

REPORTE DE SUSTENTABILIDAD 2007





REPORTE DE SUSTENTABILIDAD

2007



Índice

40 Clientes



24 Gobierno Corporativo



06 Mensaje del Presidente



09 Alcance



10 Perfil de la Empresa

56 Colaboradores

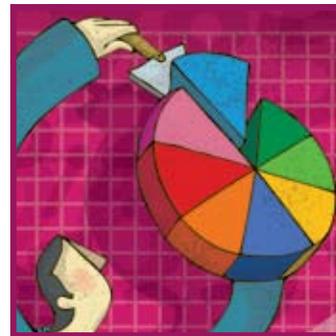
72 Proveedores



100 Compromiso Ambiental



80 Inversión en la Comunidad



122 Anexo

123 Índice del GRI

114 Desempeño Económico

Carta del Presidente



La tercera revolución industrial está en marcha. Lo dijo la propia Organización Mundial del Comercio, al referirse a la influencia que están ejerciendo las Tecnologías de Información y Comunicación (TICs) y a su certeza de que, a nivel global, el comercio y servicios electrónicos mejorarán la eficiencia de los gobiernos y de las empresas. De hecho, estas tecnologías se han hecho imprescindibles, tanto para el éxito de toda actividad productiva de relevancia como para la expansión del conocimiento.

En Chile, VTR es una de las empresas que están liderando este proceso, al proveer un servicio con la mayor tecnología para que millones de chilenos se puedan comunicar, informar, entretener y

educar. Gracias a nuestro trabajo, estamos permitiendo que las personas participen activamente en la “aldea global” y que las empresas mejoren su logística y competitividad.

Sin embargo, la promesa de desarrollo y conectividad asociada a las TIC aún resulta lejana o inaccesible para gran parte de los habitantes del planeta, principalmente por motivos económicos, geográficos y generacionales. Así, a pesar de que en Chile se ha erradicado el analfabetismo, la mitad de los chilenos se siente “ajeno” al mundo de las TIC. En definitiva, hablamos de “analfabetos digitales”, personas que viven en carne propia las consecuencias de la exclusión digital.

Esta separación entre quienes utilizan las TIC de manera rutinaria y quienes no pueden acceder a ellas o no saben utilizarlas, es una preocupación de muchos gobiernos incluyendo el chileno. Porque sin las TIC se niega a las personas la posibilidad de progresar y salir de sus situaciones de marginalidad,

por cuanto mediante la tecnología se han construido puentes para que la gente mejore su salud y educación, acceda rápidamente a la información, se contacte con los servicios públicos, realice trámites y comercialice sus productos.

Desde que en el año 2000, VTR comenzó con su servicio integrado de telefonía, TV Cable e Internet, hemos contribuido con la inclusión digital de un segmento relevante de la población. Pero aún hay sectores postergados y en VTR sentimos que tenemos un rol relevante que cumplir en tal sentido.

Justamente, la misión social de VTR apunta a esta situación, pues sitúa a la inclusión digital como el principal objetivo de los esfuerzos de la compañía dirigidos en beneficio de la comunidad. Consideramos que podemos aportar nuestra experiencia en el uso de las TIC para permitir que cada vez más chilenos ingresen a la sociedad de la información. Campañas comerciales como Wi Fi gratis o la oferta de compra en cuotas de un computador Lenovo realizadas en



el año 2007 fueron de importancia para disminuir la exclusión digital a nivel nacional.

Como verdaderos conocedores de los desafíos y potencialidades de las TIC, pretendemos que las políticas de inclusión digital no se limiten a entregar un acceso a ellas. Como la tecnología tiene escaso valor si no se sabe ocupar, se necesita dedicar esfuerzos adicionales a la formación de las habilidades requeridas para su uso y generar las oportunidades para que el nuevo usuario de las TIC se beneficie por ello.

En VTR consideramos que la plena inclusión digital significa la capacidad de sacar el máximo partido a todo el potencial de las tecnologías existentes, lo que implica saber cómo usar las herramientas en beneficio de las personas y la sociedad y cómo aprovechar el poder de la tecnología para hacer de este mundo un lugar mejor.

En este sentido, desde el año 2004 hemos apoyado la realización del

único indicador nacional que mide la digitalización de los alumnos de enseñanza básica y media, el Índice Generación Digital.

Una adecuada preparación educacional, que permita la utilización de estas tecnologías en la plenitud de sus posibilidades, constituye el desafío para los programas de inclusión digital que se están realizando a nivel público y privado. Por este motivo, para VTR la expansión del conocimiento tecnológico entre los chilenos y la generación de oportunidades a partir de su uso responsable son tanto o más importantes que entregar un servicio adecuado para el pleno aprovechamiento de Internet. En este sentido, hemos desarrollado programas de inclusión como los proyectos Quijote y Liceos Técnicos y apoyamos diversas iniciativas para mejorar los conocimientos y el acceso.

Adicionalmente, hemos asumido un compromiso público con las familias chilenas por incentivar un uso responsable de nuestros servi-

cios, entendiendo que la televisión e Internet son fuentes inagotables de entretenimiento, conocimiento y educación, pero que conllevan ciertos riesgos si no son utilizados adecuadamente. Razón de ello es nuestro Manual VTR Familia Atenta, que lanzamos a fines de 2007 para ayudar a los padres en la educación de sus hijos.

Hoy, creemos que dar acceso a las TIC ha sido el primer paso para reducir la brecha digital, consiguiéndose importantes resultados. Es el momento de dar el segundo paso y ayudar de manera concreta a las personas a que se sientan capaces y calificadas para utilizar productos y servicios digitales de manera segura y eficaz. Sólo de esta manera podrán aprovechar las inmensas oportunidades que se van a abrir mediante el buen uso de las TIC.



Mauricio Ramos
Presidente Ejecutivo
VTR





Alcance

Este es el segundo Reporte de Sustentabilidad de VTR. Fue elaborado por la Vicepresidencia de Asuntos Públicos y Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y contó con el apoyo y revisión de todas las vicepresidencias de la compañía.

Considera la gestión económica, ambiental y social de la matriz VTR GlobalCom S.A. y de las filiales VTR Banda Ancha (Chile) S.A. y VTR Global Carrier S.A. enfocadas a las actividades señaladas en la sección Matriz y Filiales. Bazuca ha sido excluida del reporte, por ser una empresa con funcionamiento independiente. El reporte abarca la gestión desde el 1 de enero hasta el 31 de diciembre de 2007. Además, incluye información de años anteriores, para cumplir con los principios de comparabilidad y claridad.

Para su elaboración consideramos los principios y las pautas G3 del Global Reporting Initiative (GRI) y los indicadores del Suplemento de

Telecomunicaciones para autocalificarnos en Nivel B. Adicionalmente, con el propósito de garantizar la imparcialidad de la información presentada y el cumplimiento de las pautas G3, hemos contratado los servicios de un asesor externo, que levantó y recopiló toda la información necesaria para la realización del Reporte de Sustentabilidad 2007 y su adecuada presentación. Para ello, se revisaron 20 documentos y se realizaron 23 entrevistas a ejecutivos que validaron la información entregada.

En forma complementaria, se efectuó un benchmark con los Reportes de Sustentabilidad de empresas destacadas en el concurso al Mejor Reporte de AcciónRSE realizado en el año 2007. Además, se revisó el archivo de prensa de la compañía correspondiente al año de gestión y se levantaron los temas relevantes para la empresa. De acuerdo con este trabajo, se definió la materialidad de los temas contenidos en este reporte.

Respecto de la información financiera, en su calidad de filial de Liberty Global Inc., VTR está sujeta al cumplimiento de las secciones 302¹ y 404² de la Ley Sarbanes – Oxley. Esta regulación requiere que la entidad emisora y sus auditores externos realicen una evaluación de la eficacia del sistema de control interno sobre la información financiera.

Los principales desafíos para VTR están relacionados con aumentar la cobertura de la gestión ambiental y efectuar un proceso de diálogo con los grupos de interés. Los avances relacionados con estos ámbitos serán informados en el próximo reporte.

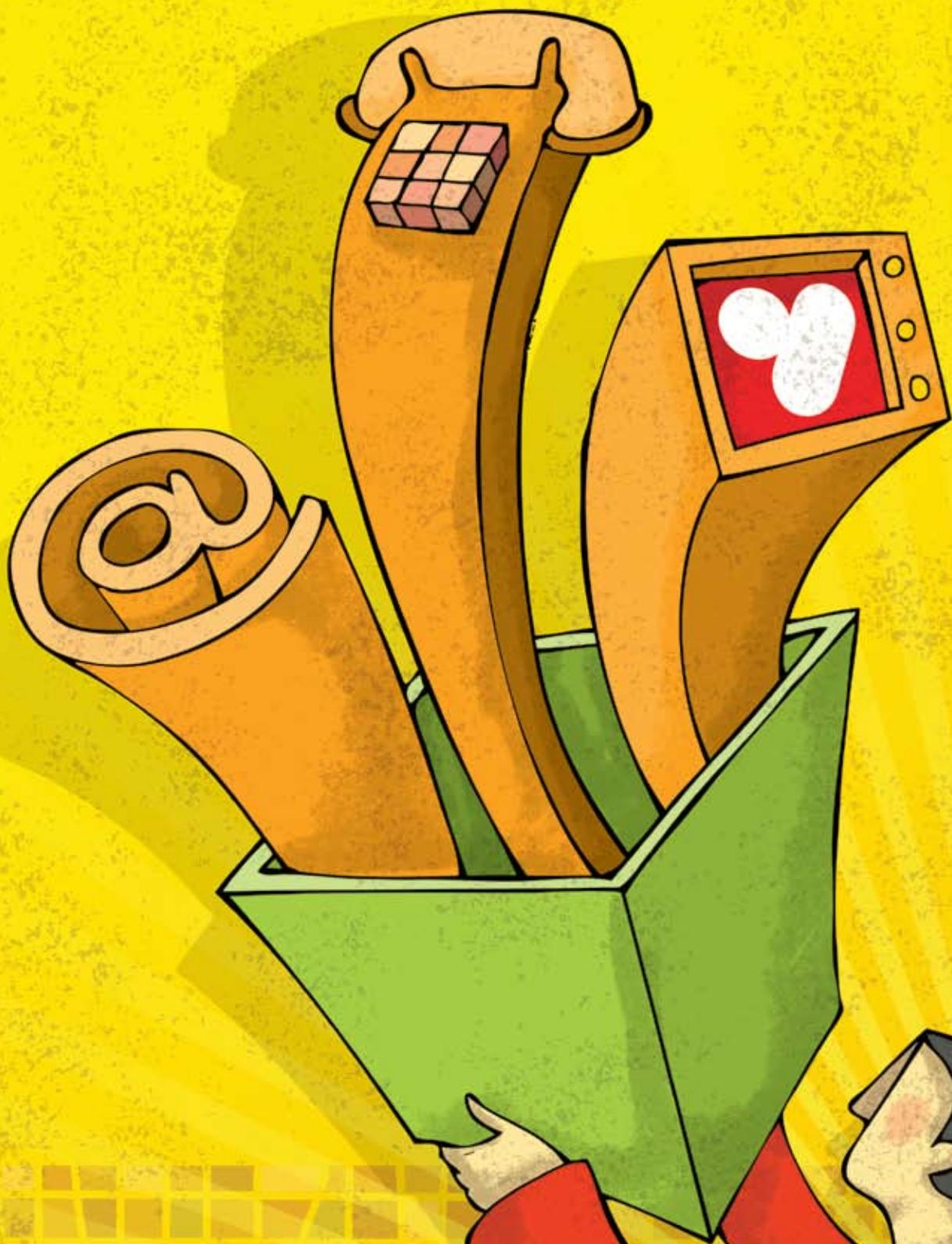
Para garantizar la disponibilidad del documento, imprimimos 1.100 ejemplares. A su vez, se encuentra disponible una versión electrónica en español e inglés de este documento en nuestro sitio corporativo, www.vtr.com.

¹ La sección 302 de la Ley Sarbanes – Oxley requiere que el Chief Executive Officer (CEO) y el Chief Financial Officer (CFO) de una compañía registrada en la Securities and Exchange Commission (SEC - www.sec.gov) certifiquen todos los reportes trimestrales y anuales. Para los reportes de períodos que terminan después del 29 de agosto de 2002, el CEO y el CFO deben evaluar la eficacia de los controles y procedimientos de revelación de la entidad emisora.

² La sección 404 requiere a la entidad emisora y a sus auditores externos, una evaluación de la eficacia del control interno sobre la información financiera que se reporta al término de cada año. Estos informes sobre control interno entraron en vigencia el 16 de junio de 2004 para las empresas de Estados Unidos en la SEC.



Perfil de la Empresa



Perfil de la Empresa

VTR es una empresa líder en telecomunicaciones. Fue la primera en Chile capaz de ofrecer los servicios de telefonía, televisión e Internet Banda Ancha a través de la misma plataforma tecnológica. Cuenta con 69 sucursales a lo largo de todo el país, las que responden a las solicitudes de los clientes y atienden los requerimientos del negocio en 51 ciudades desde Arica hasta Coyhaique.

A diciembre de 2007, VTR estaba formada por 2.851 trabajadores, los que han llevado a la compañía a ocupar un sitio de liderazgo en el sector de las telecomunicaciones a nivel nacional, con 2.441.200 hogares pasados, un 4% más que en 2006.

Desde su fundación, en 1928, VTR ha sido pionera en su rubro, partiendo como la primera empresa de telecomunicaciones privada en Chile. En la década de los ochenta se convirtió en la primera en ofrecer el servicio de discado directo automático e introdujo en el país tecnologías como la fibra óptica, el fax y las redes de transmisión de datos. En los noventa, la compañía entró al negocio de la telefonía móvil, obteniendo una de las primeras licencias de operación para dicho servicio. Posteriormente, participó en la industria de la televisión pagada, llegando a consolidarse como la principal operadora de cable del país, luego de su fusión con Metrópolis Intercom, en 2005.

De la misma forma, fue la primera compañía en ofrecer a sus clientes la revolucionaria oferta de empaquetamiento de servicios de telecomunicaciones (Triple Pack), desde el año 2002.

Hoy VTR pone todo su esfuerzo para seguir siendo líder en la industria, entregando la mejor calidad de servicio a sus clientes, a través de productos tecnológicos innovadores y de punta.

Propiedad y Accionistas

La propiedad de VTR GlobalCom S.A. corresponde en un 80% a Liberty Global Inc., a través de sus filiales United Chile LLC y United Chile Ventures Inc.; y en un 20% a Cristalerías de Chile S.A.

Liberty Global Inc. es un operador de cable internacional líder en el mundo y ofrece servicios avanzados de Televisión, Teléfono e Internet Banda Ancha a 16 millones de clientes en Europa, América y Asia Pacífico. Sus operadoras son UPC Broadband y Telnet en Europa; VTR en Chile; J:COM en Japón y AUSTAR en Australia. Sus operaciones también incluyen importantes negocios de comunicación y programación, como Júpiter TV en Japón y Chellomedia en Europa. Cristalerías de Chile S.A. es una

importante empresa chilena con más de 100 años de presencia en el mercado nacional e internacional. Con oficinas en Santiago de Chile, se dedica principalmente a la producción y venta de envases de vidrio. Adicionalmente, posee inversiones en diversos sectores, como el de las comunicaciones, envases de plástico y vitivinícola.



Accionista	Acciones	% de Participación
United Chile LLC	10.409.133	18,2%
United Chile Ventures Inc,	35.344.305	61,8%
Cristalerías de Chile S.A.	11.438.360	20%

Matriz y Filiales

VTR GlobalCom S.A. junto con sus cuatro filiales (VTR Banda Ancha -Chile- S.A., VTR Global Carrier S.A., VTR Ingeniería S.A. y Bazuca.Com Chile S.A.) participan directamente en el mercado de las telecomunicaciones en el país, en los negocios de Telefonía Local, Larga Distancia, Internet y Televisión por Cable. A diciembre de 2007, los objetos sociales de la matriz y sus filiales eran los mismos que los reportados el año 2006.

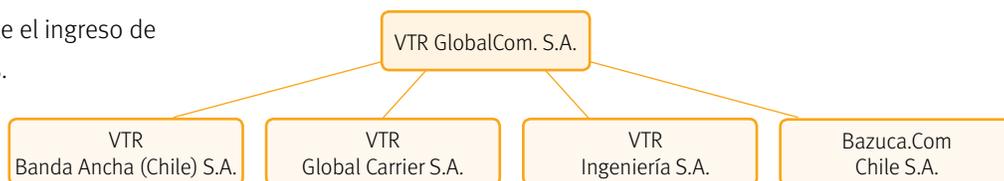
VTR GlobalCom S.A., cuya función es efectuar toda clase de actividades de telecomunicaciones, por ejemplo, Televisión por Cable de libre recepción y vía satélite, a través de sociedades filiales, coligadas o subsidiarias, incluyendo la constitución de las mismas o mediante el ingreso de otras ya existentes.

VTR Banda Ancha (Chile) S.A. que ofrece servicios limitados de televisión, ya sea por cable o por cualquier otra forma o tecnología, además del servicio de transmisión de datos, software, informática y computación, por cualquier medio, electrónico, digital u otro y la instalación, mantención y operación de toda clase de servicios de Internet.

VTR Global Carrier S.A. es la filial a cargo de la instalación, operación, explotación y/o administración de medios que provean funciones de transmisión de larga distancia correspondiente al servicio público telefónico, ya sea por medio electrónico, digital u otro.

VTR Ingeniería S.A. es la empresa encargada de proveer asesoría y/o consultoría, además de los servicios de estudio y desarrollo de proyectos de ingeniería, programación, ejecución y construcción de toda clase de obras civiles, habitacionales, infraestructura, redes de telecomunicaciones y todo tipo de actividades relacionadas con el rubro antes mencionado.

Bazuca.Com Chile S.A. fue adquirida a fines de 2006 y su actividad se enmarca en la creación y administración de páginas de Internet con el fin de arrendar películas y comercializar todo tipo de productos a través de su portal.



Principios Corporativos

Con el objetivo de reflejar las prioridades de la organización, los Principios Corporativos representan los compromisos adquiridos por la empresa y sus colaboradores, en relación a su quehacer cotidiano.

En forma paralela a estos principios, también se establecieron los focos estratégicos y las declaraciones sobre el estilo de gestión de la compañía, todos ellos con el mismo propósito: Lograr la excelencia en el servicio y la calidad de atención.

Desde fines de 2007, VTR se encuentra realizando una redefinición de sus principios. Las posibles modificaciones serán informadas en el próximo reporte.

Valores

- Confianza
- Simplicidad
- Disfrute
- Orgullo

Visión:

Ser la empresa líder en calidad de servicio en América Latina.

Misión:

Aportar significativamente a la calidad de vida de todos los chilenos a través de los servicios de comunicación, información, educación y entretenimiento que llevamos al hogar.

Objetivos:

Constituirnos como una organización integrada por personas que sirven a personas, como una compañía que contribuye a mejorar la calidad de vida de los chilenos a lo largo de todo el país y como el actor más dinámico y competitivo de la industria de las telecomunicaciones en Chile.

Actividades y Negocios

VTR GlobalCom S.A. focaliza sus negocios principalmente en la televisión por cable (incluye televisión digital), telefonía fija residencial local, larga distancia e Internet Banda Ancha. Además, ha diversificado sus operaciones hacia otros mercados, como la publicidad en TV Cable, seguridad residencial y la venta y arriendo de películas y otros productos a través de Internet.

Telefonía Fija Residencial

En 1997, VTR lanzó un proyecto a nivel nacional para competir directamente con los operadores de telefonía fija residencial ya existentes. Posteriormente, logró consolidarse como uno de los principales actores del mercado gracias a su “Plan Total”, una oferta que permite a los clientes comunicarse de manera ilimitada con teléfonos de cualquier empresa a un costo fijo mensual.

Televisión por Cable

VTR es el principal operador de televisión por cable en Chile. A diciembre de 2007 entregaba sus servicios a un total de 852.600 clientes, en 51 ciudades desde Arica hasta Puerto Montt. Ofrece programación diferenciada para cada localidad, sumando a su grilla habitual, canales de programación local para 41 de estas ciudades.

Para satisfacer el requerimiento programático de sus clientes, hoy cuenta con un plan full de 68 canales y uno light de 46. Además en las zonas digitales, los clientes que contratan d-Box reciben seis señales adicionales de cable full y cuatro en light. También existe una oferta Premium con 19 combinaciones de paquetes programáticos.

SUSCRIPTORES	2006	2007
Clientes telefónicos	467.100	553.900
TV Cable	803.500	852.600
Banda Ancha	413.800	520.300
Larga Distancia	145.475	209.645
Hogar Seguro	3.595	5.557
Bazuca.com	465	1.207

En 2007, VTR superó el medio millón de clientes de Banda Ancha, consolidándose como la empresa líder en este mercado.



Además, la compañía lanzó el servicio de televisión digital, que ofrece nuevas alternativas como la Guía de Programación Interactiva y “VTR on Demand” o video a pedido, que permite seleccionar más de 100 títulos de películas desde la casa para verlas cuando el cliente lo desee.

En 2007, VTR puso a disposición de sus clientes VIVE HD (High Definition), el primer canal de alta definición en Chile y Latinoamérica. Con este lanzamiento, en la actualidad, es posible entrar a una televisión cuya calidad supera todos los estándares conocidos en el mundo audiovisual en el país.

Banda Ancha

Desde la implementación del sistema Banda Ancha, en 1999, VTR ha jugado un rol protagónico en la disminución de la brecha digital. Hoy ofrece múltiples alternativas de servicio a clientes residenciales de Santiago y en 18 ciudades regionales. Para 2007, la oferta fluctuaba entre 300 Kilobytes³ por segundo (Kbps) y 10 Megabytes⁴ por segundo (Mbps). Además, ofrece múltiples alternativas de servicio de Banda Ancha con conexión de tipo “always on” (uso ilimitado con un cargo fijo), para clientes residenciales.

Todas estas características permitieron que, en 2007, VTR alcanzara los 520.300 clientes de Banda Ancha residenciales, consolidándose como una de las empresas líderes en este mercado.

Telefonía Larga Distancia

En 2001, VTR adquirió el carrier 111 e ingresó al segmento de la telefonía de larga distancia, ofreciendo los servicios de discado Contratado Variable y Contratado Cargo Fijo, en octubre de 2003.

En la actualidad, el mercado de telefonía de larga distancia se encuentra en un escenario complejo, experimentando una caída promedio de 10,5% en los últimos tres años respecto de sus tráficos. A diferencia de esta tendencia de la industria, el Carrier de VTR ha tenido un promedio de crecimiento de 30% anual, llegando a una participación de mercado de 9,3% del tráfico residencial, incluyendo nacional e internacional, con una cartera activa cercana a los 210.000 clientes.

³ Unidad de medida para la capacidad de memoria o almacenamiento de las computadoras. Equivale a 1.024 bytes

⁴ Un Megabyte corresponde a 1.024 Kilobytes

Hogar Seguro

Hogar Seguro es un servicio de protección domiciliar que consiste en la instalación de alarmas electrónicas en los domicilios y su conexión a centrales de monitoreo a través de redes de telecomunicaciones. Opera en todo Santiago y, en la Quinta Región de Valparaíso, en las ciudades de Viña del Mar, Valparaíso, Concón, Quilpué y Villa Alemana.

A fines de 2007, Hogar Seguro contaba con 5.557 clientes. El 95% de su cartera de atención son clientes VTR.

Bazuca.com

En enero 2007 se formalizó la adquisición de Bazuca.com, empresa de Internet especializada en la venta y arriendo de películas y otros artículos enfocados en la entretención y consumo.

Actualmente, a través de su portal, Bazuca lidera el volumen de transacciones realizadas a través de Internet, duplicando los canales virtuales más exitosos de Chile.

Publicidad en TV Cable

VTR desarrolla el negocio de la publicidad por cable a través de VTR Publicidad, división especializada en la comercialización de espacios publicitarios. Su fortaleza en este mercado es su capacidad de insertar publicidad en los mejores canales de cable que transmite por su red, a lo largo de todo el país. Además, VTR cuenta con espacios publicitarios en sus sitios web y en VIVE, su revista y guía mensual de programación.

LGG

La Gran Guía S.A. nació en 2004, a partir de una operación conjunta entre El Mercurio (60%) y VTR (40%), que ingresaron al mercado nacional de directorios telefónicos de páginas amarillas.

Sus tres ediciones impresas, La Gran Guía Santiago, La Gran Guía Regiones y el Directorio Empresarial de Chile, se distribuyen en forma gratuita a hogares, empresas y comercios. Además, cuenta con el portal de negocios www.amarillas.com, la más completa plataforma de publicación online.

Estudio de Caso:

Vive! HD

El 4 de octubre de 2007, VTR lanzó el primer servicio de Televisión de Alta Definición (HDTV) de Chile y de Latinoamérica, que consistió en el desarrollo de una plataforma para la distribución y recepción de los contenidos junto al desarrollo del canal Vive! HD, que fue impulsado por VTR, integrando la mejor programación en alta definición disponible en el mundo, en una señal.

Este servicio es provisto a través de la red digital de VTR e implicó una inversión total de aproximadamente US\$20 millones. Considera la inversión realizada en la digitalización de la red, la implementación de la plataforma tecnológica y la compra de contenidos en alta definición. En una primera etapa el servicio estaba disponible en Santiago y luego se extendió al resto de las ciudades digitales como Concepción, Viña del Mar, Valparaíso y Antofagasta.

El servicio conside un decodificador avanzado (d-Box PRO) que además de tener la capacidad de transmitir imagen y audio en HD, trae incorporada la funcionalidad de Digital Video Recorder (DVR), sistema de grabación y almacenamiento de programación que

permite grabar hasta 100 horas, incluso de dos canales al mismo tiempo, quedando guardadas en un disco duro interno. También incorpora todas las funcionalidades de la TV digital de VTR, como canales de audio, guía interactiva, control de padres, pay per view y VOD (video on demand).

La estrategia de VTR al crear un canal de alta definición propio fue ser capaz de brindar a sus clientes la experiencia de la televisión en HD, abriendo esta categoría en Chile y promoviendo el desarrollo de este mercado sin tener que esperar que los operadores internacionales concreten esta oferta para la región. VTR firmó acuerdos con distribuidores especializados en Alta Definición como BBC, Bennett, 3DD y Motion Pictures. Además, en la selección de los contenidos se cauteló tanto la alta definición de la imagen como la alta calidad de la programación, como atributo editorial.

Vive! HD tiene los mejores programas que se están produciendo en la emergente industria HD mundial. El canal cuenta con una programación en cinco categorías: Kids, Cultura, Espectáculos, Tendencias y Outdoors. La meta es

que en 2008, se incorporen eventos deportivos en vivo y en directo como el Super Bowl, Liga Premier Inglesa, Fútbol Americano Universitario, la liga de Baseball Norteamericano y eventos como Later With Jools Holland y Planeta Tierra.

La materialización del proyecto desde el punto de vista de la compra de contenidos y la producción ejecutiva de la señal es responsabilidad de la Gerencia de Contenidos de la Vicepresidencia de Productos. La operación en régimen de este canal está a cargo de Chilefilms, empresa que también participó en el desarrollo de su imagen y continuidad, realizadas completamente en alta definición. La parrilla programática se compone de bloques de seis horas diarias en emisiones las 24 horas del día y los siete días de la semana.



Hitos 2007

Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
<ul style="list-style-type: none"> • 300.000 clientes Triple Pack. • Apertura de sucursales en Curicó y San Bernardo. • Se realiza Estudio de Evaluación del Proyecto Quijote. 	<ul style="list-style-type: none"> • Superando todas las expectativas, VTR logró 500.000 líneas telefónicas. • Se llegó a 800.000 clientes de TV Cable. 	<ul style="list-style-type: none"> • Se lanza la promoción Wi Fi gratis para siempre, para los clientes de Banda Ancha y la promoción Lenovo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Llegó el nuevo sistema de monitoreo remoto de TV Digital. 	<ul style="list-style-type: none"> • Lanzamiento de TV Digital en Antofagasta y Concepción con productos y promociones especiales. • Se renovó el portal Mundoblog para hacerlo más interesante, interactivo y entretenido. 	<ul style="list-style-type: none"> • Se inició un programa de desarrollo para colaboradores que tienen personal a cargo, llamado Cumbre de Líderes. • Canal Vive Deportes lanzó su nuevo sitio web www.vtr.cl/vivedeportes • Firmó convenio con Liceo Industrial A-7 de Valdivia y Liceo Industrial de Puerto Montt.

Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
<ul style="list-style-type: none"> • Con una inversión de US\$ 13,5 millones se transformó la red de VTR en las regiones de Los Ríos y de Los Lagos, en una red bidireccional, capaz de ofrecer todos los servicios de telecomunicaciones de la empresa. Las ciudades de Valdivia, Osorno, Puerto Varas y Puerto Montt recibieron con expectación el Triple Pack. 	<ul style="list-style-type: none"> • Se lanzó “Súper Venta” a nivel nacional, programa orientado a reforzar la gestión comercial de los Subgerentes Comerciales, Jefes, Supervisores, Ejecutivos de Sucursales, Venta en Terreno y Televenta. 	<ul style="list-style-type: none"> • Se alcanzó a 500.000 clientes Banda Ancha. • Se constituyó el comité que entrega propuestas para consolidar la excelencia en la calidad de servicio, en el Proyecto de Excelencia Apolo 11. 	<ul style="list-style-type: none"> • VTR lanzó el primer servicio de televisión de alta definición del país y el primer canal de alta definición de América Latina, Vive! HD. • Se cumplieron cuatro años del funcionamiento del carrier 111. • Un millón de servicios en Santiago. 	<ul style="list-style-type: none"> • Se obtuvieron cinco reconocimientos en la premiación anual de la Asociación Chilena de Agencias de Publicidad (ACHAP). • Se realizó campaña de ayuda para recaudar fondos para los damnificados por el terremoto de Tocopilla. • Lanzamiento del Manual VTR Familia Atenta. • Presentación del Estudio IGD. • Firmó convenio con liceos técnicos de Calama y Coquimbo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Se lanzó la nueva Sucursal Virtual para realizar todos los trámites de forma más simple y rápida. • VTR recibió el premio “Capital Humano”, entregado por INACAP a las empresas que más invierten en programas para sus colaboradores. • Publicación del primer Reporte de Sustentabilidad de VTR.

Estrategia Corporativa

Una vez logrado el objetivo de marcar la diferencia gracias a su modelo Triple Play y a su tecnología de red, la estrategia corporativa de VTR para el año 2007 estuvo enfocada fundamentalmente en la innovación de la oferta digital, ampliación de cobertura Triple Play y digital, la consolidación de una telefonía residencial con tarifa plana, la masificación de Wifi y la mejora de los procesos de calidad de servicio al cliente.

Dicha estrategia permitió a la compañía ofrecer el servicio digital en 11 nuevas ciudades, la implementación de la red Wimax desde la I Región de Tarapacá a la IX Región de la Araucanía, un crecimiento sostenido en el mer-

cado de la telefonía residencial, entregar una oferta Triple Pack en las regiones de Los Lagos y de Los Ríos, y la consolidación de sus servicios de innovación con el lanzamiento de la televisión de alta definición (HDTV).

Todo ello se vio complementado por una apuesta estratégica interna orientada a superar las brechas hacia la excelencia en la calidad de atención y fortalecer la gestión del capital humano, para así situar a VTR en un lugar de liderazgo en el que los colaboradores son los protagonistas en la entrega de un servicio de primer nivel.

Estrategia de negocios



Estudio de Caso:

Ampliación Triple Play hacia el sur del mundo

En enero de 2007 se dio inicio al Proyecto de Ampliación de la Red VTR en las regiones de Los Lagos (Décima) y de los Ríos (Décimo cuarta), con el objetivo de entregar cobertura de Telefonía, Televisión e Internet en las principales ciudades de ambas regiones. De esta manera, más de 100.000 hogares de las ciudades de Valdivia, Osorno, Puerto Varas y Puerto Montt accedieron a una alternativa competitiva de servicios de telecomunicaciones para el hogar.

Para desarrollar el proyecto se constituyó un equipo de trabajo

que consideró la participación de diversas áreas de la compañía, cada una con responsabilidades claves para la consecución del objetivo. De esta forma se formaron equipos de construcción, regulación, comercial, operaciones, recursos humanos, legal, administración, logística, responsabilidad social empresarial, marketing, ingeniería, capacitación y facturación.

Adicionalmente, se nombró a un gerente y a un jefe de proyecto para liderar y coordinar a todas las áreas que trabajaron durante seis meses para asegurar el éxito de la penetración en el mercado austral.

La implementación del proyecto consideró la construcción de redes en Valdivia, Osorno, Puerto Varas y Puerto Montt, la construcción de tres nuevas instalaciones técnicas y tres nuevas sucursales con capacidad para atender los requerimientos de los nuevos clientes.

Es así como a comienzos de julio se inició la comercialización en la zona, lo que significó que todos los objetivos trazados para 2007 se cumplieron en tiempo récord, logrando una penetración de mercado cercana al 30%, es decir, el equivalente a plazas ya consolidadas.

Proyecto en cifras

El presupuesto de 2007 fue de US\$13,5 millones.

Antes del ingreso de VTR a estas ciudades existían 106.826 hogares pasados con una red exclusiva de cable, en Valdivia, Osorno, Puerto Montt y Puerto Varas.

Hogares pasados previo al proyecto con red exclusiva Tv Cable	Hogares pasados con red bidireccional después del proyecto (a julio de 2007)
Valdivia: 34.367	Valdivia: 50% de la red es Triple Play
Osorno: 30.089	Osorno: 57% de la red es Triple Play
Puerto Montt (incluye Puerto Varas): 42.370	Puerto Montt (incluye Puerto Varas): 72% de la red es Triple Play





Gobierno Corporativo



Gobierno Corporativo



El Gobierno Corporativo de VTR está compuesto por la Junta de Accionistas y el Directorio, además de la Presidencia Ejecutiva, el Comité Ejecutivo y todas las Vicepresidencias de las distintas áreas de la compañía. El Directorio entrega los lineamientos de la empresa y vela por su cumplimiento y desempeño. Para ello cuenta con el Código de Ética de VTR como herramienta fundamental.

Directorio

Hasta el 31 de diciembre de 2007, el Directorio de VTR estaba compuesto por nueve miembros, cinco titulares y cuatro suplentes. Estos miembros son nombrados por los accionistas y no reciben remuneración por su desempeño.

DIRECTORIO DE VTR AL 31 DE DICIEMBRE DE 2007	
Directores	Suplentes
David Leonard (Presidente)	John P. Babb
Mauricio Ramos	Salvador Valdés Correa
James R. Clark	Jorge Carey Carvallo
Baltazar Sánchez Guzmán	_____
Pablo Iacobelli del Río	Guillermo Acuña Sboccia

Comité Ejecutivo

El Comité Ejecutivo está formado por el Presidente Ejecutivo junto a los diez vicepresidentes de VTR, quienes tienen el mismo nivel de atribuciones, responsabilidad y participación en todas las acciones y actividades relacionadas con la empresa.

El puesto de mayor rango de la compañía corresponde al Presidente Ejecutivo, quien tiene la administración y vigilancia inmediata de la empresa, según las facultades conferidas e instrucciones establecidas por el Directorio.

Es apoyado por el Chief Operating Officer (COO o Subgerente General), a quien le corresponde coordinar la labor de las cuatro vicepresidencias que se relacionan directamente con el negocio: Productos y Experiencia del Cliente, Sistemas y Operaciones Cliente, Comercial y Personas.

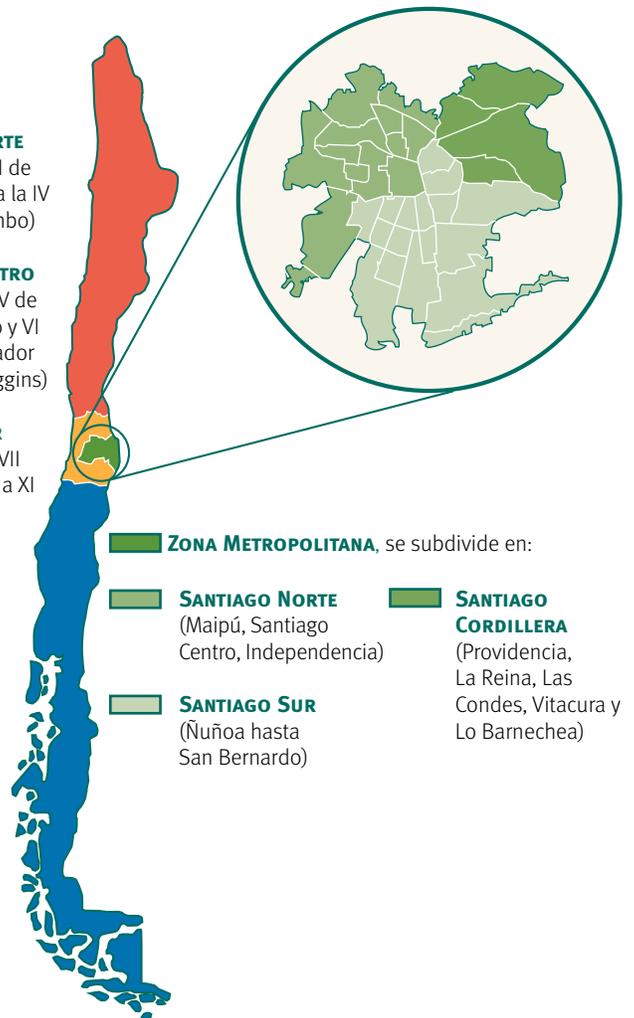
Adicionalmente existen otras cinco vicepresidencias que tienen un rol de carácter más corporativo, éstas son: Estrategia Corporativa, Asuntos Legales, Asuntos Públicos y Responsabilidad Social Empresarial (RSE), Finanzas e Ingeniería.

Estructura Operativa

La principal característica de la estructura operativa de VTR a nivel nacional es su alto grado de descentralización. La compañía cuenta con cuatro gerencias zonales, cuya estructura facilita su autonomía e independencia, para así poder funcionar de manera ágil y expedita. Todas ellas dependen de la Vicepresidencia Comercial y cuentan con gerencias o subgerencias de área (operaciones técnicas, operaciones comerciales, legal, marketing, personas, entre otras), las que se coordinan matricialmente con sus respectivas vicepresidencias o gerencias.

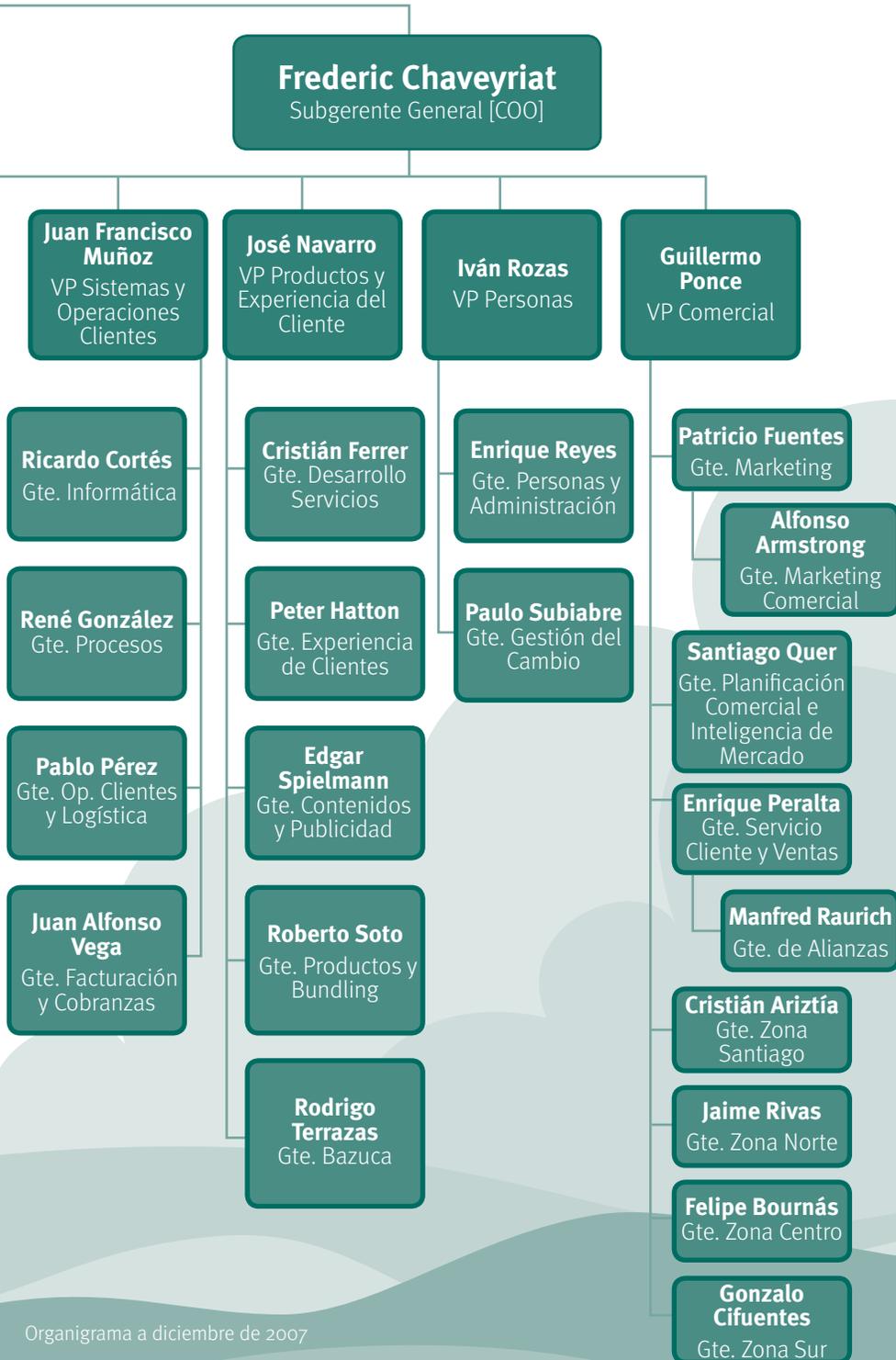
Gerencias Zonales

- **ZONA NORTE**
(regiones I de Tarapacá a la IV de Coquimbo)
- **ZONA CENTRO**
(regiones V de Valparaíso y VI del Libertador Bdo. O'Higgins)
- **ZONA SUR**
(regiones VII del Maule a XI de Aysén)



Mauricio Ramos
Presidente Ejecutivo





Organigrama a diciembre de 2007



Mauricio Ramos

Presidente Ejecutivo

Abogado y economista especializado en Legislación Bursátil y Financiera de la Universidad de los Andes de Bogotá, Colombia. Entre 1999 y 2005 se desempeñó como Vicepresidente de Desarrollo de Negocios de UnitedGlobalCom, a cargo de Fusiones y Adquisiciones en Latinoamérica y en la región de Asia Pacífico. En 2005 asumió como Presidente de Liberty Global Latinoamérica, a cargo de la estrategia y de las operaciones de Liberty Global Inc. en Chile, Puerto Rico, Argentina, Brasil y Perú. Actualmente es Presidente Ejecutivo de VTR desde octubre de 2006.



Frédéric Chaveyriat

Subgerente General (COO)

Ingeniero Comercial titulado en la Escuela Superior de Comercio y Administración de Empresas de Reims, Francia, y Master en Finanzas (D.E.S.C.F.). Fue Vicepresidente de Clientes en VTR y, anteriormente, Vicepresidente de Administración, Finanzas y Recursos Humanos. Actualmente es Chief Operating Officer de la compañía. Además, trabajó como Gerente de Finanzas de Alcatel Chile, Gerente de Finanzas VTR Larga Distancia y Gerente de Empresas de Credit Lyonnais Chile.



Dale Bassen

Vicepresidente de Ingeniería y Operación de Servicio

Licenciado en Ciencias de la Computación y Administración de Negocios de la Universidad de Regina, Canadá. Su actual posición la ejerce desde 1999. Durante 22 años realizó diversas funciones en Sasktel, empresa de telecomunicaciones de Canadá, asumiendo cargos como Gerente General de Operación de Redes y Presidente de Sasktel Internacional, donde fue responsable del desarrollo de nuevos mercados de Telecomunicaciones en países como Nueva Zelanda, Filipinas y Tanzania.



Jorge Carey

Vicepresidente de Asuntos Legales

Se tituló como abogado en la Pontificia Universidad Católica de Chile y obtuvo un “Master of Laws, LL.M.” en Duke University School of Law, N.C., Estados Unidos, el año 1997.

Fue profesor asistente de Derecho Económico en la Facultad de Derecho de la Pontificia Universidad Católica de Chile, entre 1993 y 1996; Asociado en Carey y Cía. entre 1994 y 2002; en Brobeck, Phleger & Harrison, San Francisco, California, en 1997; y en Sullivan & Cromwell, Nueva York, EE.UU, en 1998. Ingresó a VTR el año 2006.



María Paz Epelman

Vicepresidenta de Asuntos Públicos y RSE

Periodista y Licenciada en Comunicación Social de la Universidad de Chile, con más de 15 años de experiencia en Comunicaciones Corporativas. Entre 1994 y 1999 fue socia directora de la empresa de comunicaciones estratégicas Partner Comunicaciones, asesorando a compañías de diversos sectores.

El 2000 se integró a VTR, siendo primero Vicepresidenta de Comunicaciones y luego Vicepresidenta de Asuntos Públicos y Responsabilidad Social Empresarial, desde agosto de 2007.



Juan Francisco Muñoz

Vicepresidente de Sistemas y Operaciones Clientes

Ingeniero Civil Industrial de la Universidad de Chile, diplomado en finanzas de la Pontificia Universidad Católica de Chile. Se inició laboralmente en la industria química, cumpliendo labores en el área de administración y finanzas, y luego en el área técnica y de ingeniería. Llegó a VTR en 2001 a la Gerencia de Operaciones; y desde el año 2002 y hasta 2005 fue Gerente de Zona Sur, con base en Concepción.

En el año 2005 volvió a Santiago a hacerse cargo de la nueva Vicepresidencia de Sistemas y Logística.



José Navarro

Vicepresidente de Productos y Experiencia del Cliente

Ingeniero Civil Industrial, con 15 años de experiencia como alto ejecutivo de Telecomunicaciones, tanto en Chile como en el extranjero. Especialista en desarrollo, administración, marketing y venta de productos de consumo masivo.

Antes de su llegada a VTR se desempeñó como Vicepresidente de Productos de Americatel Corp, donde fue responsable de la evaluación, desarrollo, implementación y mantención comercial de todos los productos Americatel. Entre los años 1996 y 1997 fue Director de Telefonía Pública y Servicio al Cliente de ENTEL S.A.



Guillermo Ponce

Vicepresidente Comercial

Ingeniero Civil Industrial de la Universidad de Chile y MBA de University of California, Los Angeles (UCLA). Inició su carrera en 1992 en la Corporación de Investigaciones Económicas para América Latina (CIEPLAN), como asistente de investigación. En 1994 ingresó a VTR y en 1996 asumió como Jefe de Planificación y Desarrollo. En 1997 asumió como Subgerente del mismo departamento y en 1999 fue nombrado Gerente de Operaciones. El año 2001 asumió como Gerente Corporativo de Servicio a Cliente y desde 2004 es Vicepresidente Comercial.



Iván Rozas

Vicepresidente de Personas

Ingeniero Comercial de la Universidad Católica del Norte, Master en Marketing y Dirección Comercial de la Escuela Internacional de Dirección Empresarial de España. Inició su carrera en el área financiera, desempeñándose en empresas como Citicorp, donde lideró la Subgerencia de la Sucursal de Antofagasta y en AFP Provida fue Director de Ventas de la División Comercial Norte.

Ha trabajado durante 12 años en VTR, primero como Gerente Comercial y luego como Gerente Zonal. Ambos cargos fueron desempeñados en la Zona Norte. En 2007 asumió como Vicepresidente de Personas.



Juan Vásquez

Vicepresidente de Estrategia Corporativa

Ingeniero Civil Eléctrico y Magister en Ingeniería Civil Industrial de la Universidad de Chile. Se desempeñó como gerente de productos y marketing de Telefónica Móviles durante los años 1996 y 1997. Ingresó a VTR para hacerse cargo de la Gerencia de Telefonía en 1997 y posteriormente, entre 1998 y el año 2000, asumió como Gerente de Internet.

Durante los años 2000 y 2002, se hizo cargo de la Gerencia General de Sixbell Brasil, para luego volver a VTR como Vicepresidente de Planificación y Control de Gestión, labor que desarrolló entre los años 2002 y 2005. Su cargo actual lo ocupa desde el año 2005.



Marcelo Von Chrismar

Vicepresidente de Finanzas

Ingeniero Comercial, mención Economía, de la Universidad de Chile y MBA del IESE. Miembro del Círculo de Finanzas y Negocios de ICARE.

Empezó su carrera en el Banco Santiago y posteriormente, entre los años 1994 y 1998, trabajó en Bankers Trust participando en aperturas en bolsa, fusiones, adquisiciones y emisiones de deuda de empresas, en los mercados local e internacional. El año 2000 ingresó a Canal 13 como Gerente de Administración y Finanzas. En 2003 se integró a VTR como Gerente de Finanzas, cargo que desempeñó hasta el año 2006, cuando fue promovido a su actual posición de Vicepresidente de Finanzas.

Certificación Sarbanes – Oxley

Como filial de Liberty Global Inc., sociedad registrada en la SEC (por su nombre en inglés, Securities and Exchange Commission)⁵, VTR es una compañía certificada en conformidad con la Ley Sarbanes - Oxley, que establece una serie de requerimientos en materia de certificación de los sistemas de control interno:

- La certificación de los estados financieros trimestrales y anuales por parte de los gerentes de finanzas y los gerentes generales de las compañías inscritas en la SEC.
- La creación de un ente independiente regulador de las empresas de auditoría.

- La imposibilidad de prestar ciertos servicios por parte de las empresas auditoras y regulaciones respecto de las composiciones de los directorios y comités de auditoría.

VTR cumple a cabalidad con las disposiciones contenidas en esta normativa y para ello ha implementado diversos procedimientos y sistemas de control que se aplican a sus reportes financieros bajo normativa contable norteamericana.



⁵ www.sec.gov

Código de Ética

El Código de Ética VTR es un documento práctico que tiene el objetivo de ayudar a cada colaborador de la compañía a mantener una actitud ética, responsable, íntegra y honesta, tanto en su comportamiento personal como en todos sus ámbitos de interacción, ya sea con los clientes, accionistas, proveedores, la comunidad y todos aquellos que mantengan relaciones comerciales con la empresa.

Este documento es considerado como una guía para la toma de decisiones y es aplicable a toda situación que involucre conflictos relacionados con el manejo de información confidencial, activos de la empresa, legislación, conflictos de interés, actividades fraudulentas, conducta laboral, obsequios y atenciones, aportes políticos e informes de transgresiones éticas.

Además tiene validez en VTR y sus filiales, así como en el grupo de empresas de UnitedGlobalCom Inc., y se extiende a toda filial en que la empresa tenga, directa o indirectamente, participación o

acciones con derecho a voto u otro tipo de intereses que representen más del 50% del derecho a voto de dichas compañías, respecto de la elección de los directores o ejecutivos y personal de éstas.

Nuestra Ética, Nuestro Orgullo (Extracto Código de Ética)

Hacer lo correcto no siempre es fácil. Muchas situaciones involucrarán sutilezas y complejidades que llevan a elecciones difíciles. Al tener dudas, pregúntese si la situación es correcta y considere si se siente confiado de que sus acciones soportarán escrutinio. De ser necesario, mire nuevamente el código para obtener orientación y busque el consejo de un supervisor u otro colega. Debiera ser capaz de sentirse cómodo, que sus acciones no le avergüencen ni a usted ni a sus colegas o a los accionistas de la empresa, en el caso que su conducta se convierta en una noticia de “primera página”.

Capacitación en Ética

Durante 2007 se realizó una capacitación en línea para todos los colaboradores de VTR, sobre los principios éticos de la compañía y, en particular, sobre el Código de Ética Corporativo. Esta capacitación se realizó en horario laboral, tuvo carácter obligatorio y su duración promedio fue de 30 minutos por persona, lo que se traduce en un total aproximado de 1.400 H/H.

El 100% de los colaboradores recibió una copia del Código de Ética Corporativo al momento de ingresar a VTR y en forma adicional, esta capacitación consideró una guía sobre qué hacer al enfrentar dilemas éticos: dónde, cuándo y a quién plantear estos conflictos y dónde buscar asesoría al respecto.

En forma complementaria, VTR cuenta con un número telefónico gratuito, disponible las 24 horas del día, para efectuar denuncias por actitudes contrarias al Código de Ética de la compañía⁶.

Reconocimientos 2007

- * Premio Capital Humano, entregado por Inacap⁷. VTR es reconocida como una de las empresas más destacadas por desarrollar programas de capacitación.
- * Primer lugar en la categoría Mejor Reestructuración de Deuda 2006, distinción entregada por El Diario Financiero y la Consultora Deloitte & Touche.
- * Cinco distinciones en la premiación anual de la Asociación Chilena de Agencias de Publicidad (ACHAP)⁸.
 - Medalla de Plata en la Categoría TV, por el comercial del producto en VOD “La tele te espera”.
 - Medalla de Bronce en “Mejor Campaña en TV”, por el mismo Product Short List en TV, por la campaña canal 900.
 - Medalla de Plata por la gráfica de su publicidad de Animal Planet.
 - Medalla de Bronce por su gráfica publicitaria de History Channel.
 - Tercer Lugar dentro de los tres mejores avisadores del año.

⁶ El número telefónico de la Línea Ética Corporativa es 800 - 281 546.

⁷ www.inacap.cl

⁸ www.achap.cl

Grupos de Interés

A pesar de no tener un proceso formal para la definición de los grupos de interés, VTR mantiene relaciones directas y permanentes con aquellos que representan a sus grupos relevantes. De esta forma, la compañía interactúa con fluidez con todas las entidades relacionadas con el negocio. Con ellos adquiere compromisos basados en la honestidad, integridad, respeto mutuo, transparencia, empatía y confianza; cumpliendo con los principios y prácticas éticas corporativas y las regulaciones presentes en el mercado.

Grupos de interés relevantes	Canales de participación directa
Accionistas	Juntas de Accionistas Reuniones de Directorio Sitio Web Reportes
Clientes	Call Center Sucursales Sucursal Virtual Sitio Web Encuestas y estudios de satisfacción Focus Groups Línea directa Subgerencia General
Colaboradores	Blog Corporativo "Blogósfera" Reuniones de Línea Talleres Capitaciones
Proveedores / Contratistas	Sitio Web Reuniones informativas
Autoridades / Reguladores	Reuniones personales
ONG's	Reuniones personales Sitio Web Iniciativas en desarrollo

Desafíos 2008

Realizar un proceso formal de definición de grupos de interés.

Membresías

VTR es miembro activo de diversas organizaciones relacionadas con el sector de telecomunicaciones, la industria y entidades responsables de la promoción de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en Chile.

- Fundación País Digital⁹
- Asociación de Proveedores de Internet (API)¹⁰
- Organización de Asociaciones y Empresas de Telecomunicaciones para América Latina (TEPAL)¹¹
- Cámara Chilena Norteamericana de Comercio (AMCHAM)¹²
- Sociedad de Fomento Fabril (SOFOFA)¹³
- Instituto Chileno de Administración Racional de Empresas (ICARE)¹⁴
- AcciónRSE¹⁵
- Chile Transparente¹⁶



⁹ www.paisdigital.org

¹⁰ www.api.cl

¹¹ www.tepal.org

¹² www.amchamchile.cl

¹³ www.sofofa.cl

¹⁴ www.icare.cl

¹⁵ www.accionrse.cl

¹⁶ www.chiletransparente.cl



Claudia Bobadilla

Gerente General Fundación País Digital

VTR es una compañía que entiende que las tecnologías de información y comunicación son vitales para el desarrollo de Chile y se compromete, a través de acciones concretas y sostenidas, a mejorar la calidad de vida de los chilenos y a trabajar para nuestro desarrollo. Ejemplos de este compromiso lo constituyen su aporte al mundo de la educación, a través de programas como el Canal Novasur, los portales educativos, el Índice Generación Digital, y, en materia de formación de capital humano, su trabajo en Liceos Técnicos Profesionales. Su apoyo activo a

nuestra Fundación, contribuyendo a sus iniciativas, demuestra que es una compañía conectada con las necesidades de los chilenos. Y a través de su participación estable como Integrante de la Mesa Público Privada de Conversación de Telecomunicaciones, manifiesta su serio compromiso a largo plazo con el desarrollo de la industria. Su desafío es seguir invirtiendo en las personas y mejorar su calidad de vida, a través de la conectividad y el uso de las tecnologías digitales en beneficio del crecimiento y productividad de Chile.



Clientes



Cientes

Hace cinco años, con un poco menos de 500.000 clientes, VTR comenzó a experimentar una transformación hasta convertirse en una empresa completamente volcada hacia el cliente. Es así como, desde esa fecha, VTR asumió el servicio a clientes como un imperativo estratégico.

Este lineamiento llevó a invertir tiempo e inyectar los recursos necesarios para dar un giro a la compañía y convertirla en una organización fiel al cliente, bajo el imperativo de “grabarse al cliente en la piel”.

En este período VTR duplicó su cartera de clientes para acercarse al millón de abonados y, a través de la entrega de un servicio de primer nivel, se propuso marcar una diferencia en la industria.

Esta experiencia con el cliente buscó consolidarse como el atributo diferenciador de la marca VTR. Por ende, continuó siendo el eje central de la estrategia corporativa durante 2007.

Dicha estrategia estuvo volcada al cumplimiento de la oferta y la entrega de productos o servicios que respondieron plenamente a la promesa de venta declarada al inicio y durante la experiencia del cliente con VTR.

Para ello, la compañía continuó liderando prácticas permanentes, hacia el cliente, tales como: atención las 24 horas a través de un Call Center dotado de un equipo de especialistas, eliminación de las barreras de salida y compensaciones proactivas ante fallas del servicio.

Durante 2007 se sumaron innovadoras iniciativas, como la creación de una línea directa con la Subgerencia General para atender los reclamos no resueltos y la mejora de la sucursal virtual, que permitió multiplicar las transacciones de los clientes a través de la web.



Así, junto con “grabarse al cliente en la piel” la compañía concentró sus esfuerzos en “grabar a VTR en la piel del cliente”, con el objetivo de multiplicar el número de clientes seguidores y promotores activos de los productos y servicios de la compañía, conociendo, entendiendo y escuchando permanentemente sus necesidades.

Asimismo, como una manera de empapar a todos los colaboradores con la mirada de atención al cliente, VTR definió, diseñó y publicó el Manifiesto de la Experiencia VTR, documento que representa el estilo y espíritu corporativo que rige el actuar de las personas que forman parte de la empresa.

El Manifiesto de la Experiencia VTR busca extender a toda la compañía la labor que realizan las áreas que se relacionan directamente con el cliente, como son

la Vicepresidencia Comercial, la Vicepresidencia de Sistemas y Operaciones Clientes y la de Desarrollo de Servicios y Experiencia del Cliente, las cuales están dedicadas en un ciento por ciento a mejorar y crear las herramientas que faciliten su atención.



Manifiesto de la Experiencia VTR

- Vivimos la entretención.
- Hablamos y actuamos con la verdad.
- Somos impecables en todo lo que hacemos.
- Escuchamos antes de hablar.
- Transmitimos confianza.
- Respetamos siempre.
- Creemos en la libertad de elegir.
- Valoramos la simplicidad en nuestro trabajo.
- Vemos oportunidades en el cambio, porque vemos la innovación en él.
- Queremos sorprender y sorprendernos.

Las caras de VTR

La atención de los clientes de VTR se realiza a través de dos modalidades: el Call Center y las sucursales. Esta estructura permite a la compañía gestionar y monitorear una relación más integral con el cliente y establecer canales de comunicación confiables y cercanos, que sintonizan a la compañía con las necesidades y requerimientos de los usuarios.

Call Center:

El Call Center está formado por tres áreas de atención, las que agrupan a un total de 1.100 ejecutivos.

Áreas de atención Call Center:

1- Soporte Técnico: cuenta con 500 ejecutivos y su función es ayudar a los clientes a solucionar problemas de carácter técnico en cualquiera de los servicios. Los casos que no pueden ser soluciona-

dos en esta instancia son derivados para ser resueltos en terreno, a través de una red de técnicos.

2- Soporte Comercial: son 400 ejecutivos que entregan apoyo a los clientes en sus dudas sobre facturación, funcionamiento de productos, modificación de servi-

cios y, ocasionalmente, también ventas de los productos.

3- Televenta: reúne a un total de 200 ejecutivos en un Centro de Atención de Clientes interno y está 100% dedicado a la venta.



Estructura Call Center



Los ejecutivos del Call Center son medidos con el objetivo de identificar las mejoras en el proceso de atención al cliente. Para ello se aplican dos tipos de indicadores de medición:

1- Indicadores Operativos, que miden aspectos de la gestión diaria de los ejecutivos, que inciden

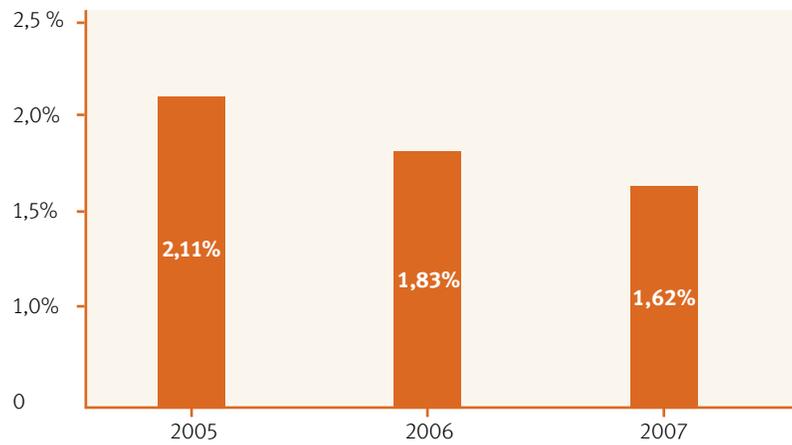
directamente en la calidad de atención y la satisfacción de los clientes.

2- Indicadores de Negocio, que muestran los parámetros de atención y de comportamiento de los clientes, que inciden en la productividad de la compañía.

Indicadores Operativos	Indicadores de Negocio
Tiempo medio de operación (TMO)	Tasas de cierre
Tiempo de productividad de cada ejecutivo	Rentabilidad de las ventas
Tiempo de espera	Permanencia de las ventas
Notas de los ejecutivos	Reclamos en volumen
Tasa de repetición	Rotación de clientes o tasa de abandono (Churn)
Tasa de rapidez	Tiempos de respuesta
Nivel de atención	Tasa de falla de productos o servicios
Tasa de traspaso	Costo de atención por cliente
Tasa de llamados por cliente	Indice de Lealtad del Cliente (NPS)
Tasa de rotación	

A continuación se presenta la tasa de abandono o Churn, que corresponde a los clientes que se desconectan menos aquellos que se reconectan en un período de tiempo, dividido por el total de clientes vigentes al inicio del período, como promedio mensual del año.

Promedio mensual





Sucursales:

VTR cuenta con 69 sucursales, distribuidas entre Arica y Coyhaique, donde trabajan 445 ejecutivos de atención a clientes.

Los ejecutivos de sucursales son asignados en forma permanente a sus respectivas oficinas de origen y en ellas desempeñan labores tanto de atención de clientes, como de venta de productos y servicios.

Los controles y la evaluación de rendimiento de cada ejecutivo se realizan a través de dos tipos de variables:

1. Variables que inciden en su sistema de compensación, como ventas, desconexiones voluntarias ingresadas y calidad de servicio.
2. Variables que no inciden en su sistema de compensación, como número de clientes atendidos, solución al primer contacto,

tiempos de atención, NPS o Índice de Lealtad, informe de reclamos y movimientos generados (ej. acreditaciones y repactaciones, etc.).

Las sucursales dependen de la Gerencia Comercial de cada zona y están compuestas por un jefe de sucursal y los ejecutivos de atención. En las sucursales de alto tráfico además existen supervisores, cuya cantidad depende de su tamaño y del número de ejecutivos asignados.

Atención de Clientes

Durante 2007, la Gerencia de Servicio al Cliente y Ventas estuvo enfocada al trabajo en cuatro focos prioritarios, que se definieron en virtud de la ponderación de los propios clientes.

La primera tarea fue **mejorar la calidad de los ejecutivos**. Para ello se trabajó prioritariamente en la nivelación de 200 de los 1.100 ejecutivos que forman parte de las distintas plataformas del Call Center. Se implementó un proyecto denominado "A la vena", que consistió en una evaluación in situ -durante 30 días- de los ejecutivos que se encontraban en el nivel de satisfacción más bajo¹⁷ (de acuerdo con las mediciones

¹⁷ Los operadores telefónicos son evaluados en forma interna y externa. En este caso, el nivel de satisfacción se refiere a las notas puestas por los clientes en relación con la atención recibida por ese operador.

internas realizadas). Los monitores apadrinaron a cuatro o cinco ejecutivos, quienes recibían retroalimentación inmediata durante los procesos de atención a clientes.

Al mismo tiempo se realizó una nivelación de ocho horas cronológicas en sala, donde se reforzó el conocimiento teórico de los productos y servicios que los ejecutivos deben conocer para atender satisfactoriamente a los clientes.

Por último, se modificaron las evaluaciones de calidad, incorporando la variable de evaluación del cliente para el ejecutivo que lo atendió. De esta manera, a partir del año 2007, la evaluación de calidad de los ejecutivos está compuesta por una pauta de evaluación de observación in situ, de una evaluación del cliente y de una prueba de conocimientos sobre los productos.

El segundo foco de acción fue **la lealtad del cliente en el marco del estudio del NPS** (Índice de Lealtad del Cliente). En el año 2007, el indicador de satisfacción referido al Call Center mejoró, de un 53% en enero, a un 60% en diciembre, correspondiente al porcentaje de clientes que califica esta experiencia con notas 6 ó 7. Al mismo tiempo, se logró disminuir el porcentaje de clientes insatisfechos, pasando de 23 a 12%. Por lo tanto, el índice de satisfacción neto anual (total satisfacción Call Center menos clientes insatisfechos) a diciembre de 2007 fue de 48%, un 19% más que a igual fecha del año anterior.

El **nivel de servicio** fue el tercer factor en el que se trabajó durante 2007. Se refiere al porcentaje de llamadas atendidas antes de 15 segundos, lo cual se logró en el 70% de los casos.

El desafío corporativo es pasar del 70% a un 85% en el nivel de llamadas atendidas antes de 15 segundos. Ello está relacionado con administrar correctamente las dotaciones y planificar y predecir adecuadamente las llamadas. Para lograrlo, VTR se encuentra desarrollando un plan de implementación de herramientas tecnológicas, consistente en el empleo de un software más moderno que el que se utiliza actualmente.

El último foco de mejora del año fue la **búsqueda de la resolución al primer contacto**, variable que comenzó a medirse y a gestionarse en julio del año 2007. Para mejorar la gestión, se levantó una página intranet para las tres plataformas (comercial, ventas y técnica), donde los supervisores tienen la posibilidad de observar la tasa de resolución de cada uno de los ejecutivos. Gracias a esta

herramienta fue posible realizar un diagnóstico de la situación y resolver las principales falencias, que apuntaban básicamente a la falta de conocimientos de los ejecutivos respecto de los servicios y productos VTR. Esta tarea de resolución, que se mide a través del seguimiento de la repetición de llamadas por el mismo reclamo, tuvo una mejora del 3% desde julio a diciembre, pasando de 15 a 18%.

Junto a estos cuatro focos, se creó un **Nivel Técnico de Atención para los servicios de Internet, Telefonía y TV Cable**, que atiende

aquellas situaciones que no son resueltas en el primer contacto, con las herramientas y acceso a sistemas críticos de VTR.

Gracias a este procedimiento se redujo la tasa de visitas técnicas a terreno en un 20%, lo que equivale a alrededor de 10.000 inspecciones presenciales y una disminución de los gastos en servicio técnico cercano a los US\$2,5 millones anuales.



Estudio de Caso:

Sucursal Virtual

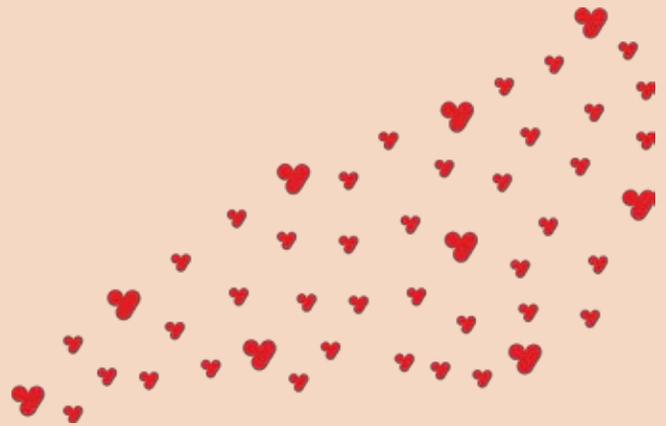
En diciembre de 2007 se efectuó el lanzamiento de la nueva sucursal virtual VTR, una nueva plataforma que garantiza a los clientes un acceso remoto a las sucursales, con un servicio de auto-atención de calidad. Hoy es posible acceder a una amplia gama de posibilidades, como solicitar información, revisar la boleta, pagar cuentas, solicitar PAC, ver el estado de solicitudes y administrar los servicios de valor agregado, entre otros. Con esta modificación, la demanda se multiplicó por seis, pasando de 20.000 interacciones mensuales a 120.000.

Hoy, la sucursal virtual es la más grande de VTR en Chile, en comparación con las sucursales físicas. Se necesitaría una sucursal física cuatro veces mayor que la más grande de las existentes para realizar en un mismo lugar el

mismo número de transacciones y recibir a la cantidad de gente que atiende la sucursal virtual.

Se estima que el uso de esta herramienta no sólo resultará beneficioso para los clientes, sino que podría repercutir en los demás canales de atención de VTR, descongestionando los llamados de la plataforma telefónica y las visitas a las sucursales.

La sucursal virtual se encuentra en www.vtr.com



Programa Apolo 11

El Programa Apolo 11 es una respuesta estructural respecto de la necesidad de identificar, definir y luego mejorar sustancial y sostenidamente los procesos críticos de VTR. Esta iniciativa se

fundó con categoría de Programa debido a la convicción de que en el corto, mediano y largo plazo había aspectos que debían estar presentes y que era necesario definir una estrategia de “ataque”

con capacidad de sostenerse en el tiempo e ir mutando en función de las necesidades vigentes, hasta transformarse en una cultura del “cómo hacer las cosas”.

ÁREAS DE GESTIÓN DEL CAMBIO

Estabilidad del Servicio	Modelo de Operación Técnica	Cadena de suministro y gestión de activos	Modelo de Atención a Clientes	Gestión del Capital Humano	Desarrollo de Productos
Garantizar que los productos y servicios siempre estén disponibles para el uso de los clientes.	Modernizar y llevar a los más altos estándares mundiales el modelo de operación técnica de VTR, basado en sus tres pilares fundamentales -Punto de Contacto -Calidad del Servicio -Productividad.	Transformar la cadena de suministros en una ventaja competitiva para VTR, haciéndola moderna, eficiente y completamente integrada a los desafíos de la operación.	Transformar la experiencia de cara al cliente en todos sus frentes, a través de la simplicidad, calidad y una experiencia sorprendente.	Modernizar los procesos de Recursos Humanos con un sistema de soporte que integre todo el ciclo de vida de las personas en la compañía.	Garantizar el lanzamiento impecable de los productos. Involucrar a todas las áreas en el lanzamiento de productos. Informar y capacitar a la primera línea.

Midiendo la experiencia del cliente

Con la finalidad de comprender mejor la experiencia de los clientes, la Vicepresidencia de Productos y Experiencia de Clientes ha desarrollado estudios y canales de comunicación para investigar hábitos, preferencias, satisfacción y lealtad. En este contexto, se llevan a cabo estudios específicos y permanentes. Los primeros se emplean normalmente para evaluar productos que serán lanzados al mercado o resolver inquietudes más de corto plazo, para estudiar la satisfacción de los productos disponibles, analizar hábitos de uso y también medir percepciones en temas puntuales. Las principales metodologías de este tipo de trabajo son el focus group, las encuestas telefónicas, presenciales o entrevistas en profundidad.

Índice de Lealtad (Net Promoter Score, NPS)

El NPS es el parámetro que mide la lealtad de los clientes a través de la pregunta: De 0 a 10 ¿Usted recomendaría VTR a un amigo o familiar?

La medición consiste en una tabla que va de 0 a 10, en la que las respuestas entre 0 y 6 corresponden a detractores; entre 7 y 8 son clientes neutros y entre 9 y 10 son promotores. Posteriormente se investigan las razones de la respuesta, lo que ayuda a sintonizar los esfuerzos corporativos con las necesidades de los suscriptores.

Esta lealtad se relaciona con el potencial de crecimiento de la compañía, porque un aumento de clientes Promotores se traduce no sólo en más ventas a nuevos clientes, sino que en mayor lealtad y probabilidad de agregar servicios adicionales a clientes actuales (quienes recomiendan están dispuestos a seguir comprando).

A diciembre de 2007, el NPS de VTR fue de 28%, es decir, 1% menos que el año 2006 a igual fecha.

Diversas empresas a nivel mundial lo usan como indicador de medición para impulsar procesos de excelencia dirigida a sus clientes o para lograr mejoras en sus productos.

En cuanto a los estudios permanentes, en 2007 se dio el vamos a la nueva metodología NPS (Índice Lealtad del Cliente). El estudio Net Promoter Score (NPS) es la principal herramienta de gestión -utilizada a nivel mundial- para medir la lealtad del cliente y constituye el eje en torno al cual se articula la estrategia de calidad de servicio VTR. Se comenzó a utilizar en octubre del año 2006, en forma piloto, y durante 2007 se midió de una manera permanente.

Además del NPS, VTR usa un indicador que corresponde a la tasa de abandono, denominada CHURN. Este indicador ha mejorado sistemáticamente a través de los años: a fines de 2007 la tasa de renuncia fue de un 19,5%, mientras que el año anterior fue de 22,1%. Este valor considera la tasa de renuncia anual calculada mediante la suma registrada todos los meses.

Otro estudio permanente es el de posicionamiento estratégico de marca, que se realizó por primera vez en agosto del año 2007, reemplazando al tradicional estudio de imagen de marca. Esta medición sitúa a VTR respecto de la competencia en los aspectos más profundos de valoración de los clientes y otorga un mapa de posicionamiento de la compañía versus la competencia y además se refiere al comportamiento de VTR de acuerdo con su propia historia.

También se llevó a cabo el estudio de tracking de marca, que mide la recordación espontánea tanto de la marca VTR como de su publicidad y atributos específicos por los que VTR quiere reforzar su posicionamiento. Este es un estudio táctico, que se realiza mensualmente desde septiembre del año 2007, para medir además el impacto de las campañas publicitarias.



Desafíos 2008

- Consolidar la sucursal virtual.
- Mejorar el sistema computacional de atención a clientes para facilitar la gestión de los ejecutivos de primera línea.
- Incorporar una meta relacionada con las mediciones de NPS en el bono anual que se entrega a todos los empleados de la compañía.

Ofertas con mayor valor

A nivel comercial, el año 2007 estuvo marcado por un cambio en el esquema de comercialización. Este tuvo que ver casi exclusivamente con pasar de otorgar descuentos a una estrategia de promociones de mayor valor comercial y generar servicios pensando en las necesidades, hábitos y preferencias del cliente.

Internet: Masificación de WiFi

Entre marzo y mayo de 2007 se realizó la campaña “De vuelta al Colegio”, con el slogan: WiFi, gratis para siempre. Consistió en ofrecer conectividad inalámbrica gratis a quienes contrataron el servicio de Internet. El objetivo fue responder a las necesidades de conectividad del cliente, favoreciendo su movilidad y acceso permanente a Internet.

Lenovo: Más portátiles

En agosto de 2007 VTR firmó una alianza que permitió a sus clientes acceder a un computador en arriendo por 36 meses, con opción de compra al final del período. Si bien esta iniciativa estaba pensada solamente para nuevos contratos o para aquellos que contaban con los servicios de Triple Pack, posteriormente se amplió. Pasó a ser una oferta para todos los clientes y también colaboradores, consistente en entregar acceso a tres tipos de notebooks y un desktop. Para fines de diciembre de 2007 se habían entregado 4.365 computadores, de los cuales un 84% fueron portátiles y un 16% desktop.

Fue así como VTR entregó este servicio cobrado en la cuenta, sin exigencias comerciales como pagarés, demostración de renta o utilización de capacidad de crédito o garantía.

De esta manera, la compañía descubrió una nueva oferta valorada por sus clientes, que le dio acceso a un computador a personas que en otras circunstancias no podrían obtenerlo a través del comercio tradicional.

Televisión de Alta Definición

En octubre de 2007 VTR lanzó el primer servicio de Televisión de Alta Definición (HDTV), que permitiría a más de 75 mil hogares con televisores compatibles con HD (plasma y LCD) disfrutar de un estándar de imagen hasta esa fecha no disponible en el país. Este servicio contó con la implementación de una plataforma tecnológica y la compra de contenidos en alta definición. Además, inició las transmisiones de Vive! HD, el primer canal 100% de alta definición de Latinoamérica, armado en Chile con contenidos disponibles en el mundo para este tipo de televisión.

Estudio de Caso:

Proceso de impugnación

Uno de los primeros logros liderado por el área de Interconexiones de VTR fue la mejora del proceso de impugnación de cobros de terceros. Las impugnaciones están relacionadas con los cobros de las tarifas de telefonía de larga distancia que se cargan en la cuenta de los clientes VTR. En el caso de que haya una diferencia entre lo cobrado por concepto de telefonía de larga distancia (que los carriers facturan en la boleta de VTR) y lo que el cliente estima que debiera ser cargado, se genera una impugnación. Esta situación podía retener al cliente en una sucursal hasta por 45 minutos para poder pagar su cuenta,

ya que debía contactar y recibir respuesta desde los carriers para acceder a la rebaja temporal del cobro impugnado.

En la revisión de este proceso, efectuada en el marco del Programa Apolo 11, se detectó que no involucrar a la empresa que genera el cobro tendría un impacto positivo hacia los clientes, lo que amparado además en un cambio de normativa, permitía asumir y realizar de manera autónoma y expedita la impugnación.

A partir de mediados de septiembre de 2007, un cliente que inicia un proceso de impugnación puede realizarlo rápidamente en la misma sucursal, pudiendo objetar el cobro y pagar la parte de la cuenta con la que está de acuerdo en pocos minutos. En paralelo, se gatilla de manera interna el envío de información dentro de los tres días siguientes al carrier correspondiente. Las empresas portadoras tienen 10 días para resolver la inquietud del cliente y entregar una respuesta.





Colaboradores



Colaboradores

Durante el año 2007 la Vicepresidencia de Personas se reestructuró, iniciando un proceso de largo plazo para fortalecer la cultura interna, desarrollar el máximo potencial de los colaboradores y mejorar permanentemente su calidad de vida.

En este contexto, un hito importante fue la elaboración y difusión del “Sueño de la Vicepresidencia de Personas”, documento que guía su accionar. Este documen-

to señala que “existimos para que VTR sea una experiencia de vida incomparable para ti y así contribuyas al gran sueño de la empresa, entregando el máximo de tu potencial”.

El sello de la gestión del área se apoya en pilares como el liderazgo, el equilibrio, la meritocracia y la equidad, por mencionar algunos, y en valores como la confianza, el orgullo, el disfrute y la simplicidad, los que deben

traducirse en un sello transversal de la gestión de personas.

En la actualidad, la Vicepresidencia de Personas depende directamente de la Subgerencia General y tiene bajo su dependencia tres áreas: la Gerencia de Personas y Administración, la Gerencia de Gestión del Cambio y la Subgerencia de Comunicaciones Internas, además del área de Gestión de Proyectos.



A diciembre de 2007, la dotación total de VTR era de 2.851 trabajadores, lo que refleja un aumento en relación con el año 2006, que se explica por el crecimiento propio del negocio. Este incremento equivale a una creación de empleo neta de 139 puestos de trabajo.

La rotación fue de 21,30% en 2007, manteniendo un índice relativamente bajo para el sector, que se caracteriza por contar con un alto porcentaje del personal que forma parte de la fuerza de venta y que, en promedio, tiene un índice de rotación de 30% anual.

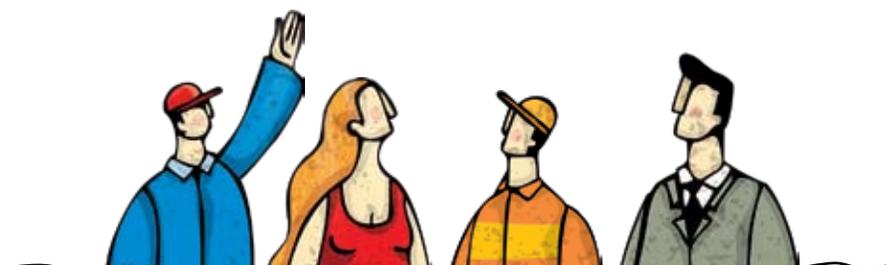
DOTACIÓN TOTAL			
Categoría por Cargos	2005	2006	2007
Vicepresidentes, Gerentes y Subgerentes	144	153	149
Jefes y Profesionales	586	723	785
Supervisores	159	180	165
Representantes de Servicio	372	439	430
Técnicos	570	507	478
Vendedores	444	420	537
Administrativos	272	290	307
Total General	2.547	2.712	2.851

CREACIÓN DE EMPLEO NETA		
2005	2006	2007
50	165	139

La creación de empleo neta corresponde a las contrataciones menos las desvinculaciones producidas en un año.

	2006	2007
Índice de Rotación	21,67%	21,30%
Índice de Ausentismo	10,22%	9,72%





En cuanto a la diversidad, al cierre de 2007 un 38,4% de los trabajadores de VTR eran mujeres y su representación en los cargos gerenciales mantuvo la proporción registrada en 2006, como se aprecia en la tabla Composición de Cargos de Jefaturas. Esto equivale a 1,4% más que el porcentaje de mujeres en el mundo laboral del país, que es de 37%, según datos del Servicio Nacional de la Mujer (SERNAM).

En VTR, todos los colaboradores reciben un sueldo superior a lo establecido por Ley. Es así que, en 2007, el más bajo fue de \$288.965, lo que significa casi el doble del salario mínimo legal.

COMPOSICIÓN DE CARGOS DE JEFATURAS

	2006	2007
Nº de vicepresidentes hombres	10	10
Nº de vicepresidentes mujeres	1	1
Nº de vicepresidentes	11	11
Nº de gerentes hombres	39	42
Nº de gerentes mujeres	5	4
Nº de gerentes	44	46
Nº de subgerentes hombres	81	72
Nº de subgerentes mujeres	17	20
Nº de Subgerentes	98	92

SALARIO MÍNIMO VTR v/S MÍNIMO LEGAL

Año	Salario mínimo VTR*	Salario mínimo legal	Variación
2006	\$ 250.929	\$ 135.000	1,8 veces
2007	\$ 288.965	\$ 144.000	2 veces

* El salario mínimo de VTR incluye el sueldo base, gratificación, colación, movilización y un doceavo de los aguinaldos y el bono relacionado con el EBITDA anual.

Beneficios

Otro de los principales hitos de 2007 fue la modificación del Programa de Beneficios, que está orientado a responder a las necesidades y realidades específicas de cada uno de los trabajadores, con la finalidad de acercar a la familia de los trabajadores a la empresa y, adicionalmente, lograr un equilibrio entre calidad de vida laboral y personal.

Los nuevos beneficios flexibles son:

- Seguro de salud, vida, dental y catastrófico flexible, donde cada trabajador puede elegir el plan que se adapta más a las necesidades de su grupo familiar.

- La empresa obsequia como libre el día del cumpleaños de los trabajadores.
- Adopción de horario diferenciado para verano e invierno.
- Un día de visita a la empresa para los hijos de colaboradores durante la semana del niño.



Desafío 2008

Programa Familia: VTR quiere consolidarse como una empresa donde la cultura laboral fortalezca y motive la vida familiar. Para ello se propone diseñar un programa que permita conciliar la vida laboral y personal, al mismo tiempo que favorezca mayores espacios de integración de la familia.

Asimismo, la compañía espera consolidarse como una de las mejores empresas para trabajar del país.

Relaciones laborales



VTR mantuvo sus ocho sindicatos y una Federación que agrupa a las asociaciones gremiales de Iquique, la Zona Centro, Sur y Ventas. La Subgerencia de Personas es responsable de la relación permanente y fluida con los sindicatos y la Federación, respondiendo a la política de puertas abiertas y de conversación permanente. Al finalizar 2007, el 30,59% de los trabajadores de VTR se encontraban inscritos en alguno de los sindicatos de la compañía.

Sindicato	Dic-07	% Dic-07
No Sindicalizado	1.979	69,41%
Sindicato de Trabajadores Zona Norte Iquique y Otro	13	0,46%
Sindicato Centro	95	3,33%
Sindicato IV Región	29	1,02%
Sindicato Metrópolis	78	2,74%
Sindicato STX Cable	175	6,14%
Sindicato Técnicos Santiago	208	7,30%
Sindicato Trabajadores Zona Sur	111	3,89%
Sindicato Ventas Santiago	163	5,72%
Total dotación	2.851	100%

Durante el período del reporte, la empresa vivió cuatro procesos de negociación colectiva, de los cuales tres finalizaron sin huelgas: el del Sindicato Zona Norte Chico (IV Región de Coquimbo), Sindicato Zona Sur y Sindicato Metrópolis.

La negociación colectiva con el Sindicato de Técnicos Santiago,

que representa a 208 socios, no logró llegar a acuerdo dentro del plazo legal. Posteriormente, a través de los oficios de la Dirección del Trabajo, el plazo de la negociación se amplió en cinco días, luego de los cuales no fue posible lograr un acuerdo. Esto provocó la declaración de huelga legal, que

se extendió por trece días y que finalizó con la firma de un acuerdo y de un contrato colectivo por 30 meses. Durante este proceso se produjeron algunas interrupciones del servicio, que fueron subsanadas oportunamente por la compañía.

Clima laboral

Adicionalmente, VTR recibió ocho multas por hechos vinculados, principalmente, a procedimientos en materia laboral. A fines de 2007 no se había resuelto el estado de las multas. Aquellas que no sean apeladas, serán canceladas durante el primer semestre de 2008.

Para VTR es muy importante que sus colaboradores se sientan orgullosos de pertenecer a la empresa. Por ello, durante 2007 se aplicó la encuesta Great Place to Work (GPW) con el fin de utilizar este instrumento para evaluar el clima al interior de la compañía. A partir de sus resultados se elaboraron planes de acción para que cada jefatura mejore aque-

llos aspectos susceptibles de ser optimizados.

Para el año 2008 se espera implementar el Programa Gestión de Clima, basado en la encuesta GPW, en conjunto con un grupo de otros programas tendientes a lograr que “VTR sea una excelente empresa para trabajar”.



Gestión del desempeño

VTR desarrolla un programa anual de gestión del desempeño que considera un proceso de auto evaluación por parte de los colaboradores y una etapa de diálogo con el evaluador, donde se acuerdan los compromisos para el siguiente período. El 100% de la dotación es evaluada en una serie de competencias, que varían según el perfil del cargo de cada colaborador (existen ocho segmentos de cargo distintos).

Los objetivos de este programa son contar con antecedentes para detectar brechas y preparar planes de capacitación y desarrollo; incentivar la retroalimentación permanente desde los supervisores hacia los

colaboradores; y manejar información específica del desempeño de cada colaborador para reforzar competencias débiles, así como para dar acceso a mejores oportunidades a quienes han mostrado un alto desempeño.

En forma complementaria se lanzó el programa anual “Premiamos a Nuestras Estrellas”, actividad que se realizó en todo el país con el fin de destacar a aquellos colaboradores que demuestren -con su desempeño y según la opinión de sus supervisores y compañeros- cumplir los más altos estándares en alguna de las siguientes dimensiones: liderazgo, innovación y actitud de servicio.



La primera premiación se realizó en mayo de 2007 y los ganadores fueron:

- Actitud de servicio: María Eugenia Orellana, Jefe Relación con el Cliente
- Innovación: Enrique Farías, Ingeniero Senior de Mantenimiento
- Liderazgo: Luis Abello, Supervisor de Operaciones de la Zona Centro.

Desarrollo y capacitación

Uno de los pilares de la estrategia de Recursos Humanos es brindar un “trabajo desafiante” de aprendizaje, que logre desarrollar a plenitud el potencial de cada uno de los colaboradores. Para ello la capacitación constituye una herramienta fundamental.

En 2007 se realizaron dos programas especiales de capacitación denominados **Team Building (Construyendo Equipos) y Superventas**.

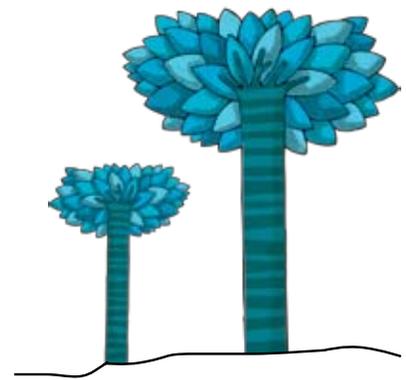
Team Building

Iniciativa enfocada a fomentar el trabajo en equipo, dirigida a todos los trabajadores de VTR. Este taller se realizó durante una jornada completa (8 horas) en octubre, noviembre y diciembre, en terreno. Contó con la participación del 93% de la dotación.

Programa Superventas

Esta capacitación se llevó a cabo en dos talleres diferentes. El primero de ellos estuvo dirigido a los jefes de venta y de sucursales, en total 100 personas, que representan el 4% de la dotación. Consistió en un taller presencial de 24 horas donde se estudió el modelo de ventas y se realizaron ejercicios prácticos. Además, se entrenó a los jefes en estrategias de coaching para beneficiar a sus equipos.

La segunda modalidad estuvo orientada a los vendedores y ejecutivos de sucursal, 550 personas aproximadamente, lo que representa el 20% de la dotación. Éste consistió en un taller presencial de 16 horas donde se estudió el modelo de ventas y se realizaron ejercicios prácticos.



Otro programa importante que aún se encuentra en etapa de diseño e implementación es la **“Universidad Corporativa”**, creada como una iniciativa transversal de capacitación para potenciar conocimientos y habilidades de desarrollo profesional, tanto actuales como futuros, en todos los segmentos de la organización. En algunos casos considera desarrollo de habilidades operativas y, en otros, directivas.

En la actualidad sólo abarca el área técnica, la cual representa cerca del 20% de la dotación total.

Programa de habilidades directivas

El principal programa para el desarrollo de habilidades directivas desarrollado durante 2007 fue la “Cumbre de Líderes”. Este fue un encuentro nacional -que a futuro tendrá carácter anual- y que reunió a todas las personas cuyos cargos impliquen un rol de supervisión. Esta primera versión tuvo una duración de 12 horas y en ella, especialistas externos expusieron las principales tendencias actuales sobre liderazgo, con el fin de alinear los criterios que deben guiar a los líderes dentro de la organización.

NÚMERO DE HORAS DE CAPACITACIÓN POR EMPLEADO			
Horas de capacitación	2005	2006	2007
Ventas y Sucursales	44.647	29.847	52.000
Técnicos	42.062	61.851	60.000
Perfeccionamiento Profesional	3.685	4.010	25.778
Inglés	-	4.392	7.344
Taller Transformacional	17.072	77.306	21.990
Otros programas de desarrollo	63.884	19.324	7200
Total	171.350	198.736	174.312
Horas promedio por empleado	62	70	63

Nota 1: Las cifras para “ventas y sucursales” y “técnicos” 2007 sólo incluyen programas especiales (como Superventas) e Inducción. Las horas de capacitación permanentes de estas áreas no han sido incorporadas.

En 2007, la inversión realizada en capacitación por VTR fue de \$1.070 millones, lo que significa que se utilizó más del 100% de la franquicia disponible de SENCE¹⁸.

La disminución de horas hombre en capacitación, en relación con

2006, se debe principalmente a que ese año se consideraron como horas de capacitación programas especiales de e-learnig, junto con los reportes que debían hacer los colaboradores en sus casas durante este programa de desarrollo.

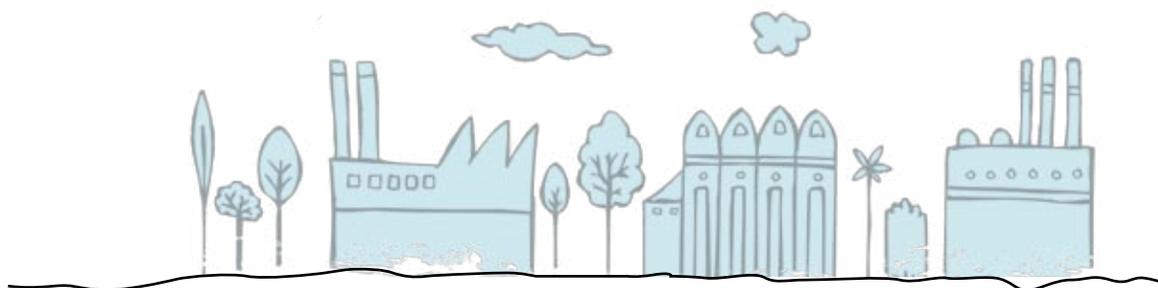
¹⁸ Este valor se calcula como el porcentaje de la inversión total de capacitación de VTR sobre el monto aportado por la compañía con franquicia SENCE.



En noviembre de 2007, INACAP reconoció a VTR como la empresa que más capacita a sus trabajadores a nivel de la industria, en el marco de la premiación “Capital Humano”, que anualmente organiza dicha entidad.

Desafíos 2008

- Implementar el Programa de Desarrollo de Talentos y el Programa de Desarrollo de Liderazgo (talleres para sponsor).
- Realizar segunda Cumbre de Líderes.
- Realizar el Programa de seguimiento de líderes Team Building y el Programa Desarrollo de Liderazgo, por segmentos y competencias.



Seguridad y salud ocupacional

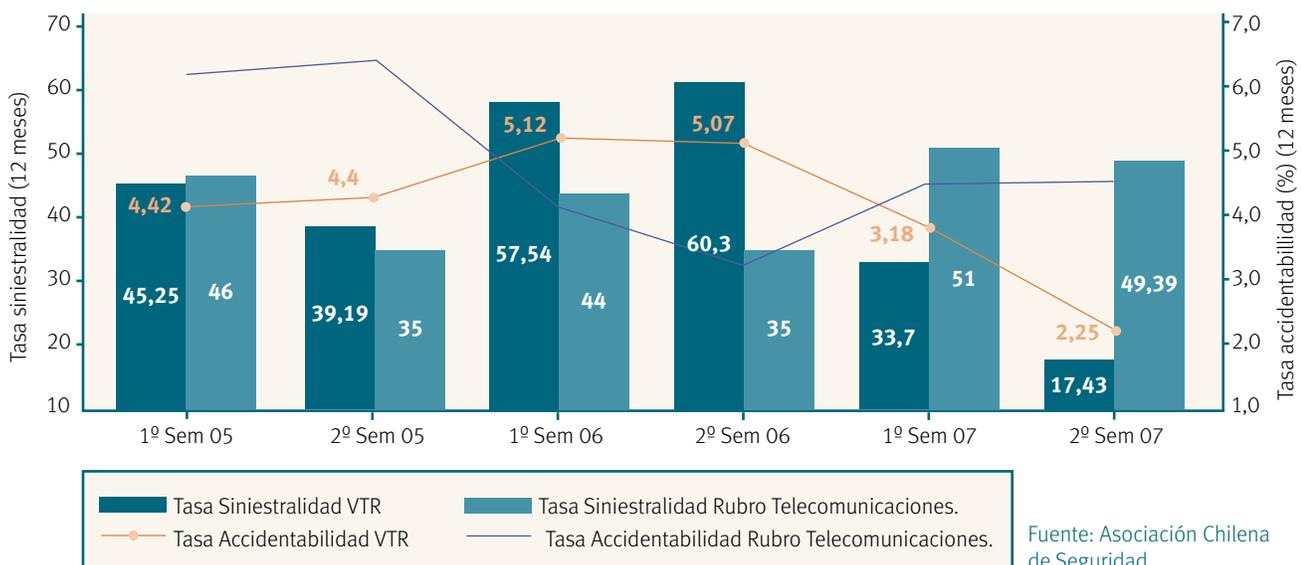
El Departamento de Prevención de Riesgos depende directamente de la Vicepresidencia de Personas. De forma interna se encuentra constituido por prevencionistas de riesgos zonales (Norte, Centro, Sur y WiMax), los que trabajan directamente bajo la coordinación de la jefatura de Prevención de Riesgos Corporativo.

Desempeño

El año 2007 se registró una mejora de los índices de accidentabilidad y siniestralidad de la compañía. El primero fue 2,25 y el segundo, 17,43. Ambos indicadores superaron la meta fijada del área para el desempeño del año, que consistía en lograr índices de 4,23 y 49,9, respectivamente.

Estos resultados permiten posicionar a VTR en un lugar destacado en materia de seguridad laboral, en comparación con el promedio de la industria de telecomunicaciones, de acuerdo con la información entregada por la Asociación Chilena de Seguridad.

TASA DE SINIESTRALIDAD Y ACCIDENTABILIDAD DE VTR Y LA INDUSTRIA 2005-2007



En diciembre de 2003 por concepto de accidentes de trabajo se perdían, en promedio, 69 días por cada 100 trabajadores. Hoy se pierden 17 días promedio por cada 100 trabajadores.

En diciembre de 2003 el 6,9% del promedio de trabajadores de la compañía sufrió un accidente de trabajo con tiempo perdido. A marzo de 2007, el 2,3% del promedio de la dotación había sufrido accidentes del trabajo.

Estos resultados en seguridad son la sumatoria de las iniciativas realizadas por el Departamento de Prevención de Riesgos, cuyo plan de trabajo se focalizó en la

Año	Días Perdidos
2005	908
2006	1.426
2007	487

realización de capacitaciones en seguridad para el área técnica y el nivel de supervisores, a través de talleres prácticos enfocados en situaciones cotidianas de seguridad de cada cargo. El total de horas de capacitación en seguridad fue de 4.293 H/H, durante 2007.

Prestadores de servicios y seguridad

Durante 2007, VTR elaboró y publicó el Reglamento de Prevención de Riesgos para Empresas Contratistas (hoy prestadores de servicios) y lo complementó con un programa de trabajo basado en la normativa de la Ley de Subcontratación.

Este reglamento establece los procedimientos administrativos, requerimientos y obligaciones que deben cumplir las empresas prestadoras de servicios en materia de prevención de riesgos,

para garantizar, a todos los trabajadores, condiciones de higiene y seguridad adecuadas para desempeñar los trabajos y/o prestar los servicios contratados. Todo el personal de empresas contratistas y subcontratistas que realice labores para VTR debe someterse a este reglamento.

El programa de seguridad enfocado a empresas prestadoras de servicios está relacionado con la implementación del reglamento interno, la capacitación, homologación de registros técnicos y la entrega de información estadística, de elementos de protección personal, el derecho a saber y el funcionamiento de los comités paritarios, entre otros. Para ello se efectuaron reuniones informativas que dieron inicio a un trabajo sistemático de “Control Administrativo y en Terreno” de empresas prestadoras de servicios.

Comités Paritarios

El trabajo del Departamento de Prevención de Riesgos es complementado con los Comités Paritarios de Higiene y Seguridad (CPHS) de la compañía. A diciembre de 2007, VTR contaba con 31 Comités Paritarios. De ellos, cinco se constituyeron durante el período y corresponden a comités inter empresa, dando cumplimiento así a lo indicado por la Ley de Subcontratación.

Programas de Salud

Durante 2007 no se registraron enfermedades ocupacionales y, en lo referido a los programas de salud, se implementó un piloto de la iniciativa de exámenes pre ocupacionales y ocupacionales técnicos, en forma parcial en cada zona. La meta del año 2008 es llevarlo a cabo a nivel corporativo, en conjunto con el lanzamiento del Programa de Autocuidado.

Desafíos 2008

- Mantener índices de siniestralidad y accidentabilidad de 2007.
- Iniciar el proceso de trabajo para lograr la certificación OHSAS 18.001 en el año 2010, en el área Ventas y en el área Técnica.
- Lanzamiento del Programa de Auto cuidado.





María Eugenia Orellana

Subgerente de Calidad de Servicio

Trabajar en VTR significa enfrentar desafíos distintos todos los días. Lo único permanente es el cambio, ya que la naturaleza de nuestro negocio es dinámica.

Los valores corporativos, que son comunicados permanentemente en todas las campañas internas, en nuestra Intranet y en todas las comunicaciones provenientes del equipo directivo de nuestra VTR, favorecen y fomentan la adaptación y lo positivo de vivenciar el cambio como parte de nuestro crecimiento profesional y personal.

La comunicación, el trabajo en equipo, la adaptación frente al cambio son sin duda parte de nuestros valores, los cuales nos hacen sentir muy orgullosos de ser parte de una compañía como ésta, pero lo que realmente me cautivó

de VTR fue descubrir la importancia y la genuina preocupación por cada una de las 3.000 familias que conforman VTR.

Trabajar acá me hace sentir segura como esposa, como mujer y muy pronto como madre. Me siento respaldada, tranquila y comprendida en cada uno de los eventos que puedan afectarme a mí o a mi familia. En VTR tenemos beneficios únicos, valorados y envidiados por nuestras amistades, porque significan bajísimos copagos frente a enfermedades o tratamientos de salud, nos regalan el día de nuestro cumpleaños para disfrutarlo íntegramente en familia, entre otros muchos beneficios.

¿Los desafíos?

Trabajar en una compañía con 3.000 empleados significa un

enorme desafío en términos comunicacionales, lograr que las inquietudes, necesidades, aportes y preocupaciones de todos los que queremos que VTR siga siendo la gran compañía que amamos no es tarea fácil. Cuidar, favorecer y robustecer los canales de comunicación de todos los clientes internos será cada vez más complejo.

Seguir fomentando la equidad en puestos de responsabilidad, así como el cuidado, identificación y premiación a los talentos deben ser una preocupación permanente. Seguir generando instancias de desarrollo y de capacitación específicas para las distintas funciones y actividades de todos los empleados son y serán actividades muy valoradas por todos los colaboradores.



Proveedores



Proveedores

En 2007, la Subgerencia de Compras, que depende de la Gerencia de Operaciones, Clientes y Logística, avanzó hacia una relación más clara y transparente con sus proveedores. Ello, porque difundió la Política de Gestión de Proveedores, puso en marcha un nuevo procedimiento de compras y capacitó en principios éticos a los responsables de las adquisiciones en VTR.

Actualmente, VTR mantiene una base de 2.529 proveedores activos, mientras que en 2006 la cifra reportada fue de 2.942. Esta disminución se debe a un ejercicio de racionalización y depuración de la cartera activa de proveedores, efectuada en el período del reporte, orientada a mejorar la gestión de adquisiciones a través de la reducción del número de órdenes de compra, la consolidación de la demanda y la

generación de contratos de largo plazo con socios estratégicos, entre otros.

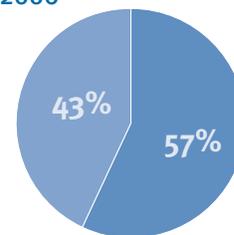
En este marco, la empresa no cuenta con una política explícita que privilegie las compras locales. Sin embargo, la estrategia para optimizar su sistema operacional lo hace indirectamente. De acuerdo con esto, es fundamental mantener un stock local de todos los productos y materiales que VTR necesitará durante un año, lo que implica entregarle al proveedor internacional el pronóstico de todo lo que requerirá VTR durante el período, para que posteriormente un tercero realice las adquisiciones. De esta forma, el proveedor internacional envía el stock necesario, que es mantenido en inventario en el país. A medida que VTR requiere los insumos, los compra a la filial nacional del proveedor internacional.

Del total del presupuesto de adquisiciones del año 2007, un 59% correspondió a compras a proveedores nacionales, lo que representa un leve aumento frente al 57% registrado durante 2006.

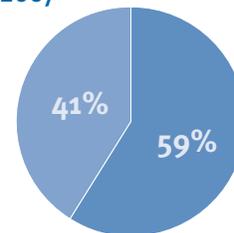
% Compras por Origen

- Compras Proveedores Nacionales
- Compras Proveedores Extranjeros

AÑO 2006



AÑO 2007



Política de Gestión de Proveedores

En el segundo semestre de 2007 se diseñó y aprobó la Política de Gestión de Proveedores de VTR, que contiene los lineamientos por los cuales se rige la relación comercial con éstos durante todo el ciclo de vida (desde que se inicia la relación hasta su término).

La política consigna que VTR busca establecer relaciones constructivas y de crecimiento continuo que reporten beneficio económico mutuo, tanto para la compañía como para sus proveedores.

Las relaciones comerciales que VTR mantiene con sus proveedores deben sustentarse en siete pilares de excelencia:

- Gestión de la calidad
- Flexibilidad
- Oportunidad
- Innovación compartida
- Accesibilidad y respeto
- Relación ética
- Cumplimiento de los compromisos

Estos pilares también forman parte del criterio con que se efectúan las evaluaciones de los proveedores. A partir de estos resultados, definidos por niveles de gestión de desempeño operativo y ético, se mantiene la decisión de colocación de compras para el período siguiente.



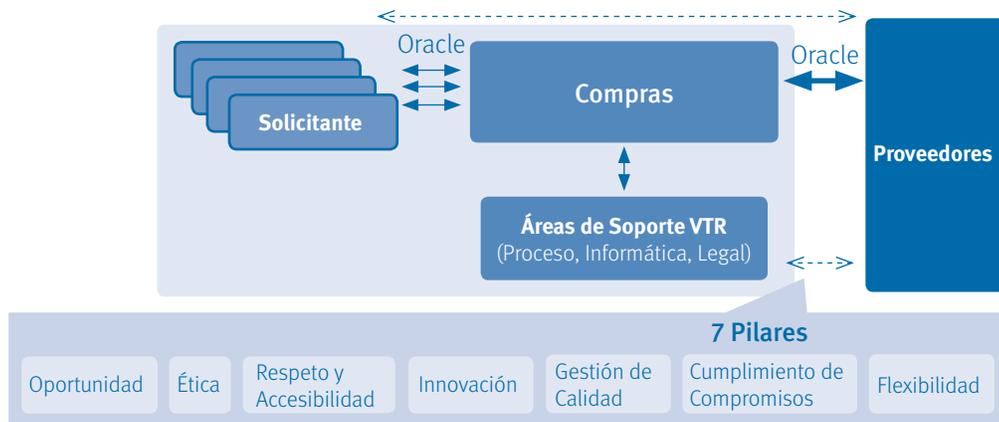


Proceso de Compra

A fines de 2007 se aprobó y se puso en funcionamiento un nuevo proceso de compra, cuyo principal objetivo es lograr el justo equilibrio entre la mayor eficiencia (en tiempo) en cada actividad que se desempeña y el aseguramiento de la transparencia y control del mismo.

A continuación se presenta el modelo de adquisición de bienes y servicios de VTR.

Este modelo plantea que la Subgerencia de Compras es el principal canal formal para llevar a cabo la relación comercial con los proveedores. No obstante, reconoce la existencia de interrelaciones entre otras áreas de la compañía, que solicitan especialistas y contrapartes válidas para entenderse técnicamente con los proveedores. Cada proceso de compra queda documentado en el sistema informático financiero



de VTR (Oracle Financials) y debe ser ratificado por las jerarquías de aprobación que este sistema establece. Todo el proceso debe regirse por los siete pilares fundamentales definidos en la Política de Proveedores, con el fin de garantizar la relación entre ambas partes.

Además, el modelo asegura un canal principal de interacción, a través del cual se minimiza el costo de la gestión de compra (desde la creación de la necesidad hasta el uso del producto / servicio).

Adicionalmente, se maximizan los beneficios resultantes de realizar todas las transacciones en forma conjunta.

Política Anti Corrupción

A fines de 2007 se realizó una capacitación en ética al 100% de los responsables de las adquisiciones de VTR. Esta capacitación incluyó, entre otros tópicos, la Política Anti Corrupción de Liberty Global (matriz de VTR), así como los canales formales de denuncia.





Empresas Proveedoras de Servicios

VTR considera que sus empresas proveedoras de servicios son fundamentales para el logro de los objetivos comerciales corporativos, ya que a través de ellas se desarrolla una de las interrelaciones humanas más importantes que tiene la compañía con sus clientes, mediante la instalación y/o reparación de los servicios.

Uno de los principales hitos del año 2007 respecto de la relación de la compañía con las empresas proveedoras de servicios, fue la reestructuración del área. Es así que la Gerencia de Operaciones, que llevaba directamente esta relación, se fusionó con la Gerencia de Logística, creando la Gerencia de Operaciones Clientes, que reporta directamente a la Vicepresidencia de Sistemas y Operaciones Clientes.

Durante 2007, VTR trabajó en forma permanente con sus em-

presas proveedoras de servicios, a fin de orientarse al contexto nacional en relación con el tema de subcontratación. Un avance importante en materia de prevención de riesgo es que todos los contratos hoy cuentan con un capítulo anexo sobre seguridad laboral. Adicionalmente, el Departamento de Prevención de Riesgos de la compañía desarrolló un programa de trabajo especial con cada una de las empresas proveedoras de servicios.

En 2007 se puso en marcha una nueva estrategia de relacionamiento con ellas, con el objetivo de ofrecer el mejor servicio de instalación y reparación a los clientes, sorprendiéndolos con los estándares de calidad empleados. Esta estrategia está basada en dos pilares fundamentales. El primero, centrado en la capacidad de administración y autonomía de la empresa, y el segundo, enfocado

en las prácticas de excelencia en la atención al cliente.

Este lineamiento guió el proceso de renovación de contratos con la totalidad de las firmas que proveen servicios a VTR, lo que generó una reducción de su número: de 16 registradas en 2006 a 10 en 2007. A pesar de esta disminución en la cantidad de empresas, los puestos de trabajo indirectos generados no bajaron sustancialmente, pasando de 1.850 en 2006, a 1.705 en 2007.

Desafíos 2008

Consolidar el modelo de trabajo con las empresas proveedoras de servicios, enfocados en la atención al cliente con el fin de sorprenderlo.



Dalkia



Francisco Muñoz

Gerente General Dalkia

Trabajamos junto a VTR hace más de un año y, a poco andar, tuvimos clara conciencia de que nos une mucho más que una relación comercial.

Dalkia está presente cada día en más de 120 sitios de producción industrial y grandes edificios corporativos. Este negocio nos impone grandes desafíos que estimamos comunes para Dalkia y VTR: una gran proximidad con nuestros clientes, un férreo compromiso con cada uno de nuestros colaboradores -pues son ellos quienes marcan la diferencia- y, sobre todo, una preocupación esencial por la preservación del medio ambiente.

Esta comunidad de objetivos y valores compartidos permitirá fortalecer la ya buena relación cliente – proveedor y, al mismo tiempo, nos desafía a trabajar aún más unidos en el objetivo fundamental para ambas empresas, cuales, satisfacer y más aún superar las expectativas y requerimientos de quien en definitiva da sentido a nuestra existencia como Empresa: EL CLIENTE.

Del mismo modo, creemos que el desafío para VTR es apoyar la consolidación de nuestra plataforma de servicios a lo largo de todo el país, reforzando el concepto que los objetivos finales son comunes y que nuestros colaboradores son parte del mismo equipo de trabajo.



Inversión en la Comunidad



Inversión en la Comunidad

A fines de 2006, Liberty Global lanzó el programa mundial “EN la Comunidad” (In the Community), mediante el cual agrupó todas las actividades de inversión de sus empresas bajo un mismo paraguas: disminuir la brecha digital. Este término suele emplearse para referirse a un conjunto de aspectos asociados a la exclusión digital, como el acceso a las Tecnologías de Información y Comunicaciones (TICs) y a la necesidad de conocer más sobre ellas para poder emplearlas a cabalidad.

Para la compañía, la brecha digital es más que la posibilidad de tener acceso a las TICs, se trata también de generar habilidades y oportunidades que permitan darle sentido al acceso.

Si bien el primer paso que es necesario dar está relacionado con la posibilidad de acceder a tec-

nología y con disminuir la brecha entre quienes la usan y quienes no saben usarla; el paso siguiente se enfoca en el desarrollo de las habilidades, la entrega de conocimientos básicos de instalación, puesta en marcha y manejo que son vitales para el desarrollo de nuevas aptitudes tecnológicas. En este sentido, garantizar la seguridad es primordial, ya que muchos usuarios temen quedar expuestos ante potenciales riesgos de las tecnologías cuando desconocen el uso y potencialidades que éstas entregan.

El último aspecto está relacionado con las oportunidades. Una inclusión digital plena comprende la capacidad de sacar el máximo partido a todo lo que el mundo digital permite hacer; incluye saber cómo usar las herramientas digitales en beneficio de las personas y la sociedad de manera global;

y cómo aprovechar el poder de la tecnología para hacer de este mundo un lugar mejor.

Es así que, en forma complementaria a su negocio, Liberty Global realiza inversiones en la comunidad mediante programas concretos orientados al acceso, las habilidades y las oportunidades. En este marco, la cantidad de programas que VTR lleva a cabo en Chile corresponde al 30% de las iniciativas realizadas por Liberty Global en los 14 países en los que está presente.

La brecha local

En términos de su relación con la sociedad, VTR se asume como un actor relevante para que los chilenos formen parte de la aldea global que han construido las TICs. En tal sentido, considera que su rol no puede limitarse a entregar un buen servicio a sus clientes, sino que además debe preocuparse de construir puentes para aquellos que se sienten alejados de la tecnología o no tienen acceso a ella.

Aunque Chile es el país más avanzado de Latinoamérica en desarrollo digital, la mitad de su población aún vive ajena a estos adelantos. Son 8 millones de personas las que están excluidas de una diversidad de procesos que

se apoyan cada vez más en una arquitectura digital. En la medida que las empresas y los servicios públicos den preferencia a los medios electrónicos para realizar sus actividades y vincularse con sus clientes, se dificulta a estas personas su acceso a la información, el normal ejercicio de sus derechos ciudadanos y sus posibilidades de desarrollo económico. Es por esto que la exclusión digital es considerada como una manifestación de la marginación social.

Consciente de esta realidad, VTR enfocó sus esfuerzos hacia la comunidad en la promoción de una inclusión digital a lo largo del país. Esto es, trabajar para que las TICs se conviertan en herramientas de

dominio común para el usuario, de modo que pueda decidir la oportunidad, manera y finalidad de uso de cada instrumento.

La creación del área de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), en 2006, significó un impulso fundamental para el plan de favorecer la inclusión digital en el país, ya que el objetivo de esta área es implementar integralmente las acciones y proyectos que hagan sentido al giro de negocios de la compañía.

Para este reporte, las iniciativas de VTR se han dividido de acuerdo con los objetivos corporativos: acceso, habilidades y oportunidades.



Índice de digitalización de los niños chilenos

Para visualizar los avances producidos en la disminución de la brecha digital en el país, desde 2004 se aplica anualmente el Índice Generación Digital (IGD), elaborado por VTR Banda Ancha en conjunto con Educarchile y Adimark. Este es el único indicador nacional que mide la digitalización de los alumnos de enseñanza básica y media, de sus profesores y de sus padres.

El índice nacional de digitalización de los hogares de escolares fue de 52 puntos, un 7,7% más que los 48,3 de 2006, lo que demuestra un aumento sostenido desde los 36,8 puntos registrados la primera vez que se aplicó.

El estudio reveló que el 69,7% de la muestra de padres y alumnos tiene computador en su hogar, mientras que el 40,4% del total de los encuestados posee Internet. Ello se explica por el incremento de esta situación en segmentos C2 y C3. De esta manera, se confirma el crecimiento sostenido de la Banda Ancha (que pasó de 89,1

puntos en 2006 a 91,6 puntos en 2007), en desmedro de la conexión conmutada que retrocede de 10,9 a 8,4 puntos.

Además, muestra que las posibilidades de acceso de los estudiantes a las nuevas tecnologías se han incrementado sustancialmente y hoy el 99% de ellos se conectan desde algún lugar. En esta situación han influido tanto las políticas nacionales que han impulsado la digitalización desde las aulas, como la proliferación de computadores que aumentó en 51% desde 2004 a 2007 y el incremento de las conexiones a Banda Ancha en el hogar que subió en un 198% respecto de igual período.

En 2007 los principales usos estuvieron relacionados con hacer las tareas, navegar y comunicarse. Paralelamente, en los últimos años emergieron usos más sofisticados vinculados a un mayor conocimiento, como las actividades multimediales, los blogs y la publicación en la web.

Otro hallazgo del IGD es el surgimiento de una nueva brecha digital entre padres e hijos, determinada por la diferencia en el acceso y el nivel de conocimiento, que se acentúa en los estratos socioeconómicos más bajos, donde los padres no tienen acceso a Internet en sus hogares ni tampoco en sus trabajos.

La muestra del IGD 2007 se basó en 1.025 entrevistas personales a escolares de quinto básico a cuarto medio; a padres de escolares y profesores de primero básico hasta cuarto medio de colegios municipalizados, subvencionados y particulares de Santiago, Antofagasta, Viña del Mar, Valparaíso, Concepción y Talcahuano. Asimismo, el estudio incluyó a los grupos socioeconómicos ABC1, C2, C3 y D, y excluyó a la población rural y al segmento E, que no tiene PC ni Internet.

Iniciativas que ofrecen Acceso



El primer paso para mejorar las oportunidades de las personas es el acceso a las TICs. Desde esta perspectiva, VTR realiza iniciativas que dan la posibilidad de incorporarse al mundo de las tecnologías a diversos segmentos de la población, de distintas maneras y mediante diferentes acciones concretas.

VTR en la Red Enlaces

Desde el año 2000, VTR colabora con la Red Enlaces, creada por el Ministerio de Educación, a través del programa “VTR Banda Ancha en la Educación”. Mediante esta iniciativa, se entregó en forma gratuita TV Cable e Internet Banda Ancha a 46 colegios, en 2007. En total, el programa benefició a 781 establecimientos educacionales con estos servicios. Adicionalmente, durante el año se implementa-

CONEXIONES RED ENLACES				
	2005	2006	2007	Total Conectados
Región Metropolitana	118	55	20	304
Región de Tarapacá (I Región)	5	5	2	39
Región de Antofagasta (II Región)	0	6	4	71
Región de Coquimbo (IV Región)	1	0	1	28
Región de Valparaíso (V Región)	15	15	13	241
Región del Libertador Bernardo O'Higgins (VI Región)	1	2	0	7
Región del Bío Bío (VIII Región)	9	9	5	81
Región de la Araucanía (IX Región)	11	4	1	10
Total anual	160	96	46	781

ron salas multimediales en cuatro colegios de la Región de Valparaíso, con el objetivo de incorporarlos a los cursos “Enlaces Abierto a la Comunidad 2007”, financiado por el Ministerio de Educación. En cada uno de estos laboratorios se habilitaron computadores con su correspondiente pack multimedia, consistente en parlantes, mouse pad óptico, micrófonos, audífonos y cámara web.

En total se entregaron 74 equipos, distribuidos en los colegios República de Colombia (Viña del Mar), Patricio Lynch de Playa Ancha (Valparaíso), Charles Darwin (Villa Alemana) y Darío Salas (Quilpué). Los establecimientos fueron elegidos en conjunto por la Coordinadora de Enlace Regional, la Secretaría de Educación de la región y la Subgerencia de RSE de VTR.

Bomberos de Chile

Más de 140 cuarteles y brigadas de las compañías de bomberos¹⁹ del país están recibiendo en forma gratuita el servicio de Televisión por Cable Full de VTR, en las zonas donde éste se encuentra habilitado.

Se trata de un convenio de colaboración mutua formalizado durante 2007 entre VTR y Bomberos de Chile, institución que se comprometió a realizar diversas actividades de prevención de riesgo para VTR.

Cybertren de Antofagasta

Dos trenes ferroviarios de inicios de 1900 completamente reacondicionados como salas de clases -con 30 computadores de última generación y conectados a Banda Ancha- recorren la capital regional de Antofagasta de lunes a viernes, poniendo la tecnología al servicio de las personas en forma gratuita.

Esta iniciativa, desarrollada por la Fundación Andrónico Luksic, es

apoyada desde su inicio, en 2005, por VTR, en el marco de la búsqueda por establecer relaciones con la comunidad, brindando acceso a herramientas tecnológicas.

En este tiempo, más de 12.000 personas se han beneficiado de diferentes formas: lo han empleado como biblioteca, como centro de información y como herramienta de consulta.

Datos Cybertren	Diciembre 2007	Diciembre 2006	Total desde agosto 2005
Total personas alfabetizadas	47	19	1.619
Total de personas que lo usan como servicio a la comunidad	242	362	9.957
Total de uso como biblioteca	0	0	257
Otras actividades	9	0	619
Total de personas beneficiadas directamente	298	381	12.449

¹⁹ www.bomberosdechile.cl



Responsabilidad en el acceso

VTR considera que ampliar la posibilidad de acceso a las tecnologías de la información es un deber; no sólo porque es parte de su negocio, sino porque además, tiene la convicción de que esto conlleva un beneficio inherente al desarrollo humano y social. Sin embargo, este deber tiene que ser ejercido con responsabilidad, ya que este acceso puede ser ilimitado y, con ello, se abren potenciales espacios de riesgo para los usuarios.

Por este motivo, VTR ha implementado cinco iniciativas que refuerzan su compromiso de acceso responsable.

La más reciente es el lanzamiento del **Manual de Uso Responsable de Servicios VTR Familia Atenta**. Conscientes de que los niños ven 2,5 horas de televisión al día, en promedio, y de las potencialidades de Internet como poderosa e influyente herramienta para la educación y la formación de los menores, la compañía lanzó en noviembre de 2007 el Programa VTR Familia Atenta, con el objeto de promover un uso responsable de sus servicios. Esta intención se concretó a través del “Manual de Uso Responsable de Servicios”, cuya finalidad es entregar herramientas para que los padres puedan guiar a sus hijos en el uso eficaz de Internet, la televisión y el teléfono.

Además, el Manual pone a disposición de los padres herramientas e información para facilitar la tarea de supervisar qué tipo de televisión ven y cómo navegan sus hijos en Internet.

Anteriormente, la compañía ya había creado el sitio web **Guía de TV Infantil**²⁰, en 2005, donde presenta información de toda la programación de los canales infantiles de VTR, con recomendaciones de contenidos educativos por rango de edad. Y en 2006

creó el portal **Navega Seguro**²¹, con recomendaciones para el uso responsable de Internet.

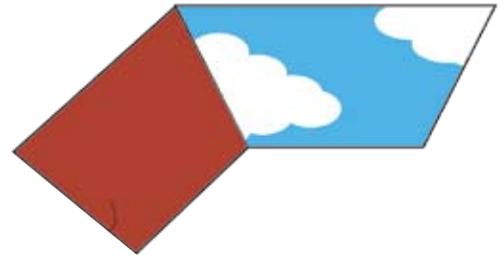
En televisión por cable, VTR cuenta con un sistema de **Control Familiar** que permite programar diariamente los contenidos desde el control remoto. Esta función de última generación está incorporada a las funcionalidades de la d-Box (caja decodificadora) y permite fijar horarios, bloquear canales y programación según calificación cinematográfica.

En tanto, para Internet ofrece el programa **PC Seguro con Control Familiar**, cuyo objetivo es controlar y monitorear el acceso a ciertos sitios web cuyo contenido se considera inapropiado para menores de edad. Este sistema permite restringir el acceso a páginas web temáticas, tales como juegos de azar, odio, drogas, páginas para adultos, armas, correo web, pornografía y salas de chat.

²⁰ www.guiatvinfantil.cl

²¹ www.navegaseguro.cl





Pioneros en WiMax

En diciembre de 2005 VTR ganó la concesión pública de la Subsecretaría de Telecomunicaciones (SUBTEL) para el desarrollo de red WiMax.

La tecnología WiMax es un estándar de transmisión inalámbrica de datos que, gracias a su ancho de banda, permitirá el despliegue de servicios fijos de voz, acceso a Internet y comunicaciones de datos en redes privadas.

Durante 2007, VTR inició el despliegue de esta red, construyendo

129 torres. La iniciativa finalizará con la recepción del proyecto y la entrega de las licencias por parte de la SUBTEL, en 2008.

En septiembre de 2007 se produjo un hecho aislado producto de la instalación de una de estas antenas en La Florida. Si bien VTR había efectuado todos los trámites legales, de acuerdo con la concesión entregada ante la Dirección de Obras de la Municipalidad, se produjeron manifestaciones locales, principalmente por la preocupación de los vecinos respecto del impacto de una antena en el sector.

Con la finalidad de mejorar las relaciones con los vecinos cercanos a la antena y las autoridades de La Florida, VTR participó activamente en una mesa de diálogo. Esta iniciativa tuvo como objetivo responder a todas las consultas y dudas respecto del proyecto y para fines de 2007 se seguían realizando estas reuniones. Las soluciones serán informadas en el Reporte de Sustentabilidad 2008.

Generando Habilidades

La brecha digital es un fenómeno global que no sólo es consecuencia de la falta de recursos para acceder a la tecnología, pues también afecta a quienes viven en zonas rurales, a los discapacitados o a personas de la tercera edad. Por sobre todo, se ha comprobado que esta brecha persiste aún en casos en que se dispone de computadores e Internet, pues hay una barrera formativa que dificulta su utilización en la plenitud de sus capacidades. Por lo tanto, la inclusión digital primordialmente demanda la adecuada capacitación para usar la tecnología y un proceso educacional que favorezca la introducción de las TICs en el aprendizaje.

Canal Novasur

VTR es uno de los socios del canal educativo Novasur, creado el año 2000 por el Consejo Nacional de Televisión (CNTV)²² y que transmite programación diariamente a los establecimientos educacionales del país, mediante el servicio de TV Cable proporcionado gratuitamente por la compañía. Su contenido abarca temáticas curriculares de enseñanza básica y media, así como asuntos transversales para estimular la educación formal y la formación valórica y social de niños y jóvenes.

Con programas educativos realizados principalmente en Europa y Norteamérica, Novasur está

concebido como una herramienta de trabajo en sala de clases y proporciona además material de apoyo para los profesores. Su propósito es mejorar la calidad y la equidad de la educación, en consonancia con la Reforma Educacional, utilizando como principales herramientas la televisión e Internet.

Para cubrir todo el período de formación de los niños, en 2007 se acordó que la programación de Novasur llegara también a la red de jardines infantiles de la Junta Nacional de Jardines Infantiles, JUNJI²³, para lo cual el canal incorporó programación dirigida a preescolares.

²² www.cntv.cl

²³ www.junji.cl



Canales locales

Con la finalidad de velar porque las ciudades y comunidades tengan acceso a contenidos locales con altos estándares de calidad, desde 2004, VTR apoya el desarrollo de canales locales de televisión en diez ciudades del país.

Para ello, VTR fomenta el desarrollo de una televisión regional de calidad, que al mismo tiempo se convierta en un negocio sustentable para las productoras locales. A diciembre de 2007, esta experiencia se había llevado a

cabo en Arica, Iquique, Calama, La Serena, Viña del Mar, Rancagua, Concepción, Temuco, Valdivia y Puerto Montt.

Además, en 2007 VTR ganó, junto con la Pontificia Universidad Católica de Chile, un proyecto Fondef²⁴-Conicyt²⁵ para la implementación de un nuevo sistema y metodología creado por la Facultad de Comunicaciones de la Universidad, para medir la calidad de las noticias de televisión de los 10 canales de TV local que transmiten su señal a través de VTR.

Esta metodología se denomina Valor Agregado Periodístico (VAP) y permite sistematizar la pauta noticiosa local, generando un registro histórico, un archivo y la priorización de la pauta diaria, convirtiéndose en un valioso apoyo para la toma de decisiones de periodistas, editores, academia, público, directores y administradores de medios.



²⁴ www.fondef.cl

²⁵ www.conicyt.cl



Esta iniciativa tiene tres dimensiones:

- Por primera vez se materializa una alianza público-académico-privada para esta categoría de proyectos Fondef-Conicyt.
- VTR fortalece a los proveedores de televisión local que ganaron las licitaciones de transmisión, traspasando know-how para mejorar sus procesos, equipos y prepararlos mejor como PyME relacionadas con la compañía.
- Los clientes de VTR podrán apreciar y consumir una televisión local con mejor calidad en el tratamiento de su realidad más directa, lo que debiera aumentar su nivel de satisfacción.

Este proyecto tiene una duración de dos años, donde Fondef aportará cerca de \$179 millones y VTR entregará la plataforma, conectividad y equipos de trabajo de los proveedores de contenido de los 10 canales de televisión local apoyados por VTR en Chile.

En forma adicional, se llevó a cabo un Programa de Desarrollo de Proveedores con el apoyo de CORFO, enfocado a mejorar la gestión comercial y administrativa de los canales locales de Arica, Iquique, Calama, La Serena, Valparaíso, Rancagua, Concepción, Valdivia y Puerto Montt. Para esto se realizó un diagnóstico cuantitativo y cualitativo sobre la calidad del producto y la gestión de cada canal. Posteriormente, se efectuaron tres actividades de apoyo:

- Talleres de capacitación sobre cámara e iluminación para personal de nueve canales locales, realización televisiva, periodismo informativo y habilidades de conducción de programas.
- Asesorías para el desarrollo del producto referido a parrilla programática, diseño de programas, dirección de arte y estética corporativa.

- Asesorías para el desarrollo de la gestión en diseño de políticas de alianzas estratégicas para el apoyo de programas, apoyo a estrategias comerciales, diseño de campañas de comunicación para el posicionamiento corporativo y respaldo al mejoramiento de la gestión presupuestaria.

Como resultado de este trabajo, mejoró el porcentaje de satisfacción neto de los canales locales, según un estudio de satisfacción efectuado por VTR, pasando de -10 en septiembre de 2006 a +29 en el mismo mes del año siguiente. Además, el alcance total promedio de audiencia diaria de noticias locales fue de 33,6%, más alto que el de lectura de diarios y revistas locales. Por último, se implementó un ranking para identificar segmentos horarios por día, permitiendo determinar la concentración de la audiencia y los hábitos de consumo de noticieros locales.

Estudio de Caso: Proyecto Quijote

Iniciativa de Inclusión Social

El Proyecto Quijote reúne las tres variables promovidas por su matriz Liberty Global: acceso, habilidades y oportunidades. Desde 2006, esta iniciativa beneficia a 500 familias del sector Escritores de Chile, de la comuna de Recoleta en la Región Metropolitana, y consiste en la entrega del suministro por parte de VTR de TV Cable a un valor preferencial por hogar, lo que representa una oportunidad de acceso formal al mercado de VTR. Esta parte del proyecto es desarrollada por VTR en conjunto con el Centro Social, Cultural y Artístico de Recoleta "Los de la T", con el patrocinio de la Municipalidad de Recoleta.

De manera complementaria, y con la colaboración del Comité para la Democratización de la Informática (CDI Chile)²⁶, esta iniciativa consi-

deró la creación de la Escuela de Informática y Ciudadanía, con el fin de aportar conocimientos en el uso de las tecnologías.

La Escuela capacitó a 70 personas de la comuna, durante 2007. En total, este centro ha contribuido a la formación en tecnologías de la información de 100 personas, desde su creación en 2006.

Adicionalmente, en 2007 se llevó a cabo un estudio para revisar el alcance y los resultados concretos del Proyecto Quijote. Este trabajo constató una importante disminución en la cantidad de hogares con conexión ilegal, pues un 94% de los beneficiados tiene una positiva apreciación de ser cliente de VTR. Además, se advirtió un mejoramiento en la calidad de vida familiar, ya que un

74,5% declara que los niños pasan más horas en el hogar y un 71,1% considera que se disfrutan más programas en familia. En tanto, la percepción de mayor seguridad dentro del barrio es de un 60,4% entre los beneficiados.

Respecto de la Escuela de Informática y Ciudadanía, el estudio reveló que el total de las personas capacitadas sienten mayor seguridad en el manejo de un computador, como también para navegar por Internet. Asimismo, consideran que el aprendizaje les entregó nuevas herramientas para administrar temáticas laborales, del colegio y del hogar.

²⁶ El objetivo de CDI Chile es llevar la informática a poblaciones y comunas de escasos recursos con el fin de disminuir los niveles de exclusión.
www.cdichile.org

Inclusión para la tercera edad

Con el objetivo de derribar los obstáculos que dificultan el acceso de los adultos mayores a la era digital, VTR organizó conjuntamente con el Diario Ciudadano El Rancahuaso, dos talleres especiales para 25 personas cada uno, en Rancagua, en la Región del Libertador Bernardo O'Higgins.

La actividad de alfabetización digital consistió en dos jornadas en mayo y octubre, dedicadas a aprender nociones básicas de computación y el uso de Internet. En la oportunidad, los alumnos conocieron los distintos canales que existen para publicar contenidos en la red, tales como youtube, fotolog y flickr, entre otros.

Como consecuencia de la respuesta de los participantes, VTR también apoyó la creación de una red social en el diario ciudadano virtual (www.elrancahuaso.cl), que responde al nombre de aWeBlos. En ella se incentiva la participación de los adultos mayores en estas iniciativas y se proporcionan contenidos específicos dirigidos a ellos.



Oportunidades

Una vez que existe el acceso y los conocimientos, comienza la tercera etapa que es sacar el mayor provecho a las herramientas. En esta etapa VTR también hace esfuerzos por capacitar y dar nuevas oportunidades a través de seminarios y talleres, dirigidos tanto a estudiantes como a pequeños empresarios.

Proyecto Liceos Técnicos

En el año 2005, VTR comenzó un proyecto llamado Liceos Técnicos para apoyar la calidad de la formación técnica de estudiantes de este tipo de establecimientos mediante la entrega de herramientas y conocimientos en tecnología de punta, formando la especialidad de telecomunicaciones.

En 2007, junto con mantener la ayuda a los siete establecimientos de 2006, se sumaron el Liceo Industrial B-9 de Calama, el colegio

Don Bosco de Antofagasta, el Liceo Industrial de Coquimbo, el Liceo Industrial A-7 de Valdivia y el Liceo Técnico de Puerto Montt.

En forma adicional, VTR capacita a los profesores en nuevas tecnologías y ofrece la posibilidad de realizar prácticas profesionales para los alumnos egresados, tanto dentro de VTR como en las empresas contratistas. Además, financia el traslado y participación de los mejores alumnos de la red de liceos VTR al Foro Emprendedores de la Fundación Juventud Emprendedora. Durante el año se recibieron 11 alumnos en práctica del Liceo Industrial de Miraflores en Viña del Mar.



Liceos técnicos beneficiados

- Liceo Politécnico de Arica, Arica
- Colegio Metodista William Taylor, Iquique
- Liceo Industrial B-9, Calama
- Liceo Industrial A-16, Antofagasta
- Colegio Don Bosco, Antofagasta
- Liceo Industrial, Coquimbo
- Liceo Industrial Miraflores A-35, Viña del Mar
- Liceo Politécnico Pueblo Nuevo, Temuco
- Liceo Industrial A-65, Los Ángeles
- Colegio Simón Bolívar de Hualpén, Concepción
- Liceo Industrial A-7, Valdivia
- Liceo Técnico, Puerto Montt



Talleres de Alfabetización Digital para Mipyme

A fines de 2007, VTR suscribió una alianza con la Asociación de Empresas de Tecnologías de la Información (ACTI)²⁷ y Duoc-UC²⁸ para la realización de talleres de alfabetización digital, dirigidos a micro y pequeñas empresas de Valparaíso. Estos talleres tienen como finalidad la promoción del uso de blogs como herramienta comercial para este segmento empresarial y reforzar los beneficios de las tecnologías en el funcionamiento de los negocios.

Al cierre del ejercicio se habían realizado dos talleres de dos días de duración cada uno, con la asistencia de 55 personas en total.

Encuentro tecnológico

En diciembre de 2007 se llevó a cabo el primer Encuentro de las Tecnologías de Información y Comunicación del Mundo Estudiantil y la Comunidad, organizado por la Municipalidad de San Antonio, la Asociación Chilena de Empresas de Tecnologías de Información (ACTI) y VTR.

El objetivo fue promover el uso de las TICs en las empresas y colegios de la Región, dando el primer paso para alcanzar un municipio alfabetizado digitalmente.

Por un lado, los empresarios de la zona asistieron a un seminario sobre el aporte de las TIC en la competitividad, mientras que en el espacio dedicado a los

estudiantes se realizó un concurso para el mejor blog de carácter ciudadano. En tanto, en el rincón habilitado para la comunidad se dieron a conocer las capacidades de las herramientas Web 2.0 para ejercer una mayor influencia dentro de la sociedad a juntas de vecinos y organizaciones.

²⁷ www.acti.cl

²⁸ www.duoc.cl



Auspicios y donaciones

VTR entiende que su rol en la comunidad también debe estar en el apoyo activo a distintas iniciativas de interés social. En ese sentido, en 2007 respaldó actividades principalmente relacionadas con el fomento de la educación. En este marco queda la reedición del libro *Trascender-Sembrando* de Ligia Uribe Casanova, destacada docente de la Región del Libertador Bernardo O'Higgins, cuya obra fue declarada por el Ministerio de Educación como material didáctico de apoyo para la Enseñanza General Básica chilena.

Adicionalmente, entre agosto y octubre realizó donaciones de material escolar, computadores y accesorios para PC a cuatro escuelas de la Región Metropolitana y de Valparaíso.

En el período, las plazas y diferentes áreas que componen la Zona Centro de VTR (Regiones de Valparaíso y del Libertador Bernardo O'Higgins) se comprometieron a reciclar la papelería en desuso para generar un reporte económico y donarlo. Desde diferentes sucursales se recolectó el material y el beneficio fue entregado a los menores del Hogar de Niños de la Providencia de Limache, que acoge a infantes de cero a seis años que se encuentran en situación irregular y en peligro físico y mental. Esta iniciativa motivó que, a partir de noviembre de 2007, la Sociedad Recuperadora de Papel (Sorepa) realizara la entrega de papeleros individuales para contener el papel destinado al reciclaje.

Además, la Subgerencia de Logística y toda la oficina de Til Til colaboran con el Hogar de Niños Sión, ubicado en la comuna de Macul, que recibe a un total de 55 menores que están en condición de riesgo social. Para ello los trabajadores realizan labores de voluntariado en horario laboral, a través de diversas actividades como celebración de Navidad, día del niño, fiestas patrias, etc.

VTR apoya estas actividades y las de otras oficinas, facilitando la entrega de regalos, obsequios promocionales, material de marketing en desuso, etc. y permitiendo a sus colaboradores dedicar el tiempo necesario para cumplir con las actividades y satisfacer los requerimientos de los niños del Hogar.

INICIATIVAS MÁS RELEVANTES AUSPICIADAS POR VTR - 2007

Iniciativas	Descripción	Apoyo de VTR
Feria Internacional del Libro Infantil y Juvenil.	Feria organizada por la Cámara Chilena del Libro y la Municipalidad de Providencia para fomentar la lectura en niños y jóvenes chilenos.	- Instalación de un Cyber. - VTR donó premios en algunas categorías de los concursos desarrollados en la feria.
Concurso “Enseña con Tecnología”	Certamen realizado por Enlaces con el objetivo de que los profesores desarrollen recursos educativos que les permitan dar soluciones a los problemas y necesidades pedagógicas que detectan en sus clases.	VTR colabora anualmente con esta iniciativa a través de la entrega de 1 notebook y 1 proyector para los ganadores y sus colegios.
Libro: “Residuos Electrónicos: La Nueva Basura del Siglo XXI”.	Guía educativa con contenidos ambientales relevantes, que promueve y difunde actitudes y acciones para disminuir los residuos electrónicos, elaborada por Recycla Chile y Fundación Casa de la Paz.	VTR auspició dicha guía con el objetivo de apoyar y difundir consejos y prácticas empresariales en materia de reciclaje electrónico.
VII Foro Internacional de Biarritz.	Congreso que trató el tema “Cohesión Social y Responsabilidad Social Empresarial”. El Foro de Biarritz es un espacio de diálogo entre Europa y América Latina que ha privilegiado el encuentro público-privado y el debate multisectorial.	El apoyo de VTR consistió en el financiamiento de material gráfico indispensable para promover el Foro y en la disposición sin costo de espacios libres disponibles en nuestra grilla de canales, para la transmisión del spot publicitario.
Guía Práctica para promover la Educación desde la Empresa.	Guía desarrollada para empresas que estén interesadas en orientar sus acciones de RSE al tema de la educación, con una perspectiva que apuesta por el involucramiento para el logro de cambios reales en una comunidad.	VTR tiene la convicción de que el desarrollo de las comunidades parte en el acceso a la educación y en la posibilidad de las personas de renovar sus competencias para estar en mejores condiciones de abordar los desafíos de la globalización. Esta Guía de educación para las empresas contribuye al logro de este anhelo.
Foro de Emprendedores de la Fundación Juventud Emprendedora.	Actividad que se desarrolla en Iquique y cuyo objetivo es incentivar la actitud emprendedora en los jóvenes chilenos.	VTR es uno de los auspiciadores de esta actividad; sin embargo, este aporte le permite además hacer partícipes en este encuentro a los mejores alumnos de las especialidades de telecomunicaciones que se imparten en la red de Liceos Técnicos de VTR.
Premio Buen Ciudadano Empresarial de la Cámara Chileno Norteamericana, AmCham.	Este premio destaca los mejores programas de responsabilidad social llevados a cabo por empresas que desarrollen actividades en Chile.	El apoyo de VTR responde al interés de la compañía por contribuir sustancialmente a la apertura de más espacios para el reconocimiento del aporte y compromiso social de las compañías.
Concurso de Videos Educativos de Novasur.	Esta iniciativa tiene como propósito el desarrollo de habilidades y competencias de los profesores en el área de la realización audiovisual y la producción de videos educativos para incluir en la programación Novasur.	Los aportes que VTR transfiere a Novasur no se limitan a la transmisión de contenidos, sino que se ha ampliado a la realización de jornadas regionales de actualización, la entrega de materiales a los profesores, el financiamiento de cursos de realización de videos y el apoyo a la ejecución de un concurso de video para profesores.
Seminarios de Educación para el Emprendimiento de Momento Cero.	Serie de seminarios orientados a resaltar la importancia de la cultura del emprendimiento y la innovación en el contexto educativo. Visiones, metodologías y experiencias.	VTR valora las instancias educativas con propuestas innovadoras y este es el caso de estos seminarios que, junto con abrir la mirada de los jóvenes sobre el emprendimiento, permiten llevar expositores de interés para este grupo objetivo. El auspicio de la compañía fue vital para la realización itineraria de estos seminarios.



Alejandro Muñoz,

Docente del Liceo Industrial de Miraflores Alto de Viña del Mar.

El año 2006 se firmó un convenio entre VTR y el Liceo Industrial Miraflores Alto, producto de lo cual se obtuvo perfeccionamiento para los docentes y la implementación de un Laboratorio de Telecomunicaciones con tres PCs conectados a Internet, señal de cable y telefonía; toda la tecnología y elementos reales usados por la empresa.

En todo sentido, el convenio ha sido muy positivo y enriquecedor. El apoyo brindado por VTR ha influido positivamente en los alumnos, en el interés por aprender y, a los otros educandos, por postular a la especialidad. A los alumnos en práctica, la empresa

les proporciona todas las herramientas y conocimientos para que un profesional pueda desarrollarse exitosamente en el ámbito laboral, pues los mejores practicantes quedan trabajando con las empresas contratistas. Además, VTR premia a los mejores alumnos en rendimiento de la especialidad; al mejor promedio de los alumnos egresados y posteriormente, de los titulados.

En lo personal, la capacitación constante por parte de VTR me ha permitido descubrir el potencial que las telecomunicaciones tienen en el ámbito laboral, social y tecnológico. Como resultado de esto, comencé a estudiar en

la Universidad, donde obtuve el título de Técnico Superior en Telecomunicaciones. Ahora me siento capacitado y con las competencias suficientes para desempeñarme como un profesional de la Educación en la Especialidad.

El desafío que nos espera en el futuro es contar en forma sostenida con todos los avances tecnológicos en la especialidad, aumentar la cobertura laboral de nuestros alumnos y brindar la oportunidad a nuestras alumnas en el departamento de Planta Interna, pues tienen las competencias necesarias para llevar a cabo dichas actividades técnicas requeridas por la empresa.



Compromiso Ambiental



Compromiso Ambiental

Aunque como empresa de servicios de la industria de telecomunicaciones, VTR no produce impactos negativos considerables en el entorno, la compañía realiza esfuerzos por evaluar el impacto real de sus operaciones. La reutilización de insumos estratégicos, el reciclaje de residuos y la disposición de equipos y materiales en desuso son los principales aspectos cubiertos por VTR en su gestión ambiental. En este sentido, en 2007 se concretó una importante iniciativa para reutilizar, reciclar y finalmente eliminar más de 765 toneladas de materiales que permanecían en las bodegas desde la fusión de VTR con Metrópolis Intercom, en 2005.

Adicionalmente, como parte de una iniciativa de su matriz, Liberty Global, la compañía está efectuando un análisis del impacto en cambio climático, lo que permitirá cuantificar las emisiones de gases de efecto invernadero de la empresa a nivel global, asociadas con el consumo de energía, los viajes de negocios y los residuos. Este estudio se dividirá en etapas geográficas y comenzará por Holanda. Se realizará según el Consejo Empresarial para el

Desarrollo Sustentable (WBCSD) Iniciativa del Protocolo de Gases de Efecto Invernadero del Instituto de Recursos Mundiales. De acuerdo con estos resultados decidirá los cursos de acción.

También se establecerán objetivos para mitigar los impactos ambientales, especialmente en cuanto a consumo energético, donde la compañía considera que existe la mayor oportunidad de mejora.



Insumos Estratégicos

Para VTR, todos aquellos materiales que permiten a la compañía desarrollar y explotar el negocio son denominados insumos estratégicos. Estos están asociados a elementos necesarios para las instalaciones como material domiciliario y fibra óptica, principalmente, que representaron el 58% del total empleado en 2007.

INSUMOS ESTRATÉGICOS COMPRADOS POR VTR		
Tipo de material	2007	2006
Domiciliarios	55%	56%
Fibra óptica	3%	7%
Planta externa	9%	20%
Planta interna	33%	16%
Total general	100%	100%
Total general (en millones de pesos)	38.578	37.991

Nota: No es posible clasificar por cantidad (peso) de materiales consumidos, debido a la diversidad de ellos y de sus unidades de medida

Gestión de Residuos

En 2007 se formó el área de Aseguramiento de Materiales, dependiente de la Subgerencia de Inventario y Distribución de la Gerencia de Operaciones Cliente y Logística. Está encargada del manejo de los residuos sólidos generados por VTR, como resultado de su actividad. También es responsable de la selección, licitación y control de las empresas contratistas que están a cargo del

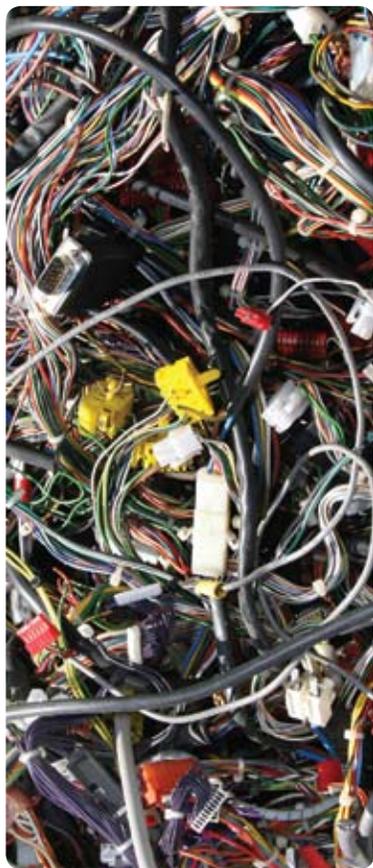
manejo y disposición de todos los materiales cuyo destino final es la eliminación. Para ello, existe un equipo en el que participa también la Subgerencia de RSE, con la finalidad de evaluar la mejor forma de disponer los desechos o materiales obsoletos de manera sustentable, a través de empresas que certifiquen que éstos serán destruidos.

La mayoría de los residuos que la compañía genera corresponden a fragmentos de cables coaxiales, computadores en desuso y sus accesorios, baterías y desechos tecnológicos, que son eliminados luego de decretar su obsolescencia o falla. En 2007 se desecharon 972.958 kilos de residuos sólidos, lo que equivale a aproximadamente el 43% del total dispuesto en 2006.



En 2007 se centralizaron los servicios de disposición de residuos en la empresa COMEC²⁹. Antes VTR entregaba sus desechos a diversas empresas especializadas, para su disposición final.

²⁹ www.comec.cl



CANTIDAD TOTAL DE RESIDUOS GENERADOS POR VTR

	2006	2007
Baterías	1.150 kg	200.000 kg
Equipos electrónicos y PCs	4.000 kg (*)	7.640 kg
Materiales enviados a COMEC	n/a	765.318 kg
Total	5.150 kg	972.958 kg

(*) En 2006 no existía registro de la cantidad de equipos electrónicos obsoletos. Esta cifra fue calculada según la relación peso/cantidad de los equipos 2007.

RESIDUOS ENVIADOS A COMEC

Tipo Equipo (en kilos)	2006	2007
Coaxial Rg6 s/p	6.200	1.407
Coaxial Rg6 c/p	155.433	72.464
Coaxial Qr 540 s/p	271.230	52.625
Coaxial Qr 540 c/p	1.340.630	231.589
Coaxial Qr 715	33.068	0
Coaxial Qr 860 s/p	2.870	1.050
Coaxial Qr 860 c/p	5.450	23.918
Pallets - Escaleras - otros	0	154.425
Fibra Óptica	6.930	6.611
Conectores	1.820	1.865
Cable de cobre	0	1.090
Cable mensajero	409.350	108.545
Taps	1.430	10.713
Módulos y muebles	0	37.276
Fuentes de poder	710	160
Teléfonos	22.940	61.580
Total	2.258.061	765.318

Nota: En 2006 los residuos fueron enviados a distintas compañías encargadas de la disposición segura de ellos. En 2007, todos los residuos fueron dispuestos por la empresa COMEC.



Gestión de Residuos Peligrosos

El Decreto Supremo N°148 de 2004 del Ministerio de Salud, considera las condiciones sanitarias y de seguridad mínimas que se deben cumplir para la generación, posesión, almacenamiento, transporte, tratamiento, reutilización, reciclaje, disposición final y otras maneras de disposición de los residuos peligrosos. También establece la definición de residuo peligroso, como todo aquel que

cumpla con las características de toxicidad, corrosión, inflamabilidad y reactividad.

En este contexto, VTR desarrolló un plan de manejo y disposición de residuos peligrosos que considera, principalmente, las bodegas de la compañía, donde existen dos grupos que califican dentro de esta regulación y que VTR maneja habitualmente: los computadores, equipos eléctricos y las baterías.

Manejo de computadores en desuso

El primer grupo de residuos peligrosos, de acuerdo con la definición de la autoridad, representa a todos los desechos provenientes de computadores y otros equipos eléctricos fabricados con elementos declarados como peligrosos (plomo, cadmio, litio, mercurio, etc.). Para ello cuenta con los servicios de Recycla³⁰ Chile, la primera empresa autorizada por la

³⁰ www.recycla.cl

Autoridad Sanitaria de la Región Metropolitana para el reciclaje de residuos electrónicos o e-waste en Chile. En 2007, se retiraron de la compañía para reciclaje 1.654 equipos electrónicos, con lo cual se generaron 229 H/H de trabajo en Recycla. Esto equivale a casi el doble de la cantidad de equipos dados de baja el año 2006.

En forma adicional a este proceso de reciclaje, en 2007 VTR entregó 200 computadores, que previa-

mente fueron recuperados y revisados, a la Fundación Chilenter³¹, institución de derecho privado, sin fines de lucro, que integra la Red de Fundaciones de la Dirección Sociocultural de la Presidencia de la República. Su objetivo es contribuir con la superación de la brecha digital, otorgando oportunidades de uso y acceso a los sectores más alejados de la tecnología, mediante herramientas de apoyo tecnológico a la educación y el emprendimiento social.

Es así que, tanto a través de Recycla Chile como de la Fundación Chilenter, VTR generó un beneficio ambiental al reciclar y reutilizar los computadores en desuso, a la vez que contribuyó al desarrollo social y a la disminución de la exclusión digital.

³¹ www.chilenter.cl

RECICLAJE DE EQUIPOS ELECTRÓNICOS Y PCS EN RECYCLA				
	2006	2006	2007	2007
Tipo	Cantidad	Horas laborales	Cantidad	Horas laborales
CPU	282	41	404	64
Monitor	337	108	382	60
Impresora	59	12	101	20
Teclado	97	8	525	50
Multifuncional	16	5	27	15
Notebook	13	4	16	10
Mouse	58	5	199	10
Total	862	183	1.654	229

Manejo de baterías

Si bien las baterías constituyen residuos peligrosos de acuerdo con la definición de la autoridad, principalmente como resultado de su nivel de corrosión, las que usa VTR son del tipo MTA de litio, de gel sólido y no de celdas electro-líticas con ácido, lo que permite que, una vez eliminadas, el gel se seque y se vuelva materia inerte, disminuyendo el impacto que pudiera provocar en el entorno.

De todas formas, como parte de su tratamiento, las baterías son separadas, rotuladas y almacenadas en una bodega. Adicionalmente, de acuerdo con la normativa vigente, los residuos peligrosos cuentan con Hojas de Seguridad, que consideran las características y riesgos que presentan para su transporte.

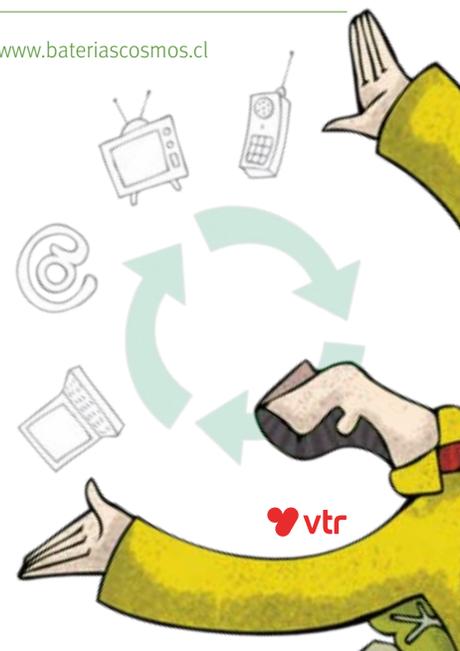
Con el fin de garantizar su manejo y traslado adecuado, la compañía cuenta con los servicios de Baterías Cosmos Ltda.³², que tiene la autorización ambiental y legal para realizar el transporte y manipulación de este tipo de residuos. El proveedor debe llenar una ficha de seguimiento de residuos peligrosos, la que es actualizada por el transportista, por el dueño de la planta de destino y, finalmente, por el generador del contaminante. Todo con copia a la Secretaría Regional Ministerial de Salud.

Los destinos finales de las baterías son cuatro: el primero es la fundición, para así recuperar el plomo y volver a hacer placas para nuevas baterías. Sin embargo, debido al bajo precio de las importaciones de baterías nuevas, esta tendencia está disminuyendo. También está el reciclaje, para utilizar todos

sus componentes como nuevas aplicaciones. En tercer lugar, se pueden reacondicionar para seguir utilizándolas mediante una menor cantidad de tiempo y, por último, se exportan a fábricas de baterías en el extranjero.

Luego de cumplir con todos los requisitos para la disposición de residuos peligrosos y reservar baterías con vida útil para mantener como respaldo en caso de cortes de energía, en 2007 VTR eliminó 200.000 kg de estos equipos.

³² www.bateriascosmos.cl



Estudio de Caso:

Proceso de destrucción de materiales obsoletos

El 20 de noviembre tres Vicepresidentes, tres Gerentes y dos Subgerentes firmaron el Acta de Destrucción de lo que se convirtió en uno de los procesos más trascendentales de destrucción de materiales obsoletos llevado a cabo por VTR, considerando para ello aspectos económicos, ambientales y sociales.

La compañía tiene bodegas en las cuatro zonas a lo largo del país. En 2007 se efectuó una revisión de los materiales existentes en estos centros con la finalidad de establecer cuáles de ellos seguían vigentes y cuáles estaban obsoletos, ya que el valor del almacenamiento y custodia era alto, principalmente, producto de la fusión con Metrópolis Intercom, que elevó considerablemente las existencias a partir de 2005.

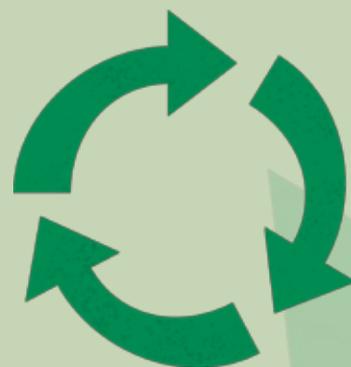
La primera decisión fue eliminar aquellos elementos obsoletos, para evitar su uso ilegal. La segunda fue solicitar la aprobación de la decisión a las Vicepresidencias y áreas comprometidas, ya que este trabajo implicaba la eliminación de más de \$1.200 millones en materiales.

Una vez conseguida esta autorización, se contrataron los servicios de una empresa que garantizara la transparencia del proceso, la eliminación total de los residuos, una flota de camiones con GPS y la total disponibilidad para efectuar el trabajo de la manera más rápida posible y con apego a la normativa ambiental. Esta empresa fue la Comercializadora de Metales de Cerrillos S.A., COMEC.

De esta manera, el 22 de noviembre se dio inicio al proceso, que tuvo una duración de dos meses, en los que se recorrieron las cuatro zonas y se logró juntar un total de \$2.200 millones en materiales para eliminar. De este total se recuperaron \$600 millones, correspondientes a computadores, artículos de marketing y otros elementos, que fueron utilizados para beneficio social. Además, otros activos y pasivos, por un valor de \$400 millones de materiales en stock, pasaron de “obsoletos” a “baja rotación”, para el mantenimiento de redes antiguas. De esta manera, el total de materiales destinados a eliminación se redujo a \$1.200 millones, equivalentes a 765.318 kg.

El proceso de eliminación fue definido en conjunto con un grupo multidisciplinario de COMEC, integrado por su Gerente General, un experto ambiental y el equipo de la Subgerencia de Inventario y Distribución de VTR. El objetivo fue considerar todos los aspectos necesarios para garantizar la total destrucción de los materiales: controles de pesaje, guías timbradas por la empresa reductora y VTR y el ingreso a la cuenta de todos los materiales, controlándolos a través de las guías de despacho y el stock existente. Todo esto se llevó a cabo con diferencia cero, lo que significa que la totalidad de lo comprometido fue eliminado de acuerdo con la necesidad de la compañía. En forma adicional, se efectuó un control sistémico, lo que implica que los materiales considerados en las guías de despacho fueron rebajados de la provisión existente.

En total, se realizaron 33 viajes, se logró dejar en la bodega sólo materiales de baja rotación, que puedan entrar a la operación en cualquier momento, y aumentó la capacidad de bodegaje en un 65%, liberando cerca de 1.700m², lo que representa un costo liberado de almacenaje de \$5,8 millones mensuales.



PROYECTO EN CIFRAS

Costo proceso de eliminación	\$3.200.000
Costo viajes camiones	\$3.534.300
H/H analistas	\$1.300.000
Total	\$8.034.300
Total materiales vendidos a COMEC	\$3.663.819
Total costo proceso	\$4.370.481

Nota 1: Las cifras se presentan como el costo asumido por la compañía en el proceso.

Fuente: Informe Ejecutivo “Proceso de destrucción de materiales obsoletos”.

Energía y Emisiones

VTR no genera emisiones de ningún tipo como resultado de su operación, ya que los equipos que pudieran hacerlo son sellados y herméticos. De todas formas, la compañía tiene una consideración especial con algunos equipos que, eventualmente, pudieran provocar algún tipo de emisión. Adicionalmente, para el ejercicio del Reporte de Sustentabilidad 2007, VTR consideró un cálculo indirecto de emisiones de CO₂ como resultado del consumo de combustibles fósiles en sus equipos electrógenos fijos y portátiles.

Hace cuatro años se formó el Departamento de Soporte de Energía y Climatización, que está a cargo de todo el equipamiento de respaldo de los sitios Triple Play desde Arica hasta Puerto Montt. Su responsabilidad incluye la administración, operación y mantenimiento de todos los sistemas de respaldo de energía para la empresa y climatización a

CONSUMO DE ENERGÍA Y COMBUSTIBLES EN EQUIPOS ELECTRÓGENOS			
	2005	2006	2007
Consumo de energía (KWh)	10.100.000	13.500.000	17.400.000
Consumo de combustibles (ton)	90	120	160

nivel nacional: desde el empalme eléctrico, siguiendo por todos los tableros de distribución y grupos electrógenos, con sus transferencias automáticas (cuando se corta la energía de la red pública, ellos dan la orden de arranque a los grupos electrógenos), para seguir dando respaldo de energía a cada sitio. Además, están a cargo de las UPS -que son sistemas ininterrumpidos de energía, con baterías propias-, y de las plantas rectificadoras, con sus bancos de baterías que también son respaldo de energía cuando se corta la red pública. Los sitios que no son Triple Play están a cargo de los Jefes Zonales.

Los equipos que considera el trabajo del Departamento son empalmes eléctricos, tableros de

distribución, grupos electrógenos, UPS (sistemas de energía ininterrumpida), plantas rectificadoras con sus bancos de baterías, aires acondicionados de salas técnicas y sistemas de detección y extinción automática de incendios, con gases limpios, no tóxicos, que además no dañan la capa de ozono.

En general, el consumo energético de VTR se restringe a energía eléctrica exclusivamente, empleada para dar su servicio. A esto se suman los 52 equipos electrógenos fijos y los 81 portátiles que consumen combustibles fósiles, como diesel y eventualmente gasolina.

Como parte del aseguramiento del servicio, VTR pone en funcionamiento, una vez a la semana,



todos los equipos de apoyo por 30 minutos en todo el país. Además, se calcula que el promedio de los cortes a nivel nacional implica tenerlos andando otros 30 minutos todas las semanas. Con esto, VTR calcula que pone en funcionamiento cada equipo durante 52 horas, como promedio anual.

El consumo total de combustibles en 2007 fue de 176 m³. De ellos, 160 m³ fueron diesel empleado en los generadores estáticos y 16 m³ de gasolina para el consumo en los generadores portátiles. Esto representa 495,52 toneladas de CO₂ equivalente, calculado en forma indirecta de acuerdo con el factor de conversión de GRI³³.

En el caso de los aires acondicionados, éstos tampoco generan

emisiones en forma permanente, sólo en el caso de un desperfecto podrían llegar a soltar gases refrigerantes.

Para garantizar que todos los equipos estén en excelentes condiciones, VTR solicita mantenimientos permanentes. Las empresas a cargo de los contratos de mantenimiento cuentan con procedimientos estándares para sus servicios y con planes de emergencia que permiten resguardar la salud de las personas y del entorno.

En este sentido, todos los equipos de VTR cumplen con las normas de emisión que determina la Superintendencia de Electricidad y Combustibles, SEC. En forma adicional, cada vez que se compra un nuevo equipo se exige al provee-

dor que esté inscrito como fuente de emisión fija.

Además, como los equipos de VTR son exclusivamente de emergencia, la autoridad no exige efectuar mediciones isosinécticas anuales. No obstante, antes de poner en servicio cualquier equipo, VTR solicita al proveedor de los sistemas electrógenos diesel que entregue un certificado de emisión de gases y el cumplimiento de toda la normativa legal y ambiental. Incluso no existen emisiones de ruido, ya que hay condiciones operativas y de seguridad que garantizan un funcionamiento silencioso.

³³ El factor de conversión del consumo de diesel es de 2,86 multiplicado por los m³ de combustible empleado; mientras que la conversión para la gasolina es de 2,37 por m³ consumido.

Desafío 2008

- El principal desafío para el año 2008 es poder superar la restricción energética, para ello es necesario contar con suficiente combustible en todos los sitios que permitan responder ante una mayor demanda de energía.
- VTR se propone desarrollar una campaña de eficiencia energética enfocada a promover un consumo racional de energía en sus oficinas y en los hogares chilenos.

Otra fuente de emisiones podrían ser los vehículos de la flota. Sin embargo, ellos son arrendados y de un nivel de antigüedad no mayor a dos años. VTR le exige al proveedor que ellos cuenten con todas las exigencias del Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones para funcionar, como medición de gases y documentos al día.

A inicios de 2008, como resultado del proyecto de expansión del Triple Play a las regiones de Los Lagos y de Los Ríos, los equipos electrógenos aumentaron a 54 fijos y 148 portátiles. Ello, para garantizar la calidad y continuidad del servicio.

Programa de eficiencia energética

Si bien para VTR el uso de agua y energía no es un aspecto relevante, ya que es una empresa

eminente de servicios y el empleo de estos insumos se limita a consumo propio, en locales y edificios de la compañía, en 2007 se hizo un esfuerzo por consolidar esta información. Es así que se estableció un consumo de agua de 107.700 m³ anuales y de 24.802.091 KWh de energía.

En este contexto, y con la finalidad de sumarse al ahorro energético necesario para el correcto funcionamiento del país, VTR tiene contemplado realizar a mediados del año 2008 una campaña de Eficiencia Energética, enfocada

a actividades que realizará la compañía y que pueden efectuar los trabajadores en el trabajo y en sus hogares.

Para ello, en 2007, la compañía realizó un levantamiento de sus consumos eléctricos, revelando que sus sitios técnicos consumen un 80% de la energía eléctrica. Además, VTR identificó que su mayor consumo proviene de los equipos de clima, los de equipamiento y de iluminación. La iniciativa, así como sus resultados, serán presentados en el próximo Reporte de Sustentabilidad.

CONSUMO DE ENERGÍA Y AGUA POR ZONAS VTR GLOBAL COM – 2007

Zona	Consumo de agua m ³	Consumo de energía KWh
Zona Norte	19.645	562.258
Región Metropolitana	42.378	14.392.106
Zona Centro	12.860	2.537.565
Zona Sur	32.817	7.310.162
Total compañía	107.700	24.802.091



Hernán Trujillo,

Gerente General COMEC S. A.

Nuestro vínculo con VTR data de noviembre de 2005 y, a partir de entonces, hemos constituido una sólida alianza en pro de mejorar su gestión y política ambiental.

Hoy, en mayo de 2008, podemos informar que durante este período de 29 meses VTR generó un total de 3.638 toneladas de residuos sólidos industriales, cuyo manejo fue efectuado por Comec, dando cumplimiento a la resolución sanitaria N°5.081.

Estos residuos estuvieron compuestos por cerca de 2.911 toneladas de desechos metálicos (fierro, aluminio, cobre), siendo

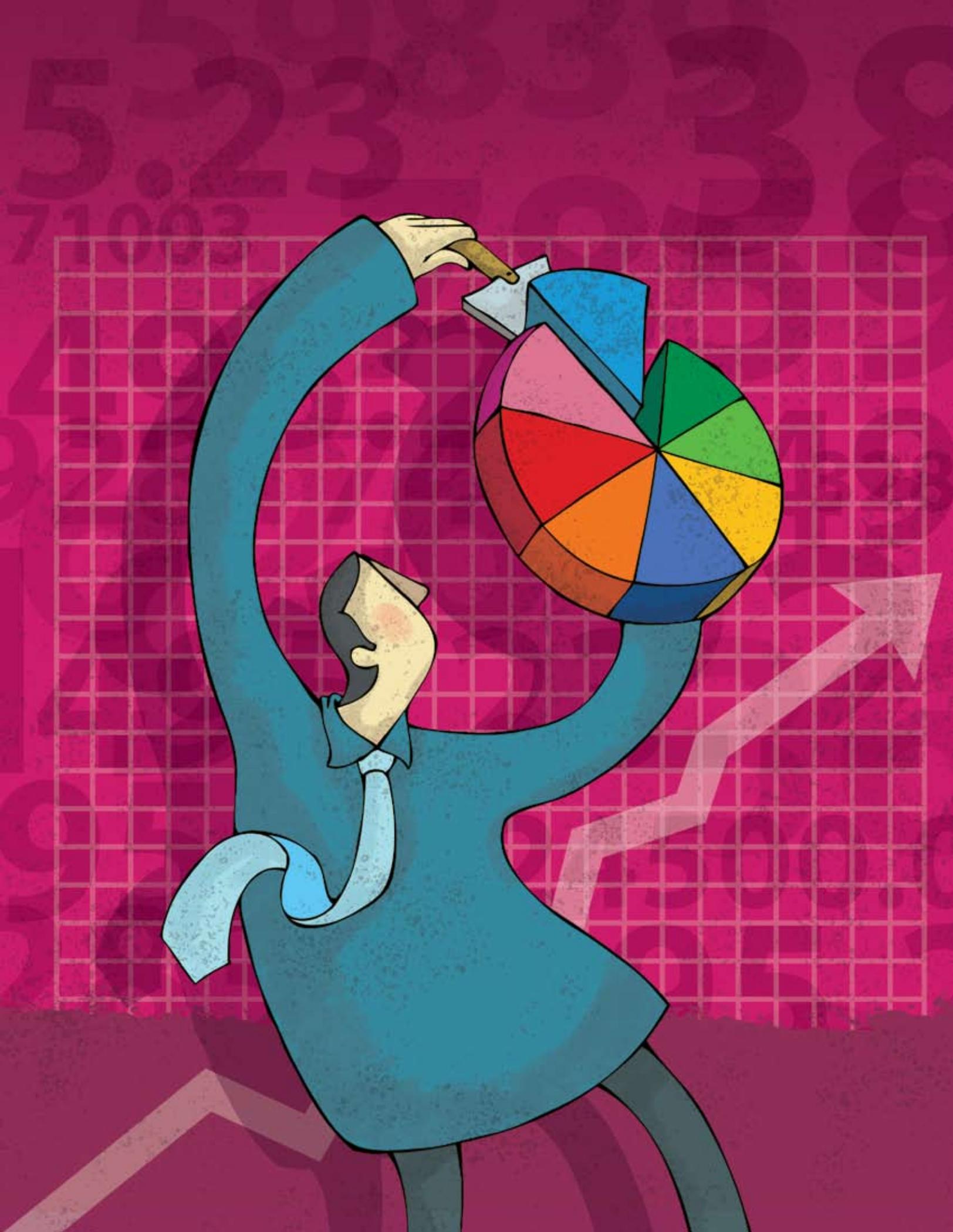
la totalidad de éstos procesados y transformados en metal reciclado para abastecer a fundiciones dentro y fuera del país.

Si tomamos en consideración que al producir una tonelada de metal reciclado se ahorra un 80% de la energía que se consume para producir la misma cantidad de metal para la minería; si también consideramos que al reciclar no se consume agua y tampoco hay efecto de “inversión térmica”, ni contaminación, podremos cuantificar el inmenso beneficio que VTR aporta al cuidado de nuestro medio ambiente.

Queremos destacar este rendimiento responsable de VTR, que refleja una actitud consecuente con el desarrollo sostenible y el cuidado del planeta. Estamos muy satisfechos con esta experiencia y creemos que debe ser imitada por otros. Somos partidarios de difundir estos resultados que no sólo benefician a nuestras empresas, sino también a toda la comunidad”.



Desempeño Económico



Desempeño Económico

El cumplimiento de las metas económicas es responsabilidad de todas las áreas de la compañía y de cada uno de los trabajadores de VTR, según lo declarado en su misión, visión y principios corporativos.

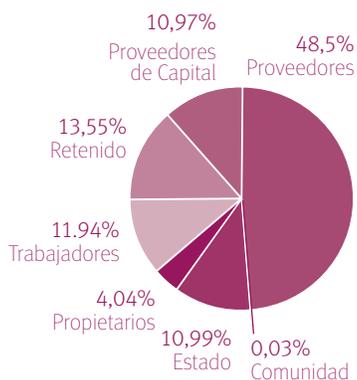
Entre los principales hitos del año 2007 destaca el crecimiento en cantidad de clientes y el incremento del empaquetamiento logrado en el año. También es importante el aumento en un 20% del resultado operacional, el ingreso de la oferta Triple Pack en la Región de Los Ríos y Los Lagos y el lanzamiento de los servicios de televisión digital, tanto por su importancia en los contenidos como en el nivel de interactividad que ofrece.

Para el próximo año los desafíos son mayores. VTR se ha enfocado en los servicios digitales, la movilidad y el empaquetamiento. Además será necesario enfrentar la competencia producida como resultado del valor que ha cobrado la entrega de servicios empaquetados, liderados por VTR. Esto ha provocado que la industria se vuelque a competir con este mismo producto, elevando los riesgos asociados a la penetración existente y a la oferta alternativa de los productos de la compañía.



Valor agregado generado y distribuido

En el Reporte de Sustentabilidad 2007, la compañía ha realizado el primer esfuerzo por plasmar la contribución económica generada y distribuida que entrega como resultado de sus operaciones, siguiendo las pautas G3 del Global Reporting Initiative (GRI). Para ello, se considera sólo los resultados del año 2007, con el fin de sentar el piso desde el cual comenzará a reportarlo. Adicionalmente, en 2007, VTR recibió como ayuda del Estado \$189 millones como pago de la franquicia Sence, por concepto de capacitación de trabajadores.



VALOR ECONÓMICO GENERADO Y DISTRIBUIDO

Valor económico generado	2007	%
Millones de pesos		
Ingresos operacionales ¹	347.038	100,0
Total	347.038	100,0

Valor económico distribuido	2007	%
Millones de pesos		
Trabajadores ²	41.423	11,94%
Proveedores ³	168.306	48,5%
Estado ⁴	38.132	10,99%
Propietarios ⁵	14.022	4,04%
Proveedores de Capital	38.053	10,97%
• Amortización de Capital ⁶	2.443	0,70%
• Pago de intereses y derivados ⁷	35.610	10,26%
Retenido	47.011	13,55%
Comunidad	92	0,03%
Total	347.038	100,0%

Nota 1: Incorpora los ingresos operacionales, ingresos financieros y venta de activos fijos.

Nota 2: Considera las remuneraciones y los beneficios de los trabajadores.

Nota 3: Incluye los costos operacionales y gastos de administración y ventas.

Nota 4: Incorpora el pago de impuestos, contribuciones y patentes comerciales.

Nota 5: Corresponde a una reducción de capital efectuada en diciembre de 2007.

Nota 6: Considera una amortización de capital de la deuda que mantiene la compañía con un grupo de bancos extranjeros.

Nota 7: Incluye los gastos financieros percibidos durante el período y las compensaciones de derivados.

Impactos indirectos de la operación de VTR

La evolución del negocio de VTR ha estado íntimamente ligada al importante desarrollo que ha experimentado el sector telecomunicaciones en las últimas dos décadas en Chile y, adicionalmente, a la expansión en el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs). Por esto, para evaluar los impactos indirectos vinculados a la operación de la compañía necesariamente se debe considerar el papel que juegan estas actividades.

A nivel de las personas, el servicio de VTR promueve el acceso a la información, a la educación y a la entretención mediante la TV por Cable e Internet, además de facilitar la comunicación con otros, ya sea a través del teléfono, del correo electrónico, la mensajería online o las redes sociales. Sin embargo, el acceso a estos medios puede generar hábitos de uso excesivo o riesgoso, especialmente entre los menores de edad, si no existe un control o la capacitación necesaria para evitarlos.

VTR también ejerce influencia en materia educacional. Entre los jóvenes, el uso de Internet puede incidir en un mayor desarrollo de la lectura y escritura y, por extensión, en su rendimiento académico. Además, se ha apreciado que el tiempo dedicado a navegar es mayormente obtenido del espacio que antes era ocupado para ver TV.

Asimismo, ha contribuido a un vigoroso desarrollo de la educación a distancia, tanto escolar como universitaria. Virtualidad que también ha servido para el desarrollo de actividades como el teletrabajo, la videoconferencia y el



comercio electrónico. El desarrollo de estas posibilidades también favorece al medio ambiente, porque inciden en un menor uso de recursos como energía, transporte y papel.

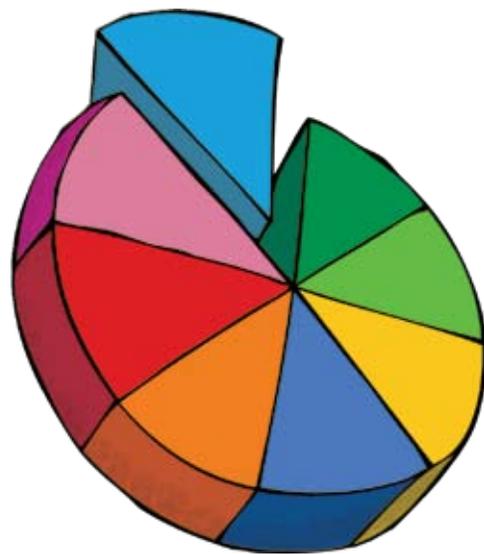
Principalmente gracias a su servicio de Internet, VTR ha participado en transformaciones en las formas de comunicación y expresión, específicamente entre las nuevas generaciones. Ejemplos de esto son la realización individual de blogs, fotologs y videos, que pueden ser vistos o compartidos masivamente, y la descarga de música o películas para ser consumidos en reproductores portátiles.

A nivel de las organizaciones, Internet les permite mejorar su competitividad. La masificación de las TICs aplicadas a la red global ha obligado a las empresas a cambiar sus modelos de gestión ante la mayor competencia que han generado estos avances. Principalmente los sistemas logísticos y administrativos se han “informatizado”, con lo cual se han reducido los costos.

El uso de las TICs ha aumentado drásticamente la productividad de las empresas y ha permitido contar con mejor información para tomar decisiones. Y gracias al comercio electrónico han reducido costos por la menor necesidad de fuerzas de ventas y locales comerciales, como por el mejor manejo de los inventarios. Para las pequeñas y medianas empresas, el servicio de Banda Ancha de VTR puede serles de utilidad para lograr una mejor inserción en el mercado, dar a conocer sus productos y conocer a sus clientes.

La influencia de VTR también puede extenderse hacia el sector público, el cual vive un proceso de modernización para mejorar su eficiencia. El mayor uso de las TICs está permitiendo que la mayoría de los trámites pueda realizarse en línea, con el consiguiente ahorro en tiempo y dinero. Además, áreas claves como educación y salud están registrando importantes avances en materia de gestión gracias a la utilización de estas tecnologías.

Desde una visión macroeconómica, la mayor eficiencia pública y privada generada por las TICs se traduce en que las organizaciones puedan ser capaces de producir más con los mismos recursos, lo cual incide en una baja de los precios y en un aumento del producto interno bruto.





Charles Bunce,

Socio Ernst & Young Chile

La colaboración con VTR es sumamente importante para Ernst & Young desde un punto de vista comercial. Sin embargo, esta relación va más allá. Las dos compañías comparten una cultura corporativa que fomenta la sustentabilidad como una expresión de nuestra responsabilidad social.

El saludable crecimiento de EBITDA y la continuidad de los ingresos a un alto nivel son esenciales para que VTR siga invirtiendo en la creación de una poderosa infraestructura, la que le permitirá a la gente tener acceso a los más modernos sistemas de comunicación. La inversión de VTR en este sentido,

llegará cada vez a más hogares de nuestro país, ampliando las posibilidades de los consumidores en un mundo más expuesto a nuevos desafíos tecnológicos.

Para nosotros es muy importante que nuestros clientes tengan éxito e incorporen aspectos de sustentabilidad en sus actividades comerciales. Con VTR este profundo compromiso va en línea con nuestros ideales. Además esta alianza nos beneficia mutuamente, en la búsqueda de un intercambio constructivo de conocimientos y experiencias.

Anexo

Con la finalidad de consignar las fuentes desde las cuales se extrae la información para dar garantía de un proceso que permita su trazabilidad y transparencia, se señalan los documentos revisados por el consultor, así como las personas que participaron en el proceso, ya sea a través de entrevistas o del envío de información.



Entrevistas

- Ana Iglesias
Encargada de Responsabilidad Social
- Andrés Ducassou
Subgerente de Financiamiento
- Bárbara Wilson
Subgerente de Investigación y Desarrollo Comercial
- Carlos Peñafiel
Gerente Comercial Zona Cordillera
- Cecilia Baros
Jefe Departamento de Prevención de Riesgos
- Cristián Maggi
Subgerente de Compras
- Cristián Sepúlveda
Encargado de Comunicaciones Zona Sur
- Cyntia Soto
Jefa de Canales Locales
- Enrico González
Encargado de Relaciones Comerciales
- Enrique Peralta
Gerente de Servicio al Cliente y Ventas
- Enrique Reyes
Gerente de Personas
- Fabiola Díaz
Encargada de Comunicaciones Zona Norte
- Juan Carlos Aliaga
Jefe de Soporte Eléctrico
- Juan Claudio Muñoz
Jefe de Control Logístico y Sistemas de Materiales
- Karla Zapata
Encargada de Comunicaciones Zona Centro
- Loreto Guajardo
Analista Senior de Estudios de Mercado
- Luis Veas
Subgerente de Operaciones Logísticas
- María Eugenia Orellana
Subgerente de Calidad de Servicio
- María José Fuentealba
Subgerente de Responsabilidad Social Empresarial
- María Trinidad Munita
Coordinadora de Selección
- Miguel Ramos
Subgerente de Operaciones
- Nino Parodi
Subgerente Regional
- Paulina Madrid
Jefa de Interconexiones
- Peter Hatton
Gerente de Nuevos Negocios
- René González
Gerente de Procesos
- Santiago Quer
Gerente Planificación Comercial e Inteligencia de Mercado
- Soledad Lamarca
Subgerente de Conocimiento del Consumidor

Documentos revisados

1. Comunicados de prensa sobre Índice Generación Digital 2007.
2. El Llanquihue, sobre Liceos Técnicos, 26 de junio de 2007
3. El Diario Austral de Valdivia, sobre Liceos Técnicos, 26 de junio de 2007
4. Diario El Gong Los Lagos, sobre Liceos Técnicos, 27 de junio de 2007
5. Manual "VTR Familia Atenta"
6. Brochure "En la Comunidad" de Liberty Global
7. Código de Ética Corporativa, Liberty Global
8. Código de Ética, VTR
9. Comunicado de prensa, Liceos Técnicos en Valdivia.
10. Comunicado de prensa, VTR Familia Atenta
11. Estudio Flash, Control Parental Dbox, elaborado por Criteria Reserch
12. Folleto WiMax
13. Presentación Índice Generación Digital, octubre 2007
14. Presentación Evaluación Proyecto Quijote, elaborado por Subjetiva, marzo 2007
15. Presentación Evaluación canales locales, Vicepresidencia de Producto y Gerencia de Contenidos y Publicidad.
16. Anuario 2007
17. Informe Ejecutivo "Proceso de destrucción de materiales obsoletos".
18. Afiche de Línea Ética Corporativa
19. Archivo de prensa VTR
20. Antecedentes Proyecto WiMax
21. Presentación Programa Apolo 11. Fundamentos de una Transformación
22. Manifiesto de la Experiencia VTR
23. Manifiesto de Recursos Humanos

Indice Global Reporting Initiative - VTR

PERFIL		
1. Estrategia y análisis		
Elemento GRI	Sección del reporte	Nº de pág
1.1. Declaración del máximo responsable	Carta del Presidente	6 y 7
1.2. Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades	Carta del Presidente	6 y 7
2. Perfil de la organización		
Elemento GRI	Sección del reporte	Nº de pág
2.1. Nombre de la organización	Alcance	9
2.2. Principales marcas, productos y servicios	Perfil de la empresa Actividades y negocios	12 16 - 18
2.3. Estructura operativa de la organización	Actividades y negocios	16 - 18
2.4. Localización de la sede principal de la organización	Matriz y filiales	14
2.5. Países en los que opera la empresa	Perfil de la empresa Propiedad y accionistas	12 13
2.6. Naturaleza de la propiedad y forma jurídica	Solapa	
2.7. Mercados servidos	Actividades y negocios	16 - 18
2.8. Magnitud de la organización	Perfil de la empresa Desempeño Económico	12 116
2.9. Cambios significativos en el período	No se produjeron cambios significativos respecto del Reporte 2006.	
2.10. Premios y distinciones	Reconocimientos 2007 Desarrollo y Capacitación	36 65
3. Parámetros del Reporte		
Perfil del Reporte		
Elemento GRI	Sección del reporte	Nº de pág
3.1. Período cubierto por la información del reporte	Alcance	9
3.2. Fecha del reporte más reciente		Reporte 2006
3.3. Ciclo de presentación de reportes		Anual
3.4. Punto de contacto	Solapa	
Alcance y cobertura		
3.5. Proceso de definición del contenido del reporte.	Alcance	9
3.6. Cobertura del reporte	Alcance	9

3.7. Indicar existencia de limitaciones del alcance o cobertura.	Alcance	9
3.8. Base para incluir negocios conjuntos	Se ha considerado la información de los principales negocios.	
3.9. Técnica de medición de datos y bases para realizar cálculos.	La explicaciones de los cálculos se reflejan como pie de página	
3.10. Descripción del efecto que pueda tener la reexpresión de la información en relación con reportes anteriores.	El principal cambio está relacionado con la aplicación de la guía G-3 en este reporte. El año anterior se emplearon las pautas 2002.	
3.11. Cambios significativos relativos a períodos anteriores.	El principal cambio está relacionado con la aplicación de la guía G-3 en este reporte. El año anterior se emplearon las pautas 2002.	
Índice del contenido del GRI		
3.12. Tabla de indicación de contenidos	Índice GRI	123 - 131
Verificación		
3.13. Política y práctica actual en relación con la solicitud de verificación externa.	Para este reporte no se ha considerado la verificación externa. Sin embargo para resguardar este principio y el compromiso de VTR con la transparencia se contrató a un profesional experto en pautas de GRI, quien levantó la información y nos dio asesoría sobre la mejor forma de reportar. Además, hemos incluido el nombre de todos los documentos consultados y de todas las entrevistas realizadas. En materia económica, VTR se rige por la Ley Sarbanes-Oxley.	

4. Gobierno, compromisos y participación de grupos de interés		
Gobierno		
Elemento GRI	Sección del reporte	Nº de pág
4.1. Estructura de gobierno de la organización.	Gobierno corporativo	26
4.2. El presidente del máximo órgano es también ejecutivo de la empresa.	No	
4.3. Cantidad de miembros del máximo órgano de gobierno que son independientes o no ejecutivos.	Un director y su respectivo suplente fueron elegidos con el voto del accionista minoritario. Los demás directores y suplentes fueron elegidos por la matriz, tratándose en algunos casos de ejecutivos de ésta o de la propia sociedad.	
4.4. Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno.	Los accionistas cuentan con todos los mecanismos establecidos en la Ley de Sociedades Anónimas para formular recomendaciones o indicaciones al directorio. En el caso de los empleados, no existen mecanismos formales, sin perjuicio de la política de comunicación abierta y directa que VTR mantiene entre sus empleados y principales ejecutivos.	
4.5. Vínculo entre la retribución de los miembros del máximo órgano de gobierno, altos ejecutivos y el desempeño de la organización.	Los cargos de directores no son remunerados	
4.6. Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno.	Rigen las normas de la Ley de Sociedad Anónimas en la materia.	
4.7. Procedimiento para determinar la capacitación y experiencia exigible a los miembros del máximo órgano de gobierno.	No plica	
4.8. Declaraciones de misión, visión y valores. Códigos de conducta y principios relevantes.	Principios corporativos Código de ética	15 35
4.9. Procedimientos del máximo órgano de gobierno para supervisar la identificación y gestión, por parte de la organización, del desempeño económico, ambiental y social.	Sesiones de directorio en las que se da cuenta de la marcha de los negocios sociales.	

4.10. Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno.	Evaluación por parte de la junta de accionistas de acuerdo con las reglas generales.	
Compromiso con iniciativas externas		
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 ofrecidos.	
4.12. Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente.	VTR no adscribe a ninguna organización o práctica de este tipo.	
4.13. Principales asociaciones a las que pertenece la organización.	Membresías	38
Participación de los grupos de interés		
4.14. Relación de los grupos de interés que la organización ha incluido.	Grupos de interés	37
4.15. Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete.	Grupos de interés	37
4.16. Enfoque adoptado para la inclusión de los grupos de interés, incluida al frecuencia de participación.	Grupos de interés	37
4.17. Principales preocupaciones y aspectos de interés que hayan surgido a través de la participación de los grupos de interés.	Las principales inquietudes se relacionan con temas comerciales que se evalúan a través de encuestas y estudios.	52 - 53

DESEMPEÑO ECONÓMICO**Aspecto: Desempeño Económico**

Elemento GRI	Sección del reporte	Nº de pág
EC1. Valor económico directo generado y distribuido.	Valor económico generado y distribuido.	117
EC2. Consecuencias financieras y otros riesgos debido al cambio climático.	La compañía no ha realizado un estudio formal respecto de este tema en particular.	
EC3. Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	VTR no realiza este tipo de cobertura.	
EC4. Ayudas financieras significativas recibidas del Estado.	Valor económico generado y distribuido.	117

Aspecto: Presencia en el Mercado

EC5. Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local.	Colaboradores	60
EC6. Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales.	Proveedores	75
EC7. Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local.	Todos los ejecutivos son chilenos.	

Aspecto: Impactos económicos indirectos

EC8. Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para beneficio público.	Impactos indirectos de la operación de VTR	118
EC9. Describir de los económicos indirectos significativos.	Impactos indirectos de la operación de VTR	118

DESEMPEÑO AMBIENTAL		
Aspecto: Materiales		
Elemento GRI	Sección del reporte	Nº de pág
EN1. Materiales utilizados.	Insumos estratégicos	103
EN2. Porcentaje de materiales utilizados que son valorizados.	No se emplean materiales valorizados en la actividad de VTR.	
Aspecto: Energía		
EN3. Consumo directo de energía por fuentes primarias.	Energía y emisiones	110
EN4. Consumo indirecto de energía por fuentes primarias.	No aplica	
EN5. Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.	Programa de eficiencia energética	112
Aspecto: Agua		
EN5. Consumo total de agua por fuentes.	Programa de eficiencia energética	112
Aspecto: Biodiversidad		
EN11. Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de alta biodiversidad no protegidas.	No aplica porque VTR posee oficinas en ciudades urbanas y rurales, lejos de zonas 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 oficinas en ciudades urbanas y rurales, lejos de zonas protegidas.	
Aspecto: Emisiones, derrames y residuos		
EN16. Emisiones totales, directas e indirectas de gases de efecto invernadero en peso.	Energía y emisiones	110 - 112
EN17. Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.	Las emisiones consideradas por VTR se remiten a CO ₂ por uso de combustibles fósiles en equipos electrónicos y vehículos de terceros.	
EN19. Emisiones de sustancias destructoras de la capa de ozono, en peso.	No aplica	
EN20. NOx, SOx, y otras emisiones atmosféricas de importancia por tipo.	No aplica	
EN21. Derrames total de aguas residuales por naturaleza y destino.	No aplica	
EN22. Cantidad total de residuos gestionados por tipos y método de tratamiento.	Gestión de residuos	103 - 109
EN23. Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	No aplica porque no se producen derrames por la actividad de la compañía.	
Aspecto: Productos y servicios		
EN26. Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios y grado de reducción del impacto.	Gestión de residuos	103 - 109
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 la compañía, porque no es considerado como material al ser una empresa de servicios.	
Aspecto: Cumplimiento normativo		
EN28. Costo de las multas significativas por incumplimiento de la normativa ambiental.	No se produjeron multas por incidentes ambientales.	

INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL DE PRÁCTICAS LABORALES Y ÉTICA DEL TRABAJO		
Aspecto: Empleo		
Elemento GRI	Sección del reporte	Nº de pág
LA1. Desglose de trabajadores por tipo de empleo, contrato y región.	Colaboradores	59
LA2. Número total de empleados y rotación media de empleados.	Colaboradores	59
LA3. Beneficios sociales para los empleados con jornada completa.	Beneficios	61
Aspecto: Relaciones empresa / trabajador		
LA4. Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.	Relaciones laborales	62
LA5. Período mínimo de aviso sobre cambios organizacionales.	La compañía realiza reuniones periódicas con los sindicatos, pero esta práctica no está formalizada.	
LA6. Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités paritarios de seguridad y salud conjuntos.	La constitución de los comités paritarios está normada por la Ley N°16.744 y los trabajadores que representan a sus colegas son elegidos por votación. Por lo tanto, la totalidad de los trabajadores son representados en las actividades de estos comités.	70
LA7. Tasas de absentismo, accidentes y daños laborales, días perdidos y número de víctimas fatales.	Colaboradores Seguridad y Salud Ocupacional	59 68- 69
LA8. Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a trabajadores, familias y comunidad.	Seguridad y Salud Ocupacional	68- 69
Aspecto: Formación y educación		
LA10. Promedio de horas de formación al año por empleado.	Desarrollo y capacitación	65
LA11. Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y que les apoyen en la gestión del final de sus carreras.	Desarrollo y capacitación	65 - 66
LA12. Porcentaje de trabajadores que reciben evaluaciones regulares del desempeño	Gestión del desempeño	64
Aspecto: Diversidad e igualdad de oportunidades		
LA13. Composición de los órganos de Gobierno corporativo y planilla desglosado por sexo y otros indicadores de diversidad.	Tabla composición de cargos por jefatura	60
LA14. Relación entre el salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, por categoría profesional.	VTR no hace distinciones entre sexos, por lo tanto publica la relación entre el salario mínimo local y el de la compañía.	60
Indicadores de desempeño de Derechos Humanos		
Aspecto: Prácticas de inversión y abastecimiento		
Elemento GRI	Sección del reporte	Nº de pág
HR1. Porcentaje total y número total de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos o que hayan sido evaluados.	No es una práctica que se realice formalmente. Sin embargo, VTR fomenta el respeto de los derechos humanos fundamentales y para ello, posee un Código de Ética que siguen todos sus empleados.	

HR2. Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.	No se ha realizado este análisis	
Aspecto: No discriminación		
HR4. Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas.	No se registraron incidentes.	36
Aspecto: Libertad de asociación y convenios colectivos		
HR5. Actividades de la compañía en las que el derecho a la libertad de asociación puedan correr riesgos.	VTR respeta la libertad de asociación de sus trabajadores y sigue la normativa vigente al respecto.	
Aspecto: Explotación infantil		
HR6. Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil.	VTR sigue la normativa nacional al respecto que adhiere a la Declaración Universal de Derechos Humanos y a las convenciones de la Organización Internacional del Trabajo, OIT.	
Aspecto: Trabajos forzados		
HR7. Operaciones identificadas como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado.	VTR sigue la normativa nacional al respecto que adhiere a la Declaración Universal de Derechos Humanos y a las convenciones de la Organización Internacional del Trabajo, OIT.	
Aspecto: Prácticas de seguridad		
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.	No se ha realizado ningún entrenamiento en este tema, debido a que VTR no lo considera material.	
Indicadores de desempeño de Sociedad		
Aspecto: Comunidad		
Elemento GRI	Sección del reporte	Nº de pág
SO1. Naturaleza, alcance y efectividad de los programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones.	Inversión en la comunidad	82
Aspecto: Corrupción		
SO2. Porcentaje y número total de unidades de negocios analizadas con respecto a riesgos relacionados con corrupción.	No se ha efectuado este análisis, sin embargo existe una línea telefónica disponible para efectuar denuncias.	77
SO3. Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anti-corrupción de la organización.	Capacitación en Ética Proveedores	36 77
SO4. Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.	No se registraron incidentes.	

Aspecto: Política pública		
SO5. Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y actividades de lobbying.	Proceso de Impugnación	55
Aspecto: Cumplimiento Normativo		
SO8. Valor de sanciones y multas significativas y número de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones.	Relaciones laborales	62
Indicadores de desempeño de la responsabilidad del producto		
Aspecto: Salud y seguridad del cliente		
Elemento GRI	Sección del reporte	Nº de pág
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.	Cientes	42 – 43
	Las caras de VTR	44 – 47
	Atención de clientes	48 – 50
	Programa Apolo 11	51
	Midiendo la experiencia del cliente	52 - 53
Aspecto: Etiquetado de productos y servicios		
PR3. Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa.	Existe un instructivo de uso de las consolas y elementos que se entregan a los clientes.	
PR5. Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo resultados de estudios.	Midiendo la experiencia del cliente	52 - 53
Aspecto: Comunicaciones de marketing		
PR6. Programas de cumplimiento de leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing.	No existe una instancia de esta naturaleza para la industria específica.	
Aspecto: Cumplimiento normativo		
PR9. Costo de las multas significativas producto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y uso de los productos y servicios.	No se registraron multas en el período	

Indicadores Específicos del Sector de Telecomunicaciones

CATEGORÍA: OPERACIONES INTERNAS		
Elemento GRI	Sección del reporte	Nº de pág
Inversión		
IO.1 Capital de inversión en infraestructura de redes de telecomunicaciones desglosado por región.		Este indicador es estratégico.
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 regulatorios relevantes.		No se ha cuantificado el costo neto de estas actividades, pero ellas se pueden ver en el capítulo Inversión en la Comunidad.
Salud y Seguridad		
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.
Los indicadores IO 4 al IO8 no aplican para este tipo de empresa.		

CATEGORÍA: ENTREGA DE ACCESO		
Elemento GRI	Sección del reporte	Nº de pág
Acceso a Productos y Servicios de Telecomunicaciones: Superando la Brecha Digital		
PA1. Políticas y prácticas para permitir el uso de infraestructura de telecomunicaciones y acceso a productos y servicios de telecomunicaciones en áreas remotas y de baja población.	Inversión en la comunidad	82 - 99
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.	Inversión en la comunidad	82 - 99
PA3. Políticas y prácticas para asegurar la disponibilidad y confiabilidad de productos y servicios de telecomunicaciones.	Programa Apolo 11 Midiendo la experiencia del cliente	51 52 - 53
PA4. Cuantificar el nivel de disponibilidad de productos y servicios de telecomunicaciones en las áreas en que opera la organización.	No se ha cuantificado la disponibilidad de los servicios.	
PA5 Número y tipo de productos y servicios de telecomunicaciones entregados y utilizados por sectores de la población de bajos ingresos o sin ingresos.	Inversión en la comunidad	82 - 99
PA6. Programas para proveer y mantener productos y servicios de telecomunicaciones en situaciones de emergencia y para colaborar en caso de desastre.	No existen un programa formal de apoyo en situación de emergencia.	

Acceso al Contenido		
PA7 Políticas y prácticas para manejar aspectos de derechos humanos relacionados con el acceso y uso de productos y servicios de telecomunicaciones.	No existe una política formal sobre el particular.	
Relación con los Clientes		
PA10. Iniciativas para asegurar la claridad de cargos y tarifas.	En forma permanente, VTR realiza estudios para evaluar los principales requerimientos de sus clientes. Esto ha llevado a realizar varios cambios respecto de la información que incluye en sus boletas para garantizar una mayor transparencia.	
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.	Responsabilidad en el acceso	87 - 89

CATEGORÍA: APLICACIONES DE TECNOLOGÍA		
Elemento GRI	Sección del reporte	Nº de pág
Eficacia de Recursos		
TA 1. Ejemplos de eficacia de recursos de los productos y servicios de telecomunicaciones.	Impactos indirectos de las operaciones.	118 - 120
TA 2. Ejemplos de productos, servicios y aplicaciones de telecomunicaciones que tienen el potencial de reemplazar objetos físicos (ej. directorio telefónico por una base de datos en la red o viajar a través de video conferencia).	Impactos indirectos de las operaciones.	118 - 120
TA 3. Todas las mediciones sobre cambios de transporte y/o recursos por parte de los clientes sobre el uso de los productos y servicios de telecomunicaciones mencionados anteriormente.	No se han realizado este tipo de mediciones.	
TA 4. 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 desarrollos futuros.	Impactos indirectos de las operaciones.	118 - 120
TA 5. Descripción de prácticas relacionadas con los derechos de propiedad intelectual y tecnologías disponibles.	No se ha evaluado este indicador	

Report Application Levels

	2002 In Accordance	C	C+	B	B+	A	A+
Mandatory	Self Declared						
	Third Party Checked		Report Externally Assured		Report Externally Assured		Report Externally Assured
Optional	GRI Checked						

Ayúdenos a mejorar con su opinión

Con el fin de mejorar nuestro reporte del próximo año nos gustaría conocer su opinión y para eso lo invitamos a completar este cuestionario:

1. ¿A qué grupo de interés pertenece Ud.?

(Marque con una X la alternativa que más se ajuste a su realidad)

- | | |
|-------------------------------|-------------------------|
| a) Accionistas | d) Colaboradores |
| b) Proveedores y contratistas | e) Autoridades |
| c) Clientes | f) Comunidad en general |

2. ¿Qué le ha parecido el Reporte de Sustentabilidad 2007?

2.1. En términos generales: (Marque con una X la alternativa que más se ajuste a su realidad)

- a) La información se entrega en forma comprensible y con una estructura ordenada.
- b) La información se entrega en forma comprensible, pero desordenada.
- c) La información se entrega en forma poco comprensible, pero ordenada.
- d) La información se entrega en forma poco comprensible y desordenada.

2.2. Respetto del contenido: (Marque con una X la alternativa que más se ajuste a su realidad)

- a) Considero que se entrega toda la información que necesito.
- b) Considero que la información entregada no es la que necesito.
- c) Considero que se entrega información en forma imparcial.
- d) Considero que la información entregada es parcial.

3. Si consideró que la información entregada no es la que necesita, ayúdenos a mejorar nuestro próximo reporte diciendo qué tipo de información le gustaría leer.

4. Comentarios o sugerencias

Muchas gracias por su tiempo.

Por favor enviar este cuestionario al Fax: 3101170





El Reporte de Sustentabilidad 2007 de VTR

fue impreso en papel 100% reciclado, para garantizar nuestro compromiso con el medio ambiente, a excepción de su portada.