

# REPORTE DE SOSTENIBILIDAD

Reporte 2022



GMO



# ÍNDICE

01

INTRODUCCIÓN

- Carta de Rodrigo De Diego, Gerente general de VIVO SpA
- Política de inversión responsable
- Fondos Asset Rentas Comerciales y Deuda VIVO
- Visión estratégica VIVO

02

AMBIENTAL

- Eficiencia energética
- Reciclaje
- Responsabilidad hídrica

03

SOCIAL

- Grupos de interés y compromisos
- Comunidad externa
- Trabajando con personas

04

GOBERNANZA

- Plan estratégico
- Comité sostenibilidad

# CARTA DE RODRIGO DE DIEGO C. GERENTE GENERAL DE VIVO SpA

Me complace presentar nuestro primer Reporte Anual de Sostenibilidad de VIVO SpA, el cual resume nuestro progreso en la implementación de prácticas sostenibles y nuestros objetivos para el futuro. Este reporte, y las iniciativas presentadas en él, son una muestra del compromiso de la compañía con la sostenibilidad y del camino que iremos trazando hacia adelante.

Durante el último año, en VIVO SpA hemos avanzado en este ámbito con diversas acciones. Desde el punto de vista del enfoque Ambiental, lo hemos hecho desde la eficiencia energética, reciclaje y gestión del agua. Con nuestras iniciativas de eficiencia energética hemos logrado una reducción en el consumo de energía, lo que ha permitido ahorros de costos y una disminución en nuestra huella de carbono. En esta misma línea, hemos consolidado nuestra infraestructura para reciclaje en varios de nuestros activos. Lo anterior ha sido consecuencia de un trabajo colaborativo con diversas entidades locales y ha generado una importante reducción en la cantidad de residuos enviados a vertederos. También hemos trabajado para mejorar nuestras prácticas de gestión del agua, implementando medidas para reducir su consumo y garantizar su uso responsable en todas nuestras propiedades.

Reconocemos que el eje Social del trabajo desde la sostenibilidad es un componente clave de nuestras acciones en este ámbito. Por ello hemos establecido ejes de relacionamiento que nos permitan comprender las necesidades y preocupaciones de nuestros grupos de interés, incluyendo autoridades, clientes, locatarios y emprendedores que operan en nuestros centros comerciales. Hemos avanzado en un marco integral de responsabilidad social con compromisos con estas partes interesadas y hemos desarrollado asociaciones con organizaciones locales con quienes compartimos la misma mirada en este sentido.

Finalmente, hemos trabajado para mejorar nuestras prácticas estableciendo un plan estratégico en este ámbito para el 2023 y creando un Comité de Sostenibilidad transversal a la compañía. Este comité es responsable de supervisar nuestras iniciativas de sostenibilidad y garantizar que cumplimos nuestros compromisos con nuestras partes interesadas.

Aunque hemos avanzado significativamente en la implementación de prácticas sostenibles durante el último año, reconocemos que todavía hay mucho por hacer. Seguimos enfocados en mejorar nuestras prácticas ambientales, sociales y de gobierno corporativo, por lo que nuestros objetivos a largo plazo incluyen la reducción continua de nuestra huella de carbono, una mayor participación e integración con nuestros colaboradores y comunidades y una mejora continua de nuestras prácticas de gobierno corporativo.

Como VIVO SpA continuamos trabajando hacia un futuro más sostenible.



Rodrigo De Diego C.  
Gerente General de VIVO SpA

# POLÍTICA DE INVERSIÓN RESPONSABLE ASSET AGF

Durante el año 2021, Asset AGF tomó la decisión de avanzar en un fortalecimiento de las políticas, lineamientos y cultura organizacional en aspectos Ambientales, Sociales y Gobernanza (ASG, o ESG por sus siglas en inglés). Es por ello que se estableció un compromiso para seguir normas internacionales, adhiriendo a los Principios de Inversión Responsable de Naciones Unidas (PRI por sus siglas en inglés), que permiten que la compañía se adelante a cambios normativos, pero también que se anticipe a las necesidades de las comunidades.

Este compromiso es el inicio de un largo, pero valioso trayecto que busca ir plasmando la cultura de la empresa en sus inversiones, consciente de su impacto en la sociedad, incorporando los factores ASG en las decisiones de inversión y en la operación de sus inversiones.

Para supervisar la correcta ejecución e implementación de dicho compromiso, Asset AGF elaboró su primera Política de Inversión Responsable, y creó un Comité de Sostenibilidad para monitorear su cumplimiento. Además, el equipo de cumplimiento de la AGF realiza de forma periódica auditorías para monitorear que se cumplan tanto esta política como las demás políticas de la Administradora.

En concordancia con su Política de Inversión Responsable, Asset AGF se encuentra desarrollando un plan de sostenibilidad en Fondos Asset Rentas Comerciales y Deuda Vivo que tiene por objetivo fortalecer su gobierno corporativo y establecer procedimientos y prácticas que generen un impacto positivo en materias de ASG, y permeen dentro de la organización.

VIVO SpA inició ya un trabajo en el objetivo de incorporar lineamientos de sostenibilidad corporativa a su gestión. Dicho trabajo inició en abril 2021 y fue puesto en pausa debido al proceso de reestructuración. Luego de la estructuración de los Fondos, y con Asset AGF a la cabeza, se ha reanudado este proceso de formulación e implementación de políticas de sostenibilidad, incorporando esto a lo largo de su cadena de valor y en la relación con cada uno de sus grupos de interés.

Asset AGF y VIVO SpA comparten un profundo compromiso con hacerse cargo de los impactos sociales, ambientales y económicos de sus operaciones, y de la importancia de construir una gobernanza que incorpore las mejores prácticas de la industria.



VIVO MALL COQUIMBO

Signatory of:



# FONDOS ASSET RENTAS COMERCIALES Y DEUDA VIVO

Asset Rentas Comerciales VIVO y Asset Deuda VIVO son dos fondos estructurados en 2022, con el objetivo de supervisar la administración de VIVO SpA, a raíz de la reorganización judicial que atravesó la compañía con el propósito de mantener su continuidad operativa y cumplir sus compromisos financieros con bonistas y proveedores.

VIVO SpA es una compañía que opera, fundamentalmente, en el rubro de la inversión, gestión, desarrollo y administración de proyectos inmobiliarios, con un fuerte liderazgo en la industria de los centros comerciales y el mercado del retail.

Su quehacer considera, asimismo, la rentabilización en el sector industrial de locales comerciales, oficinas y espacios, mediante los formatos mall, outlet, strip center y stand alone.

En 12 años de historia ha alcanzado una importante cobertura regional de centros comerciales multiformato. 2022 fue un año de inflexión, con la aplicación de un plan de recuperación y el cumplimiento en agosto de las condiciones del Acuerdo de Reorganización Judicial, que permitió la reestructuración corporativa y financiera, así como la continuidad operacional.

En la actualidad mantenemos la propiedad y administración de cuatro centros comerciales, 1 outlet, 15 strip center y 31 stand alone, junto a un pipeline de proyectos que contribuirán a aumentar los ingresos futuros una vez que entren en operación. La meta es consolidar los proyectos VIVO Panorámico y VIVO Outlet Chillán inaugurados en octubre y noviembre respectivamente, este último, tras una remodelación arquitectónica y funcional.

En el desarrollo de sus centros comerciales, la Compañía tiene como prioridad mantener la armonía con los barrios aledaños, de modo de insertarse en la vida del vecindario de manera respetuosa. El concepto rector de esta estrategia es la “Experiencia de Cliente”, que nos guía para ser una empresa cuyos centros comerciales ofrezcan a sus vecinos y clientes una experiencia que no se limite solo a la compra. Para ello, antes de iniciar cada proyecto, nos preocupamos de conocer a la comunidad. Esto permite a VIVO diseñar un mix que se adapte a las necesidades y gustos de todos los públicos que serán parte del proyecto.



# FONDOS ASSET RENTAS COMERCIALES Y DEUDA VIVO

Total GLA\*: 255.593 m<sup>2</sup>

## Principales activos

4 Mall / 1 Outlet / 31 Stand Alone / 15 Strip Center / 1 Hotel



\*GLA ("Gross Leaseable Area"):  
Área total arrendable de un centro comercial.

# VISIÓN ESTRATÉGICA VIVO

## MISIÓN

Trabajamos a diario por ser el gestor inmobiliario de referencia en los mercados donde operamos, sobre la base de la creación de valor como pilar fundamental de nuestro quehacer. La satisfacción de nuestros accionistas, proveedores, operadores, clientes y colaboradores son siempre el foco de lo que hacemos.

## NUESTRO PROPÓSITO

Queremos ser líderes en el negocio de gestión inmobiliario, siendo un aporte para la vida de los vecinos de los barrios en que estamos emplazados y haciendo que cada visita a nuestros centros comerciales sea una experiencia única y significativa. Además, tenemos un gran sentido ético y de responsabilidad con nuestro equipo humano, clientes, locatarios y proveedores.

## PRINCIPIOS ÉTICOS

En la compañía siempre hemos mantenido un compromiso de honestidad y respeto por la competencia, nuestros trabajadores, clientes, entorno y el medio ambiente, mediante prácticas que forman parte de nuestras políticas y valores corporativos.

Por ello, con el fin de mantener un comportamiento ético intachable que evite la competencia desleal y que favorezca las relaciones con los distintos grupos de interés, cada persona que se desempeña como parte del equipo VIVO debe tomar decisiones con información e independencia, tal como detalla el Código Interno de Ética y Conducta, donde se especifican los comportamientos mínimos exigidos a todos quienes forman parte de nuestra organización



VIVO MALL SAN FERNANDO



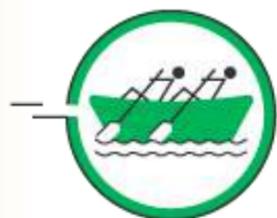
VIVO LOS TRAPENSES



VIVO MALL COQUIMBO

# VISIÓN ESTRATÉGICA VIVO

## NUESTROS VALORES FUNDAMENTALES



### Trabajo en equipo

La colaboración entre los equipos nos ha permitido ser lo que somos hoy. Trabajar juntos y en equipo en favor de un objetivo común es fundamental para nosotros.



### Pasión/Razón

Nos apasiona lo que hacemos y nos gustan los desafíos, pero siempre con razón y criterio para asegurar que lo que hacemos sea en beneficio de todos.



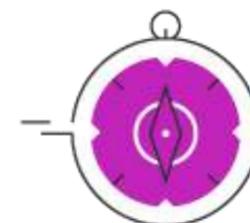
### Proactividad

Les hemos dado a nuestros equipos la autonomía para que sientan la confianza de tomar la iniciativa, asumiendo la responsabilidad de hacer que las cosas sucedan. Debemos decidir en cada momento lo que queremos y cómo lo vamos a hacer.



### Excelencia

Realizamos nuestra gestión con una calidad superior que nos hace dignos de ser apreciados.



### Disciplina

Tenemos la capacidad de actuar ordenada y tenazmente con el fin de cumplir metas y objetivos.



### Integridad

Es lo que somos, la entereza moral de cada uno. Implica rectitud, bondad, honradez e intachabilidad. Somos alguien en quien confiar.



FERIA EMPREDENDORES VIVO OUTLET CHILLÁN



TERRAZA VIVO MALL COQUIMBO

# EFICIENCIA ENERGÉTICA

Para la industria de centros comerciales, la **energía eléctrica** es el ítem más relevante dentro de los servicios básicos, por sus necesidades de consumo en conceptos como alumbrado, climatización, núcleos verticales, entre otras, y donde -sin duda- la climatización es el aspecto que explica la mayor demanda de energía.

Conscientes de esta importancia, y motivados por disminuir su huella de carbono, se contrató para los centros comerciales VIVO con factibilidad, el suministro eléctrico en calidad de **Ciente Libre** con la empresa EMOAC. Estos contratos comenzaron a entrar en vigencia a partir de 2021 y otros a finales de 2022 según el centro comercial de que se trate, e incluyen el **suministro íntegro y certificado de Energía de Fuentes Renovables No Convencionales**.

Adicionalmente, la utilización de **iluminación LED** implica un menor consumo del **70%** respecto a los sistemas Haluro tradicionales. Además, contribuye a disminuir los requerimientos de uso de climatización, al concentrar menor emisión de calor.

En 2022, el consumo total de energía de VIVO SpA fue de 22.036.880 kWh, para instalaciones que abarcan los metros cuadrados arrendables de sus centros comerciales formato Mall y Outlet.



VIVO LOS TRAPENSES



VIVO MALL SAN FERNANDO

# RECICLAJE

Tanto en forma individual como formando parte de las iniciativas de las distintas comunas donde operan nuestros centros, se busca la **reducción de desechos** con destino a botaderos y que éstos se conviertan en fuentes de apoyo en iniciativas municipales de fortalecimiento social.

A la fecha se ha trabajado en la instalación de un **Punto Verde en VIVO Mall San Fernando** para la recolección de distintos tipos de materiales reciclables, en convenio con el Municipio de la comuna de San Fernando. Esta iniciativa se inauguró en noviembre de 2022.

En tanto, en **VIVO Los Trapenses** se realiza de forma permanente un **plan de reciclaje de residuos**: Cartón y papel; vidrio, y aluminio, principalmente, con los operadores del centro comercial. Estas actividades se realizan en alianza con la Municipalidad de Lo Barnechea como parte de un plan comunal de gestión de residuos. En lo que va del año, se han logrado recolectar con esta iniciativa **35 toneladas** de papel, cartón, vidrio, aluminio y chatarra con esta acción.



PUNTO LIMPIO - VIVO MALL SAN FERNANDO

## CUIDAR EL PLANETA ES DE VIVO



**RECICLA CON NOSOTROS TUS BOTELLAS, TAPAS Y LATAS DE ALUMINIO.**

PARA RECICLAR TUS BOTELLAS FABRICADAS CON PET N°1:



1. Retira la tapa y etiqueta.
2. Enjuaga con agua y escurre.
3. Aplástala y deposítala en el contenedor.

PARA RECICLAR TUS TAPAS



1. Enjuaga con agua y escurre.
2. Deposítala en el contenedor.

PARA RECICLAR TUS LATAS DE ALUMINIO



1. Enjuaga con agua y escurre.
2. Aplástala y deposítala en el contenedor.





# RESPONSABILIDAD HÍDRICA

Conscientes de la crisis hídrica, en VIVO se busca optimizar el consumo de agua mediante instalación de llaves de corte automático en lavamanos, y la transición de las áreas verdes a Jardines Secos o de baja demanda hídrica.

Así, por ejemplo, en VIVO Los Trapenses, ubicado en la comuna de Lo Barnechea, paulatinamente se transformaron los jardines tradicionales a áreas verdes de bajo consumo hídrico, por la vía de incorporar materiales pétreos y plantas de bajo requerimiento hídrico. Los objetivos de esta iniciativa fueron la disminución del consumo de agua destinada para riego y generar un efecto demostrativo en los locatarios, clientes y comunidad aledaña, que es posible contar con áreas verdes de calidad y de baja intensidad de uso de recursos hídricos.



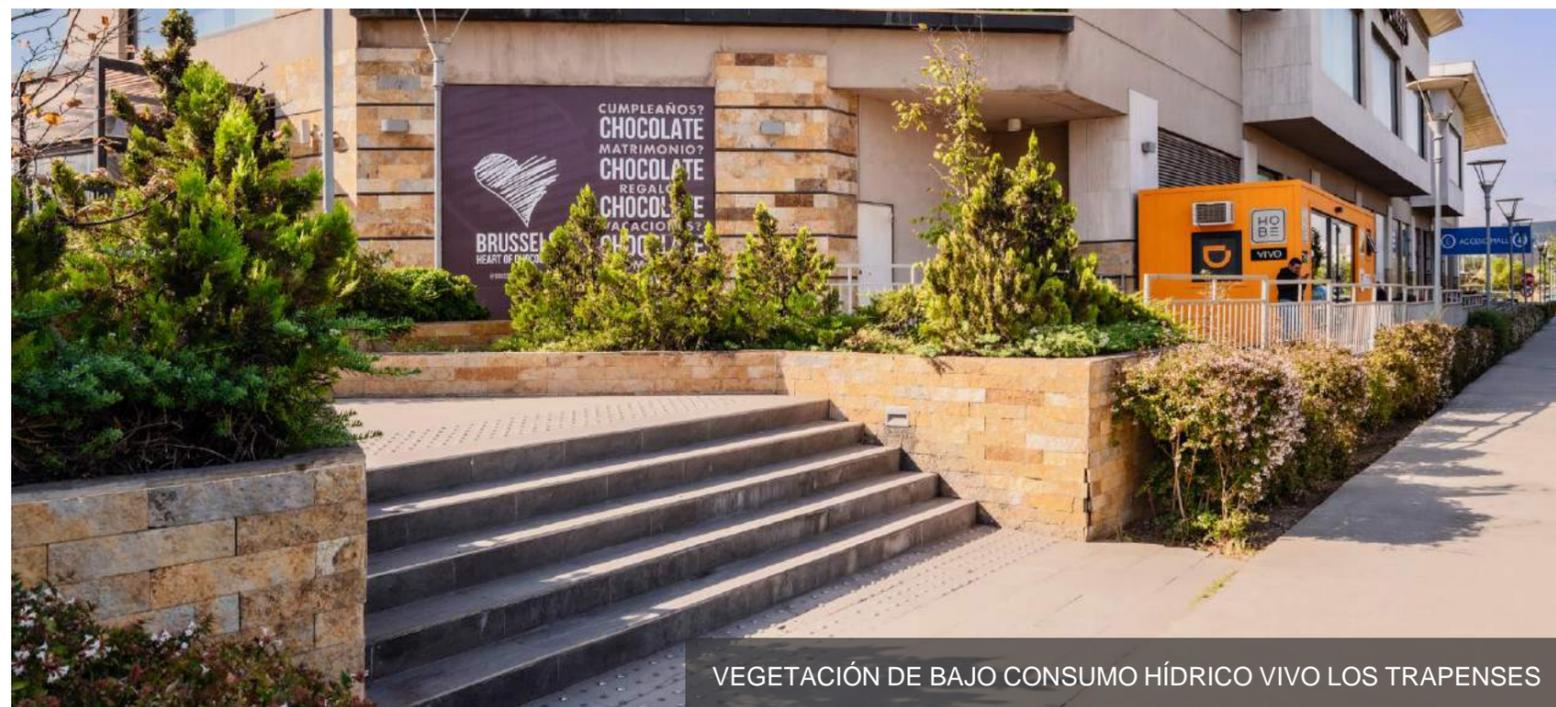
VEGETACIÓN DE BAJO CONSUMO HÍDRICO VIVO LOS TRAPENSES



VEGETACIÓN DE BAJO CONSUMO HÍDRICO VIVO LOS TRAPENSES



VEGETACIÓN DE BAJO CONSUMO HÍDRICO VIVO LOS TRAPENSES



VEGETACIÓN DE BAJO CONSUMO HÍDRICO VIVO LOS TRAPENSES

# GRUPOS DE INTERÉS Y COMPROMISOS

VIVO está comprometido con avanzar en el desarrollo de buenas prácticas relacionadas a la interacción con los distintos grupos de interés identificados.



# COMUNIDAD EXTERNA

Uno de los pilares más importantes para VIVO SpA es ser un aporte en las zonas donde estamos insertos. En nuestros centros comerciales velamos por cumplir este objetivo, por eso, trabajamos en acciones que vayan en este sentido tanto desde la Operación, como desde el área de Comunicaciones y Marca.

Este pilar es analizado desde el inicio del desarrollo de cada proyecto donde se busca minimizar los impactos negativos y siendo un aliado estratégico con las autoridades locales y, por consiguiente, con nuestros futuros clientes, siendo nosotros un vecino más en la comunidad donde llegamos.

Actualmente desarrollamos actividades de acuerdo con los intereses y necesidades de los barrios donde desarrollamos nuestros proyectos. En momentos complejos o de necesidad, buscamos la realización de campañas o causas sociales que vayan en ayuda de nuestra comunidad.

Además, mantenemos el vínculo local a través del relacionamiento con las autoridades de la zona como las municipalidades, las Seremis, Carabineros, Bomberos, Juntas de Vecinos u otros, para desarrollar alianzas público/privadas que vayan en beneficio de la comunidad.

Uno de nuestros focos son las campañas con emprendedores locales a través de cada Municipalidad y/u organismos públicos orientados al emprendimiento. Para ello tenemos distintas modalidades de trabajo: una es a través de espacios pagados a tarifas reducidas; otra, es hasta la cesión de espacios gratuitos y la organización de ferias específicas y/o temáticas donde los emprendimientos pueden mostrar y comercializar sus productos.

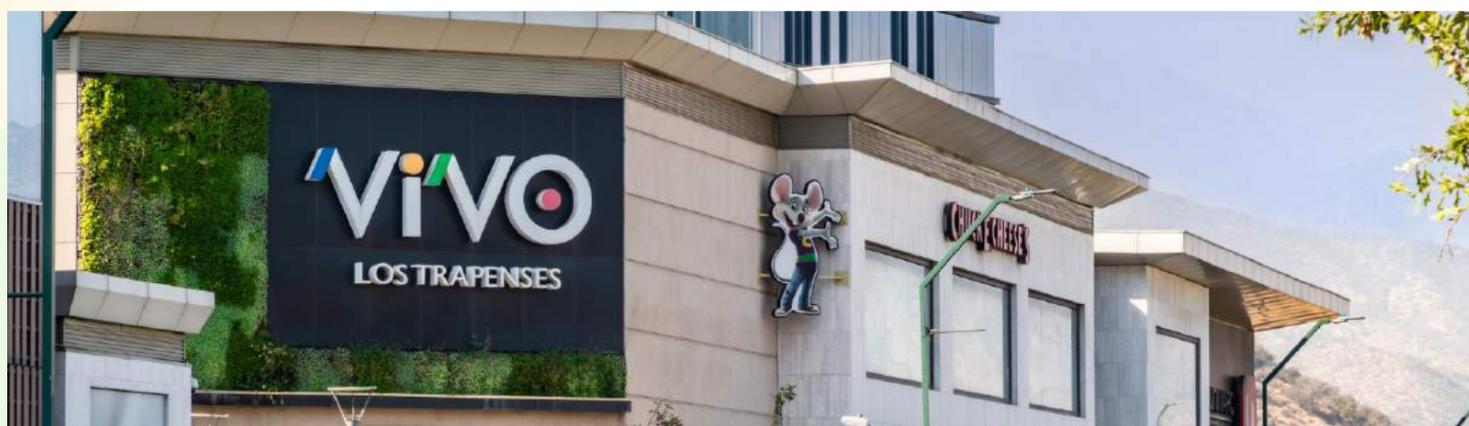
Además, con el objetivo de contribuir a la calidad de vida de las personas, innovar en la industria, y cuidar el desarrollo de las ciudades es que en VIVO Los Trapenses se desarrolló un plan piloto con una serie de beneficios dirigidos para los conductores y repartidores de aplicaciones de delivery de la comuna, lo anterior, en alianza con la compañía tecnológica DiDi, la Mutual de Seguridad y la startup Hobe. Esta alianza permite que quienes trabajan en dicho rubro puedan acceder a espacios de descanso gratuitos que son únicos en la industria ubicados en el centro comercial. Estos nuevos espacios están pensados en las necesidades de los repartidores, por lo que cuentan con baños, asientos, enchufes para cargar celulares u otros dispositivos móviles, microondas, televisión e incluso un estante para guardar las mochilas de reparto. Esta iniciativa es innovadora en este mercado, pues se trata de la primera de este tipo en Chile.



# COMUNIDAD EXTERNA

## VIVO Mall Coquimbo

Actualmente el Mall de Coquimbo mantiene **alianzas con 4 agrupaciones de emprendedores** locales que son: Mundo Emporio, Bazar Equilibrarte, Espacio Expo Creo y Cuarta Emprende. En 2022 **participaron un total de 45 expositores** en las diferentes ferias e iniciativas.



## VIVO Los Trapenses

En el centro comercial de la comuna de Lo Barnechea se realizaron **6 eventos con emprendedores locales**, con una participación de **15 a 20 expositores cada vez**. Adicionalmente se realizó en el centro comercial un Bazar en conjunto con la Municipalidad, actividad en la que **participaron 144 emprendedores**.

## VIVO Panorámico

Durante 2022 no hubo acciones en este sentido dado que el centro comercial se encontró cerrado gran parte del año por su remodelación. No obstante lo anterior, se está trabajando para activar un plan de la mano del área comercial y también para retomar la alianza con la Municipalidad de Providencia y su programa de apoyo a emprendedores locales.



# COMUNIDAD EXTERNA

## VIVO Mall San Fernando

En San Fernando VIVO Spa mantiene alianzas con 7 organizaciones locales: Expo VIVO, Nuestro Emprendimiento, Somos creativos, Arte Inspira, Bazar Camelia, Viva el Arte y Bazar Imaginarte.

En total participaron 59 expositores en total en las distintas ferias y actividades desarrolladas en el Mall, las cuales tienen distintos formatos.



## VIVO Outlet Chillán

En el corto tiempo de funcionamiento del Outlet en Chillán, ya se han logrado alianzas con 3 organizaciones locales: Good Bazar, Mercado Bo y Wilef. Una vez inaugurado se han mantenido ferias permanentes y luego se realizó la Primera Feria de Emprendedores de Ñuble, en el marco de la Semana y Día de la Pyme, que Incluyó pauta de prensa local. En total han participado 23 expositores.

La alianza con el Programa de Fomento Sercotec Chillán permitió la participación de 10 expositores, emprendedores del Centro de Negocios de la ciudad y al ser una alianza público privada, contó con una inauguración en la que participaron autoridades de la Región y medios de comunicación.

De este modo, en los distintos espacios de VIVO Spa **casi 400 emprendedores han podido exhibir, vender y dar a conocer sus productos.**

VIVO Spa también realiza **campañas específicas de reciclaje, Pet Friendly para tenencia responsable de mascotas, implementa alianzas con el Registro Civil, campañas de vacunación** (Influenza, COVID-19), entre otros.

Por último, los centros comerciales de VIVO Spa dan espacio para que distintas **agrupaciones artísticas y culturales locales** puedan realizar presentaciones a la comunidad.



# ESCUCHAMOS A NUESTROS CLIENTES

## Cientes

Desde 2020 que VIVO está desarrollando el Programa de Experiencia de Clientes a través del cual la compañía se propuso avanzar incorporando al cliente final en su visión estratégica, midiendo su satisfacción a través del indicador NPS (Net Promoter Score) y poniendo al cliente en el centro del negocio y desde esa visión se desarrolló la propuesta de Valor de Malls & Outlets VIVO en conjunto con una propuesta de gestión de visita de clientes.

Esta iniciativa busca también inspirar a toda la organización para alcanzar los objetivos de dicho programa en el que se busca alcanzar cifras de recomendación que se traduzcan en clientes que promuevan la visita a los centros comerciales de la compañía y por consiguiente, aumente el flujo y la venta.

Para este seguimiento con los clientes VIVO implementa un monitoreo permanente de escucha a los clientes a través de diferentes plataformas (RR.SS., Email marketing y códigos QR en los centros comerciales). A partir de éstas, se realizan encuestas mensuales de satisfacción que buscan capturar la percepción de los visitantes de cada centro comercial donde se evalúa la satisfacción operacional y de servicios de cada activo.

Al cierre de la medición anual 2022, el NPS de la cadena, considerando los centros comerciales en operación al 2022 -VIVO Los Trapenses, VIVO Mall Coquimbo y VIVO Mall San Fernando- alcanzó los 75 puntos.

## NET PROMOTER SCORE



## Zonas benchmark NPS



# TRABAJANDO CON PERSONAS

## Clientes

VIVO SpA se relaciona con 556 clientes directos.

Entre los objetivos principales del área Comercial de VIVO SpA es que la relación con los clientes sea en base a la confianza. Son considerados como socios estratégicos y es de suma importancia que exista una comunicación fluida y con miras siempre a un crecimiento mutuo.

La situación anteriormente descrita se acentúa con mayor fuerza posterior a la pandemia que se sufrió a nivel mundial, más aún considerando que la mayoría de los clientes han tendido a adoptar estrategias omnicanal, lo cual hace imperioso que los resultados a nivel de tiendas físicas sean lo más eficiente posible desde el punto de vista comercial, para lo cual, en muchas oportunidades, lo anterior conlleva trabajar de manera más personalizada entre las partes para lograr la obtención de los objetivos.

## Proveedores

En 2022, VIVO SpA trabajó con 459 proveedores. Conscientes de la importancia que tiene el Pronto pago para las pequeñas y medianas empresas, tenemos la práctica de pagar todas las facturas recibidas a 30 días.

Adicionalmente, se realizan encuestas trimestrales a los locatarios y hay acciones constantes para fomentar la comunicación.



# TRABAJANDO CON PERSONAS

## Colaboradores

En VIVO SpA valoramos y cuidamos a nuestros colaboradores. Nuestra gestión de personas tiene como objetivo impulsar su desarrollo integral, en un contexto de trabajo colaborativo que promueva su crecimiento profesional.

Asimismo, los apoyamos en descubrir sus fortalezas y áreas de mejora, mediante cursos de perfeccionamiento de habilidades y oportunidades de aprendizaje, que están alineados con el estándar de excelencia que caracteriza a nuestra compañía y los requerimientos de innovación que exige el desafiante entorno global.

Nos preocupamos de que dispongan de las mejores condiciones para desempeñar su función dentro de la organización. Así, nuestros valores institucionales nos orientan a mantener siempre un sentido de honestidad y respeto por nuestros colaboradores, con prácticas reguladas según políticas corporativas, tales como el Código Interno de Ética y Conducta; la Política de Reclutamiento, Selección y Contratación; el Reglamento Interno de Orden, Higiene y Seguridad, y la Política de Diversidad e Inclusión, entre otras.

Igualmente, resguardamos el equilibrio entre la vida profesional y personal, con diversas iniciativas en los ámbitos de familia y tiempo libre.

Todo lo anterior nos permite planificar estratégicamente la fuerza laboral, fomentar el desarrollo de liderazgos, mejorar las habilidades y facilitar la recapitación, es decir, permitir a nuestros colaboradores prepararse para asumir nuevos roles y aportar mayor valor a la compañía.



# CARACTERÍSTICAS DEL PERSONAL

## DOTACIÓN DE PERSONAL



84

**Colaboradores** al 31 de diciembre de 2022



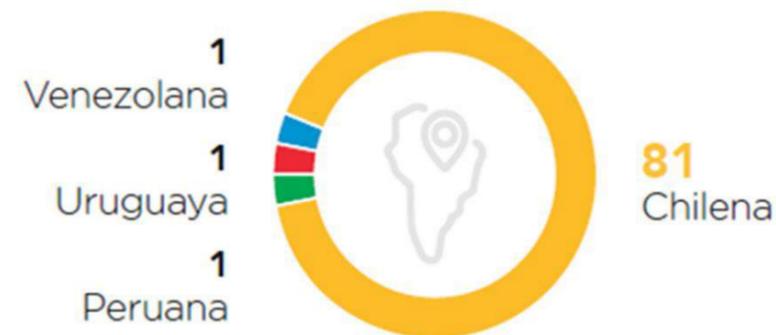
1

**persona con discapacidad**

## Nº DE PERSONAS POR SEXO



## Nº DE PERSONAS POR NACIONALIDAD



## DOTACIÓN POR TIPO DE CARGO



# CARACTERÍSTICAS DEL PERSONAL

## FORMALIDAD LABORAL

100%

Contrato a plazo indefinido y jornada ordinaria

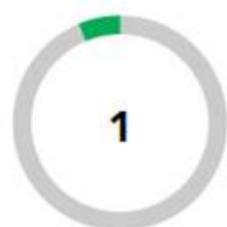
0

Accidentes

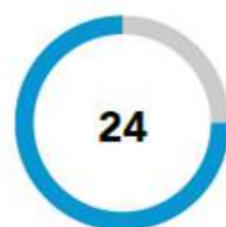
## Nº DE PERSONAS POR RANGO DE ANTIGÜEDAD



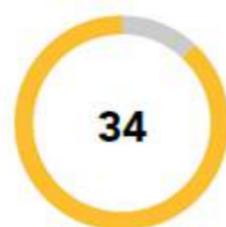
## Nº DE PERSONAS POR RANGO DE EDAD



<30 años



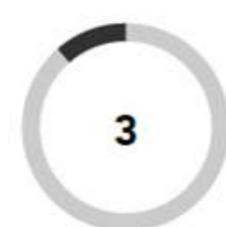
30 y 40 años



41 y 50 años



51 y 60 años



61 y 70 años

**BRECHA SALARIAL:** El porcentaje que el salario bruto de las mujeres representa respecto del salario bruto de los hombres es de 54% la media, mientras la mediana es de un 78%. A continuación, la brecha salarial por función, presentando la media y la mediana, respectivamente: Alta gerencia, 30% /31%; gerencia, 74%/64%; jefaturas, 84%/99%; otros profesionales, 102%/88%; otros técnicos, 88%/93%; administrativos; 210%/165%; auxiliar, N/A.

**ACOSO LABORAL Y SEXUAL:** La Compañía tiene un canal de denuncias para esta materia. Durante 2022 no hubo denuncias.

# CAPACITACIÓN Y BENEFICIOS

## Capacitaciones

Durante el año realizamos diversas capacitaciones, enfocadas principalmente en el manejo del Covid-19, tanto a nivel de salud física como emocional, la mayoría en formato e-learning.

### Los cursos fueron:

- Curso Gestión Personal, modalidad e-learning.
- Curso Prevención Coronavirus, modalidad e-learning.
- Curso Manejo de Recursos de Protección de Estrés Laboral, modalidad de auto instrucción.
- Charla Manejo de Recursos de Protección de Estrés Laboral.

## Beneficios

En nuestra compañía nos preocupamos del bienestar de nuestros colaboradores y sus familias. Esto se refleja en el programa de beneficios, que abarca los ámbitos de educación, salud y variadas actividades.



# CAPACITACIÓN Y BENEFICIOS

## Estudios

- Beca preescolar anual.
- Beca educación básica anual.
- Beca educación media anual.
- Beca educación superior anual.
- Extensión de beneficio de pago de matrícula para aquellos colegios en los que no la solicitan.
- Beca colaboradora para la matrícula de estudios de pregrado y postgrado.

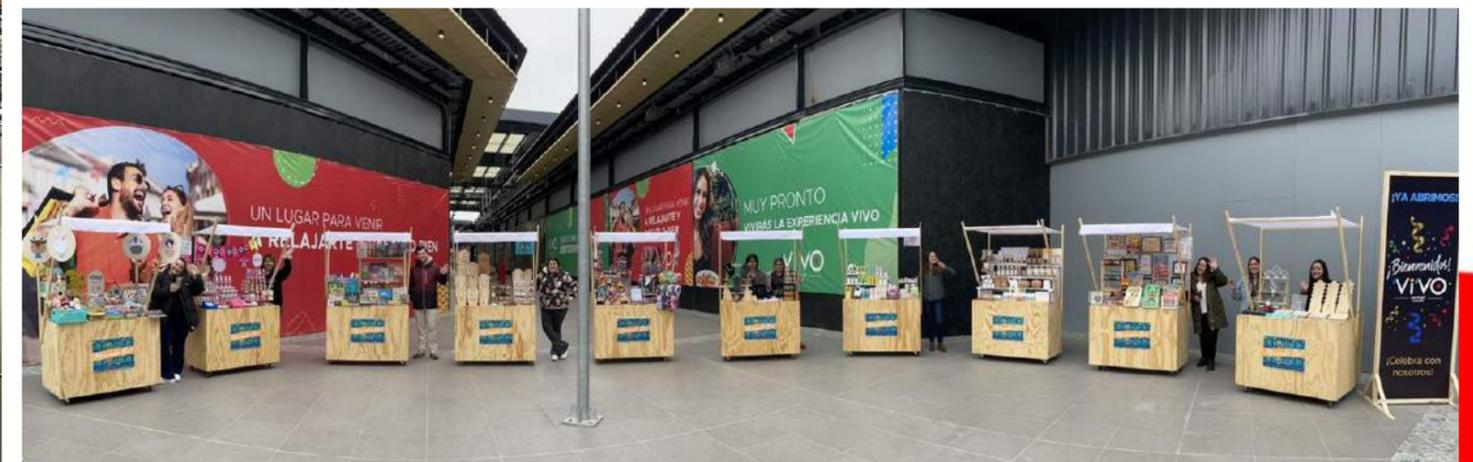
## Salud

- Seguro complementario de salud, dental, catastrófico y de vida.
- Financiamiento de mensualidad del gimnasio.

## Familia y tiempo libre

- Asignación por nacimiento.
- Asignación por fallecimiento.
- Bono de vacaciones.
- Aguinaldo de Fiestas Patrias.
- Aguinaldo de Navidad Regalo de Navidad para hijos menores de 13 años.
- Canasta de Navidad.
- Navidad en Familia y de Fin de Año.
- Dos días libres al año para trámites personales.





# PLAN ESTRATÉGICO

Asset AGF y VIVO SpA se encuentran elaborando la estrategia y política de Sostenibilidad de VIVO. Este proceso lo inició VIVO en abril de 2021, el cual se vio pausado debido al proceso de reorganización judicial. A finales de 2022, y con Asset AGF a la cabeza, se reanudó este proceso, el que busca diseñar e implementar tanto el Plan Estratégico como la Política de Sostenibilidad de VIVO en el año 2023.

A partir de esta estrategia de sostenibilidad, se definirán compromisos, objetivos y planes de acción, para seguir profundizando en el compromiso con en aspectos Ambientales, Sociales y de Gobernanza sostenible.

Adicionalmente, VIVO SpA cuenta con una política de Diversidad e Inclusión, que considera la equidad de género. A partir del año 2019 se creó un Comité de Diversidad e Inclusión integrado por un representante de cada Gerencia, quienes desarrollaron un Plan de Acción, cuya implementación está en proceso.

Finalmente, se decidió empezar a implementar el marco de referencia de reportabilidad SASB (acrónimo para Sustainability Accounting Standards Board), cuyo propósito es ayudar a empresas en el mundo a identificar, manejar, y reportar los temas de sostenibilidad (ASG) que importan más a los inversionistas.



FERIA EMPRENDEDORES



VIVO MALL COQUIMBO



VIVO MALL SAN FERNANDO

# COMITÉ DE SOSTENIBILIDAD

El año 2022 se conformó un Comité de Sostenibilidad compuesto por:

- Rodrigo De Diego, Gerente General.
- Fernando Moyano, Fiscal.
- Fernando Felbol, Gerente de Centros Comerciales, Marketing y Operaciones.
- Miguel Ángel Etcheverry, Gerente de Proyectos.
- María José Gatti, Subgerente de Comunicaciones y Marca.
- Marcelo López, Subgerente de Personas y Servicios Generales .
- Lorena Molina, Subgerente de Desarrollo y Gestión Personas.
- Ana María Muñoz, Gerente Contralor.

El Comité Sostenibilidad se reúne cada quince días para hacer seguimiento del plan de acción y tareas de cada área involucrada.



FERIA EMPRENDEDORES FOSIS



FERIA EMPRENDEDORES FOSIS



FERIA EMPRENDEDORES FOSIS

# REPORTE DE SOSTENIBILIDAD

Reporte 2022

