	2011		2012	
	Cantidad de proveedores	Gasto en proveedores	Cantidad de proveedores	Gasto en proveedores
Nacionales	2.606	US\$ 642,98	2.192	US\$ 707,01
Internacionales	109	US\$ 170,29	105	US\$ 180,58
<b>Total</b>	<b>2.715</b>	<b>US\$ 813,27</b>	<b>2.297</b>	<b>US\$ 887,59</b>

Proporción de proveedores locales y gasto total involucrado durante 2012

Tipo de proveedores	Proporción	Porcentaje del gasto involucrado
Nacionales	95%	80%
Internacionales	5%	20%

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

## Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- Diseño y Calidad de Productos

## Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- Nuestros Colaboradores
- **Desarrollo de Proveedores**

## Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

## Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

## GRI

- Índice GRI y contenidos

## Tablas Anexas

## Verificación KPMG



# Desarrollo de Proveedores

Compras locales

Proporción de gastos correspondientes a proveedores locales \* por región

Zona operativa	2011		2012	
	Cantidad de proveedores por región **	Gasto en proveedores por región	Cantidad de proveedores por región	Gasto en proveedores por región
Zona Norte <sup>1</sup>	117	US\$ 32,24	68	US\$ 37,55
Zona Central <sup>2</sup>	95	US\$ 28,09	76	US\$ 35,58
Zona Metropolitana + UAC	2.336	US\$ 720,67	2.030	US\$ 777,86
Zona Sur <sup>3</sup>	167	US\$ 32,16	123	US\$ 36,60
<b>Total</b>	<b>2.715</b>	<b>US\$ 813,27</b>	<b>2.297</b>	<b>US\$ 887,59</b>

\* Un proveedor local es aquel que por su ubicación geográfica y servicios y/o bienes transa en forma exclusiva para una ciudad en particular.

\*\* Estas cifras incluyen la totalidad de proveedores locales vigentes de la cartera de la compañía por región, y no sólo los proveedores con que en 2012 VTR realizó transacciones.

1 Considera las regiones I, II, III, IV y XV.

2 Considera las regiones V y VI.

3 Considera las regiones VII, VIII, IX, X, XI y XIV.

## AVANCES PARA AUMENTAR LA EFICIENCIA DE LOS PROCESOS

Del total de 3.562 proveedores activos con que cuenta VTR, 180 son considerados de carácter estratégico para el desarrollo del negocio. Con todos ellos, la compañía busca establecer una relación de largo plazo, fundada en la confianza y orientada a la búsqueda de beneficios mutuos.

En ese contexto, durante los últimos años la empresa ha puesto especial énfasis en la optimización e innovación de los procesos de compra. Durante 2012, algunos de los principales avances impulsados en este ámbito fueron:



### Segmentación de proveedores:

Se actualizó la base de datos de empresas con el fin de establecer un listado sólo con aquellas capaces de entregar una oferta atractiva y de beneficio mutuo para VTR. Esta labor permitió reducir el número de proveedores activos de la compañía a un total de 3.500 aproximadamente. Dicha iniciativa mejoró la eficiencia en los procesos de búsqueda de proveedores, control de la base de datos y regularización de antecedentes de estas empresas.



### Desarrollos en el NNOC\*:

Estas mejoras estuvieron orientadas a la automatización de tareas que hasta entonces se ejecutaban de forma manual. Estos avances permitirán registrar todas las transacciones que se negocian con los proveedores, así como controlar y dar seguimiento a los procesos internos de compras.

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

## Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- Diseño y Calidad de Productos

## Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- Nuestros Colaboradores
- **Desarrollo de Proveedores**

## Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

## Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

## GRI

- Índice GRI y contenidos

## Tablas Anexas

## Verificación KPMG

# Desarrollo de Proveedores

Avances para aumentar la eficiencia de los procesos



## Supplier Portal:

Esta plataforma permite a los proveedores consultar sus órdenes de compras emitidas, revisar su estado y verificar sus fechas de pago. Con el fin de fortalecer y potenciar su uso masivo, durante 2012 VTR impulsó una serie de iniciativas. Entre ellas están el monitoreo diario y la reportería semanal de su funcionamiento; la desactivación de aquellos proveedores con más de 90 días sin conexión; un plan de difusión a través de distintos formatos y canales; el desarrollo de una “Zona de Proveedores” para mejorar el acceso de las empresas al sitio, y un programa de capacitación para su utilización.

## I-Procurement:

Esta herramienta permite a las áreas usuarias de VTR gestionar sus compras de manera independiente, en el marco de acuerdos comerciales previos entre la compañía y los proveedores. A fin de potenciar su eficiencia y masificar su empleo a nivel interno, en 2012 se incrementó el volumen de contratos cargados y se continuaron desarrollando capacitaciones. Cabe consignar que el uso de esta plataforma supone una serie de ventajas para la organización, como la

reducción de costos y tiempos de producción y una mejora en la relación entre el cliente corporativo y los proveedores.

## Red de negocios [www.misproveedores.cl](http://www.misproveedores.cl):

Esta es una herramienta electrónica impulsada por la Cámara de Comercio de Santiago, en cuyo desarrollo ha estado presente desde sus inicios VTR. Consiste en un registro en el cual los proveedores del mundo privado pueden acreditarse para acceder a compradores de diversos rubros económicos. En 2012, este espacio cambió su formato para pasar a convertirse en una plataforma integral que incorpora incluso un módulo de sustentabilidad, donde las empresas pueden realizar un autodiagnóstico de su nivel de alineamiento con las siete materias fundamentales de RSE que contempla la Norma ISO 26000. VTR promueve la inscripción de sus proveedores registrados en este catastro y colabora con la CCS en lo que se refiere a necesidades de gestión.

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

## Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- Diseño y Calidad de Productos

## Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- Nuestros Colaboradores
- **Desarrollo de Proveedores**

## Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

## Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

## GRI

- Índice GRI y contenidos

## Tablas Anexas

## Verificación KPMG

\*NNOC: National Network Operational Center de VTR.

## Promover una sociedad digital



### Enfoque de gestión

VTR promueve la creación de un entorno seguro para el uso de sus servicios, poniendo a disposición de los clientes herramientas de control y protección de los niños, impulsando instancias de educación dirigidas a las familias y creando conciencia social respecto de la seguridad frente a las nuevas tecnologías.

De igual modo, la compañía busca ampliar el acceso de sectores de menores ingresos a sus servicios digitales, generando ofertas innovadoras, contribuyendo a la alfabetización digital y potenciando las habilidades y oportunidades para la comunidad.

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

### Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- Diseño y Calidad de Productos

### Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- Nuestros Colaboradores
- Desarrollo de Proveedores

### Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

### Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

### GRI

- Índice GRI y contenidos

### Tablas Anexas

### Verificación KPMG

# Confianza y Seguridad Digital



## PROGRAMA VTR INTERNET SEGURA

En 2012, la compañía lanzó una nueva campaña de su programa VTR Internet Segura. A través de esta iniciativa, la empresa busca aportar activamente a la construcción de un entorno digital seguro para los niños, su principal desafío en materia de sustentabilidad.

Apoyado por instituciones vinculadas a la protección infantil, desde el año 2008 VTR Internet Segura se desarrolla en tres ámbitos de acción: la Sensibilización a la sociedad sobre los riesgos que representa Internet para los niños, la Educación en hábitos y conductas preventivas, y la Protección mediante sistemas tecnológicos de avanzada.

Con el lema “Tu clave secreta es secreta”, en su edición 2012, el programa apuntó a alertar a los adolescentes sobre los riesgos que supone compartir sus contraseñas en Internet, una práctica que realiza el 43% de los escolares de 1º a 4º Medio, según lo evidenció el estudio “Usos y hábitos de los jóvenes chilenos en redes sociales”, encargado por la compañía a la consultora Criteria Research (ver más [www.vtrinternetsegura.cl](http://www.vtrinternetsegura.cl)).

Nuevamente con Fernando González como rostro central, la nueva versión de la campaña involucró 451 spots que se desplegaron en canales de televisión abierta, señales de cable, las pantallas digitales de VTR y medios online.

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

## Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- Diseño y Calidad de Productos

## Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- Nuestros Colaboradores
- Desarrollo de Proveedores

## Sociedad Digital

- **Confianza y Seguridad Digital**
- Inclusión Digital
- Comunidad

## Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

## GRI

- Índice GRI y contenidos

## Tablas Anexas

## Verificación KPMG

# Confianza y Seguridad Digital

Programa VTR Internet Segura



## Educación

Además del despliegue de los spots y de los avisos de sensibilización contemplados en la campaña 2012, durante todo este año VTR continuó realizando sus ciclos de charlas formativas en distintos colegios municipales, subvencionados y privados del país.

Estas jornadas son lideradas por el comunicador Nicolás Copano y tienen como propósito inculcar en los estudiantes conductas de autocuidado en su interacción con Internet y promover el respeto por los demás como la herramienta más eficaz para prevenir comportamientos de agresión escolar.

En 2012 se realizaron en total 15 charlas en nueve comunas del país. A estas actividades asistieron 3.950 alumnos, lo que permite estimar en 15.800 el número de familiares impactados.

De acuerdo con una encuesta de percepción aplicada al finalizar cada actividad, el 83% de los asistentes calificó la experiencia como “Buena” o “Muy buena”, mientras que el 91% aseguró que los consejos recibidos por parte del expositor “sí les sirvieron”.

## Protección

Desde el año 2008, VTR cuenta en su red de Internet con un sistema automatizado que impide el acceso a sitios web con imágenes de abuso sexual infantil. En 2012, este mecanismo bloqueó 819.675 intentos de acceso a este tipo de direcciones.

A través de su plataforma [www.vtrinternetsegura.cl](http://www.vtrinternetsegura.cl), además, la compañía pone a disposición de sus clientes y usuarios un conjunto de aplicaciones y recomendaciones para hacer de Internet un lugar cada vez más seguro para los niños y las familias.

Entre ellas están:

- ▶ **Navega Seguro en Familia:** Aplicación que enseña de forma entretenida a navegar en la red sin riesgos.
- ▶ **Consejos para Padres Activos en Redes Sociales:** Pautas y tutoriales para evitar la sustracción de información por correo electrónico y mejorar la privacidad de las cuentas en Twitter y Facebook.

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

## Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- Diseño y Calidad de Productos

## Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- Nuestros Colaboradores
- Desarrollo de Proveedores

## Sociedad Digital

- **Confianza y Seguridad Digital**
- Inclusión Digital
- Comunidad

## Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

## GRI

- Índice GRI y contenidos

## Tablas Anexas

## Verificación KPMG

## Inclusión Digital

### BIBLIOTECAS DIGITALES

Esta iniciativa se desarrolló para ir en ayuda de las escuelas que resultaron dañadas por el terremoto de febrero de 2010. Su objetivo es motivar la lectura de los estudiantes a través del uso de libros digitales, en el marco de los programas de Lenguaje de Séptimo Básico a Cuarto Medio. El proyecto ha involucrado la entrega de 2.500 e-readers, cada uno cargado con 50 e-books, en 30 escuelas de las regiones del Maule y Biobío, lo que ha significado beneficiar a un universo de 18.000 estudiantes.

En 2012, VTR organizó dos jornadas de capacitación, una en Talca y otra en Concepción, dirigidas a un docente de aula, un bibliotecario y un directivo de cada uno de los establecimientos participantes en la iniciativa. Entre los propósitos de la actividad estaban dar a conocer el proyecto y sus objetivos; motivar a los actores para lograr un uso efectivo de los dispositivos como una herramienta de difusión de la lectura, y asegurar la elaboración de un plan de fomento lector en cada escuela participante que contemple el uso de e-readers como recurso clave.



### VTR EN LA EDUCACIÓN TÉCNICO-PROFESIONAL

Desde el año 2005, VTR desarrolla un proyecto de apadrinamiento de liceos técnicos con el objetivo de mejorar la calidad de la formación que reciben los estudiantes de las especialidades de Electricidad, Electrónica y Telecomunicaciones. La iniciativa, que involucra a escuelas de Arica a Puerto Montt, comprende la habilitación de un laboratorio de telecomunicaciones, de un curso de informática y de talleres de liderazgo y comunicación efectiva en cada uno de estos centros de estudio, además de visitas guiadas a las principales plantas técnicas de la compañía. De igual modo, considera la posibilidad de que los mejores alumnos puedan realizar su práctica laboral en dependencias de VTR durante

tres meses. El programa busca transferir a los jóvenes los conocimientos y las habilidades técnicas que exige la industria de telecomunicaciones, a través de un plan de estudios que ha alcanzado una tasa de inserción laboral cercana al 100%.

En marzo de 2013, VTR contempla inaugurar un laboratorio de telecomunicaciones en el Liceo Industrial Alfredo Nazar de Playa Ancha, en Valparaíso, sumando un total 13 establecimientos asociados a nivel nacional.

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

### Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- Diseño y Calidad de Productos

### Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- Nuestros Colaboradores
- Desarrollo de Proveedores

### Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- **Inclusión Digital**
- Comunidad

### Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

### GRI

- Índice GRI y contenidos

### Tablas Anexas

### Verificación KPMG

# Inclusión Digital



## PROYECTO QUIJOTE

Este proyecto se ejecuta desde 2006 en la población Escritores de Chile de la comuna de Recoleta con el propósito de masificar en este sector los beneficios de las nuevas tecnologías de la información y la entretención. Entre sus iniciativas más destacadas se cuenta la entrega del servicio de televisión a valores preferenciales a 1.300 familias, así como la habilitación, en asociación con el Comité para la Democratización de la Informática (CDI) y el apoyo del municipio, de una

Escuela de Informática y Ciudadanía en el centro comunitario “Los de la T”. En este recinto, la empresa realiza anualmente cursos de capacitación en los que participan voluntarios de VTR como ayudantes pedagógicos. En 2012 se efectuaron tres talleres, que convocaron a 37 personas y en los que intervinieron 19 colaboradores de la compañía.

Cursos realizados en 2012 como parte del Proyecto Quijote

Curso	Asistentes
Curso de Alfabetización Digital	11 alumnos
Curso para jóvenes en Microsoft Office	19 alumnos
Curso de Photoshop	7 alumnos

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

## Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- Diseño y Calidad de Productos

## Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- Nuestros Colaboradores
- Desarrollo de Proveedores

## Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- **Inclusión Digital**
- Comunidad

## Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

## GRI

- Índice GRI y contenidos

## Tablas Anexas

## Verificación KPMG



# Comunidad



### PROYECTO B

En 2012, VTR comenzó a desarrollar con la Fundación Proyecto B un proyecto de integración laboral orientado a abrir espacios de desarrollo a jóvenes con antecedentes penales menores. En el marco de esta iniciativa, durante el mes de abril la compañía incorporó en los equipos técnicos del área de mantenimiento de redes a tres aprendices.

El modelo de trabajo diseñado por la empresa y esta última institución, cuya misión es apoyar la incorporación al mundo del trabajo de jóvenes de entre 17 y 23 años que han sido condenados por delitos de robo o hurto y que no presentan adicción a las drogas, contempló aspectos como:

- ▶ **La participación de un colaborador voluntario en calidad de padrino para facilitar el proceso de incorporación laboral de cada joven.**
- ▶ **La entrega por parte de Proyecto B de informes semanales a los jefes de cada joven, sobre las condiciones sociales y familiares en que éstos se desenvuelven.**
- ▶ **La realización de una evaluación de VTR que incorpora incentivos por aspectos de su desempeño como la puntualidad, responsabilidad, presencia y compromiso con sus respectivos equipos.**

### CABILDOS DIGITALES

Con el objetivo de incentivar la participación ciudadana, durante 2012 VTR y el Municipio de Peñalolén organizaron una inédita iniciativa conjunta denominada “Cabildos Digitales”. El proyecto contempló la habilitación en la comuna de módulos móviles con pantallas touch que invitaban a los vecinos a grabar mensajes contando sus “sueños para Peñalolén”. Estas imágenes luego podían revisarse en línea en el sitio [www.penalolen.cl/comparte](http://www.penalolen.cl/comparte).

Entre las aspiraciones más recurrentes de las personas que participaron en la actividad estaban los anhelos por más canchas de fútbol, plazas con árboles y juegos, casas para la gente que las necesita y una mejor educación.

Estos Cabildos Digitales permitían a las personas, además, ingresar a un mapa interactivo y obtener un certificado de su ficha de protección social.

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

### Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- Diseño y Calidad de Productos

### Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- Nuestros Colaboradores
- Desarrollo de Proveedores

### Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- **Comunidad**

### Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

### GRI

- Índice GRI y contenidos

### Tablas Anexas

### Verificación KPMG



# Comunidad

## APORTE SOCIAL

Durante 2012, VTR continuó colaborando con diversas organizaciones sin fines de lucro que trabajan en los ámbitos de la protección infantil, la educación y la inclusión social, entregándoles conexiones gratuitas a sus servicios. Este aporte, que la empresa canaliza en el marco de su Política de Relación con Instituciones y ONG, consideró durante el año un total de 3.002 servicios gratuitos, cuya valorización asciende a \$57.501.980.

Tipo de servicio	Nº de conexiones	Valor comercial
TV Cable	2.602	\$ 44.207.980
TV Cable + Internet	346	\$ 12.106.540
Internet	54	\$ 1.187.460
<b>Total</b>	<b>3.002</b>	<b>\$ 57.501.980</b>

## APORTES EN DIFUSIÓN GRATUITA

Formato y soporte	Nº de pasadas	Valor mínimo
<b>Spots de beneficencia</b>	<b>4.519</b>	<b>\$ 153.891.100</b>

## TOTAL DE GASTO COMUNITARIO DE VTR EN 2012

Tipo de servicio	Nº de conexiones
Aportes en difusión gratuita	\$ 153.891.100
Gasto en RSE durante 2012	\$ 145.199.082
Subtotal	\$ 299.090.902
Conexiones con costo cero	\$ 57.501.980
<b>Total</b>	<b>\$ 356.592.882</b>

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

### Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- Diseño y Calidad de Productos

### Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- Nuestros Colaboradores
- Desarrollo de Proveedores

### Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- **Comunidad**

### Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

### GRI

- Índice GRI y contenidos

### Tablas Anexas

### Verificación KPMG



# Comunidad



- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

## Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- Diseño y Calidad de Productos

## Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- Nuestros Colaboradores
- Desarrollo de Proveedores

## Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- **Comunidad**

## Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

## GRI

- Índice GRI y contenidos

## Tablas Anexas

## Verificación KPMG

### DIÁLOGO COMUNITARIO PARA LA INSTALACIÓN DE LA INFRAESTRUCTURA MÓVIL

En junio de 2012 entró en vigencia la nueva ley que regula la instalación de antenas emisoras y transmisoras de servicios de telecomunicaciones en el país. Entre otros aspectos, este marco normativo entrega espacios de participación a los municipios y la comunidad en la decisión de instalación de nuevas torres y promueve el uso racional de las antenas ya instaladas para evitar su proliferación desmedida.

Ambos lineamientos son precisamente los ejes del trabajo que venía desarrollando hasta entonces VTR en el contexto de la instalación de su infraestructura móvil. En la construcción de su red, por ejemplo, la compañía desde un comienzo privilegió el modelo de colocación, que permite a las compañías compartir las torres en operación para disminuir así el impacto de una disposición masiva. En esa línea, VTR trabajó con el consorcio internacional American Tower, especialista en este tipo de torres, para

levantar una plataforma que actualmente está a disposición de otras compañías y que resulta menos invasiva con el entorno y las comunidades.

Simultáneamente, desde el año 2010, la empresa impulsó una estrategia de acercamiento con líderes comunitarios y asociaciones de base con el fin de entregarles información sobre los proyectos de instalación de antenas y solucionar las eventuales diferencias que se pudieran producir en torno a iniciativas específicas.

En 2012, en el marco de este proceso, la compañía concretó un total de 13 diálogos comunitarios con agrupaciones de vecinos y representantes de la comunidad en siete sitios en conflicto.

Al cierre de 2012, la red de VTR constaba de 502 sitios instalados, de los cuales 88 se levantaron a lo largo del año.

# Comunidad



## VOLUNTARIADO

En 2012, las acciones de voluntariado de VTR tuvieron un foco ambiental y comunitario. Entre las actividades que se desarrollaron en esa línea destacaron las “Ecobrigadas”, en las que participaron 20 colaboradores de la empresa aportando una hora de trabajo cada uno, y las visitas a centros de acogida para apoyo social y el reparto de regalos en Navidad, que convocaron a lo largo del año a 265 empleados. A estas iniciativas se debe agregar la intervención de 19 trabajadores de la empresa como ayudantes pedagógicos en los talleres desarrollados en el marco del Proyecto Quijote y la labor de padrinos que efectuaron 6 técnicos del área de mantenimiento de redes para facilitar el proceso de incorporación laboral de los aprendices del Proyecto B.

En 2012, además, tres empleados de la compañía fueron reconocidos en el concurso InHéroes, que organiza la matriz Liberty Global para distinguir el compromiso y el apoyo que prestan sus colaboradores a distintas instituciones de carácter benéfico. Los galardonados en esta ocasión fueron Pamela Vergara, ejecutiva de Ventas Inbound; Ingrid Brandt, jefa de Mercado Empresas, y José Miguel Cerda, operador del NNOC. Cada uno de ellos recibió 3.000 euros para destinar a su respectiva organización.

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

## Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- Diseño y Calidad de Productos

## Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- Nuestros Colaboradores
- Desarrollo de Proveedores

## Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- **Comunidad**

## Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

## GRI

- Índice GRI y contenidos

## Tablas Anexas

## Verificación KPMG

# Gestionar el Impacto Ambiental



## Enfoque de gestión

VTR respeta la normativa ambiental aplicable a toda su actividad, promueve la ecoeficiencia y la sustentabilidad ambiental en su operación y fomenta la conciencia de cuidado ambiental en su organización y entre sus clientes y la comunidad.

El reciclaje de los residuos, planes de ecoeficiencia y la medición de su huella de carbono son algunas de las líneas de trabajo que VTR desarrolla en el marco de su compromiso con el medio ambiente.

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

### Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- Diseño y Calidad de Productos

### Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- Nuestros Colaboradores
- Desarrollo de Proveedores

### Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

### Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

### GRI

- Índice GRI y contenidos

### Tablas Anexas

### Verificación KPMG

# Residuos y Reciclaje

VTR gestiona los residuos peligrosos y no peligrosos que generan sus actividades a través de empresas especializadas que almacenan, transportan y se encargan de la disposición final de este material con las correspondientes autorizaciones sanitarias. Entre los residuos peligrosos que produce la compañía se cuentan equipos electrónicos y componentes de computación. La empresa Recycla, que se responsabiliza de su retiro y reciclaje, recibió de VTR en 2012 un total de 1.671 kilos de este material.

En la categoría de residuos peligrosos también se encuentran las baterías dadas de baja por la empresa. En 2012, VTR entregó a la firma Midas un total de 1.628 de estos dispositivos. Esta cifra representa un aumento respecto de las 615 unidades entregadas en 2011, lo que se explica en el contexto del proceso de recambio de baterías que se realizó en la red externa.

En 2012, VTR generó 48,32 toneladas métricas de residuos cuyo destino fue el reciclaje. De este total, 40,15 toneladas métricas correspondieron a materiales peligrosos y 8,17 a desechos no peligrosos. Durante el mismo período, la compañía produjo 264,73 toneladas métricas de residuos cuyo destino fue el vertedero. En este total se incluyeron 59,21 toneladas métricas de materiales peligrosos y 205,52 toneladas métricas de elementos no peligrosos.

En general, el destino de los residuos peligrosos que produce VTR es la Planta de Recuperación, mientras que el de los residuos no peligrosos depende de la base de sus componentes. En el siguiente cuadro se entrega un detalle de la orientación de estos últimos desechos según las sustancias que contienen:

Categoría de residuo	Tipo de residuo	Materiales	Destino
<b>No Peligrosos</b>	Residuos base aluminio	Cables coaxiales	Separación, despiece, molienda y fundición
	Residuos base fierro	Partes y piezas, y cable mensajero	Clasificación y fundición ferrosa nacional
	Residuos base cobre	Cables base cobre	Pelado, molienda y fundición
	Residuos electrónicos	Materiales electrónicos en general	Despiece, corte y clasificación según corresponda
	Residuos base madera	Muebles y pallets	Separación, desarme y envío a planta recuperadora
	Residuos plásticos	Productos plásticos	Separación, clasificación y molienda
	Residuos no reciclables	Cables RG-6, RG-11, fibra óptica, ropa y otros residuos	Recuperación de cubierta plástica y malla de acero, para envío posterior a relleno sanitario del resto de los componentes

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

## Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- Diseño y Calidad de Productos

## Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- Nuestros Colaboradores
- Desarrollo de Proveedores

## Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

## Impacto Ambiental

- **Residuos y Reciclaje**
- Desafío Climático

## GRI

- Índice GRI y contenidos

## Tablas Anexas

## Verificación KPMG



# Residuos y Reciclaje

Detalle de residuos generados por VTR en 2012 (en kilos)

Tipo de Material	TOTAL 2012	Valor en \$
Coaxial 500 con o sin portante	25.380	\$ 1.269.000
Coaxial 540 con o sin portante	17.738	\$ 886.900
Coaxial 715 con o sin portante	3.969	\$ 198.450
Coaxial 750 con o sin portante	2	\$ 100
Coaxial 320 con o sin portante	2.004	\$ 100.200
Coaxial 860 con o sin portante	32.676	\$ 1.633.800
Taps	3.062	\$ 183.720
Conectores	746	\$ 44.760
Escaleras	-	
Gabinetes	-	
Otros materiales de aluminio en general	15.917	\$ 955.020
Partes y piezas	21.940	\$ 219.400
Herramientas	-	
Ferretería	399	\$ 3.990
Cables mensajeros	7.093	\$ 70.930
Otros materiales de fierro en general	4.364	\$ 43.640
Teléfonos	18.317	\$ 91.585
Fuentes de poder	3.595	\$ 17.975
Controles remoto	8.636	\$ 43.180
Decodificadores	-	
Otros materiales electrónicos en general	40.231	\$ 201.155
Cable multipar	-	
Otros materiales de cobre en general	15.728	\$ 5.504.800
Materiales plásticos en general	6.722	\$ 33.610
Papeles y cartones	1.442	\$ 1.442
Vestuario	1.159	\$ 1.159
Muebles	2.940	\$ 2.940
Pallets	36.480	\$ 36.480
Otros materiales de madera en general	8.052	\$ 8.052
Coaxial RG6 con o sin portante	106.812	\$ 106.812
Coaxial RG11 con o sin portante	138	\$ 138
Ropa en desuso	37	\$ 37
Fibra óptica	50.644	\$ 50.644
Otros materiales no reciclables	49.626	\$ 49.626
Baterías	59.253	-
<b>MATERIAL RECICLABLE NO PELIGROSO</b>	<b>278.592</b>	<b>\$ 11.552.288</b>
<b>MATERIAL RECICLABLE PELIGROSO</b>	<b>59.253</b>	
<b>MATERIAL NO RECICLABLE</b>	<b>207.257</b>	<b>\$ 207.257</b>

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

## Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- Diseño y Calidad de Productos

## Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- Nuestros Colaboradores
- Desarrollo de Proveedores

## Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

## Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

## GRI

- Índice GRI y contenidos

## Tablas Anexas

## Verificación KPMG

# Residuos y Reciclaje

## LIMPIEZA DE REDES

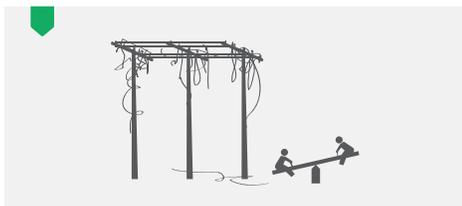
En 2012, VTR se sumó a un programa impulsado por las industrias nacionales de Telecomunicaciones y Eléctrica para disminuir en las distintas ciudades de Chile el cableado aéreo en desuso. La iniciativa, que se desarrolló en coordinación con la Subsecretaría de Telecomunicaciones, la Superintendencia de Electricidad y las municipalidades del país, tiene como finalidad reducir los riesgos de accidentes, el impacto visual y las eventuales pérdidas de servicio que se derivan del exceso de cables y peso en los postes.

Durante el primer año de ejecución de este proyecto, VTR aportó con el retiro de 100 kilómetros de cableado en más de 20 comunas, entre las que se cuentan Curicó, Valparaíso, Talca, Rancagua, San Antonio, Arica, La Serena, Antofagasta, Iquique, Vitacura, Las Condes, Ñuñoa y Maipú.

Este trabajo de limpieza de redes, en cualquier caso, es una práctica permanente de la compañía y a la que todos los años se destinan importantes fondos corporativos. Algunos ejemplos de esta labor voluntaria son los programas de retiro de cableado aéreo que la empresa efectuó durante 2011 en la comuna de El Bosque y las auditorías dirigidas (o barridos) que ejecuta con regularidad en Valparaíso.

La primera experiencia de coordinación conjunta entre VTR y otras empresas de Telecomunicaciones y eléctricas desarrollada con esta finalidad se materializó a fines de 2011, luego de la invitación que les hizo llegar la Intendencia de Santiago para participar en un programa de limpieza de cables aéreos en desuso en Maipú. Esta iniciativa fue presentada por el alcalde de este municipio a la autoridad metropolitana luego de ser propuesta por una junta de vecinos de la comuna.

### Fases del programa nacional de retiro de cableado aéreo



En Chile existen miles de metros de cables en desuso tanto de las compañías de telecomunicaciones como de empresas de electricidad. Estos se van acumulando por el crecimiento de las ciudades y no siempre existe coordinación para su retiro. Lo que ocurre con los cables en desuso es que además del impacto visual pueden provocar accidentes.



En 2012 VTR retiró en más de 20 comunas.

Si bien VTR todos los años realiza trabajo de retiro de sus cables en distintas comunas, desde el año 2012 existe un plan coordinado con otras empresas a nivel nacional con el objeto de reducir este impacto a su nivel mínimo. Es así como el año 2012 VTR trabajó con otras empresas en más de 20 comunas en el retiro de cables en desuso.



100  
KM

Más de 100 kilómetros de cables en desuso retirados en 2012

Y logró en menos de un año retirar más de 100 kilómetros de cables en desuso que en parte son reciclados y en parte entregados a terceros como chatarra que posteriormente es tratada.



**Para 2013 las expectativas son similares en un número igual o superior de comunas del país.**

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

## Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- Diseño y Calidad de Productos

## Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- Nuestros Colaboradores
- Desarrollo de Proveedores

## Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

## Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

## GRI

- Índice GRI y contenidos

## Tablas Anexas

## Verificación KPMG

## Residuos y Reciclaje



### HABILITACIÓN DE PUNTO LIMPIO EN EL PARQUE METROPOLITANO

En el marco de una alianza que suscribió con VTR y la empresa TriCiclos, en 2012 el Parque Metropolitano de Santiago inauguró su primer Punto Limpio. Ubicado a la entrada de este importante pulmón verde de la capital, en un lugar frecuentado por familias, deportistas y vecinos del sector Pedro de Valdivia, este espacio tiene capacidad para gestionar entre 25 y 30 toneladas de desechos reciclables al mes.

Con una inversión que ascendió a los \$12 millones, el recinto cuenta con monitores que

educan a los visitantes respecto de cómo y dónde reciclar cada tipo de residuo, para que pueda convertirse nuevamente en materia prima útil y pase a formar parte del círculo virtuoso de la sustentabilidad medioambiental, social y económica.

Entre agosto, mes de su inauguración, y diciembre de 2012, el Punto Limpio del Parque Metropolitano recuperó un total de 4.994 kilos de materiales, entre piezas de celulosa, plástico, vidrio y metal.

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

### Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- Diseño y Calidad de Productos

### Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- Nuestros Colaboradores
- Desarrollo de Proveedores

### Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

### Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

### GRI

- Índice GRI y contenidos

### Tablas Anexas

### Verificación KPMG



# Desafío Climático

VTR engloba bajo el nombre de “Desafío Climático” todas las acciones que desarrolla en el marco de su compromiso con la reducción de los Gases de Efecto Invernadero y la lucha contra el calentamiento global. Esta iniciativa replica en Chile las directrices del programa “Liberty Climate Challenge”, que ejecuta Liberty Global a nivel mundial.

Este proyecto de la matriz de VTR parte del convencimiento de que las buenas prácticas de negocio y la gestión ambiental pueden servir de base para un uso más eficiente de los recursos. De igual modo, se orienta en la certeza de que usar menos para hacer más no sólo beneficia al medio ambiente, sino que también permite contar con un negocio más ágil y eficaz.

Las medidas de eficiencia energética que está materializando Liberty Global en el mundo apuntan

precisamente a mitigar la exposición de la compañía a los eventuales aumentos en los costos de la energía que se visualizan para los próximos años. Al mismo tiempo, buscan aportar al cumplimiento del objetivo de la Unión Europea de reducir en el año 2020 el consumo de energía hasta en un 20% respecto de los niveles de 1990.

De acuerdo con las estimaciones del Global e-Sustainability Initiative (GeSI), mientras la huella de carbono del sector de las Tecnologías (TIC) aumentará al año 2020 en un 12%, las soluciones TIC tendrán durante el mismo período el potencial para reducir las emisiones globales de GEI en 17%.

En ese contexto, Liberty Global está decidida a participar en los esfuerzos mundiales para reducir las emisiones de GEI a través de la mejora del acceso a las plataformas digitales de toda la población.

## HUELLA DE CARBONO

En línea con su compromiso con la reducción de los Gases de Efecto Invernadero, en 2012 Liberty Global calculó las emisiones de GEI de todas sus filiales -entre ellas, VTR-. Esta medición la efectuó de acuerdo con los parámetros de la metodología GHG Protocol del Consejo Mundial Empresarial para el Desarrollo Sostenible. Este enfoque agrupa las GEI bajo tres ámbitos:

Alcance 1 (Directo) <sup>1</sup>	Alcance 2 (Indirecto) <sup>2</sup>	Alcance 3 (Indirecto) <sup>2</sup>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las emisiones procedentes del combustible utilizado en los vehículos, los generadores y la calefacción.</li> <li>Las emisiones de los refrigerantes y propelentes utilizados, por ejemplo, en las unidades de aire acondicionado y sistemas de extinción de incendios.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Las emisiones derivadas de la compra de electricidad, calor y vapor.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Las emisiones de los viajes de negocios (por tierra y aire).</li> <li>Las emisiones por la eliminación de residuos y el uso del agua.</li> <li>Para Liberty se excluyen en este alcance las emisiones de los equipos en las instalaciones del cliente, como las de decodificadores y módems.</li> </ul>

1. Las emisiones directas provienen de fuentes que son propiedad o están controladas por la sociedad.

2. Las emisiones indirectas son consecuencia de las actividades de la empresa, pero ocurren en fuentes que son propiedad o están controladas por otra entidad.

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

### Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- Diseño y Calidad de Productos

### Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- Nuestros Colaboradores
- Desarrollo de Proveedores

### Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

### Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- **Desafío Climático**

### GRI

- Índice GRI y contenidos

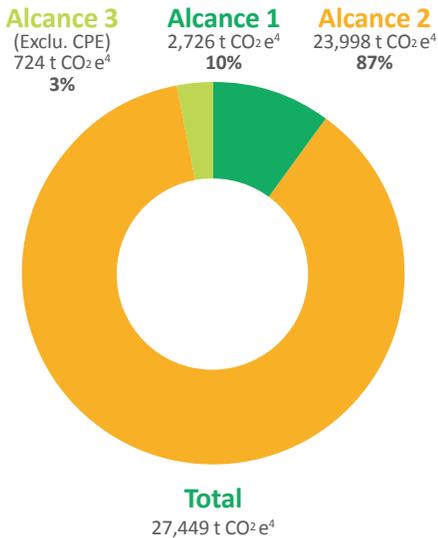
### Tablas Anexas

### Verificación KPMG



# Desafío Climático

## Huella de Carbono



Según esta medición, las emisiones de Gases de Efecto Invernadero de VTR durante 2012 totalizaron las 27.449 toneladas de CO<sub>2</sub> equivalente\*.

\*CO<sub>2</sub>e (dióxido de carbono equivalente) es la unidad de medida universal que permite comparar el potencial calentamiento global de los diferentes GEI.

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

### Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- Diseño y Calidad de Productos

### Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- Nuestros Colaboradores
- Desarrollo de Proveedores

### Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

### Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- **Desafío Climático**

### GRI

- Índice GRI y contenidos

### Tablas Anexas

### Verificación KPMG

## BOLETA ELECTRÓNICA

También como parte de su programa Desafío Climático, en el año 2010 VTR activó un sistema de boleta electrónica para todos sus clientes.

Desde el punto de vista del cuidado medioambiental, la elaboración de este documento en formato digital evita la impresión y circulación de un volumen de papel equivalente a:

- ▶ La tala de 296 árboles
- ▶ Un gasto de 7.920 litros de agua
- ▶ Un consumo de energía de 136.000 KW

- ▶ La emisión de 756 kilos de contaminación atmosférica
- ▶ El vertido de 324 kilos de contaminantes de agua
- ▶ La generación de 1.584 kilos de desechos sólidos

A fines de diciembre de 2012, 453.587 clientes estaban suscritos a este servicio, cifra que representa el 40% de la cartera de la compañía.

## MAYDAY NETWORK CHILE

Durante 2012, VTR siguió participando en las actividades del May Day Network Chile. Esta instancia, creada a partir de una iniciativa que se originó en Inglaterra, reúne a las compañías líderes en Chile en el combate al Cambio Climático. Las empresas que forman parte de este órgano,

que coordina Acción RSE, asumen un compromiso formal con la medición, el reporte y la reducción de su Huella de Carbono, para lograr de esta manera una gestión sustentable de sus emisiones de Gases de Efecto Invernadero. Más información en [www.maydaynetwork.cl](http://www.maydaynetwork.cl).



# Tabla de contenidos GRI

PERFIL		
Indicador	Descripción	Página o respuesta
<b>Estrategia y Análisis</b>		
1.1	Declaración del presidente y del gerente general	3-6
1.2	Principales impactos, riesgos y oportunidades	7-9, 21-22
<b>Perfil de la organización</b>		
2.1	Nombre de la organización	12
2.2	Principales marcas, productos y servicios	10-11
2.3	Estructura operativa	12-13
2.4	Localización de la sede principal	10
2.5	Países en los que opera	10, 12
2.6	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica	12
2.7	Mercados servidos	104-105
2.8	Dimensiones de la organización	10
2.9	Cambios significativos en el período	En 2012, no se registraron cambios significativos en la organización
2.10	Premios y reconocimientos	18
<b>Parámetros del reporte</b>		
3.1	Período cubierto por la memoria	2
3.2	Fecha de la memoria más reciente	2
3.3	Ciclo de presentación de memorias	2
3.4	Punto de contacto en relación con la memoria	108
3.5	Definición de contenidos	2
3.6	Cobertura de la memoria	2
3.7	Límites al alcance de la memoria	2
3.8	Tratamiento de información de filiales y otros	2
3.9	Técnicas de medición de datos	2
3.10	Efecto de reexpresiones de memorias anteriores	2
3.11	Cambios significativos en el Alcance	2
3.12	Índice de Contenidos GRI	94-103
3.13	Política y práctica actual en relación con la solicitud de verificación externa	109
<b>Gobierno, Compromiso, Participación de Grupos de Interés</b>		
4.1	Estructura de gobierno	12-13
4.2	El presidente del máximo órgano también es ejecutivo de la empresa	12-13
4.3	Cantidad de miembros del máximo órgano de gobierno que son independientes o no ejecutivos	Uno de los directores y su respectivo suplente fueron elegidos con el voto del accionista minoritario. Los demás directores y suplentes fueron elegidos por la matriz.

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

## Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- Diseño y Calidad de Productos

## Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- Nuestros Colaboradores
- Desarrollo de Proveedores

## Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

## Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

## GRI

- Índice GRI y contenidos

## Tablas Anexas

## Verificación KPMG



# Tabla de contenidos GRI

Indicador	Descripción	Página
<b>Gobierno, Compromiso, Participación de Grupos de Interés</b>		
4.4	Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno	La Ley de Sociedades Anónimas establece los mecanismos de los accionistas para plantear sus requerimientos. En el caso de los trabajadores, no existen mecanismos formales, sin perjuicio de la política de comunicación abierta y directa de VTR
4.5	Vínculos entre la retribución de los miembros del máximo órgano de gobierno, altos ejecutivos y el desempeño de la organización	12
4.6	Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno	Ley de Sociedades Anónimas
4.7	Procedimiento para determinar la capacitación y experiencia exigible a los miembros del máximo órgano de gobierno	Los accionistas eligen a sus directores y suplentes conforme sus propios criterios
4.8	Declaraciones de misión, visión y valores. Códigos de conductas y principios relevantes	19, 21-22, 49-52
4.9	Procedimientos del máximo órgano de gobierno para supervisar la identificación y gestión, por parte de la organización, del desempeño económico, social y ambiental	Durante las sesiones del Directorio
4.10	Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno	Evaluación por parte de la Junta de Accionistas de acuerdo con reglas generales
4.11	Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución	No existe un planteamiento explícito de la adopción del principio de precaución, porque VTR es una empresa de servicios de telecomunicaciones. No obstante, las decisiones comerciales han considerado también variables ambientales, ergonómicas y sociales para garantizar la inocuidad de los servicios y productos ofrecidos
4.12	Principios o programas suscritos	17, 71, 90, 92, 93
4.13	Principales organizaciones a las que pertenece VTR	17
4.14	Relación con grupos de interés	19, 20
4.15	Base para la selección de grupos de interés	19
4.16	Enfoque utilizado para la inclusión de los grupos de interés	19
4.17	Principales preocupaciones de los grupos de interés	21-22, 26

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

## Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- Diseño y Calidad de Productos

## Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- Nuestros Colaboradores
- Desarrollo de Proveedores

## Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

## Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

## GRI

- Índice GRI y contenidos

## Tablas Anexas

## Verificación KPMG



# Tabla de contenidos GRI

## DMA (Enfoques de gestión)

DMA EC	Enfoque de gestión económico	
Aspectos	Desempeño Económico	15
	Presencia en el mercado	10
	Impactos económicos indirectos	7-9
DMA EN	Enfoque de gestión ambiental	
Aspectos	Materiales	88
	Energía	92-93
	Agua	No material
	Biodiversidad	No material
	Emisiones, vertidos y residuos	88, 90, 92
	Productos y servicios	23
	Cumplimiento	87
	Transporte	No material
DMA LA	Enfoque de gestión laboral	
Aspectos	Empleo	54
	Relaciones laborales	70
	Salud y seguridad ocupacional	64-65
	Formación y educación	59-60
	Diversidad y equidad	66,67
	Equidad en las remuneraciones de hombres y mujeres	68
DMA HR	Enfoque de gestión en Derechos Humanos	
Aspectos	Prácticas de inversión y abastecimiento	73,75
	No discriminación	66
	Libertad de asociación y negociación colectiva	70
	Trabajo infantil	73
	Prevención del trabajo forzoso y obligatorio	73
	Prácticas de seguridad	64-65
	Derechos indígenas	No material
DMA SO	Enfoque de gestión en material de sociedad	
Aspectos	Comunidades locales	78
	Corrupción	49
	Política Pública	52
	Comportamientos contra la libre competencia	52
	Cumplimiento	49-52

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

## Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- Diseño y Calidad de Productos

## Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- Nuestros Colaboradores
- Desarrollo de Proveedores

## Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

## Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

## GRI

- Índice GRI y contenidos

## Tablas Anexas

## Verificación KPMG



# Tabla de contenidos GRI

DMA PR	Enfoque de gestión en material de productos	
Aspects	Salud y seguridad del cliente	37
	Etiquetado de productos y servicios	37
	Comunicaciones de marketing	39
	Privacidad de los clientes	38
	Cumplimiento	49,51,52

DESEMPEÑO ECONÓMICO		
EC1	Valor económico generado y distribuido	16
EC2	Consecuencias financieras y otros riesgos debido al Cambio Climático	92
EC3	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales	En Chile existen empresas que se dedican a la administración fondos de pensiones (AFP) en la cual los empleadores mensualmente depositan un porcentaje de la remuneración en dichos fondos. Ante esto, VTR se preocupó de que todos sus empleados al cierre del 2012 estuvieran con sus cotizaciones previsionales(AFP) depositadas en los fondos de pensiones.
EC4	Ayudas financieras significativas recibidas del Estado	16
EC5	Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local	69
EC6	Política, prácticas y proporción de gastos correspondientes a proveedores locales	75
EC7	Procedimientos para la contratación local y proporción de altos ejecutivos procedentes de la comunidad local	VTR cuenta con procedimientos de selección basados en el principio de No Discriminación. La mayoría de los ejecutivos de la compañía son chilenos
EC8	Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructura y los servicios prestados principalmente para beneficio público en especie	15
EC9	Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de dichos impactos	7-9

DESEMPEÑO AMBIENTAL		
EN1	Materiales utilizados	106
EN2	Porcentaje de materiales utilizados que son valorizados	VTR no usa materiales valorizados
EN3	Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias	105
EN4	Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias	106
EN5	Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia	En 2012, VTR no desarrolló nuevas medidas de eficiencia energética
EN6	Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía o basados en energías renovables y las reducciones en el consumo de energía como resultado de estas iniciativas	VTR no ha realizado mediciones de consumo de energía de sus productos (router, decodificadores y aparatos telefónicos, entre otros) para establecer la eficiencia energética de los mismos
EN7	Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con estas iniciativas	En 2012, VTR no desarrolló nuevas medidas para reducir el consumo indirecto de energía
EN8	Consumo total de agua por fuentes	106
EN9	Fuentes de agua afectadas por la captación de aguas	No material. VTR usa agua proveniente de la red pública de agua potable

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

## Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- Diseño y Calidad de Productos

## Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- Nuestros Colaboradores
- Desarrollo de Proveedores

## Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

## Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

## GRI

- Índice GRI y contenidos

## Tablas Anexas

## Verificación KPMG



# Tabla de contenidos GRI

DESEMPEÑO AMBIENTAL		
EN10	Volumen total de agua reciclada y reutilizada	No aplica
EN11	Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de alta biodiversidad no protegidos	No aplica, porque VTR posee sus instalaciones en zonas urbanas y rurales, lejos de áreas protegidas
EN12	Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas	No aplica, porque VTR posee sus instalaciones en zonas urbanas y rurales, lejos de áreas protegidas
EN13	Hábitats protegidos o restaurados	No aplica
EN14	Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad	No aplica
EN15	Especies cuyos hábitats se encuentran en áreas afectadas por las operaciones	No aplica
EN16	Emisiones totales, directas e indirectas de Gases de Efecto Invernadero en peso	92-93
EN17	Otras emisiones indirectas de Gases de Efecto Invernadero en peso	106
EN18	Iniciativas para reducir las emisiones de Gases de Efecto Invernadero y las reducciones logradas	En 2012, VTR no impulsó iniciativas específicas para reducir las emisiones de Gases de Efecto Invernadero
EN19	Emisiones de sustancias destructoras de la capa de ozono en peso	No material. En 2012, VTR no realizó cálculos ni estimaciones de estas emisiones
EN20	NOx, SOx y otras emisiones atmosféricas de importancia por tipo	No material. En 2012, VTR no realizó cálculos ni estimaciones de estas emisiones
EN21	Vertidos totales de aguas residuales, según su naturaleza y destino	No material VTR vierte sus aguas de desecho doméstico y la utilizada en la refrigeración a la red de alcantarillado
EN22	Cantidad total de residuos gestionados por tipos y métodos de tratamiento	88-89
EN23	Número total y volumen de los derrames más significativos	VTR no ha calculado el volumen de sus derrames, ya que, por las características de su actividad, estos no son significativos
EN24	Residuos transportados	88/ VTR delega el transporte, almacenamiento y reducción de sus residuos a empresas especializadas y autorizadas para estos efectos.
EN25	Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de recursos hídricos y hábitats relacionados, afectados significativamente por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización informante	No aplica
EN26	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios y grados de reducción de estos impactos	85, 88, 90, 93
EN27	Porcentaje de productos vendidos y sus materiales de embalaje que son recuperados al final de su vida útil	Este indicador no ha sido cuantificado por VTR
EN28	Costo de las multas significativas por incumplimiento de la normativa ambiental	En 2012, VTR no recibió multas significativas por incumplimiento de la normativa ambiental
EN29	Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal	VTR no ha realizado la medición de sus impactos ambientales en el transporte de personal, de productos, bienes y materiales utilizados.

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

## Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- Diseño y Calidad de Productos

## Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- Nuestros Colaboradores
- Desarrollo de Proveedores

## Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

## Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

## GRI

- Índice GRI y contenidos

## Tablas Anexas

## Verificación KPMG

# Tabla de contenidos GRI

DESEMPEÑO SOCIAL		
Prácticas laborales		
LA1	Desglose de trabajadores por tipo de empleo, contrato, región y género	54, 55, 67
LA2	Número total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región	56
LA3	Beneficios sociales para los empleados con jornada completa	57-58
LA4	Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo	70
LA5	Período mínimo de aviso sobre cambios organizacionales	VTR mantiene informados a sus colaboradores sobre todos los cambios significativos que se realizan en la organización. En 2012, este proceso de diálogo se fortaleció con la puesta en marcha de las Reuniones Participativas impulsadas por la Vicepresidencia de Personas
LA6	Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités paritarios de seguridad y salud conjuntos dirección-empleados	66
LA7	Tasa de ausentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas fatales relacionadas con el trabajo por región y género	64-65 / En 2012, la tasa de ausentismo en VTR fue de 6,1%. Los hombres registraron un índice de 3% y las mujeres, de 11%
LA8	Programas de educación, formación, asesoría, prevención y control de riesgos que se apliquen a trabajadores, familias y comunidad	71, 85
LA10	Promedio de horas de formación por empleado al año	59
LA11	Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y que les apoyen en la gestión final de sus carreras	VTR no tiene programas de apoyo para quienes están terminando sus carreras
LA12	Porcentaje de trabajadores que reciben evaluaciones regulares de desempeño	61-62
LA13	Composición de los órganos de gobierno corporativo y planilla desglosada por sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad	55, 67
LA14	Relación entre el salario base de los hombres respecto del de las mujeres, por categoría profesional	68
LA15	Tasas de retorno al trabajo y de retención después de la licencia parental, por género.	En 2012, 72 empleados de VTR –todas mujeres-, de los 169 con derecho a hacerlo, usaron su licencia maternal. Durante este mismo período, un total de 92 colaboradores –todas mujeres también- se reincorporaron a la empresa tras culminar su licencia maternal. En esta materia, VTR cumple cabalmente con lo establecido en la ley

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

## Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- Diseño y Calidad de Productos

## Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- Nuestros Colaboradores
- Desarrollo de Proveedores

## Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

## Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

## GRI

- Índice GRI y contenidos

## Tablas Anexas

## Verificación KPMG



# Tabla de contenidos GRI

Derechos Humanos		
HR1	Porcentaje y número total de contratos y acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas que incorporen preocupaciones en materia de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos	Esta no es una práctica que VTR realice formalmente. Sin embargo, la compañía fomenta el respeto de los derechos humanos fundamentales, para lo cual posee un Código de Ética que siguen todos sus empleados
HR2	Porcentaje de los proveedores, contratistas y otros socios comerciales significativos que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas como consecuencia.	VTR no ha realizado este análisis
HR3	Total de horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluyendo el porcentaje de empleados formados.	51
HR4	Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas	51
HR5	Operaciones y proveedores significativos identificados en los que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos pueda ser violado o pueda correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos.	VTR mantiene informados a sus colaboradores sobre todos los cambios significativos que se realizan en la organización. En 2012, este proceso de diálogo se fortaleció con la puesta en marcha de las Reuniones Participativas impulsadas por la Vicepresidencia de Personas.
HR6	Operaciones y proveedores significativos identificados que conllevan un riesgo significativo de incidentes de explotación infantil y medidas adoptadas para contribuir a la abolición efectiva de la explotación infantil.	VTR sigue la normativa nacional en esta materia que adhiere a la Declaración Universal de los Derechos Humanos y a las Convenciones de la Organización Internacional del Trabajo, OIT. Impulsa acciones asociadas con esta temática además en el marco del programa VTR Internet Segura
HR7	Operaciones y proveedores significativos identificados como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado u obligatorio, y las medidas adoptadas para contribuir a la eliminación de todas las formas de trabajo forzado u obligatorio.	VTR sigue la normativa nacional en esta materia que adhiere a la Declaración Universal de los Derechos Humanos y a las Convenciones de la Organización Internacional del Trabajo, OIT
HR8	Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en políticas o procedimientos de la organización en aspectos de derechos humanos relevantes para las actividades	El 100% del personal de seguridad de VTR cuenta con el curso que dicta el OS-10 de Carabineros de Chile que exige la Ley 19.303 para desempeñar esta actividad
HR9	Derechos de los indígenas	No aplica
HR10	Porcentaje y número total de operaciones que han sido objeto de revisiones y/o evaluaciones de impactos en materia de derechos humanos.	VTR no ha realizado este tipo de análisis, si bien fomenta el respeto de los derechos humanos fundamentales, para lo cual posee un Código de Ética que siguen todos sus empleados
HR11	Número de quejas relacionadas con los derechos humanos que han sido presentadas, tratadas y resueltas mediante mecanismos conciliatorios formales.	VTR no ha realizado este tipo prácticas, si bien fomenta el respeto de los derechos humanos fundamentales, para lo cual posee un Código de Ética que siguen todos sus empleados

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

## Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- Diseño y Calidad de Productos

## Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- Nuestros Colaboradores
- Desarrollo de Proveedores

## Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

## Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

## GRI

- Índice GRI y contenidos

## Tablas Anexas

## Verificación KPMG

# Tabla de contenidos GRI

Sociedad		
SO1	Porcentaje de las operaciones con procesos de diálogo con la comunidad local, evaluaciones de impacto y programas de desarrollo	79-86
SO2	Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción	49-50
SO3	Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anticorrupción de la organización	51
SO4	Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción	51
SO5	Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y actividades de lobbying	52
SO7	Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados.	VTR no registra sanciones o causas judiciales derivadas de prácticas monopolísticas y contra la libre competencia
SO8	Valor de sanciones y multas significativas y número de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones	51
SO9	Operaciones con significativo impacto potencial o actual en las comunidades locales	79-83, 85, 90
S10	Prevención y medidas de mitigación implementadas en operaciones con impactos significativos potenciales o actuales en las comunidades locales	79-82, 85, 90
Responsabilidad del producto		
PR1	Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes	Desde el diseño hasta el proceso de implementación de sus productos, VTR aplica procedimientos que evalúan el impacto de los mismos en la salud y seguridad de los clientes
PR2	Número total de incidentes derivados del incumplimiento de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a los impactos de salud y seguridad de los productos y servicios durante su ciclo de vida, del tipo de resultado	En 2012, no se registraron incidentes de esta naturaleza
PR3	Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa, y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos	VTR cumple con las disposiciones vigentes en esta materia. Adicionalmente, ha desarrollado plataformas de educación para los clientes como las referidas a Internet Banda Ancha ( <a href="http://vtr.com/hogar/banda-ancha/">http://vtr.com/hogar/banda-ancha/</a> ) y el despliegue de la red móvil ( <a href="http://vtr.com/antenascelulares/">http://vtr.com/antenascelulares/</a> )
PR4	Número de incidentes de incumplimiento de reglamentos y códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado, del tipo de resultado	En 2012, no se registraron incidentes de esta naturaleza
PR5	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo resultados de estudios	24-39

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

## Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- Diseño y Calidad de Productos

## Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- Nuestros Colaboradores
- Desarrollo de Proveedores

## Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

## Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

## GRI

- Índice GRI y contenidos

## Tablas Anexas

## Verificación KPMG



# Tabla de contenidos GRI

Responsabilidad del producto		
PR6	Programas de cumplimiento de leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing	37, 39
PR7	Número de incidentes derivados del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio, del tipo de resultado	En 2012, no se registraron incidentes de esta naturaleza
PR8	Número de reclamos debidamente fundados en relación con el respecto a la privacidad y la fuga de datos personales	VTR cuenta con una Política de Privacidad de la Información de los Clientes. En 2012, la compañía no recibió reclamos relacionados con la fuga de datos personales.
PR9	Costo de las multas significativas producto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y uso de los productos y servicios	51
Suplemento sectorial Telecomunicaciones		
IO.1	Capital de inversión en infraestructura de redes de telecomunicaciones desglosado por región	15
IO.2	Costos netos para los proveedores de servicios bajo la Obligación de Servicio Universal al extender sus servicios a lugares geográficos y a grupos de bajos ingresos que no son rentables. Describe mecanismos legislativos y regulaciones relevantes	No se ha cuantificado el costo neto de estas actividades
IO.3	Prácticas para asegurar la salud y seguridad del personal en terreno involucrado en la instalación, operación y mantenimiento de antenas, estaciones base, cableado y otras plantas externas. Los aspectos relacionados a la salud y seguridad incluyen trabajo en altura, choques eléctricos, exposición a EMF y frecuencias de radio, y la exposición a productos químicos peligrosos	Los trabajadores relacionados con equipos de alto voltaje cuentan con procedimientos escritos respecto de la forma de efectuar su trabajo
PA2	Políticas y prácticas para superar las barreras de acceso y uso de productos y servicios de telecomunicaciones, incluyendo: idioma, cultura, analfabetismo y falta de educación, ingresos, discapacidades y edad	79-85
PA3	Políticas y prácticas para asegurar la disponibilidad y confiabilidad de productos y servicios de telecomunicaciones	28, 36
PA4	Cuantificar el nivel de disponibilidad de productos y servicios de telecomunicaciones en las áreas en que opera la organización	36
PA5	Número y tipo de productos y servicios entregados y utilizados por sectores de la población de bajos ingresos o sin ingresos	84
PA6	Programas para promover y mantener productos y servicios de telecomunicaciones en situaciones de emergencia y para colaborar en caso de desastre	En 2012, la autoridad fijó la norma técnica con la cual operará el Sistema de Alerta de Emergencias sobre las Redes de Servicio Público de Telefonía Móvil, plataforma en la que participa VTR y el conjunto de compañías del sector local Telecomunicaciones

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

## Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- Diseño y Calidad de Productos

## Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- Nuestros Colaboradores
- Desarrollo de Proveedores

## Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

## Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

## GRI

- Índice GRI y contenidos

## Tablas Anexas

## Verificación KPMG

# Tabla de contenidos GRI

Suplemento sectorial Telecomunicaciones		
PA7	Políticas y prácticas para manejar aspectos de derechos humanos relacionados con el acceso y uso de productos y servicios de telecomunicaciones	VTR promueve un acceso equitativo a sus productos y servicios de telecomunicaciones, y sigue la normativa nacional vigente al respecto
PA8	Políticas y prácticas de comunicación publicitaria. Incluye información sobre las ventas	24, 37, 39
PA9	Total invertido en programas y actividades en el campo de la investigación electromagnética	VTR se basa en este ámbito en las investigaciones realizadas al respecto por la Organización Mundial de la Salud /Ver mediciones en página 106
PA10	Iniciativas para asegurar la claridad de cargos y tarifas	24-26, 28, 32
PA11	Iniciativas para informar a los clientes sobre características de los productos y aplicaciones que promoverán un uso preferiblemente responsable, eficaz, rentable y que no dañe el medio ambiente	7-8, 93
TA1	Ejemplos de eficacia de recursos de los productos y servicios de telecomunicaciones	5-6, 7-8, 41
TA2	Ejemplos de productos, servicios y aplicaciones de telecomunicaciones que tienen el potencial de reemplazar objetos físicos (ejemplo: el directorio telefónico por una base de datos en la red o viajara través de videoconferencia)	7-8, 93
TA4	Estimaciones sobre el efecto rebote (consecuencias indirectas) del uso por parte de los clientes de los productos y servicios mencionados anteriormente y las lecciones aprendidas para desarrollo futuro	7-8, 41, 93
TA5	Descripción de prácticas relacionadas con los derechos de propiedad intelectual y tecnologías disponibles	La compañía chequea y valida que todos los elementos sujetos a propiedad intelectual que utiliza en sus comunicaciones masivas cuenten con los derechos necesarios para ser empleados. VTR es usuaria de propiedad intelectual en diversos ámbitos, y como tal realiza campañas activas para combatir el acceso ilegal a las señales de TV Cable y colabora con la Justicia para enfrentar el flagelo de la piratería

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

## Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- Diseño y Calidad de Productos

## Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- Nuestros Colaboradores
- Desarrollo de Proveedores

## Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

## Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

## GRI

- Índice GRI y contenidos

## Tablas Anexas

## Verificación KPMG

# Tablas Anexas

A fines de 2012, VTR ofrecía su servicio de Televisión por pago en 64 comunas y el de Telefonía fija e Internet Residencial en 42. La cobertura nacional de su oferta de productos por ciudad se detalla en el siguiente cuadro:

CIUDAD	CABLE	FONO	INTERNET	DIGITAL	ANÁLOGO	HD	VOD
Arica	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Alto Hospicio	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Iquique	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Antofagasta	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Calama	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Tocopilla	Sí	No	No	Sí	Sí	No	No
Vallenar	Sí	No	No	No	Sí	No	No
El Salvador	Sí	No	No	No	Sí	No	No
Copiapó	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
La Serena	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Illapel	Sí	No	No	No	Sí	No	No
Coquimbo	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Zona Santiago	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Concón	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Viña del Mar	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Valparaíso	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Cartagena	Sí	No	No	Sí	Sí	No	No
San Antonio	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Santo Domingo	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No	No
Villa Alemana	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Quilpué	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Quillota	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Los Andes	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Santa María	Sí	No	No	No	Sí	Sí	Sí
Putendo	Sí	No	No	No	Sí	Sí	Sí
San Esteban	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
San Felipe	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Limache	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
La Calera	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
La Cruz	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Nogales	Sí	No	No	Sí	Sí	Sí	Sí
La Ligua	Sí	No	No	Sí	Sí	No	No
Machalí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Rancagua	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Rengo	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

## Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- Diseño y Calidad de Productos

## Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- Nuestros Colaboradores
- Desarrollo de Proveedores

## Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

## Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

## GRI

- Índice GRI y contenidos

## Tablas Anexas

## Verificación KPMG



## Tablas Anexas

CIUDAD	CABLE	FONO	INTERNET	DIGITAL	ANÁLOGO	HD	VOD
San Fernando	Sí	No	No	No	Sí	Sí	Sí
Parral	Sí	No	No	No	Sí	No	No
Talca	Sí						
Linares	Sí	No	No	Sí	Sí	No	No
Curicó	Sí						
Constitución	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No	No
Cauquenes	Sí	No	No	No	Sí	No	No
Chiguayante	Sí						
Concepción	Sí						
Penco	Sí						
San Pedro de la Paz	Sí						
Talcahuano	Sí						
Chillán	Sí						
Los Ángeles	Sí						
San Carlos	Sí						
Victoria	Sí	No	No	No	Sí	No	No
Labranza	Sí	No	No	Sí	Sí	Sí	Sí
Padre Las Casas	Sí	No	No	Sí	Sí	Sí	Sí
Temuco	Sí						
Angol	Sí	No	No	No	Sí	No	No
La Unión	Sí	No	No	Sí	Sí	No	No
Osorno	Sí						
Valdivia	Sí						
Castro	Sí	No	No	No	Sí	No	No
Ancud	Sí	No	No	No	Sí	No	No
Llanquihue	Sí	No	No	Sí	Sí	Sí	Sí
Puerto Montt	Sí						
Puerto Varas	Sí						
Coyhaique	Sí	No	No	Sí	Sí	No	No
<b>TOTAL SERVICIOS</b>	<b>64</b>	<b>42</b>	<b>42</b>	<b>52</b>	<b>64</b>	<b>47</b>	<b>47</b>

### Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias

#### Fuentes no renovables

Diésel	27.391,43 GJ
Gasolina	2.168,49 GJ

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

### Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- Diseño y Calidad de Productos

### Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- Nuestros Colaboradores
- Desarrollo de Proveedores

### Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

### Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

### GRI

- Índice GRI y contenidos

### Tablas Anexas

### Verificación KPMG

# Tablas Anexas

## Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias

Fuente	Energía	Consumo
No renovable	Carbón	59.517,10 GJ
	Aceite	40.471,63 GJ
	Gas natural	14.284,10 GJ
	Otros combustibles	7.142,05 GJ
Renovable	Red eléctrica	116.653,52 GJ

## Consumo total de agua por fuentes

Fuente	Consumo
Red municipal	171.711 m <sup>3</sup>

## Otras emisiones indirectas de Gases de Efecto Invernadero en peso

Otras emisiones indirectas relevantes	723,88 tons CO <sub>2</sub> e
---------------------------------------	-------------------------------

## Resumen de mediciones electromagnéticas de antenas de telefonía móvil reportadas a Subtel

Año 2011		Año 2012	
Junio	85	Julio	125
Julio	93	Agosto	83

## Materiales relevantes utilizados por VTR en 2012

Categoría de material	Tipo de producto	Unidades solicitadas
Baterías	Banco de baterías Enersis	28
Cables	Cable módem Thomson DCW775 equipo Docsis 3.0	32.360
	Cable blanco S/M coaxial doble malla	6.054.930
	Cable HDMI Lantek HDMIMM6, 6 pies, 1.3B, 30 AWG	451.206
	Cable coaxial doble malla	2.718.325
Equipos electrónicos y eléctricos	Caja Premium Motorola DCX3210 / A010 / 301	100.160
	EMTA Thomson DWG-875, EMTA DOCSIS 3.0 WIFI	64.930
	Caja Premium Motorola DCT 700 SET TOP BOX Digital	8.6210
	Caja Premium Motorola DCX3510 SET TOP BOX	12652
	EMTA Cisco DPQ3925 / CE-8 DOCSIS 3.0 inalámbrica, batería 2600 MA	27.493
	Amplificador Motorola MB100K-2HAXH-F-R MINIBRIDGER 1 GHZ 31075	5.052
	EMTA Arris WTM652G/CE-8, inalámbrico 4ETH, 2 FONOS	30.750
	Equipo WIFI Motorola SBG6580 Cable módem inalámbrico D3.0	25.930

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

## Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- Diseño y Calidad de Productos

## Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- Nuestros Colaboradores
- Desarrollo de Proveedores

## Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

## Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

## GRI

- Índice GRI y contenidos

## Tablas Anexas

## Verificación KPMG



# Tablas Anexas

## Materiales relevantes utilizados por VTR en 2012

Categoría de material	Tipo de producto	Unidades solicitadas
Equipos electrónicos y eléctricos	Control remoto Aconcagua NA	299.967
	Conector Gilbert GF-UR-6, ultrarange, cable RG6 quadshield	4.321.800
	KIT Cisco ASR9K	5
	Teléfono celular Samsung T679	3.000
	SAM S6810	3.500
	Notebook	136
	Memoria RAM 8GB	32
	Disco duro Seagate Sata Drive	9
	Impresoras de caja Epson	13
	Televisor LED 46	9
Sobres	Sobre oficio Saco con logo institucional	3.350
	Sobre 1/2 oficio con logo institucional	3.500
	Sobre Americano con logo institucional	5.250
	Sobre Vigamil 70 gr. extraoficio	125
	Sobre Vigamil 80 gr. oficio	179
	Sobre 1/2 oficio Vigamil blanco 90 gr. 50 unidades	119
	Sobre Americano remuneraciones con ventana y fondo	4.350
	Sobre Americano VTR institucional con ventana	3.500
	Sobre Americano Vigamil blanco 80 gr. 50 unidades	192
	Sobre Saco Golden Kraft broche metálico	750
	Sobre Saco Remuneraciones con fuelle lateral y fondo suizo	250
	Sobre Americano Vigamil blanco con ventana 80 gr. 50 unidades	20
	Papelería administrativa	Formulario Contrato Triple Servicios Fijos
Papel fotocopia Lavoro carta Print & Copy 500 hojas		10.765
Formulario Contrato Láser		280.000
Formulario Departamento Servicio al Cliente 100 a 250 unidades		170
Formulario Mandato PAC 100 a 250 unidades		150
Papel fotocopia Lavoro Print & Copy oficio 500 hojas		160
Formulario Resumen y Recaudación Diaria de Ventas 100 a 250 unidades		100
Hoja carta con logo VTR y sin dirección		5.000
Formulario Devolución de Materiales 100 a 250 unidades		100
Hoja carta con logo VTR y dirección		2.000
Papelería de Marketing	Folletería	35.584.230
	Trípticos	544.200
Otros materiales	Boca anexa normal	578.110
	Filtro Arcom FRC-VTRA-1 RF	160.270
	Caja cartón corrugado 60 cm x 40 cm x 20 cm	3.700
	Cajas chicas 40 cm x 30 cm x 10 cm	2.400
	Caja cartón corrugado 40 cm x 30 cm x 20 cm	1.900
	Caja cartón corrugado 60 cm x 45 cm x 50 cm	400
	Caja cartón corrugado 30 cm x 20 cm x 40 cm	19
Caja cartón corrugado 50 cm x 30 cm x 40 cm	19	

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

### Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- Diseño y Calidad de Productos

### Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- Nuestros Colaboradores
- Desarrollo de Proveedores

### Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

### Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

### GRI

- Índice GRI y contenidos

### Tablas Anexas

### Verificación KPMG



## Punto de contacto en relación con la memoria

### VTR GLOBALCOM S.A.

**Dirección:** Avenida del Valle Sur, 534  
Huechuraba, Santiago

**Teléfono:** (56-22)3101000

VTR GlobalCom se constituyó legalmente el 13 de diciembre de 1993 con el nombre de IUH Inversiones Chile Ltda., sociedad inscrita en el Registro de Comercio de Santiago a fojas 27.062, número 22.266, en 1993. Más tarde pasó a llamarse VTR Hiper cable S.A., para cambiar a su actual razón social el 3 de enero del año 2000.

### CONTACTOS

#### María Paz Epelman

Vicepresidenta de Asuntos Públicos y  
Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

Teléfono: (56-22) 310 1634

E-mail: mariapaz.epelman@vtr.cl

#### María José Fuentealba

Subgerente de Responsabilidad Social  
Empresarial (RSE)

Teléfono: (56-22) 310 1617

E-mail: maria.fuentealba@vtr.cl

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

### Confianza con los clientes

- Nuestros Clientes
- Diseño y Calidad de Productos

### Negocio Responsable

- Ética y Transparencia
- Nuestros Colaboradores
- Desarrollo de Proveedores

### Sociedad Digital

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

### Impacto Ambiental

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

### GRI

- Índice GRI y contenidos

- Tablas Anexas

### Verificación KPMG

### Punto de contacto



## Carta del verificador

- Alcance
- Carta del Presidente
- Entrevista a Guillermo Ponce
- El Valor de las TIC
- Sobre VTR
- Gestión Sustentable

### **Confianza con los clientes**

- Nuestros Clientes
- Diseño y Calidad de Productos

### **Negocio Responsable**

- Ética y Transparencia
- Nuestros Colaboradores
- Desarrollo de Proveedores

### **Sociedad Digital**

- Confianza y Seguridad Digital
- Inclusión Digital
- Comunidad

### **Impacto Ambiental**

- Residuos y Reciclaje
- Desafío Climático

### **GRI**

- Índice GRI y contenidos

- **Tablas Anexas**

### **Verificación KPMG**

### **Punto de contacto**