

SKY

CONEXÃO

QUE TRANSFORMA



Relatório de
Sustentabilidade 2017



Email

Insira o mês
que você utiliza no...

ÍNDICE

1. SOMOS COMPROMETIDOS

O que é a SKY?	6
Nossa essência	8
Governança corporativa	9
Integridade e ética nos negócios	11

2. ENGAJAMOS

Fortalecimento do vínculo com os grupos de interesse	15
Participação em políticas públicas	17

5. COLABORAMOS

Nossa proposta de valor	37
Dinamismo e diversidade para crescer	39
Gestão de talentos e foco em desenvolvimento	42
Saúde e segurança ocupacional	48

6. INTEGRAMOS

Cadeia de valor	51
Nossos fornecedores	52
Chaves de uma relação duradoura	53

3. ENTRETEMOS

Nossos produtos	20
Responsabilidade por produtos e serviços	21
Diferencial de qualidade	23
Pesquisa de satisfação	26



4. INOVAMOS

Transformação digital	28
Satélite SKY B1	31
Centro de Transmissão de Jaguariúna – JBC	32

7. COMPARTILHAMOS

SKY na comunidade	56
Educação	57
Trabalho voluntário	58
Instituições apoiadas	61
Conectividade	62

8. PRESERVAMOS

Comprometidos com o futuro	64
Promovendo o compromisso ambiental	65
Consumo responsável de recursos	68

ANEXO

Sumário de Conteúdo da GRI G4	70
-------------------------------	----

CARTA DO PRESIDENTE

GRI G4-1

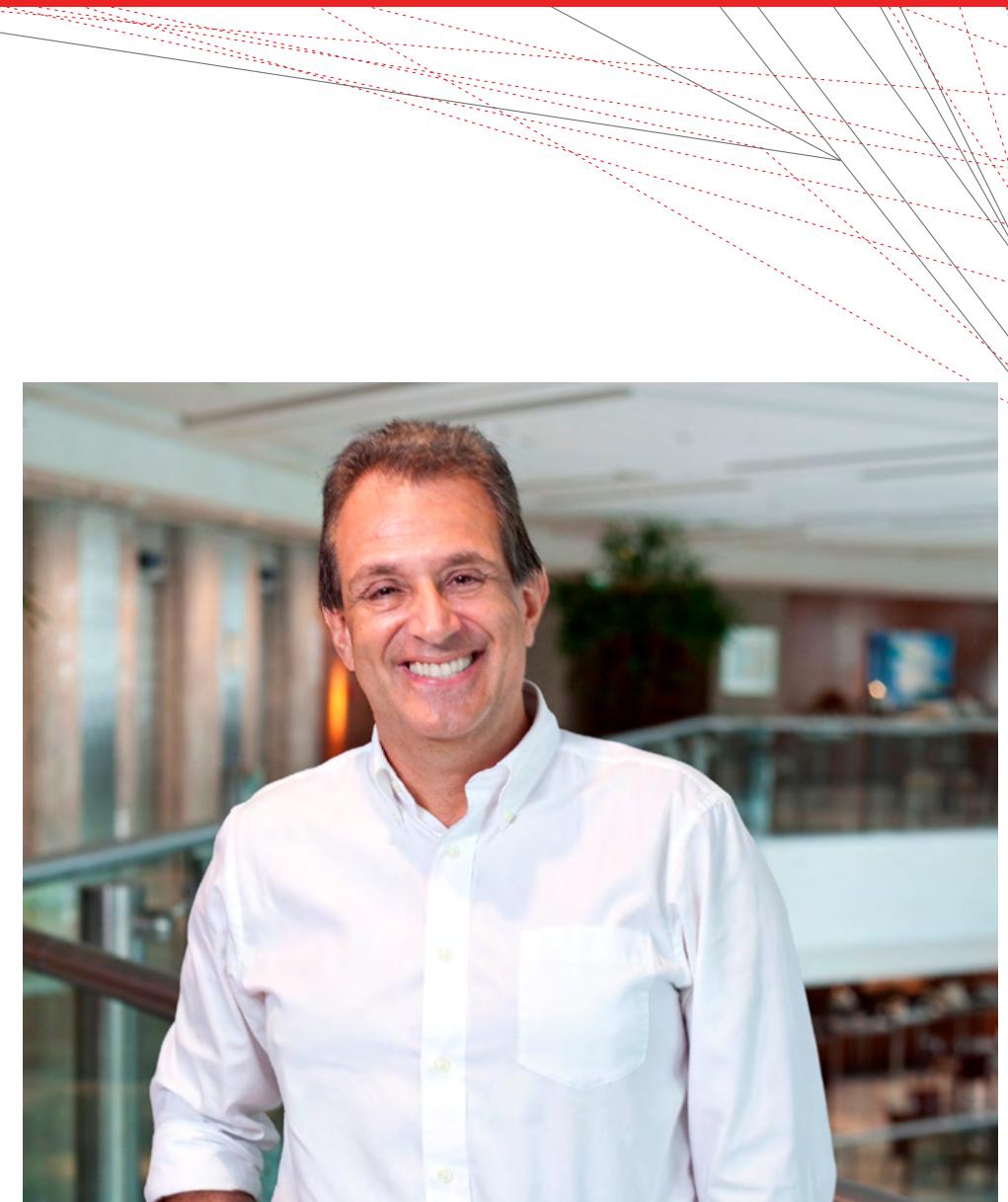
Para a SKY, 2017 foi um ano de transformação. O foco foi simplificar e trazer mais eficiência para processos e formas de atuação direcionados para melhorar a experiência do nosso cliente. Nesse sentido, a empresa inteira se voltou para o que denominamos "Transformação Digital".

Esse conceito se tornou uma realidade e permeou todas as esferas de trabalho. O processo de digitalização de vendas, com a implantação da plataforma SKY Sirius, por exemplo, nos permitiu eliminar o papel, possibilitou a integração total de vendedores, revendedores e companhia e refletiu em maior agilidade e segurança para quem está contratando nosso serviço. Outro destaque é o Aplicativo "Minha SKY" que é sempre atualizado para trazer funcionalidades úteis e conteúdo que fazem a diferença e facilitam o dia a dia de nossa base de clientes. Sabemos que o consumidor sempre quer mais e que há espaço para fazer melhor, atender na hora marcada, resolver o pedido no primeiro atendimento. Isso exige respostas rápidas, abordagens e soluções novas para

mantermos a sustentabilidade e a perenidade do nosso negócio. Esse é o espírito que está imbuído a Transformação Digital da SKY.

O período marcou também a consolidação de um dos nossos maiores investimentos, que somou R\$ 1,3 bilhão nos últimos anos: o Centro de Transmissão de Jaguariúna e o novo satélite SKY B1, que começou a operar em 2017. Eles são bases essenciais para o nosso futuro, pois permitem oferecer conteúdo incremental aos clientes e lançar novos produtos melhores e mais competitivos. Maior do setor na América Latina, o Centro de Transmissão foi construído dentro dos melhores padrões de sustentabilidade, com eficiência no uso de recursos naturais e redução de impactos ambientais.

Com relação à responsabilidade social, nossos esforços se concentram em ações de voluntariado, dedicando, na medida das nossas possibilidades, tempo das pessoas e recursos da empresa para retribuir um pouco de nossos privilégios à sociedade.



Além disso, a SKY promove projetos socioeducativos como o "Cinema+" concurso, em parceria com o Sundance Channel, que premia com uma bolsa de estudos na USC School of Cinematic Arts de Los Angeles, o melhor curta-metragem desenvolvido por estudantes de cinema e audiovisual e o "Faciuni Festival", onde é feita a exibição dos curtas participantes do Concurso "Cinema+" e é um ponto de encontro e de aprendizagem para os alunos, já que oferece painéis de discussões e uma *masterclass* com reconhecidos diretores de cinema.

Na perspectiva do cliente, ganhamos pelo 15º ano consecutivo o prêmio Consumidor Moderno de melhor serviço de TV por assinatura, além de sermos marca mais lembrada no prêmio *Folha Top of Mind*, pelo sexto ano seguido. Esses reconhecimentos tiveram um sabor especial, sobretudo pelo momento de instabilidade do mercado, e refletem um relacionamento de muito respeito, educação e cidadania, que são valores fundamentais na forma de tocar o negócio.

Entendemos que a mudança que marcou a SKY em 2017 reflete o fato de sermos uma empresa que defi-

ne prioridades e é muito persistente na execução daquilo que se propõe a fazer.

O momento é de se reinventar na forma e nos instrumentos, de se relacionar com os clientes e entregar nossos serviços. A digitalização e a desintermediação são fenômenos que estão mudando rápida e profundamente a maneira como as pessoas consomem e também o modo de as empresas fazerem negócios. Isso exige estarmos abertos para uma nova forma de pensar e fazer as coisas. Este é um caminho sem volta e que a SKY está focada em trilhar.

No ano de 2018 vamos nos diferenciar ainda mais da concorrência, com novos produtos e serviços, mais atraentes para os consumidores e com maior potencial de retorno. Vamos avançar na tarefa de encantar nossos clientes com conteúdos e serviços diferenciados, contando com equipes engajadas, flexíveis, focadas e alinhadas com as demandas do negócio.

Luiz Eduardo Baptista da Rocha

Presidente



**[...] o consumidor sempre quer mais [...].
Isso exige respostas rápidas, abordagens
e soluções novas para mantermos a
sustentabilidade e a perenidade do
nossa negócios. Esse é o espírito que está
imbuído a Transformação Digital da SKY.**

01 | SOMOS COMPROMETIDOS



O QUE É A SKY?

GRI G4-4, G4-5, G4-6, G4-8, G4-9, GRI G4-7, GRI G4-9, G4-EC1, GRI G4-13, GRI G4-17, G4-13|

Maior empresa de TV paga via satélite do Brasil, a SKY tem sede em São Paulo, capital, e comercializa produtos e serviços de TV por assinatura (nos modelos pré e pós-pago) para cerca de 5,3 milhões de clientes, o equivalente a 29,8% de todos os assinantes de TV paga no Brasil, e está presente em 99% dos municípios brasileiros. Desde 2011, a SKY também oferece o serviço de internet banda larga fixa em mais de 120 cidades e conta com opções de 2, 4, 6 e 10 MB. No final de 2017 a base de assinantes contabilizou mais de 350 mil assinantes, o que, segundo a Anatel, fez da SKY uma das grandes responsáveis pela expansão do serviço de Banda Larga no Brasil.

Empresa privada de capital fechado, iniciou sua operação em 1996. Dez anos depois, uniu-se à DIRECTV, em processo de fusão que fortaleceu uma atuação conjunta com outros dez países da América Latina. Em julho de 2015, a DIRECTV foi adquirida pela norte-americana AT&T, que agora detém aproximadamente 93% de participação na SKY, sendo os outros

7% da Globo Comunicações e Participações. A AT&T possui políticas globais de alto padrão, disseminadas por todas as empresas do grupo, tornando-as mais fortes e coesas.

Primeira empresa de TV por assinatura do Brasil via satélite – pelo sistema digital DTH (*Direct to Home*) em banda Ku –, lançou recursos que transformaram o setor no País. Exemplos do pioneirismo são as transmissões de filmes em *widescreen* (tela retangular larga); o uso de multicâmeras para exibição de competições e espetáculos; a exibição de informações de tela adicionais aos programas e jogos; o *Digital Video Record* (o SKY+); o serviço de vídeo *on demand* (Cine SKY HD) e um aplicativo para celular e *tablet* com funções exclusivas no mercado de TV paga.

O pioneirismo foi reforçado em 2016, etapa final das obras de um novo centro de transmissão, inaugurado em março de 2017 em Jaguariúna, interior de São Paulo, construído com base nas melhores tecnologias e em parâmetros de sustentabilidade, e para o lan-

amento do satélite SKY B1, com capacidade para operar com até 60 *transponders* o que permitiu ampliar a oferta de pacotes de canais e serviços.

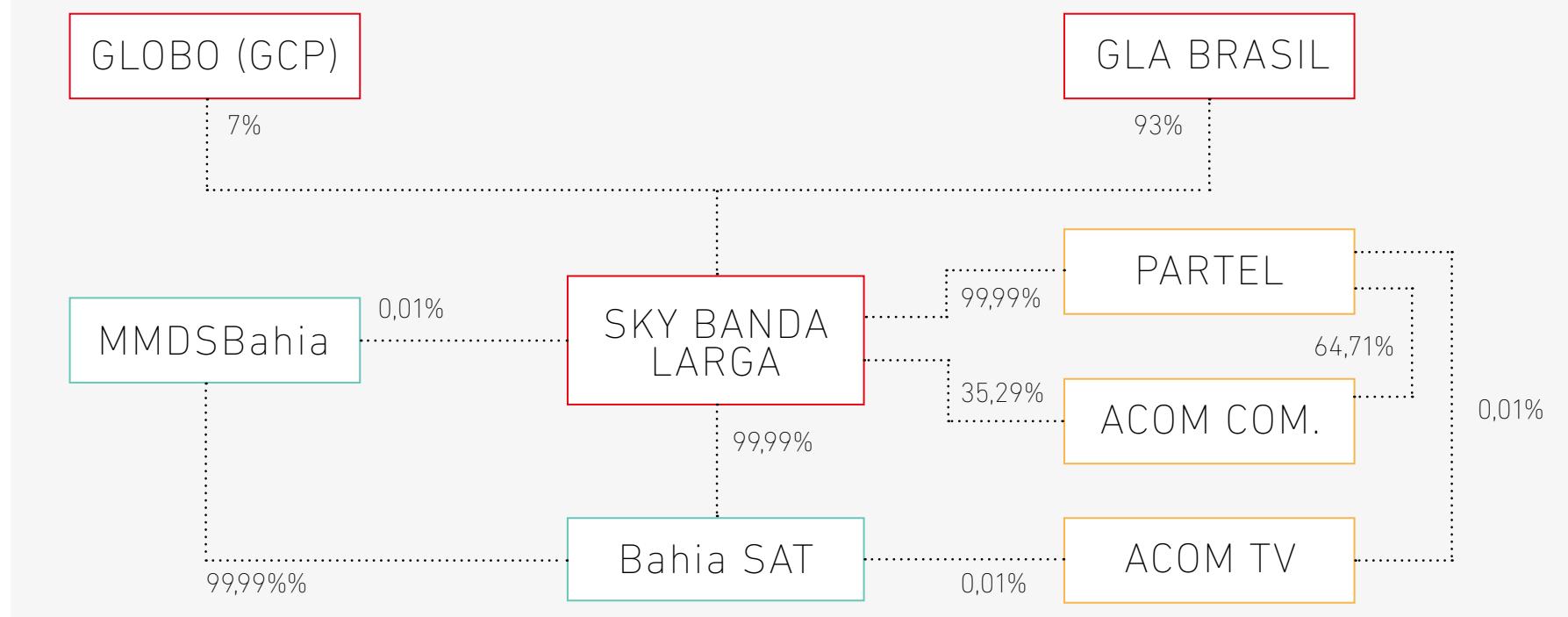
Em 2017 a companhia manteve mais de 1,8 mil funcionários no Brasil e cerca de 40 mil colaboradores indiretos (*call centers* e credenciados) distribuídos nos escritórios de São Paulo (SP), Tamboré/Santana do Paráíba (SP), Jaguariúna (SP) e Brasília (DF). Além disso, há unidades regionais de vendas em mais 12 cidades.

SKY EM NÚMEROS EM 2017



Em 2017, houve aumento de capital de cerca de R\$ 465 milhões decorrente da incorporação (reversa) da Sky Brasil Serviços Ltda. que passou a ser Sky Banda Larga Ltda. Em janeiro de 2017 a empresa Sky Banda Larga incorporou as empresas TV Capital e Sky Brasil. No mês de junho do mesmo ano, as empresas TVF Belém, TVF Brasília, TVF Goiânia, TVF Sistemas, TV Show e Rapix, foram incorporadas pela Sky Banda Larga Ltda.

ESTRUTURA SOCIETÁRIA DA SKY



NOSSA ESSÊNCIA

GRI G4-56

Missão

- Combinar conteúdo diversificado e atrativo, tecnologia e serviço que façam da SKY a melhor opção para os consumidores.

Visão

- Fazer da SKY a melhor experiência em vídeo do mundo quando e onde você quiser.

Valores

- Liderança
- Inovação
- Determinação
- Agilidade
- Trabalho em equipe
- Integridade

GOVERNANÇA CORPORATIVA

GRI G4-34, G4-42, GRI PR-5

A Diretoria é a principal instância de governança da SKY no Brasil. Ela é comandada por um presidente, que conta com o apoio direto de 13 líderes, sendo seis vice-presidentes de áreas de negócios; e cinco vice-presidentes e dois diretores de áreas verticais ao negócio.

A Vice-Presidência mais recente é a de Conteúdo, que começou a operar em 2017 a partir do lançamento do satélite SKY-B1, o que aumentou significativamente a capacidade de canais ofertados pela empresa. A área foi responsável por todos os processos relativos ao lançamento de novos canais, o que incluiu, pesquisa de mercado, alinhamento à estratégia da SKY e finalização do contrato com os fornecedores de conteúdo.

ESTRUTURA ORGANIZACIONAL

LUIZ "BAP" BAPTISTA

CEO SKY BRAZIL | SÃO PAULO, BRAZIL

Phone number +55 11 2123-0010 | e-mail: bap@sky.com.br

COUNTRY LEADERSHIPS

EDISON KINOSHITA

Customer & Broadband VP
São Paulo, Brazil
Phone number +55 11 2123-0208 |
e-mail: edison.kinoshita@sky.com.br

LUIZ BARCELLOS

Supply Chain & Digital Technology VP
São Paulo, Brazil
Phone number +55 11 2123-0100 |
e-mail: luiz.barcellos@sky.com.br

LUIZ LOBO

Digital VP | São Paulo, Brazil
Phone number +55 11 2123-0800 |
e-mail: luiz.lobo@sky.com.br

SERGIO RIBEIRO

Sales&Operations VP | São Paulo, Brazil
Phone number +55 11 2123-0800 |
e-mail: sergio.ribeiro@sky.com.br

LUIZ MARCHEZETTI

Transmission Engineering VP | São
Paulo, Brazil
Phone number +55 11 2187-0367 |
e-mail: luiz.marchezetti@sky.com.br

GUSTAVO FONSECA

Marketing VP | São Paulo, Brazil
Phone number +55 11 2123-4090 |
e-mail: gustavo.fonseca@sky.com.br

VERTICAL PARTNERS

ROSELI PARRELLA

Human Resources VP | São Paulo, Brazil
Phone number +55 11 2123-0235 |
e-mail: roseli.parrella@sky.com.br

JULIAN GARRIDO

Finance VP | São Paulo, Brazil
Phone number +55 11 2123-4001 |
e-mail: julian.garrido@sky.com.br

ALBERTO CAMARDELLI

IT VP | São Paulo, Brazil
Phone number +55 11 2123-4470 |
e-mail: alberto.camardelli@sky.com.br

ADIR MATOS

Institutional Relations VP | São Paulo, Brazil
Phone number +55 11 2123-4101 |
e-mail: adir.matos@sky.com.br

ALEXANDRE MARTINEZ

Legal Director | São Paulo, Brazil
Phone number +55 11 2123-0310 |
e-mail: alexandre.martinez@sky.com.br

INGRID BERNER

Regional Tax Director | São Paulo, Brazil
Phone number +55 11 2123-4450 |
e-mail: ingrid.berner@sky.com.br

MARCIA CRUZ

Content VP | São Paulo, Brazil
Phone number +55 11 2123-0020 |
e-mail: marcia.cruz@sky.com.br

A SKY possui diversos mecanismos de coordenação e governança para compartilhar decisões e informações com os funcionários de níveis distintos. Alguns desses mecanismos são periódicos, enquanto outros são pontuais e dependem da situação e de necessidades identificadas. São eles:

- **Reunião Staff Presidência:** Reunião quinzenal para se discutir estratégias, tomar decisões sobre projetos em andamento e discutir com mais profundidade temas que devem ser implementados pelas áreas, em avaliação de prioridade e impacto. Conta com a participação do Presidente, Vice-Presidentes e Diretores que respondem diretamente à Presidência.
- **Reunião Diretoria:** Reunião quinzenal para acompanhamento de indicadores do negócio, como vendas, atendimento, serviços no campo e apresentação de projetos que devem ser implementados. É realizada com a participação do Presidente, Vice-Presidentes e todos os Diretores da empresa.
- **Comitê de Churn:** Reunião semanal em que é discutido "COMO" metas e objetivos podem ser atingidos. Também são apresentados projetos de negócios,

oportunidades de melhoria e riscos de *Churn* (perda de clientes). Participam o Presidente, Vice-Presidentes, Diretores e Gerentes das áreas de Vendas & Operações, TI, Finanças, Gestão da Inteligência, Produtos e Clientes.

- **Reunião de Sales & Operations Planning (S&OP):** Reunião mensal com as áreas Comercial & Operações e Finanças, sob a coordenação de *Supply Chain*, para definir junto ao Presidente da SKY as projeções de vendas e as necessidades de abastecimento de materiais nos próximos 3 a 6 meses.
- **Planejamento de Tecnologia da Informação:** Reunião semanal para priorização e atualização dos projetos de TI de acordo com as necessidades das áreas internas. Os participantes são convidados de acordo com os assuntos tratados no dia.
- **Reunião de Supply Chain:** Reunião semanal para alinhamento, atualização e tomada de decisões sobre o negócio com o Vice-Presidente e seus diretos de *Supply Chain*.
- **Comitê de Pessoas:** Composto pela Vice-Presidente, Diretores de Capital Humano e Gerente de

Desenvolvimento Organizacional, reúne-se quando necessário, para engajar a liderança nos projetos que envolvem questões de gestão.

- **Comitê de Clientes:** Fórum mensal da VP Clientes para garantir alinhamento e planejamento de serviços da SKY e definir as estratégias de implantação, buscando sempre minimizar os impactos operacionais e para os clientes.
- **Comitê do eNPS:** Formado pelos líderes da empresa, avalia as questões levantadas pelos colaboradores na pesquisa eNPS (*Employee Net Promoter Score*, de engajamento dos empregados e clima interno) e monta planos de ação para endereçar os principais pontos de insatisfação dos colaboradores e buscar alternativas aos grandes temas apontados.

INTEGRIDADE E ÉTICA NOS NEGÓCIOS

GRI G4-56, G4-S03, G4-S04, GRI G4-57, GRI G4-57, GRI G4-HR3, GRI G4-S05

Todos os funcionários da SKY são regidos por políticas corporativas que estabelecem compromissos comuns a todas as empresas do grupo AT&T/DIRECTV e que determinam os comportamentos esperados de seus funcionários. Tais políticas destacam os valores que devem nortear seu trabalho diário e compartilham boas práticas de honestidade, responsabilidade e integridade no trabalho. Essas políticas são comunicadas a todos os funcionários quando iniciam sua relação de trabalho com a SKY e também em treinamento anual de caráter obrigatório.

Em 2017, houve revisão do Código de Conduta, que fica disponível no site da AT&T (<https://ebiznet.sbc.com/attcode/assets/EnglishCOBC.pdf>). Através de plataforma da empresa, é oferecido treinamento anual aos funcionários da SKY a respeito dessas mudanças. O Código de Conduta orienta o comportamento dos funcionários em relação a práticas honestas, responsáveis, justas e não discriminatórias.

Ao serem contratados pela SKY os funcionários assinam um Termo de Ética e para facilitar e acelerar

sua inserção no ambiente SKY, a integração inicia-se antes mesmo do seu primeiro dia de trabalho via treinamento online. Em 2017 foram admitidos 426 funcionários e todos receberam o treinamento. No contato inicial com a área, o novo contratado conhece as ações de aprimoramento desenvolvidas nos principais programas da empresa, bem como, suas políticas, que incluem os Códigos de Ética e Conduta e demais normas anticorrupção, funcionamento das ferramentas de aperfeiçoamento e canais de comunicação, como a plataforma *Ethics Point*.

Importantes para fomentar a cultura de integridade e manter elevados padrões técnicos, há treinamentos específicos para a alta gestão, como sobre a lei federal norte-americana FCPA (*Foreign Corrupt Practices Act*), que visa combater a corrupção transnacional por pessoas ou entidades relacionadas aos Estados Unidos. São ministrados periodicamente pela matriz a fim de garantir o cumprimento dos procedimentos corretamente.

Há ainda cursos de ética para os parceiros. Enviados



para proprietários de estabelecimentos credenciados, técnicos, vendedores, responsáveis por almoxarifados, torres de controle e outros profissionais envolvidos na cadeia de valor da SKY, aborda as políticas de Conduta de Negócios.

Em 2017, 100% dos funcionários próprios foram informados sobre as políticas anticorrupção da companhia e 100% dos membros dos órgãos de governança e 93% empregados próprios, incluindo estagiários e aprendizes, receberam treinamentos a respeito do tema. Além disso, 100% dos 26.554 parceiros de negócios da SKY foram informados a respeito das políticas anticorrupção e 24% deles foram treinados no tema em 2017.

Comunicação e canais de denúncia

Chamado de Ethics Point, o canal de comunicação da SKY para relatos de desvios e incoerências de ética fica disponível 24 horas para os públicos interno e externo, por meio do site (www.ethicspoint.com) ou do telefone 0800-444-8084.

Denúncias ou queixas relacionadas a fraude e corrupção são analisadas pela equipe de controles internos. Casos relacionados a discriminação, são apurados por uma equipe de recursos humanos. Para cada caso um plano de ação é definido. Os casos são encerrados somente após as ações terem sido realizadas e validadas.

Regularmente, os canais de comunicação interna da SKY abordam tópicos referentes aos temas de ética e lembram os colaboradores sobre os canais à disposição. Adicionalmente, os representantes de recursos humanos das diferentes áreas da SKY, os *Business Partners* e líderes, são orientados a oferecer esclarecimentos quanto a tópicos ligados a ética.

Em 2017, a SKY recebeu 23 denúncias relacionadas a discriminação¹ e analisou 100% dos casos. Do total, 16 casos foram considerados não procedentes e 7 procedentes. Para os casos procedentes, as medidas cabíveis foram tomadas - abertura de feedback e plano de ação para com o gestor responsável e/ou a

reestruturação da área e, independentemente, a áreas de recursos humanos continua monitorando os funcionários relacionados à reclamação. No mesmo ano, não houve registros de denúncias ou queixas relacionados a assédio no *Ethics Point*.

1. Foram considerados como casos de discriminação, denúncias relacionadas a raça, cor, gênero, faixa etária, religião, opinião política, ascendência nacional, origem social, assédio e abuso de poder, conforme Convenção nº 111 da Organização Internacional do Trabalho (OIT), "Discriminação em relação a Emprego e Ocupação", 1958.

2 | ENGAJAMOS



GRI G4-24

Para a SKY, a sustentabilidade de seu negócio relaciona-se diretamente com a plenitude do diálogo do chamado Ecossistema SKY, que representa todos os seus públicos de relacionamento. Dessa forma, investe em soluções de engajamento que aprimoram a constante busca pela satisfação dos clientes, o comprometimento dos colaboradores, a credibilidade de seus acionistas, a eficiência de seus parceiros de negócios e fornecedores, a transparência com os órgãos governamentais e o compromisso com o desenvolvimento da sociedade.

Grupos de relacionamento



CLIENTES

REPRESENTAM O CENTRO DE TUDO O QUE FAZ A SKY E INSPIRAM A EMPRESA.



EMPREGADOS

COM SEU TRABALHO DIÁRIO MATERIALIZAM A MISSÃO DA SKY DE SER A MELHOR OPÇÃO DOS CONSUMIDORES.



CADEIA DE VALOR

FORNECEDORES E REDE CREDENCIADA QUE PERMITEM GARANTIR A QUALIDADE DOS PRODUTOS E SERVIÇOS OFERECIDOS AOS CLIENTES.



GOVERNO

DESEMPENA UM PAPEL CENTRAL NA REGULAÇÃO DO MERCADO DE ATUAÇÃO



COMUNIDADE

PROPORCIONA APOIO PARA O CRESCIMENTO DAS OPERAÇÕES E O DESENVOLVIMENTO LOCAL.

FORTELECIMENTO DO VÍNCULO COM GRUPOS DE INTERESSE

GRI G4-18, G4-19, G4-20, G4-21, G4-25, G4-26, G4-27

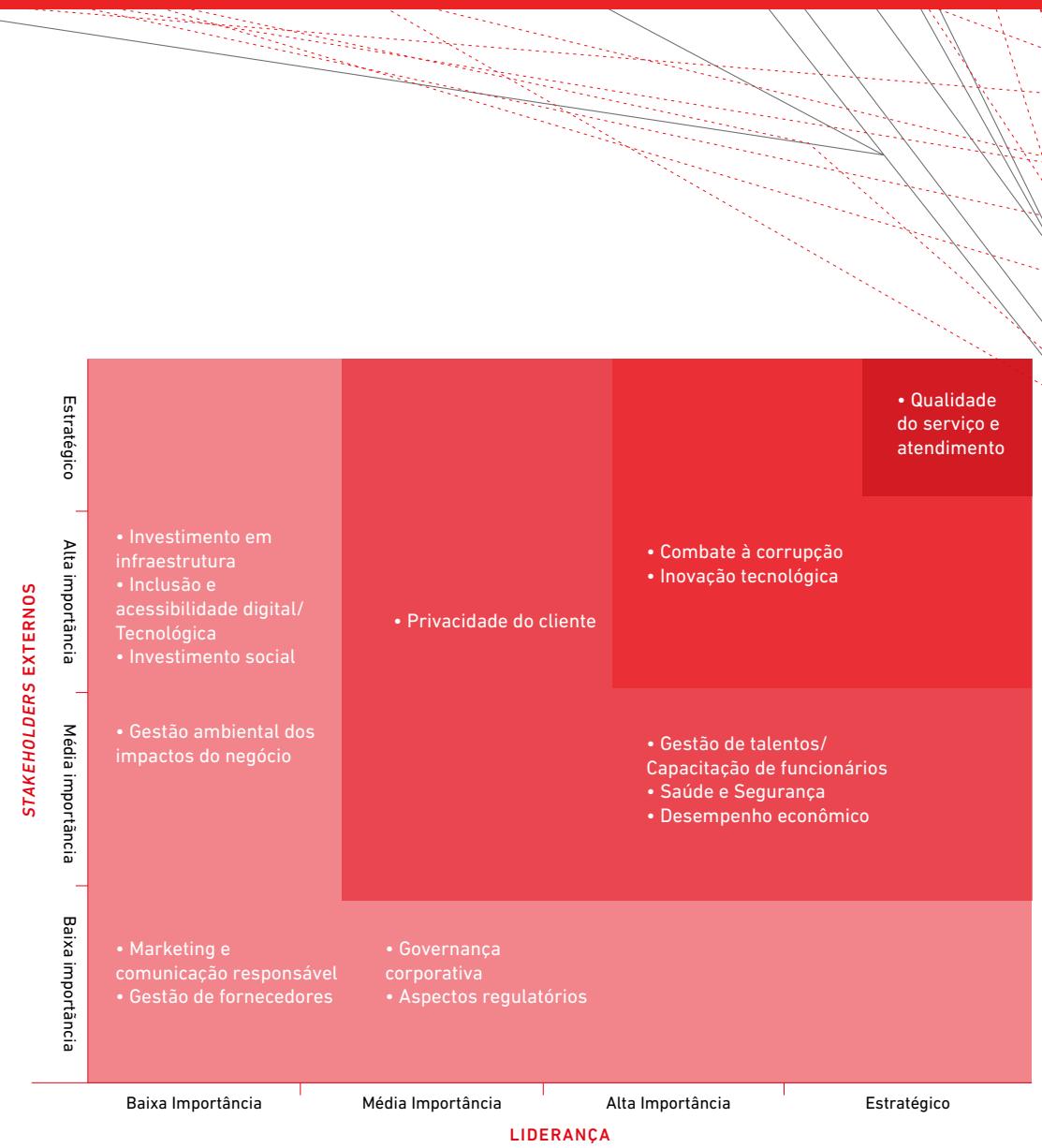
O segundo Relatório de Sustentabilidade da SKY, relativo ao período de 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2017, integra um projeto de gestão 360 graus do qual participam oito países da América Latina. Além do Brasil, as empresas do grupo AT&T no México, Colômbia, Equador, Peru, Chile, Uruguai e Argentina desenvolveram um documento baseado na versão G4 da metodologia da *Global Reporting Initiative* (GRI) – principal referência internacional para o relato de sustentabilidade, e reforçaram seu compromisso do grupo com os Princípios do Pacto Global das Nações Unidas, refletidos na Agenda 2030, por meio dos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) das Nações Unidas.

Em 2017 a SKY realizou pela primeira vez o processo de identificação dos seus temas materiais como base para o seu Relatório de Sustentabilidade e com o objetivo de entender quais os temas sociais, ambientais

e econômicos mais importantes na opinião dos seus principais grupos de relacionamento.

A condução do processo foi baseada em estudos setoriais, análise de documentos internos e referências externas e consulta ao grupo de relacionamento via questionários *online*. Após estudos e análises do alinhamento estratégico do grupo AT&T foram propostos 15 temas materiais, e via questionário *online* os temas foram enviados a 1820 pessoas e organizações dentro de nosso grupo de relacionamento, resultando na priorização de 12 temas materiais.

Esse processo foi essencial para a construção da matriz de materialidade, diretriz de um relatório no modelo GRI, que determina a abordagem e os indicadores apresentados, aprimora o vínculo com esses grupos e ajuda no alinhamento da estratégia de sustentabilidade da companhia.



A metodologia aplicada na matriz de materialidade considerou a análise dos eixos Impacto e Influência. No eixo impacto foi avaliado o grau de relevância dos temas para o sucesso do negócio, na qual foram contempladas a opinião da liderança da SKY e análise de documentos internos e referências externas. Já o eixo influência considerou o grau de relevância dos temas materiais em relação a percepção e expectativas dos grupos de interesse externo da SKY, como clientes, credenciados, fornecedores, empregados, representantes de governos e organizações do terceiro setor.

A partir daí, foi possível priorizar os 12 temas apontados como mais relevantes pelos públicos de interesse. E por meio de uma avaliação consistente, associar os temas aos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) das Nações Unidas.

RANKING DE TEMAS MATERIAIS E RELAÇÃO COM OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

Ranking	Tema	Objetivos do Desenvolvimento Sustentável ODS
1	Qualidade do serviço e atendimento	16 - Paz, justiça e instituições sólidas 9 - Indústria, inovação e infraestrutura
2	Inovação tecnológica	12 - Produção e consumo sustentáveis
3	Combate à corrupção	16 - Paz, justiça e instituições sólidas
4	Gestão de talentos / Capacitação de funcionários	5 - Igualdade de gênero 8 - Trabalho decente e crescimento econômico 4 - Educação de qualidade
5	Desempenho econômico	8 - Trabalho decente e crescimento econômico 9 - Indústria, inovação e infraestrutura 16 - Paz, justiça e instituições sólidas
6	Saúde e segurança dos funcionários	8 - Trabalho decente e crescimento econômico
7	Privacidade do cliente	16 - Paz, justiça e instituições sólidas 9 - Indústria, inovação e infraestrutura
8	Inclusão e acessibilidade digital/tecnológica	10 - Redução da desigualdade 11 - Cidades e comunidades sustentáveis
9	Investimento em infraestrutura	9 - Indústria, inovação e infraestrutura 11 - Cidades e comunidades sustentáveis
10	Investimento social	8 - Trabalho decente e crescimento econômico 9 - Indústria, inovação e infraestrutura 11 - Cidades e comunidades sustentáveis
11	Governança corporativa	16 - Paz, justiça e instituições sólidas
12	Gestão ambiental dos impactos do negócio	12 - Produção e consumo sustentáveis

PARTICIPAÇÃO EM POLÍTICAS PÚBLICAS

GRI G4-DMA, G4-S06

O Código de Ética e Conduta nos Negócios SKY tem um item específico para a abordagem de políticas públicas. O documento determina que as atividades de *lobby* em nível federal, estadual e municipal serão examinadas e aprovadas pela assessoria jurídica da companhia. Idêntico procedimento é aplicado a eventos políticos locais, atividades e visitas de funcionários federais, estaduais e municipais, bem como solicitações para serviços de consultoria envolvendo grupos de *lobby*.

O Código estabelece que nenhum fundo da empresa deverá ser usado ou nenhum serviço deverá ser prestado a partidos políticos ou candidatos a cargos políticos, exceto se permitido por lei e aprovado pela assessoria jurídica geral da SKY.

Os colaboradores responsáveis por conduzir as negociações com funcionários públicos devem estar familiarizados com as leis aplicáveis ao uso de *lobby* e aos requisitos de divulgação pública. Eles devem ainda estar cientes da proibição de qualquer pagamento

a funcionários públicos, ou em seu benefício, para induzi-los a promulgar, desconsiderar ou infringir leis ou regulamentos para o benefício da empresa. Amenidades sociais, entretenimentos e outras cortesias podem ser oferecidas na extensão adequada e justificável de acordo com as leis e os costumes aplicáveis. Presentes de alto valor ou pagamentos de entretenimentos generosos a funcionários públicos também são proibidos.

Embasada nesses conceitos e nas melhores práticas de transparência e ética, a atuação em assuntos públicos da SKY é coordenada pela Vice-Presidência de Relações Institucionais, com o apoio de várias áreas da companhia. As demandas são apresentadas pela empresa de maneira individual ou coletiva, nesse caso por meio das associações setoriais. Em 2017, a SKY integrava a Associação Brasileira de TV por Assinatura (ABTA), na qual o vice-presidente de Relações Institucionais da SKY ocupava o cargo de vice-presidente Administrativo-Financeiro; e a Associação Brasileira das Prestadoras de Serviços de Telecomunicações Com-

petitivas (TelComp), cuja vice-presidência era ocupada pelo diretor Jurídico da companhia. Adicionalmente, em 2017, a SKY passou a integrar a Asociación Interamericana de Empresas de Telecomunicaciones (ASIET), que por sua vez, contribui com a companhia a partir de estudos setoriais. |GRI G4-16|

Em 2017, a participação em assuntos públicos esteve focada nas seguintes questões, que seguem em pauta em 2018:

1. Regulamento Geral de Direitos do Consumidor de Serviços de Telecomunicações (RGC)

A SKY vem buscando a suspensão de dispositivos do RGC, regulamento publicado em março de 2014 pela Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) que, dentre outras disposições, proíbe a cobrança antecipada dos serviços de TV por assinatura. Apresentada, por meio da Associação Brasileira das Prestadoras de Serviços de Telecomunicações Competitivas (Telcomp) e da Associação Brasileira de TV por Assinatura (ABTA), a questão continua na justiça. A SKY e as

demais empresas do setor possuem ações judiciais defendendo que investem em equipamentos no momento da instalação e que muitas vezes os clientes se tornam inadimplentes logo no primeiro mês, tendo usufruído dos serviços sem pagar qualquer taxa ou mensalidade. Em 2017, o tema foi incluído na agenda de revisão regulatória da Anatel e passará por análise da agência em 2018.

2. Caixa híbrida

Também por meio das duas entidades setoriais, a SKY atua contra a imposição da Anatel de obrigar as operadoras de TV por assinatura a distribuírem caixas híbridas, que são decodificadores cuja funcionalidade adicional é a captação dos sinais terrestres das emissoras de TV aberta. O impasse nasceu com o fim do sinal analógico, que deverá ser encerrado em todo o território nacional até 2023, e já impede a transmissão de canais abertos em dezenas de municípios onde a população não possui aparelhos de televisão com tecnologia digital ou conversores avulsos nem é cliente

de TV paga que forneça aparelhos que façam tal conversão. O argumento apresentado à Anatel enfatiza que a substituição total e irrestrita das caixas híbridas é onerosa para o setor. As entidades setoriais defendem que impor tal obrigação no limite é duplicar o acesso do assinante que, em muitos casos, já dispõe de aparelhos de televisão com tecnologia digital. As operadoras de TV alegam ainda que tal medida seria ilegal, considerando que a radiodifusão é de distribuição gratuita e de obrigação do Estado e não da iniciativa privada.

3. Licença para a banda larga

A SKY solicitou que a Anatel revisasse os valores referentes à renovação de sua licença para operar no setor de banda larga em 2016, estabelecidos muito acima do que seus estudos previam. Com cerca de 300 mil assinantes de banda larga localizados fora dos grandes centros, a empresa ajuda na inclusão digital do Brasil com a oferta desse serviço.

4. Aprovação da aquisição da Time Warner pela AT&T na Anatel e Ancine

Desde a compra da Time Warner pela AT&T no valor total de aproximadamente US\$ 85,4 bilhões em outubro de 2016, a fusão entre as empresas passou a ser discutida na justiça brasileira no âmbito do Conselho Administrativo de Defesa Econômica (Cade). A operação é contestada com base em um dos artigos da lei de TV por assinatura. A lei brasileira proíbe que uma empresa desenvolvedora de conteúdo, o que ocorre com a Time Warner, seja, ao mesmo tempo, a controladora de uma companhia dona da infraestrutura de telecomunicações, caso da AT&T. Em 2017, a aquisição foi julgada e aprovada com algumas restrições pelo tribunal do Cade. Para ser concluída, a compra ainda precisa ser analisada pelo Departamento de Justiça Norte Americano e, posteriormente, pela Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel).

3 | ENTRETEMOS

Minha SKY

**SKY BANDA
LARGA™**



...UNSUMIDOR.
PRODUTOS E SERVIÇOS
OS PÚBLICOS; O SKY PRÉ-PAGO,
NAO QUER TER O COMPROMISSO DE UMA
MAS FAZ QUESTÃO DA QUALIDADE SKY,
TEM CONTEÚDOS EM HD
O MELHOR
DO PARA
ENTE.

NOSSOS PRODUTOS

GRI G4-4

A SKY mantém duas operações: 1) comercialização de produtos e serviços de TV por assinatura e 2) internet banda larga. Maior empresa de TV paga via satélite do País, seus 5,3 milhões de clientes representam cerca de 29,8% do *market share* e o segundo lugar no mercado de TV paga no Brasil, de acordo com dados divulgados pela Anatel no final de 2017.

TV por assinatura

Com cobertura para todo o Brasil, a SKY oferece uma grade de canais muito variada, com ofertas de conteúdo digital e em alta definição. São 79 canais em High Definition, 172 em Standard Definition, e em sua programação destacam-se: canais do grupo Discovery Networks (Discovery, Discovery Kids, Animal Planet, entre outros), HBO (com nove canais de filmes, além de Sony, AXN e E!), Globosat (que inclui Telecine, VIVA, GNT e Multishow), Viacom (Nickelodeon, MTV), Turner (Cartoon Network, CNN, TNT, Warner), Food Network, entre outros. Em TV paga oferece duas opções para seus clientes:

SKY PÓS-PAGO – O SKY Pós-Pago entrega som e imagem em alta definição, dentro de sete opções de pacotes de canais, que podem ser acrescidos de canais de futebol, luta, adultos, esses no sistema de pay-per-view. Este conteúdo é pago mensalmente, conforme contrato de assinatura. Segundo as tendências de mercado mundiais, a SKY também conta com dois produtos de vídeo sob demanda e via streaming. O Cine SKY permite que o cliente alugue para assistir em sua TV, por 24 horas, filmes de sucesso logo após a sua exibição no cinema. Já o SKY Online é a plataforma para alugar e assistir aos mesmos filmes do Cine SKY via internet, em computadores, celulares, tablets e consoles de games. Além dos filmes e dos shows, no SKY Online o cliente pode consultar uma enorme variedade de conteúdo dos canais de seu pacote de TV, para assistir onde e quando quiser.

SKY PRÉ-PAGO – Com o SKY PRÉ-PAGO, o cliente recarrega o serviço quando quiser e puder, com opções econômicas e flexíveis para quem não quer se comprometer com uma assinatura mensal. Ele adquire a antena e o decoder, e escolhe a recarga mais adequada ao seu perfil. É uma forma de garantir a programação variada e de qualidade da TV fechada, sem ter de arcar com uma mensalidade fixa. A partir de R\$ 34,90, o cliente PRÉ-PAGO já tem acesso à programação por 15 dias – e ainda pode complementar sua recarga com futebol, canais de filmes e muito mais. As recargas podem ser efetuadas pela internet, telefone, lojas SKY e em mais de 200 mil pontos de vendas (padarias, farmácias, bancas de jornal, bares, postos de combustível e outros).

Banda larga
meter com uma assinatura mensal. Ele adquire a antena e o decoder, e escolhe a recarga mais adequada ao seu perfil. É uma forma de garantir a programação variada e de qualidade da TV fechada, sem ter de arcar com uma mensalidade fixa. A partir de R\$ 34,90, o cliente PRÉ-PAGO já tem acesso à programação por 15 dias – e ainda pode complementar sua recarga com futebol, canais de filmes e muito mais. As recargas podem ser efetuadas pela internet, telefone, lojas SKY e em mais de 200 mil pontos de vendas (padarias, farmácias, bancas de jornal, bares, postos de combustível e outros).

Desde 2011 a SKY também oferece o serviço de Banda Larga fixa. Diferente das principais operadoras, a SKY utiliza a moderna tecnologia LTE, o que permite fácil instalação, maior estabilidade de sinal e menor impacto na infraestrutura local. Estrategicamente atuam em mais de 120 cidades espalhadas por todo território nacional e contam com opções de 2, 4, 6 e 10 MEGA. Ao final de 2017, a SKY fechou sua base com mais de

350 mil assinantes, o que representou um aumento de 54,86 mil assinantes (+17,69%). Segundo notícia publicada pela Anatel¹ em janeiro de 2018, a empresa foi uma das grandes responsáveis pela expansão do serviço de Banda Larga no Brasil.

1. Disponível em: <http://www.anatel.gov.br/institucional/ultimas-noticiass/1879-em-2017-banda-larga-fixa-cresce-7-15-impulsionada-por-provedores-regionais>

RESPONSABILIDADE POR PRODUTOS E SERVIÇOS

GRI G4-DMA, GRI G4-PR7, GRI PR-9, GRI G4-PR9, GRI PR-8

Todas as comunicações SKY são pautadas pelas normas de mercado e por orientações do Conselho Nacional de Auto-regulamentação Publicitária (Conar) e o seu marketing digital faz parte do IAB Brasil (*Interactive Advertising Bureau*), entidade que regulamenta os formatos e normas do setor de mídia digital. A SKY faz também parte da Associação Brasileira de Anunciantes (ABA), entidade que regulamenta os formatos e as normas do setor de mídia digital.

Em 2017, nenhuma representação apresentada no Conar determinou a retirada de campanha publicitária da empresa, que também não foi condenada em processos judiciais relativos à atividade publicitária ou de marketing.

As ações ajuizadas por consumidores em Juizados Especiais (JEC) são gerenciadas pela Diretoria Jurídica, que as direcionam a escritórios de advocacia credenciados conforme critérios que consideram a região do País e a especialidade dos profissionais, bem como as sanções e processos administrativos aplicados

pela Anatel. As reclamações administrativas feitas por clientes na Anatel ou no Procon são tratadas pela Vice-Presidência de Clientes. Em 2017, a SKY pagou o total de R\$ 70.152.711,16 por não conformidades em produtos e serviços, o que representou uma redução de 21% do valor em comparação ao ano anterior.

Valor total pago por não conformidade com leis e regulamentos relativos ao fornecimento e uso de produtos e serviços

	2016	2017
Multas administrativas - ANATEL	R\$16.715,75	R\$28.458,76
Acordos judiciais - JEC	R\$21.193.494,07	R\$11.379.514,93
Condenações judiciais - JEC	R\$79.253.452,19	R\$58.744.737,47
TOTAL	R\$100.463.662,01	R\$70.152.711,16

Desde 2012 e 2015 respectivamente, a SKY mantém Totens e Tablets de Conciliação dentro de fóruns e Procons, o que evitou que mais de 90% dos consumidores chegassem a efetivar uma ação judicial ou reclamação contra a empresa. A medida, que desafogou o Judiciário e a máquina pública, rendeu à SKY o prêmio Conciliar

Legal 2012, concedido pelo Conselho Nacional de Justiça pela primeira vez a uma empresa privada.

Em 2017, com a digitalização dos tribunais de justiça, no entanto, os Totens e Tablets perderam consideravelmente seu valor de uso. Com objetivo de mapear a

causa raiz de cada processo judicial recebido, foram criadas em 2016 as chamadas *War Rooms* com foco em JEC. Lideradas pela diretoria jurídica, a iniciativa contou com equipes multifuncionais de diferentes áreas da empresa, trabalhando em conjunto para identificar a origem dos processos judiciais recebidos,

buscando encontrar como e em que área da empresa o problema ocorreu. Posteriormente, os grupos desenvolvem planos de ação para resolver o problema em conjunto com as áreas de negócio e acompanham a evolução das iniciativas mitigatórias.

Em comparação com 2016, no ano de 2017 a SKY recebeu 21% menos processos em Juizados Especiais e tem como meta para 2018 reduzir esse número para 26%.

NÚMERO DE RECLAMAÇÕES RECEBIDAS

Canais de reclamação	2016	2017
Anatel – TV por assinatura	189.347	169.712
Anatel – banda larga	10.835	12.213
Procon	104.330	82.052
Juizado Especial Cível - JEC	50.979	40.463

BANCA LARGA EM REGIÕES DE DIFÍCIL ACESSO

Como parte da estratégia da companhia, a SKY disponibiliza o serviço de banda larga em áreas de difícil acesso, com pouca ou nenhuma oferta de tal serviço. A

partir dessa oferta, a SKY fomenta a inserção tecnológica dessas áreas. Em muitos casos, a infraestrutura dessas regiões é muito mais carente comparada a centros urbanos. Por isso, a empresa encara mais desafios ao prestar esse serviço, como por exemplo, maior incidência de falta de energia elétrica nas regiões.

Em 2017, o total de reclamações relativas à banda larga recebidas pela ANATEL sofreu um aumento de 12% em comparação com 2016. Em termos percentuais o aumento de reclamações se deu devido à expansão da base de clientes, que passou de 320 para 350 mil assinantes. Não obstante, em 2017, a empresa foi recertificada pela ANATEL – certificação anual dos processos internos referentes ao serviço de banda larga para garantir que as atividades da empresa estão sendo executadas de forma correta. Não houve nenhuma não conformidade identificada no processo de certificação.

PRIVACIDADE DO CLIENTE E SEGURANÇA DA INFORMAÇÃO

Ciente da importância em garantir a privacidade das informações de seus clientes, a SKY se mantém ade-

rente aos regulamentos nacionais referentes ao tema, e os termos comerciais são mantidos devidamente documentados e acessíveis aos seus clientes nos contratos de serviços e/ou nas políticas de privacidade de dados no site da companhia.

A vice-presidência jurídica elabora termos jurídicos que tratam sobre privacidade de usuários de serviços oferecidos pela SKY, como a Política dos sites e APPS. Nesse sentido, todos os funcionários da SKY assinam um termo de confidencialidade assim como todos os contratos com fornecedores possuem cláusulas de confidencialidade e proteção de dados. As Cláusulas de Confidencialidade e proteção de dados nos contratos dos clientes ficam disponíveis publicamente no site da Sky (<https://www.sky.com.br/contratos-clausula-19.6>), bem como sua Política de Privacidade de dados (<https://www.sky.com.br/politica-de-privacidade>). Adicionalmente, a empresa mantém um Termo de Uso do aplicativo SKY, o qual dispõe acerca da utilização e armazenagem dos dados dos usuários e uma política interna de segurança da informação.

A elaboração de políticas internas e controle de privacidade fica a cargo da equipe de IT Security, coordenada pela vice-presidência de Tecnologia da Informação. A empresa possui políticas específicas sobre uso de dados da empresa e anualmente a SKY assume o compromisso de comunicar estas políticas a seus funcionários e também aos terceiros que estejam autorizados a visualizar e manipular dados privados.

Em 2017, não foram registrados casos de violação da privacidade do Cliente.

DIFERENCIAL DE QUALIDADE

GRI G4-DMA, GRI G4-DMA, G4-PR5

A SKY possui uma política de qualidade para atender às expectativas de seus assinantes de TV paga e banda larga, tanto em termos de transmissão (qualidade de imagem, som e dados) quanto em conteúdo, no caso da TV por assinatura. O objetivo é buscar excelência na oferta de tudo que está previsto em contrato visando à satisfação plena dos clientes. Para isso, utiliza as seguintes diretrizes:

1. Promover a melhoria contínua do Sistema de Gestão de Qualidade;
2. Promover a melhoria contínua dos processos operacionais;
3. Manter o Centro de Transmissão tecnologicamente atualizado;
4. Garantir o atendimento aos requisitos legais e regulamentares aplicáveis.



- **Prêmio Consumidor Moderno de Excelência em Serviços ao Consumidor** – Em 2017, a SKY conquistou pela **15ª vez consecutiva o título de Campeã, na categoria TV Digital**. Trata-se do mais valorizado reconhecimento da qualidade de serviços no Brasil – comparável ao JD Power, o respeitado prêmio norte-americano da área de relacionamento com os clientes. Este ano, o presidente Luiz Eduardo Baptista da Rocha, Bap, foi eleito CEO do Ano, pela segunda vez – a primeira aconteceu em 2011. O Prêmio Consumidor Moderno de Excelência em Serviços ao Consumidor é conduzido pelo Centro de Inteligência Padrão (CIP), responsável pela produção de pesquisas e estudos sobre os diversos aspectos que norteiam o relacionamento entre empresas e clientes no país. A premiação é aberta a qualquer empresa que atue no Brasil e disponha de canais de comunicação com o cliente.



- **Folha Top of Mind** – O primeiro lugar foi conquistado pela SKY pela 6ª vez, em 2017, na categoria "TV por Assinatura". Em sua 27ª edição, a pesquisa é a maior referência em estudo de marcas do Brasil, contempla todas as classes econômicas e é a única com abrangência nacional. Realizada pelo Datafolha e publicada pela Folha de São Paulo, apresenta as marcas mais lembradas pelos brasileiros de mais de 200 cidades. É um orgulho para os funcionários da SKY, e para a equipe de Marketing em particular, trabalhar em uma empresa que é a mais lembrada em seu ramo de atividade. A conquista deste ano foi
- **Marca Mais** – Em 2017, a SKY conquistou, pelo 3º ano consecutivo, a posição de **Empresa Mais Engajada Nacionalmente**, na categoria "TV por Assinatura", no estudo **Marca Mais**. Realizado pela TroianoBranding, uma das mais respeitadas empresas brasileiras de consultoria na área de branding, em parceria com o jornal O Estado de S. Paulo, o estudo

O Sistema de Gestão da Qualidade da Operação da Engenharia de Transmissão de Tamboré foi certificado na norma ISO9001:2015 em março de 2017. O escopo da certificação compreende a recepção e entrega de conteúdo de imagem, som e dados para assinantes SKY. A implantação do Sistema de Gestão da Qualidade permite atender com mais organização e segurança todas as demandas do negócio, a fim de promover melhoria nos produtos oferecidos aos assinantes. O pensamento de melhoria continua dos processos estruturados torna nossas operações cada vez mais ágeis e robustas.

A EXPERIÊNCIA DAS WAR ROOMS

Um complexo processo de migração sistêmica iniciado no final de 2014 substituiu 80% das plataformas utilizadas na empresa em dois anos e acarretou uma série de impactos sobre os clientes da SKY, coincidindo com um período de grande mudança de cenário econômico. Para mitigá-los, uma verdadeira operação de guerra foi montada ainda em 2015, mas que atingiu seu auge em 2016, quando cerca de 120 pessoas de mais de 38 áreas atuaram no projeto. Lideradas pela

área de Clientes, as chamadas *War Rooms* consistiram em forças-tarefa integradas por especialistas de diferentes áreas da SKY e com alto poder de decisão para responder aos desafios com a urgência e a efetividade necessárias.

Ainda em 2016 obteve-se uma alta performance a partir da atividade das *War Rooms*: o número de demandas na Anatel foi reduzido em mais de 50% e o de chamadas para o SAC em 60%, motivado pela estratégia de autoatendimento na URA e aumento do FCR (*First Call Resolution*), que significa que o cliente teve o problema resolvido no primeiro contato com a empresa. Nesse mesmo ano, os indicadores de FCR também atingiram patamares de excelência, sendo as *War Rooms* um dos principais motivadores do desempenho.

RESULTADOS EXPRESSIVOS EM SATISFAÇÃO DO CLIENTE

Em 2017, os frutos resultantes das atividades das *War Rooms* continuaram sendo colhidos. Em comparação com 2016, as chamadas no SAC sofreram redução de cerca de 27% e a companhia atingiu o melhor índice de chamadas por assinante da história da empresa.

Esses resultados foram motivados pela melhoria operacional de toda empresa e pela estratégia de automatização de contatos.

As melhorias nas operações da empresa incluíram a estabilização em sistemas, melhoria no agendamento e serviço de campo, melhoria no sinal do cliente gerado pelo novo satélite, diminuição no índice de erros em faturamento, além, do menor índice de utilização de BackOffice da história da companhia.

No que diz respeito a autoatendimento, a empresa passou a disponibilizar maior variedade de canais: foram lançados os *chat bots* e agentes virtuais e o novo App Minha Sky. Os resultados foram expressivos: a retenção da Unidade de Resposta Audível (URA) melhorou em aproximadamente 19% em comparação com 2016 e o atendimento com agente virtual representou aproximadamente 20% no ativo.

Qualidade em interação e autoatendimento

Antes das *War Rooms*, o foco da SKY estava na redução do grande volume de reclamações nas centrais de atendimento da empresa. Com a expressiva redução de chamadas nos *call centers* em 2016 e 2017, as iniciativas de atendimento ao cliente passaram a se concentrar muito mais na **qualidade do atendimento**. Em outras palavras, as iniciativas da empresa focaram-se em **melhorar a experiência do cliente através de um atendimento de alta qualidade**.

Nesse sentido, destacaram-se duas vertentes. Em casos de problemas simples, o problema passou a ser resolvido pelo próprio cliente através da automatização. Assim, a SKY focou-se em aumentar a oferta de canais de autoserviço e em desenvolver ainda mais as funcionalidades dos mesmos, acompanhando e reforçando o processo de digitalização da empresa.

Já problemas mais complexos, são tratados por humanos que, por sua vez, oferecem um atendimento de alta qualidade focado não apenas na resolução do problema, mas na geração de um atendimento diferenciado e que fideliza o cliente. As chamadas “ações de encantamento” são iniciativas desenvolvidas para tornar o atendimento menos robotizado e mais humanizado, gerando no cliente senso de acolhimento e trazendo maior engajamento por parte do atendente. À exemplo disso, o script que cada atendente segue durante o atendimento foi flexibilizado, o que tornou a interação muito mais natural e personalizada.



PESQUISAS DE SATISFAÇÃO

A SKY direciona esforços para que todas as solicitações sejam resolvidas no primeiro contato do cliente, o chamado *First Call Resolution* (FCR), um de seus principais indicadores de qualidade. Em 2017 houve aumento do FCR, que se manteve em patamares de excelência.

Além disso, a SKY avalia diariamente a satisfação de seus clientes. Ao final da chamada na URA, o assinante é convidado a participar de uma pesquisa de satisfação. Os resultados são acompanhados por meio da metodologia Net Promoter Score (NPS), que considera os clientes que deram as notas 9 e 10 como promotores da marca e os que deram notas entre 1 a 6, como detratores. Os demais, que deram notas 7 e 8, são considerados neutros. Para comparar a evolução nos índices de satisfação dos clientes, é utilizada a seguinte fórmula: $(\text{soma das notas 9 e 10}) - (\text{soma das notas 1 a 6}) / (\text{soma das notas 1 a 10})$.

Com isso, são obtidos os índices de satisfação que, por motivos estratégicos, não são divulgados ao mercado,



DETRATORES
Clientes que sujam a reputação da empresa e eventualmente **migram para o concorrente**

NEUTROS
PROMOTORES
Utilizam mais produtos, recomendam a empresa para mais pessoas e **permanecem mais tempo como clientes**.

mas estão em constante evolução:

TV pré-paga: avaliações melhoraram cerca de 11 pontos percentuais em relação a 2016;

TV pós-paga: aproximadamente 8 pontos percentuais de melhoria na nota dos clientes;

Internet banda larga: Aumento de cerca de 10 pontos percentuais na avaliação dos clientes.

Além do atendimento telefônico, os clientes da SKY são convidados a avaliar todos os atendimentos que os técnicos da empresa realizam em campo, seja assistência técnica ou instalação do primeiro ponto.

Para 2018 a meta é chegar próximo a 80% dos clientes atribuindo notas 9 e 10.

4 | INOVAMOS



TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

GRI G4-4, GRI G4-13

Visando atender à demanda do cliente que busca um atendimento cada vez mais digitalizado e manter a SKY aliada às tendências de produtos relacionados à televisão e ao entretenimento, em abril de 2016, foi criada a vice-presidência de Digital. A área começou a funcionar para estruturar processos e serviços buscando aumentar a eficiência e a satisfação dos clientes por meio da tecnologia digital.

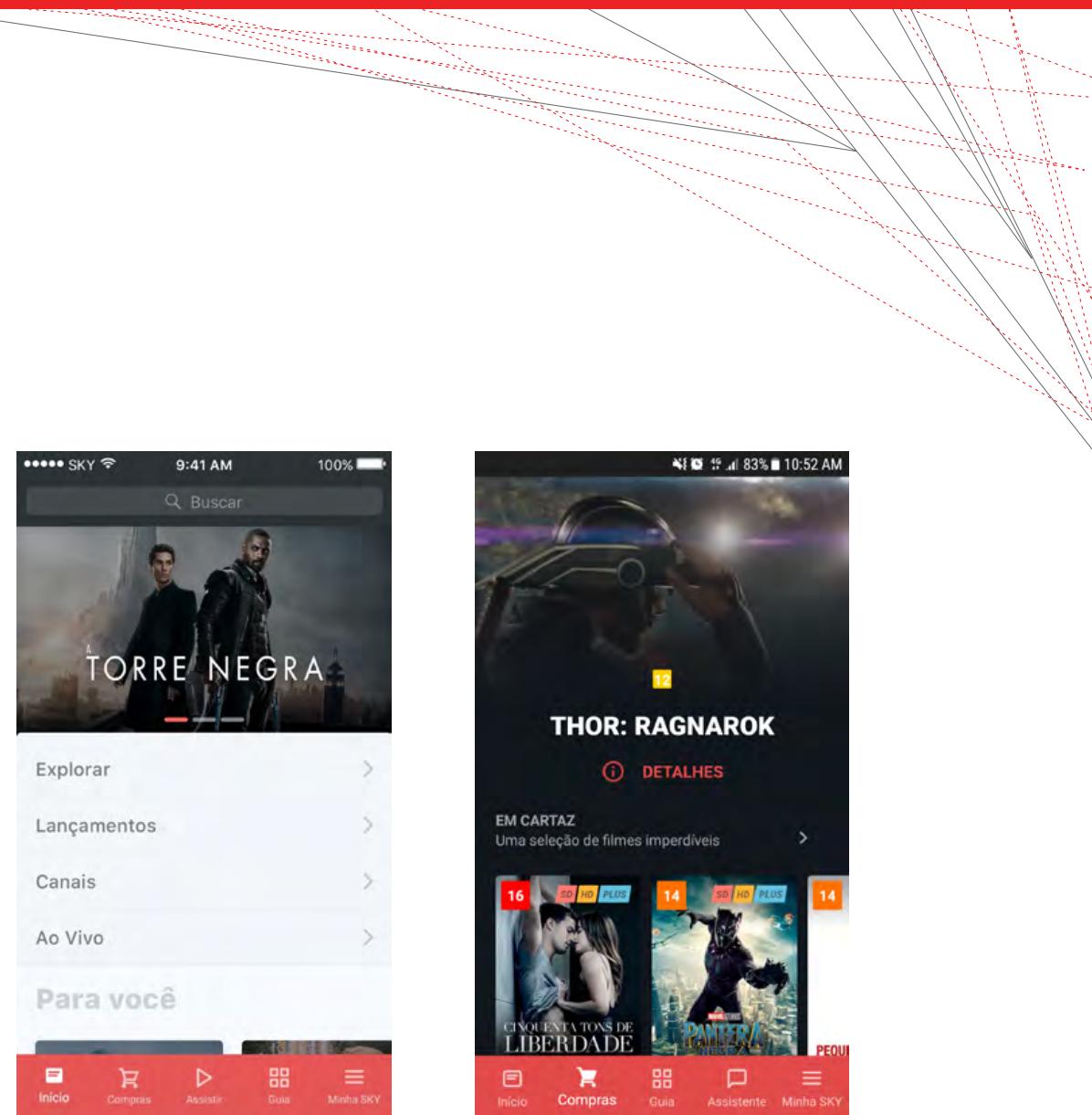
Novos projetos de digitalização começaram a ganhar forma em 2016 e foram colocados em prática em 2017, consolidando oficialmente o início do processo de transformação digital da SKY - um processo de longo prazo e ainda em curso. Os projetos ajudam a fortalecer o elo entre a SKY, seus clientes e sua rede credenciada, pois revisam processos, diminuem a margem de erro e rentabilizam a operação, além de representarem atributos que são essenciais para negócio: conveniência, facilidade, rapidez e eficiência.

Não obstante, o processo de digitalização é altamente desafiador pois acarreta a quebra de paradigmas e

abertura a novos rumos tecnológicos. Nesse sentido, item fundamental para que essa mudança pudesse ocorrer efetivamente foi o suporte da alta gerência da empresa. A transformação digital da empresa acompanha um processo de revolução digital global e demanda não apenas novas ofertas de canais digitais, mas também, uma mudança na mentalidade dos funcionários e da empresa como um todo. Por ser muito mais orientada pelo cliente, a cultura digital possui acordos de níveis de serviço (SLAs) muito menores, pois se baseia em conceitos como "expectativa líquida", isto é, a expectativa gerada em consumidores digitais ao compararem a experiência que diferentes empresas lhe provêm.

APP MINHA SKY

Em janeiro de 2017 foi lançado oficialmente o Minha SKY, um aplicativo para celulares e tablets, que permite facilidades como consulta à grade de programação, gravação a distância, compra de filmes ou transmissões esportivas, consulta e pagamento de faturas, consulta sobre visitas técnicas, entre outras.



Com o novo APP o volume de alugueis aumentou 300%. Adicionalmente, o APP já é responsável por cerca de 20% das vendas de produtos da SKY e conta com 1,2M de clientes ativos, que o utilizam mensalmente. Tudo isso com um custo de atendimento uma fração do atendimento humano via call center.

CÉLULAS ÁGEIS

Em consonância com a agilidade que o consumo no mundo digital demanda, a empresa repensou a maneira que operava e em 2017 migrou grupos de desenvolvimento de tecnologia que trabalhavam em metodologia tradicional para metodologia AGIL. O método ágil se baseia em um conjunto de métodos e práticas e institui uma forma de trabalho colaborativa e menos hierarquizada que os modelos tradicionais. A SKY adaptou-se à metodologia e instituiu grupos de trabalho colaborativos compostos por equipes multifuncionais. Os chamados *squads* são em geral equipes de 9 profissionais de diferentes áreas e habilidades, que ficam alocados em conjunto tentando desenvolver a melhor solução para diversos problemas.

Por serem menos verticais e mais horizontais, a relação de trabalho entre os participantes dos *squads* é mais focada nos resultados do que na forma como atingi-los, o que gera flexibilidade no trabalho de cada um e possibilidade de desenvolvimento de resultados inovadores.

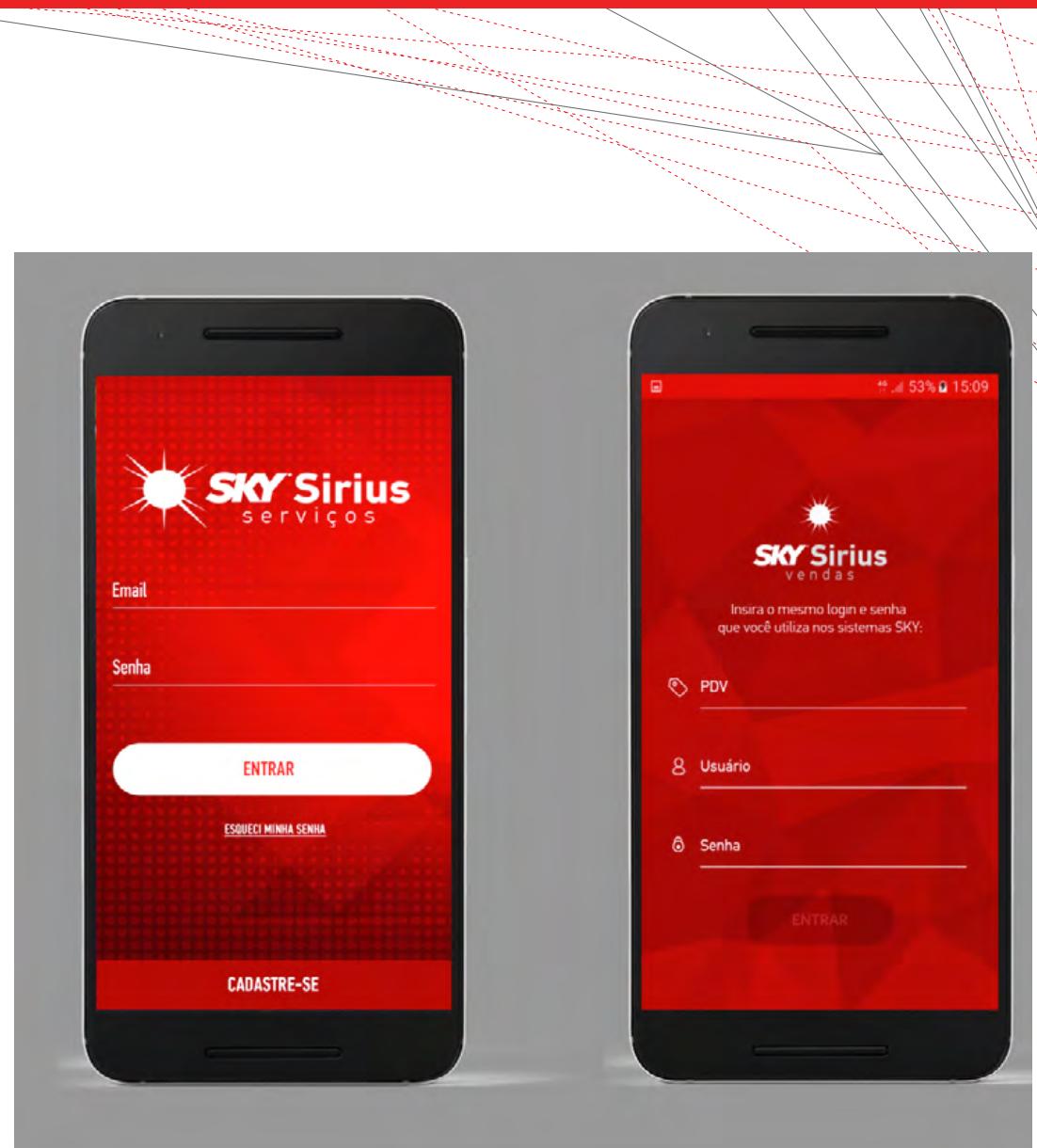
Para facilitar ainda mais a transversalidade e diversi-

dade das equipes os espaços físicos estão sendo também transformados. Em 2017 o layout da área Digital foi totalmente remodelado com o conceito *open space* e "aquários" onde as equipes, independentemente do cargo, podem interagir e se comunicar mais facilmente, incentivando também a criatividade, exposição e a rapidez na solução de problemas.

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL DO CAMPO

Com a implantação finalizada em 2017, a plataforma SKY Sirius passou a oferecer conveniência para o cliente, com a integração de aplicativos, processos automatizados e toda a documentação digital, eliminando o papel. Por meio dele, o cliente pode solicitar e agendar visitas técnicas, bem como acompanhar os pedidos de serviços solicitados no aplicativo "Minha SKY". Para acompanhar o uso da plataforma, foi criado também em 2017 o Centro de Controle Sirius (CCS), focado na excelência de atendimento ao cliente, e na gestão efetiva dos técnicos e serviços prestados.

Pelo SKY Sirius Serviços, o técnico recebe a Ordem de Serviço (OS) com endereço atualizado, finaliza a OS, dá baixa nos materiais utilizados e vê a avaliação do cliente sobre o serviço executado. A proposta é colocar ferramentas fáceis de usar nas mãos dos vendedores e garantir aos credenciados melhores desempenhos das suas equipes. O aplicativo SKY Sirius Vendas oferece consulta de crédito online, cadastro de venda, sem



erros e o vendedor ainda poderá copiar documentos, colher a assinatura digital do cliente no contrato de adesão e enviar os comprovantes por e-mail. O cliente deixa o ponto de venda com a instalação já agendada, para o dia e período de sua conveniência. Atualmente, 100% dos técnicos e vendedores utilizam o APP.

Também lançado em 2017, o programa SKY Nexus aprimorou o modelo de comissionamento de vendas e serviços e modificou a relação entre SKY e rede credenciada. O programa tem como base duas premissas: a melhoria na qualidade de vendas e serviços e a meritocracia, promovendo uma relação “ganha-ganha” – quanto melhor for o desempenho do credenciado em relação ao conjunto de indicadores, maior a sua remuneração.

DNA 2.0 – INSTRUMENTALIZAÇÃO DA CENTRAL DE ATENDIMENTO

Para a SKY, cada cliente possui um diferente DNA e para cada um deles a empresa desenvolve tratamento diferenciado. O DNA é definido a partir da inteligência de uso de dados utilizada para extrair mais valor da base de clientes e tem como essência assegurar

que todos os contatos com os assinantes sejam mais personalizados. O DNA 2.0 diz respeito ao acúmulo de informações na base de dados e aprendizado dos sistemas de inteligência, o que ajuda a empresa a tomar decisões mais assertivas.

Hoje, a SKY conhece muito mais os seus clientes e tem muito mais informações relativas à experiência do usuário. Considerando as características específicas do cliente, a empresa o direciona para células específicas de atendimento – por exemplo, clientes Tier 1 (que trazem maior retorno à companhia) são atendidos por operadores sêniores com diferentes alcadas.

Além disso, as ofertas de negociação e retenção são direcionadas de forma mais assertiva, indicando aos atendentes sempre a melhor opção de oferta para o assinante, o que maximiza o aceite, minimiza desconto e estende o tempo desse cliente na base. Como resultado, desde a implantação do programa houve cerca de 30% de redução de perdes de dívida e descontos.



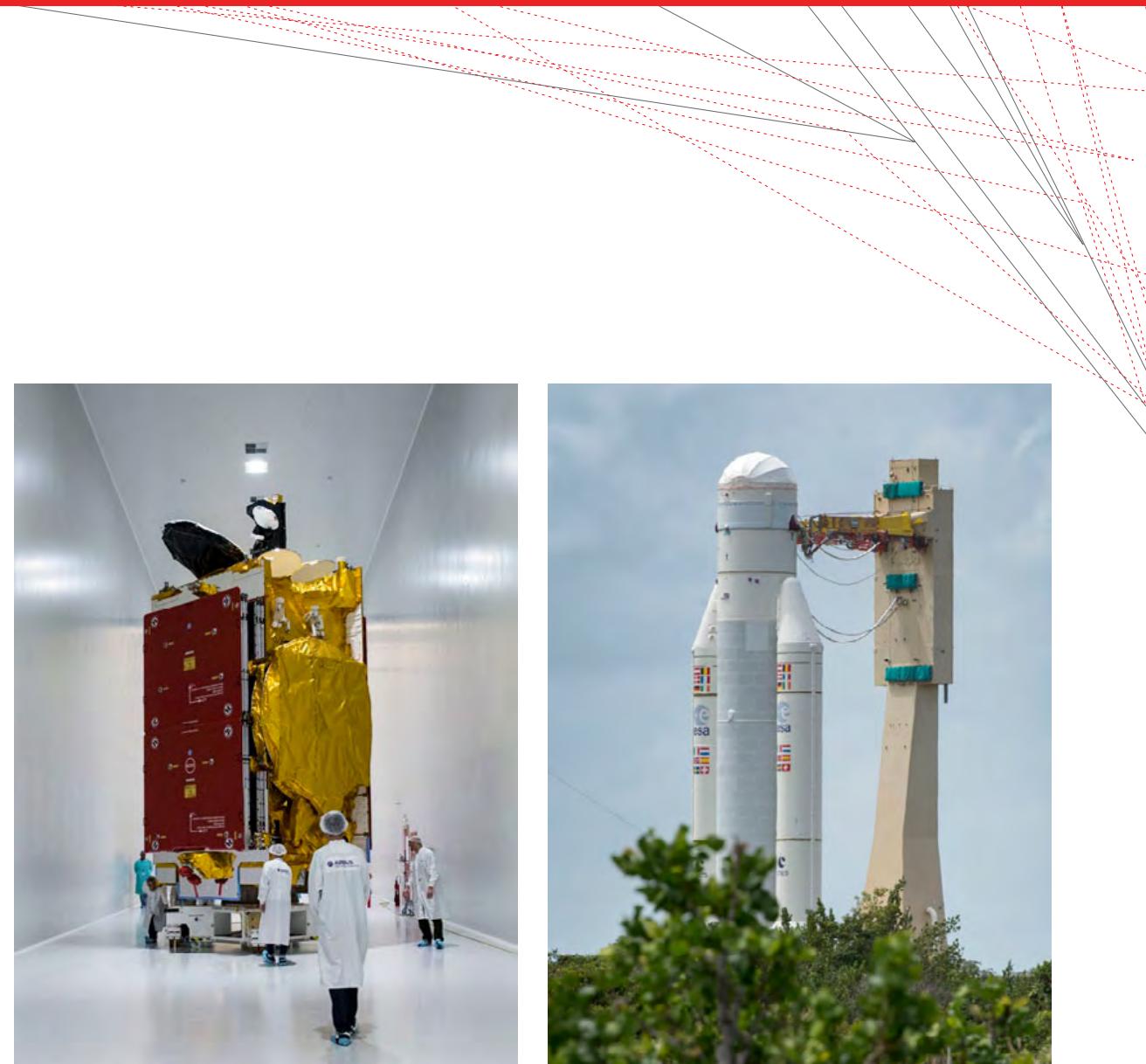
SATÉLITE SKY B1

Investimentos de R\$ 1,3 bilhão mantiveram a SKY na vanguarda da tecnologia de TV paga e foram empregados na construção de um segundo centro de transmissões e no lançamento de um novo satélite, que reforça a capacidade de ampliar a oferta de novos canais e a qualidade dos serviços.

Com envergadura de 50 metros, peso de 6,3 toneladas e capacidade para operar com até 60 *transponders*, o satélite SKY B1 foi fabricado na França, pela Airbus Defense & Space, e seu lançamento ocorreu em fevereiro de 2017 pelo foguete Ariane-5, da empresa Arianespace, a partir da cidade de Kourou, na Guiana Francesa. Com precisão, o satélite foi colocado em órbita a 36 mil quilômetros de altura, distância equivalente a três vezes o diâmetro da terra.

O lançamento do novo satélite e a inauguração do novo centro de transmissão elevam a capacidade de transmissão de conteúdo da SKY para patamares inéditos no mercado de TV paga por assinatura. Graças às suas

características e capacidades – projetadas com a participação direta do time de Engenharia da SKY – o novo satélite não apenas permitiu a ampliação da oferta do número de canais HD, de eventos exclusivos e de novas opções em pay-per-view, assim como de novas funcionalidades, como mosaicos que facilitam a busca de conteúdos e transformam a experiência de ver TV pelos clientes.



CENTRO DE TRANSMISSÃO DE JAGUARIÚNA - JBC

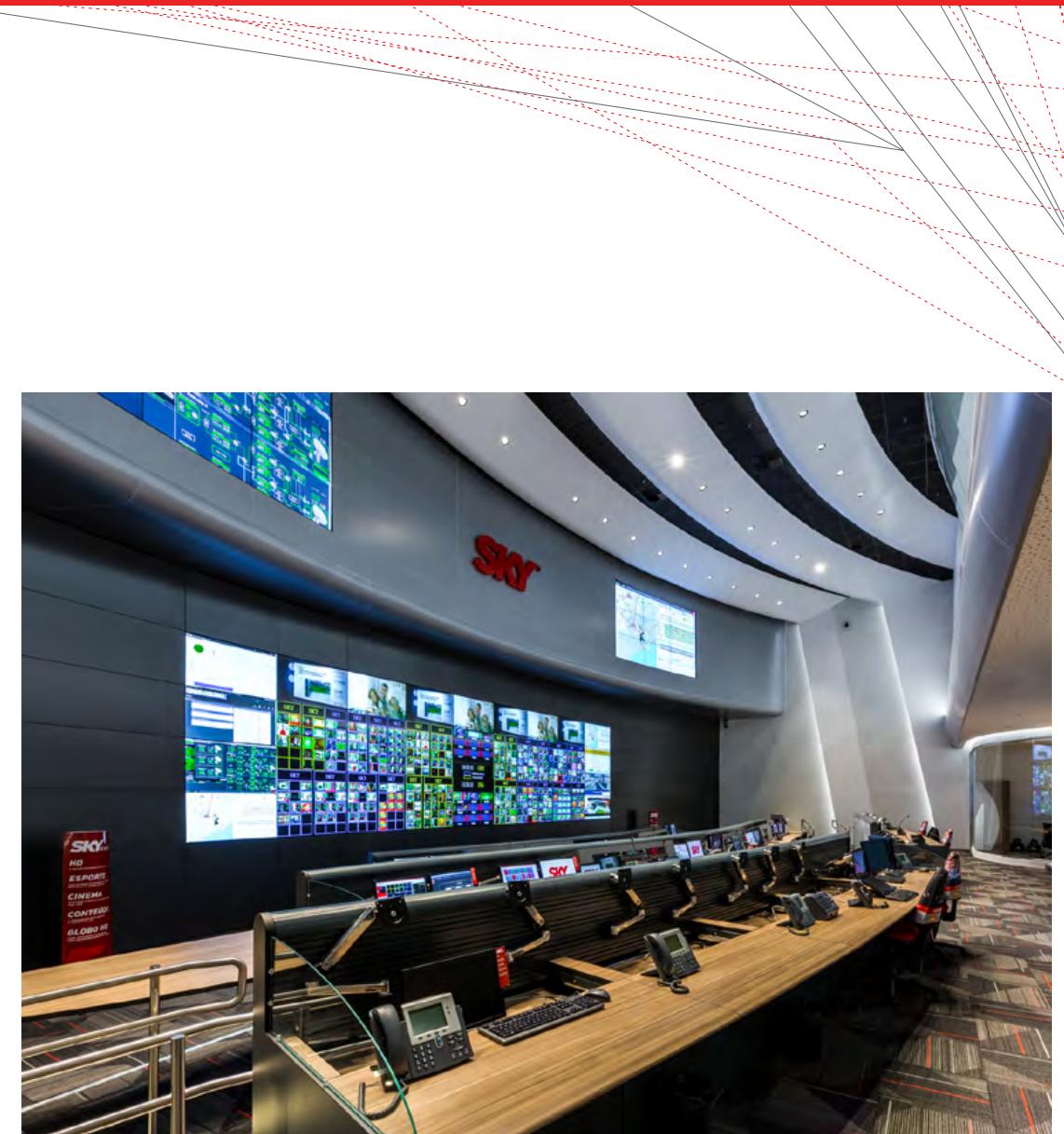
Os diferenciais do Centro de Transmissão começaram na concepção do projeto, com inovações que proporcionaram o prêmio de melhor Datacenter Empresarial, conferido pelo Datacenter Dynamics em 2015. A qualidade e as redundâncias dos equipamentos utilizados, bem como sua eficiência energética, foram os pilares para a premiação. O projeto segue o conceito de alta disponibilidade, com um layout especialmente desenvolvido com foco em eficiência operacional, a partir de soluções construtivas que privilegiaram o bom uso dos recursos naturais e o menor impacto ambiental.

Concebido com base nas mais modernas tecnologias disponíveis no mundo e nos conceitos de sustentabilidade, o Centro de Transmissão de Jaguariúna (JBC – Jaguariúna Broadcast Center) combina viabilidade econômica a aspectos ambientais e sociais. Com 17 mil metros quadrados de área construída e 41 antenas, é a maior instalação dessa natureza na América

Latina e deve atender às necessidades da SKY pelos próximos 20 anos. Está localizado a cerca de 100 quilômetros do primeiro centro de transmissão da companhia, que opera em Tamboré, na Grande São Paulo. As obras civis foram concluídas no final de 2016, dentro do prazo previsto, e as operações foram paulatinamente assumidas ao longo de 2017, ficando as instalações de Tamboré como backup e operação de alguns canais. A própria escolha do novo local foi determinada pela distância entre as duas instalações, o que representa tanto a facilidade de deslocamento de equipes como a mitigação de riscos necessária na gestão de centros redundantes, assegurando a continuidade do negócio.

REFERÊNCIA EM TECNOLOGIA SUSTENTÁVEL

O grande destaque ambiental é eficiência energética, como uma nova tecnologia de transmissores de sinal



para satélite, que consome dez vezes menos energia por canal quando comparado a centros mais antigos. Ao mesmo tempo, 100% dos racks de equipamentos possuem chaminés que encaminham o ar quente diretamente para o retorno, com economia em torno de 30% de energia em relação a um projeto padrão. Outros cuidados incluem condicionadores de ar sem evaporação de água, piso permeável, água de reuso para irrigação de jardim e geradores de energia certificados por baixa emissão de poluentes. Durante a construção, houve rigoroso controle de descartes de resíduos e todos os caminhões eram lavados antes de sair do canteiro de obras, para evitar sujeira nas vias de acesso.

SOLUÇÕES ENERGÉTICAS



10 VEZES MENOS

Consumo de energia com nova tecnologia de transmissores



30% DE ECONOMIA

de energia com chaminés que encaminham ar quente diretamente para retorno



ENERGIA SOLAR NA ILUMINAÇÃO EXTERNA



LÂMPADAS LED EM 100% DO SITE



APROVEITAMENTO DE ILUMINAÇÃO NATURAL



AJUSTE AUTOMÁTICO

das luzes internas de acordo com o período do dia

PAREDES COM ISOLAÇÃO TÉRMICA



Geradores têm capacidade para fornecer 90% da energia elétrica consumida na cidade de Jaguariúna

TELHADO BRANCO COM ISOLAÇÃO TÉRMICA E REFLEXÍVEL

5. COLABORAMOS



GRI G4-G10, G4-G11, GRI G4-LA1

A SKY encerrou 2017 com 1.838 funcionários próprios (1.079 homens e 759 mulheres) e 38.593 empregados contratados de parceiros (que atuam em atendimento ao cliente, rede credenciada de vendas e serviços técnicos). Todos compartilham a cultura de atender bem, rapidamente e encantar sempre o cliente, conceito que engloba os demais 13 mil colaboradores da AT&T na América Latina.

Os empregados são contratados pelo regime CLT (Consolidação das Leis do Trabalho), sendo que 1.669 trabalham em período integral e 169 têm jornada reduzida. 100% são cobertos por acordo de negociação coletiva, com exceção aos estagiários e aprendizes devido a lei específica. Entre os contratados de parceiros, 26.554 integram a rede credenciada, 11.292 atuam nos *call centers*, 744 prestam serviços terceirizados e três são trabalhadores temporários.

Como contribuição ao negócio, a SKY negociou um índice de correção salarial que fosse compatível com a inflação do período, mas que coubesse no bolso da

empresa. Dessa forma, conseguiu fazer uma negociação sindical de forma a manter empregos, corrigindo a inflação de forma satisfatória, mas ficando bastante abaixo do budget.

Além disso, em 2017, a empresa passou por um processo de gestão de terceiros visando diminuição de custos e de riscos, buscando adequar-se mais ainda às leis trabalhistas brasileiras. Nesse sentido, reduziu em 46% o número de funcionários terceiros que ficavam alocados em seus escritórios.

NÚMERO DE EMPREGADOS TERCEIRIZADOS POR TIPO DE CONTRATO

Indicador G4-10: Empregados terceirizados por tipo de trabalho	2016	2017
Terceirização	700	744
Temporário	6	3
Call Center	12.503	11.292
Rede de Parceiros	26.496	26.554
Total	39.705	38.593

NÚMERO DE EMPREGADOS PRÓPRIOS

	2016			2017		
	Mulheres	Homens	Total de Funcionários	Mulheres	Homens	Total de Funcionários
Full Time	595	1007	1602	631	1038	1669
Part Time	176	55	231	128	41	169
Total	771	1062	1833	759	1079	1838

NOVAS CONTRATAÇÕES E ROTATIVIDADE EM 2017 – EMPREGADOS PRÓPRIOS

Taxa de rotatividade geral	Admitidos	Desligados	Quadro final	Rotatividade
2016	347	464	1833	22,12%
2017	435	386	1838	22,33%

Rotatividade por faixa etária		Admitidos	Desligados	Quadro final	Rotatividade
2016	Abaixo de 30 anos	137	163	393	38,17%
	Entre 30 e 50 anos	206	293	1363	18,31%
	Acima de 50 anos	4	8	77	7,79%
2017	Abaixo de 30 anos	205	118	362	44,61%
	Entre 30 e 50 anos	220	255	1359	17,48%
	Acima de 50 anos	10	13	117	9,83%
Rotatividade por gênero		Admitidos	Desligados	Quadro final	Rotatividade
2016	Feminino	161	224	771	24,97%
	Masculino	186	240	1062	20,06%
2017	Feminino	178	169	759	22,86%
	Masculino	257	217	1079	21,96%

NOSSA PROPOSTA DE VALOR

Como uma empresa de serviços, a SKY considera que os funcionários são o seu principal ativo na criação de diferenciais competitivos. Apoiada na inteligência, na criatividade e no comprometimento de seus colaboradores, consegue obter sucesso e manter a posição de destaque no mercado. Para dispor de um quadro de pessoal alinhado com os seus princípios e valores, busca não apenas contratar profissionais competentes em suas áreas de atuação, mas com atitude vencedora, que tenham paixão pelo que fazem e um real compromisso com os clientes.

A SKY estimula a ousadia e a excelência, valoriza a capacidade de liderança e a habilidade de decidir com responsabilidade. Seus funcionários devem ter orgulho e entusiasmo em fazer parte da empresa e querer aprofundar o conhecimento sobre outras áreas e sobre o negócio. Trabalhar em uma empresa dinâmica como a SKY significa enfrentar novos desafios todos os dias e estar em constante aprendizado. A SKY também considera fundamental o perfil colaborativo. Ela quer

profissionais com espírito de equipe, preparados para estabelecer e manter um ótimo relacionamento com seus pares, tratando a todos com o máximo respeito.

Para as posições de liderança, espera-se que o candidato seja capaz de engajar sua equipe na busca de constante superação, criar um ambiente de trabalho agradável e produtivo e também garantir o bem-estar e o desenvolvimento profissional dos seus subordinados.

Comunicação Aberta

A comunicação aberta entre funcionários e lideranças é uma das marcas da SKY. É uma cultura informal de portas abertas, na qual os Vice-Presidentes e Diretores interagem com funcionários de todos os níveis, abrindo espaço para ouvir ideias e sugestões. Desde 2011, a SKY realiza pesquisas de clima regularmente. Em 2012, a empresa foi classificada como uma das Melhores Empresas para Trabalhar, segundo o ranking da consultoria Great Place to Work (GPTW). A partir de 2016, e em linha com a AT&T, a SKY passou a realizar

o eNPS (employee Net Promoter Score). Trata-se de uma pesquisa que tem como objetivo mensurar a disposição dos colaboradores para atuar como promotores da marca e dos produtos e serviços da empresa.

Esse conjunto de práticas permite que a empresa avale o grau de comprometimento e satisfação do funcionário em relação às ações da empresa e permite identificar as necessidades de melhoria no ambiente corporativo. A pesquisa realizada em 2017 contou com 97% de participação no Brasil, o que demonstra o alto grau de engajamento dos colaboradores.

Após a coleta de resultados, é constituído um comitê para avaliar questões levantadas pelos colaboradores e buscar alternativas que ajudem a construir uma empresa cada vez melhor.

Uma iniciativa de sucesso em 2017 foi a criação do Fale com o eNPS. Na área de trabalho dos computadores dos funcionários da SKY, há um ícone – o Fale com eNPS – uma caixa de sugestões digital que permite

aos funcionários encaminhar suas ideias e sugestões, a qualquer momento, para o Comitê do eNPS. Para que os colaboradores se sintam confortáveis para abordar qualquer tema, existe a possibilidade de manter a sugestão anônima. Todas as sugestões são analisadas pelo grupo eNPS responsável pelo tema. Na sequência, o funcionário recebe uma resposta sobre a viabilidade de implementação da sugestão apresentada. Em 2017 foram feitas 188 sugestões por esse meio.

Outra iniciativa importante foi a criação, nas diversas áreas da SKY, de comitês de clima, formados voluntariamente por funcionários de todos os níveis hierárquicos. Os comitês, suportados pelos *Business Partners* de RH, têm autonomia para sugerir e implementar as melhorias que considerarem pertinentes àquele grupo e que tenham sido alinhadas com o gestor da área. Os comitês se reúnem regularmente para discutir os planos de ação e seus impactos e também apresentam um sumário de suas ações nas reuniões de cada área. A atuação desses grupos é muito valorizada pela SKY por estar diretamente alinhada à cultura de protagonismo; por gerar maior envolvimento e responsabilidade de líderes e funcionários e, ainda, por melhorar o ambiente de trabalho.

Impacto na vida das pessoas

O comitê eNPS contribui ativamente em todos os processos de mudança que impactam as pessoas da organização, não só trazendo sugestões, mas colaborando na construção de novas práticas e serviços, além de alinhar conteúdo e tom de comunicações aos funcionários. Em 2017, a SKY ouviu melhor os colaboradores e deu respostas mais compatíveis em relação ao que eles queriam. Nesse sentido, destacaram-se algumas iniciativas importantes, como a **troca do plano de saúde**, a **instituição de eventos voltados à celebração** de resultados e reconhecimento de esforços das equipes e a **ampliação de iniciativas voltadas para o desenvolvimento de carreira dos funcionários**.

EXTENSÃO DA LICENÇA MATERNIDADE E PATERNIDADE

Visando aumentar o tempo que os funcionários usufruem com suas famílias, em 2017, a SKY estendeu a licença maternidade, de 60 para 120 dias e paternidade, de 5 para 20 dias.

JBC – JAGUARIÚNA BROADCAST CENTER

Com o início das atividades do novo centro de transmissão de Jaguariúna, a SKY apoiou a transferência dos funcionários para o local - 110 funcionários foram

transferidos e apoiados pela empresa. Nesse sentido, a SKY se preocupou em preparar guias da região, relacionando opções de lazer, educação, facilidades de moradia e saúde e acompanharam os funcionários e suas famílias para reconhecimento da região, bem como, auxiliaram com serviços de transporte para aqueles que não se mudaram para Jaguariúna nos primeiros 6 meses de trabalho. Além disso, estimularam conversas mais frequentes para acompanhamento da satisfação dos funcionários durante a mudança.

DINAMISMO E DIVERSIDADE PARA CRESCER

Alinhada ao Código de Conduta Empresarial da AT&T, a SKY respeita e incentiva a diversidade. Sua política prevê que todos os funcionários sejam tratados com o máximo respeito e proíbe intimidações ou qualquer tipo de abusos ou assédios. Na contratação, todos os candidatos são avaliados de acordo com os requisitos da vaga, sem distinção de raça, credo, gênero, idade ou classe social.

A SKY possui massoterapeutas portadores de deficiência visual em seu quadro de funcionários. Ainda como parte de boas práticas de inclusão e diversidade, companheiros do mesmo sexo, desde que sejam cônjuges legais, podem ser inseridos nos planos médicos e odontológicos.

Globalmente, a AT&T tem o objetivo de estimular o equilíbrio entre gêneros, de forma a ter um número cada vez maior de mulheres e em posições gerenciais. Em 2017 foi estabelecida a diretriz de apresentar pelo menos uma candidata mulher como finalista nos pro-

cessos seletivos de cargos de gestão. Os reflexos dessa ação se refletiram no aumento de 34% em 2016 para 38% em 2017 de mulheres em posição de liderança na SKY.



INDICADORES DE DIVERSIDADE

Funcionários Próprios - Percentual	Gênero	2016			2017			> 50 anos
		Total (G4-10)	<30 anos	30 a 50 anos	Total (G4-10)	<30 anos	30 a 50 anos	
Corpo Executivo	Mulheres	10%	0%	0%	100%	15%	0%	50%
	Homens	90%	0%	33%	67%	85%	0%	55%
Diretores	Mulheres	12%	0%	50%	50%	14%	0%	75%
	Homens	88%	0%	76%	24%	86%	0%	42%
Gerentes	Mulheres	34%	4%	88%	8%	38%	2%	93%
	Homens	66%	1%	92%	7%	63%	1%	5%
Supervisores	Mulheres	35%	2%	94%	4%	34%	1%	91%
	Homens	65%	4%	91%	4%	66%	4%	5%
Especialistas (advogados, consultores e engenheiros)	Mulheres	26%	14%	83%	3%	13%	27%	73%
	Homens	74%	17%	77%	6%	87%	19%	8%
Técnicos e programadores	Mulheres	2%	0%	100%	0%	2%	0%	100%
	Homens	98%	14%	83%	3%	98%	12%	82%
Atendentes e copeira	Mulheres	77%	30%	68%	2%	79%	28%	67%
	Homens	23%	58%	37%	5%	21%	56%	37%
Profissional	Mulheres	47%	30%	67%	3%	46%	27%	68%
	Homens	53%	29%	70%	1%	54%	25%	72%
Estagiários	Mulheres	41%	96%	4%	0%	39%	100%	0%
	Homens	59%	100%	0%	0%	61%	100%	0%
Aprendizes	Mulheres	69%	100%	0%	0%	57%	100%	0%
	Homens	31%	100%	0%	0%	43%	100%	0%

Tabela: Composição dos grupos responsáveis pela governança e discriminação de empregados por categoria funcional, de acordo com gênero e faixa etária em 2016

Tabela: Composição dos grupos responsáveis pela governança e discriminação de empregados por categoria funcional, de acordo com gênero e faixa etária em 2017

RAZÃO MATEMÁTICA DA REMUNERAÇÃO DAS MULHERES EM COMPARAÇÃO À DOS HOMENS |GRI G4-LA13|

	2016		2017	
	Razão Matemática		Razão Matemática	
	Salário Base	Salário Médio	Salário Base	Salário Médio
Corpo Executivo	0,92	1,32	1,26	1,47
Diretores	0,98	1,81	1,05	0,95
Gerentes	1,44	0,94	1,44	0,98
Supervisores	0,87	1,00	0,79	1,01
Especialistas (advogados, consultores e engenheiros)	0,70	0,77	0,81	0,85
Técnicos e programadores	0,93	1,30	0,97	1,41
Atendentes e copeira	1,64	1,02	1,71	1,00
Profissional	1,24	1,13	1,21	1,23

Tabela: remuneração das mulheres em comparação a dos homens.

Razão matemática foi calculado o salário mais baixo do homem dividido pelo salário mais baixo da mulher por categoria funcional.

VARIAÇÃO SALARIAL |GRI G4-EC5|

	2016		2017	
	Homens	Mulheres	Homens	Mulheres
O salário mais baixo pago	R\$ 1.404,00	R\$ 935,00	R\$ 1.404,00	R\$ 961,48
O valor do salário mínimo local	R\$ 880,00	R\$ 880,00	R\$ 937,00	R\$ 937,00
A variação entre o salário mais baixo e o salário mínimo local	59,55%	6,25%	49,84%	2,61%

GESTÃO DE TALENTOS E FOCO EM DESENVOLVIMENTO

GRI G4-DMA, GRI G4-EC8, GRI G4-LA9

Na pesquisa de eNPS de 2016, os colaboradores da SKY pediram maior ênfase no desenvolvimento de carreiras. Em 2017 a SKY alterou o seu modelo de gestão, que até então privilegiava a performance, para um formato voltado para o desenvolvimento profissional, além de contemplar as metas e resultados alcançados. Esse novo foco permitiu incluir metas de desenvolvimento à avaliação do colaborador, estimulando o seu crescimento profissional.

O **My Performance Plan** é um tema central dentro das estratégias de gestão de pessoas da SKY, e faz parte de um sistema maior de Reconhecimento e Recompensa. Seus objetivos principais são: Alinhar objetivos individuais com as prioridades, desafios e resultados do negócio; possuir uma gestão voltada a resultados e à meritocracia; estabelecer uma comunicação de mão dupla, ao longo do ano, sobre performance e desenvolvimento profissional.

O processo inicia com a definição das metas do negócio, seguida da definição das metas individuais dos

funcionários, negociadas e aprovadas pelos gestores. Essas metas devem ser específicas e mensuráveis, definindo-se claramente os indicadores (quantidade e qualidade) que serão utilizados e o prazo para alcançá-las. É imprescindível que sejam desafiadoras, mas atingíveis. Além das metas de negócios (voltadas a projetos, inovações, melhoria de indicadores) cada funcionário deve estabelecer até duas metas de desenvolvimento, que devem estar diretamente ligadas às competências do Modelo do Líder Extraordinário. A competência escolhida e sua respectiva meta são fruto das conversas de feedback e apoiam o desenvolvimento pessoal e profissional do funcionário.

Etapa importante nesse processo foi a implementação, em 2017, da *Conversation Week*, espaço formal de comunicação entre gestor e subordinado que ocorre trimestralmente. Esses momentos objetivam o alinhamento, discussão, revisão e até a inclusão de novas metas; análise de obstáculos que podem estar impedindo o atingimento de determinado projeto, feedback sobre

o desempenho e interesses de carreira, perspectivas de crescimento ou movimentação lateral.

Visando fortalecer a cultura de meritocracia, a performance é avaliada e calibrada em comitê executivo, sendo que até 12% dos funcionários podem ser qualificados como nota 3 e pelo menos 3% devem obter nota 1. Desse modo, aqueles que tiveram um desempenho destacado, tanto nas metas de negócio (o que foi entregue) como nas metas de desenvolvimento (como foi entregue) serão reconhecidos com pagamento de PPR e Bônus diferenciados.

Duas ferramentas apoiam o desenvolvimento dos funcionários. Ambas são criadas pelo funcionário e seu gestor, com apoio do *Business Partner* de RH:

- **PDI – Plano de Desenvolvimento Individual:** reúne ações de desenvolvimento alinhadas aos interesses de carreira do funcionário. O PDI é acompanhado ao longo do ano pelo funcionário e seu gestor.

- **PIP – Performance Improvement Plan:** estabelece ações de curto prazo (até 60 dias) para apoiar os funcionários que obtiveram nota de desempenho abaixo do esperado. O intuito é de que o desempenho seja alavancado e o funcionário passe a atuar de acordo com as expectativas. O gestor assume papel fundamental nesse processo, dando maior atenção a este funcionário, revendo a distribuição dos projetos na equipe e eventualmente até mudando totalmente seu escopo de trabalho. São realizadas reuniões pelo menos quinzenais para acompanhar a evolução do plano.

MODELO DE LÍDER EXTRAORDINÁRIO

Um mecanismo que orienta as contratações e toda a gestão de competências e desenvolvimento dos colaboradores é o Modelo de Líder Extraordinário, que reúne competências e atitudes para guiar líderes e funcionários quanto aos comportamentos esperados no ambiente de trabalho. Ele orienta todo o ciclo de vida do funcionário, desde a avaliação do candidato,

a contratação, o reconhecimento para promoção, a orientação para o seu desenvolvimento e até para o seu desligamento. Embora haja graus diferentes de expectativas para as competências em cada posição, o modelo serve de base para líderes e todos os demais funcionários. O MLE também reúne competências e atitudes para guiar líderes e funcionários quanto aos comportamentos esperados no ambiente de trabalho. O MLE foi adotado em 2017, em substituição à Fórmula de Liderança, que até então servia de referencial para a empresa.



RECRUTAMENTO INTERNO E INDICAÇÃO DE VALOR

Para intensificar a gestão de talentos e estimular o desenvolvimento da carreira dos colaboradores, o processo de recrutamento interno funciona de maneira global. Realizada por e-mail, a divulgação das vagas integra a América Latina e os Estados Unidos, permitindo movimentos internacionais que ampliam perspectiva de carreira. As posições são abertas a todos que cumpram os requisitos e queiram se inscrever e o processo é conduzido diretamente pela equipe de Capital Humano do país em questão.

A Indicação de Valor é outra prática que engaja a equipe e promove a cultura corporativa. Consiste em premiar financeiramente os funcionários que indicam novos colaboradores, uma vez que sejam contratados e continuem na empresa após o período de 90 dias de experiência. O valor do bônus varia de acordo com posição que foi ocupada, de R\$ 300,00 para atendentes a R\$ 2 mil para gerentes e supervisores.

- **CAPACITAÇÃO DE FUNCIONÁRIOS:** Tema estratégico para a SKY, diversas capacitações e treinamentos são oferecidos a empregados próprios e colaboradores parceiros, abordando assuntos técnicos, corporativos e de desenvolvimento pessoal. Em diferentes formatos, há cursos presenciais e em plataformas de ensino a distância, com e-learning e vídeos. Além de todos os treinamentos de ética e compliance, a SKY possui os seguintes programas de capacitação:

- **Coaching and Leadership Essentials (CLE 1 E CLE 2):** Prepara líderes para darem feedback e coaching às suas equipes. Ensina a analisar e aprimorar o desempenho de funcionários, construir um ambiente de confiança e promover a inovação, entre outras competências. Seis meses após o CLE 1, há revisão e reforço dos conceitos em um novo curso, o CLE 2, no qual é abordado o tema estilos sociais, com o objetivo de melhorar a comunicação e a integração entre pares, gestores e subordinados.

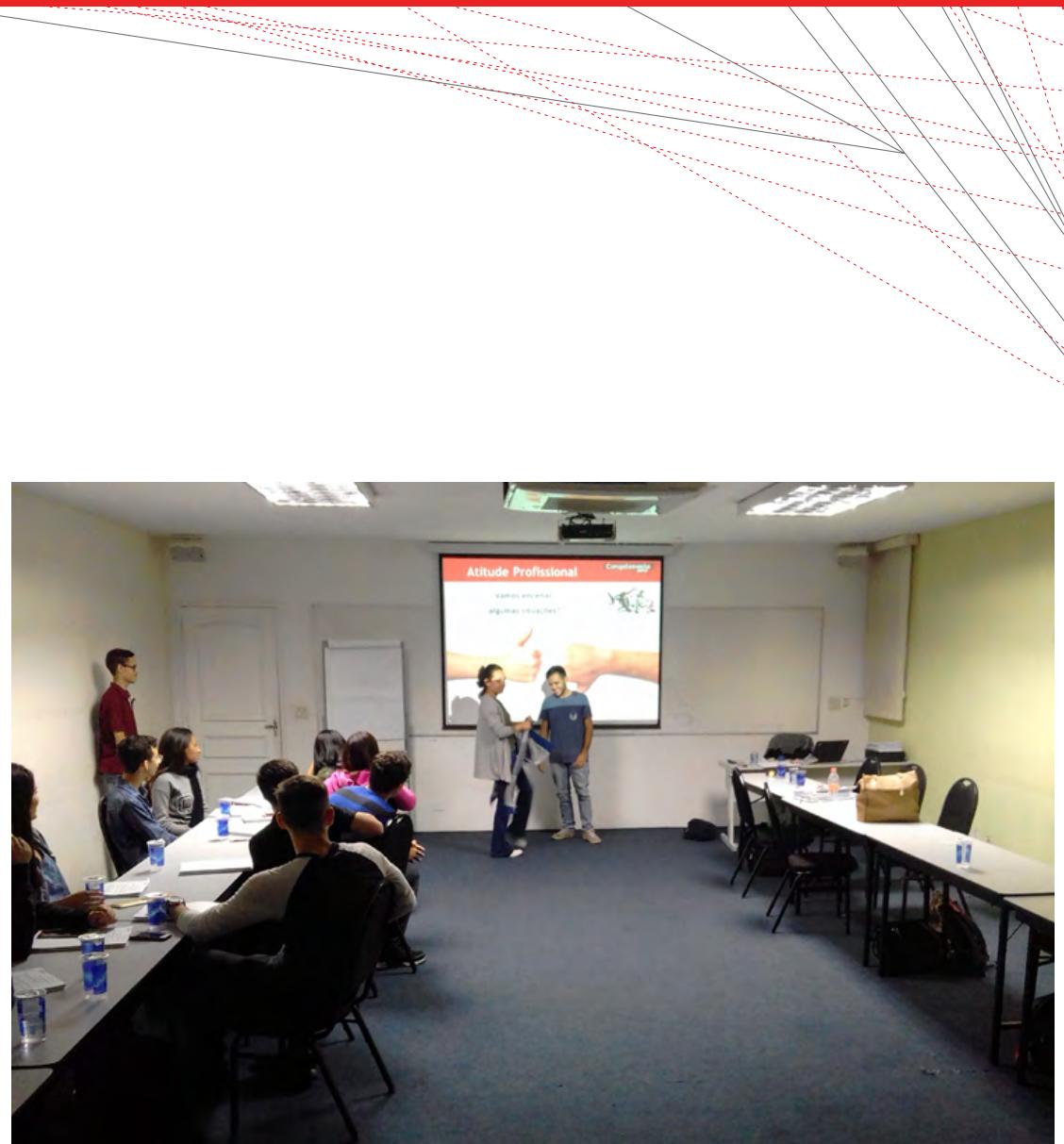


- **Craque a Gente Faz em Casa:** tem como objetivo reforçar o *entry level* e desenvolver talentos para posições futuras. Proporciona aos estagiários uma oportunidade de desenvolvimento profissional, com foco no negócio SKY. O programa inclui o desenvolvimento de um projeto da área, com a supervisão de um tutor, que orienta e esclarece as expectativas do seu trabalho; *Job Rotation*, que prevê a mudança de área de atuação do estagiário durante o programa. Ao final de cada semestre, os estagiários são avaliados pelo Modelo do Líder Extraordinário.
- **Jovem Aprendiz:** A SKY contrata jovens que nunca trabalharam e precisam ingressar no mercado de trabalho e promove seu desenvolvimento pessoal e profissional. O treinamento é presencial, com carga horária de 18 horas, e trata de temas como postura profissional, desafios da comunicação, administração do tempo, gestão financeira, ferramentas de trabalho e também de assuntos comportamentais

– como a prevenção à gravidez. Em 2017, 25 jovens foram treinados.

• **Portal de Educação Corporativa Educorp:** Além dos cursos obrigatórios (Ética, Legislação Trabalhista e Políticas e Práticas de Capital Humano), a SKY dispõe a todos os colaboradores, por meio do Educorp, cursos com diversos conteúdos alinhados ao negócio como Produtos SKY e Excelência em Serviços, e também para desenvolvimento pessoal, como o treinamento em Gestão Financeira.

• **Escola SKY de Televendas:** É o treinamento da linha de frente que orienta os operadores de televendas. Durante o curso, com aulas presenciais e e-learning, eles conhecem produtos, serviços e programação, e aprendem as técnicas de atendimento e vendas via telefone, chat ou vídeo atendimento. Todo o conteúdo, produzido pela área de treinamento da SKY, é disponibilizado no hotsite Escola SKY de Vendas para as empresas prestadoras



de serviços responsáveis pelas operações de *call center*. Em 2017, participaram 438 profissionais.

- **Capacitação Comercial** – O treinamento para os vendedores da SKY inclui informações sobre produtos, pacotes, programação e técnicas de vendas consultivas para Pontos de Vendas e para Porta-a-Porta. O processo é simples: quando um credenciado SKY contrata um novo vendedor, ele é cadastrado no sistema de gestão comercial da empresa e, automaticamente, tem acesso à plataforma de EAD – Central de Conhecimento Rede Credenciada SKY. Realiza, então, 14 cursos. Após finalizar esses cursos, o profissional passa pelo treinamento Presencial de Vendas, ministrado pelo supervisor comercial da SKY, com duração de quatro horas e totalmente prático. Em 2017, 1.514 vendedores foram treinados.

- **Capacitação Técnica:** A SKY tem um cuidado especial com o treinamento dos Técnicos responsáveis pelas instalações e pela solução de problemas técnicos no campo. Mesmo se tratando de profis-

sionais ligados à Rede Credenciada, há um grande esforço em oferecer um suporte capaz de assegurar um serviço de qualidade aos clientes. Os treinamentos acontecem numa perspectiva de evolução profissional: à medida que preenchem requisitos de formação básica, tipicamente cursos de eletrônica reconhecidos pelo MEC, e que avançam na chamada trilha de treinamento, os técnicos alcançam níveis mais elevados, o que se traduz em ganhos diferenciados

A grande novidade em 2017 foi a disponibilização de um grande número dos cursos no formato *e-learning* para a plataforma mobile. Isso significa que os técnicos passaram a dispor de uma plataforma de treinamento na palma da mão, sem depender, por exemplo, da disponibilidade de um computador na empresa para realizarem os cursos. Resultado: a formação de um técnico recém-contratado, que antes consumia, em média, 47 dias, caiu para 13 dias.



Em 2018, com a migração de todos os cursos para a plataforma mobile, esse processo deve avançar ainda mais. Outra iniciativa é que a SKY irá disponibilizar gratuitamente o conteúdo desses cursos técnicos para alunos do ensino médio interessados na área de eletrônica. Acordo nesse sentido está sendo fechado com a Secretaria de Educação do Estado de São Paulo, que deverá disponibilizar os cursos em seu portal. A proposta é estender a iniciativa para todo o país.

- **Capacitação da Área de Atendimento (*Call Center*):** As propostas de aprendizado são centradas no aluno e no seu universo de trabalho e tomam por base a andragogia (educação para adultos), que se vale de experiências práticas e de recursos como *role playing* para alcançar níveis melhores de fixação. É utilizada também uma plataforma de mensuração de performance e incentivos inovadora, personalizada, cujo objetivo é medir o nível de resolução do contato na primeira chamada e engajar os colaboradores no processo de melhoria por meio de modernos elementos de premiação.

NÚMERO MÉDIO DE HORAS DE TREINAMENTO POR ANO POR EMPREGADO, DISCRIMINADO POR GÊNERO E CATEGORIA FUNCIONAL

Categoria Funcional	Gênero	Total de empregados na função		Carga horária total		Média de horas de treinamento por empregado	
		2016	2017	2016	2017	2016	2017
Corpo Executivo	Mulheres	1	2	1	2	1	1
	Homens	9	12	30	24	3	2
Diretores	Mulheres	4	4	11	16	3	4
	Homens	29	24	220	168	8	7
Gerentes	Mulheres	52	60	504	720	10	12
	Homens	99	100	2.004	2200	20	22
Supervisores	Mulheres	108	114	4.883	4902	45	43
	Homens	203	220	12.212	12100	60	55
Especialistas (advogados, consultores e engenheiros)	Mulheres	59	56	648	504	11	9
	Homens	164	146	2.867	2044	17	14
Técnicos e Programadores	Mulheres	2	2	1	2	1	1
	Homens	87	81	4.091	4212	47	52
Atendentes e Copeiras	Mulheres	148	104	2.756	1352	19	13
	Homens	43	27	414	216	10	8
Profissional (Analistas, trainees, assistentes e coordenadores)	Mulheres	379	414	11.485	14490	30	35
	Homens	420	444	32.390	31524	77	71
Estagiários	Mulheres	26	20	986	640	38	32
	Homens	38	31	1.968	1550	52	50
Aprendizes	Mulheres	18	16	1.638	1536	91	96
	Homens	8	12	360	480	45	40
Total (G4-LA12)	Mulheres	797	779	22.913	17917	29	23
	Homens	1.100	1.110	56.555	49950	51	45
Credenciados (Parceiros SKY)	Ambos	23.796	26.554	46.811	53.108	2	2

Videoteca SKY – Trata-se de um acervo com mais de 1.500 vídeos que podem ser assistidos em qualquer dispositivo ligado à internet (computador, tablets e celulares) e ajudam a capacitar e fortalecer a área de vendas. A plataforma oferece naveabilidade moderna e intuitiva, semelhante à do YouTube, com busca por palavra-chave, organização dos vídeos mais acessados e dos postados mais recentemente e visualização de conteúdos ilustrados por miniaturas. A transmissão de conteúdo é ao vivo e está disponível para toda a rede credenciada.

SAÚDE E SEGURANÇA OCUPACIONAL

GRI G4-DMA, GRI G4-LA7, GRI G4-LA6

A SKY tem como prioridade manter um ambiente de trabalho saudável e positivo, no qual os colaboradores tenham confiança e segurança para exercerem bem suas funções. Os cargos e as atividades existentes não estão sujeitos ou expostos a grau de risco elevado. Como evidenciado pelos laudos trabalhistas obrigatórios, emitidos anualmente, as funções mais críticas na SKY estão classificadas como grau de risco moderado.

PROGRAMA DE PROMOÇÃO À SAÚDE VIDA LEVE

Após identificar em uma pesquisa interna o interesse dos colaboradores em terem uma rotina saudável, a SKY criou em 2009 o Vida Leve, um programa focado no combate dos chamados “males de escritórios”: sedentarismo, excesso de peso, estresse e alimentação incorreta. O Vida Leve tua nas seguintes frentes:

- **Programa de corrida** – Com o apoio de uma consultoria esportiva, a SKY atendeu, em média de 20 funcionários, com orientação e acompanhamento

na prática de caminhada, corrida e ciclismo em diversos parques da cidade de São Paulo.

- **Dicas saudáveis** – No mural eletrônico *e-Board* da companhia, existe um espaço especial no qual são divulgadas dicas de alimentação saudável e prática segura de esportes, cuidados com doenças típicas de cada fase do ano e outros conteúdos relacionados à qualidade de vida dentro e fora do escritório.

- **Outubro Rosa** – Em outubro de 2017, a SKY promoveu uma série de ações para conscientizar os colaboradores sobre o câncer de mama. O evento já faz parte do cronograma oficial de ações da empresa. A SKY contou com a presença de um médico nos sites e as funcionalidades que não haviam feito o exame anual, tiveram a oportunidade de passar por uma triagem e receber a prescrição para realizar a mamografia, sem precisar agendar consulta com o ginecologista. Vale destacar que esta ação foi acoplada a uma campanha de responsabilidade social

para doação de cabelo para perucas e de lenços para pacientes com câncer.

- **Novembro Azul** – De forma similar ao outubro Rosa, a SKY também se integrou à campanha novembro azul para alertar o público masculino contra o câncer de próstata. Um médico da CLM, empresa de serviços de saúde e segurança no trabalho, ficou à disposição dos funcionários nos sites CENU, Lapa, Tamboré e Jaguariúna durante um dia inteiro, para tirar dúvidas, prescrever exames e fazer o check-up anual. Também na linha da Responsabilidade social, a SKY fez uma campanha visando a arrecadação de bonés para pacientes em quimioterapia.

- **Massoterapia** – Em todos os escritórios da SKY, os funcionários contam com o atendimento de uma equipe de massoterapeutas, que realizam massagens rápidas para aliviar a tensão do dia a dia, o que ocorre na própria estação de trabalho ou na cadeira específica para esse atendimento.

- Pausas para descanso, ginástica laboral e sala de descompressão** – Os profissionais de Atendimento da SKY têm pausas para descanso, conforme definição do acordo coletivo do setor, e também possuem ginástica laboral e sala de descompressão com cineminha e decoração leve e descontraída.
- Copa equipada e carrinho de lanche** – Em todos os escritórios administrativos, os funcionários dispõem de copas com máquinas de petiscos e lanches, incluindo opções saudáveis, como sanduíches de pão integral e pasta de atum, bolinhos sem glúten/lactose e sucos light. Todos os produtos podem ser adquiridos com o vale-refeição. As copas são equipadas com micro-ondas e grill, para aquecer pratos e sanduíches, e há também a máquina de bebidas quentes (café, chá, café com leite, *mocaccino* e *cappuccino*), sem custo. Uma novidade em 2017 foi a entrada em operação dos carrinhos de lanche, que passam pelos postos de trabalho, oferecendo sanduíches, frutas, chocolates, sucos e barras de cereal. Foi uma forma de trazer mais variedade e opções de alimentação nos locais de trabalho.

INDICADORES DE SEGURANÇA¹

Funcionários Próprios	2016			2017		
	Homens	Mulheres	Total	Homens	Mulheres	Total
Nr. Funcs Ativos	1.062	771	1.833	1.079	759	1.838
Taxa de Lesões	-	-	-	-	-	-
Taxa de Doenças Ocupacionais (%)	-	0,26%	0,11%	0,28%	0,13%	0,41%
Taxa de Doenças Ocupacionais (Qtde)	-	2	2	3	1	4
Taxa de Dias Perdidos	0,057%	0,10%	0,156%	0,048%	0,034%	0,082%
Taxa de Absenteísmo de Saúde e Segurança	0,026%	0,019%	0,045%	0,3603	0,2535	0,6138
Taxa de Gravidade	124	316	203	229	161	390
Taxa de Frequência de Acidentes	3,76	8,12	5,54	6,54	4,60	11,14
Nº Óbitos	-	-	-	-	-	-

1. Não há controle de acidentes de trabalho de contratados de terceiros

6 | INTEGRAMOS



AT&T + SKY
JUNTOS, CONECTANDO PESSOAS.

CADEIA DE VALOR

GRI G4-DMA

Ciente da importância de toda a cadeia de valor para a sustentabilidade do seu negócio, a SKY identifica a necessidade de contar com diferentes agentes de seu ecossistema nessa transformação de valor: empregados de todas as áreas e governança corporativa; rede credenciada e seus funcionários, como instaladores, vendedores e administrativos; parceiros de atendimento nos *call centers*; fornecedores e acionistas; todos trabalhando alinhados à missão de combinar conteúdo diversificado e atrativo, tecnologia e serviço que façam da SKY a melhor opção para os consumidores.



NOSSOS FORNECEDORES

GRI G4-DMA, G4-12|

A gestão de fornecedores de produtos e serviços da SKY é realizada pelas Vice-Presidências de Supply Chain e Conteúdo. No final de 2017, não houve mudança significativa na cadeia de fornecedores em relação ao ano anterior - a empresa contabilizou 38 fornecedores denominados produtivos (aqueles que fornecem equipamentos estratégicos para o negócio da companhia, como *decoders*, antenas e cabos) e 186 de materiais diversos (não ligados ao core business) e de serviços, como *call center*. Além disso, havia 1.123 fornecedores indiretos, de materiais e serviços não produtivos. [\[GRI GR-12\]](#)

Um desafio permanente da área de *Supply Chain* é a redução de custos na aquisição de itens produtivos, insumos e serviços. Devido a benefícios fiscais, por exemplo, todos os *decoders* comprados pela SKY são produzidos por empresas instaladas na zona franca de Manaus, cuja gestão fiscal e trabalhista é monitorada regularmente pela SKY. Outra frente inclui a reciclagem e o reuso de equipamentos usados, com benefícios econômicos e ambientais, representados

pelo menor consumo de matérias-primas e descarte de materiais. Em 2017, o índice de reciclagem e reúso de *decoders* chegou a 63%, o que garantiu economizar R\$ 200M a menos em equipamentos.

O processo de qualificação técnica dos fornecedores produtivos também é contínuo, em busca de inovação, eficiência e ganho de custos. Os contratos e as especificações técnicas são constantemente revisados para que se diminuam preços, sem perda qualidade. Para o bom desempenho do Ecossistema SKY, empresa e fornecedores trabalham embasados no conceito ganha-ganha. Além desses produtivos, não produtivos e indiretos, há os fornecedores de conteúdo, que correspondem ao principal custo da companhia e têm seus contratos negociados pela Vice-Presidência de Conteúdo. Com condições pactuadas, esses contratos concedem a licença necessária para que a SKY, por meio do Serviço de Acesso Condicionado, possa empacotar e distribuir os canais aos assinantes, durante o prazo dos contratos, no território de atuação da empresa.

Em 2017 com o lançamento do satélite SKY-B1, que aumentou significativamente a capacidade de canais oferecidos pela empresa, o trabalho da área esteve focado em pesquisar possíveis novos canais e conteúdo. Além disso, há o constante desafio de manter o custo total de programação em níveis saudáveis para a empresa - um desafio enfrentado a cada renovação contratual, que são muitas por ano.

No final de 2017, a SKY possuía 66 fornecedores de conteúdo, destacando-se as 36 afiliadas da Globo, cobrindo 84% da base de assinantes. Além disso, a empresa equiparou a oferta HD com os principais concorrentes

CHAVES DE UMA RELAÇÃO DURADOURA

[GRI G4-26]

A SKY mantém a comunicação constante com sua cadeia de valor, pois acredita que esse alinhamento é uma das chaves para uma relação duradoura e, consequentemente, para a sustentabilidade de seu ecossistema. Sendo assim, promove eventos, encontros e reuniões com todos os públicos de relacionamento para compartilhar resultados, reconhecer esforços, premiar vitórias, motivar a superação de desafios, estimular o engajamento, divulgar metas e buscar resultados. Entre eles, destacam-se:

- **Town Halls Regionais:** Conduzidos pelo Presidente da DIRECTV Latin America, com transmissão simultânea pelos televisores dos escritórios. Nesses encontros, os líderes de cada país e os líderes das práticas regionais que atendem a toda a América Latina compartilham informações sobre o negócio, status de projetos e os principais desafios à frente.
- **Convenção Nacional:** realizada no primeiro trimestre do ano e com uma semana de duração, é o principal

evento da SKY, que nele reúne toda a sua cadeia de valor: programadores, fornecedores, rede credenciada e distribuidores, além de todo o grupo gerencial da SKY e a liderança sênior da DIRECTV Latin America/AT&T. Os principais objetivos são o compartilhamento de resultados do ano anterior e a visão sobre o futuro do negócio, com a divulgação de metas para o próximo período e a apresentação de novos projetos, estratégias de comunicação e vendas e campanhas de publicidade. A Convenção é também um momento de reconhecer, premiar, motivar e estimular os participantes para que, junto com os demais colaboradores, busquem os resultados estabelecidos. Em 2017, a Convenção Nacional foi realizada em fevereiro, no Iberostar Praia do Forte, na Bahia, contando com a participação de aproximadamente 800 convidados.

- **SKY Day:** Reuniões trimestrais com toda a liderança da empresa, conduzida pelo presidente da SKY e líderes de área, com o objetivo de informar, motivar, compartilhar os resultados de negócios,

alinhar a estratégia da organização e apresentar os novos projetos, antecipando desafios futuros. Entre os temas da agenda fixa do evento constam a Mensagem do Presidente, os Resultados Financeiros do trimestre; o status dos principais projetos em curso na companhia e o anúncio de novos produtos. O SKY Day também apresenta os novos integrantes da equipe gerencial e os profissionais que foram promovidos no período anterior.

- **Momento SKY:** Encontro mensal da equipe Comercial e de Operações com credenciados (revendedores autorizados SKY) e seus vendedores e técnicos para alinhamento das metas de serviços e de vendas, lançamento de campanhas, treinamentos rápidos e mensagens para o campo. Acontecem em mais de 40 cidades do Brasil, simultaneamente, sempre no segundo dia útil de cada mês, reunindo cerca de 4 mil pessoas. Um programa de TV com a participação dos principais executivos da empresa é exibido em vídeo, enquanto, presencialmente, o

gerente de cada regional e sua equipe aprofundam os temas apresentados, tornando o alinhamento completo e coeso.

- **Celebration Day:** Encontro no qual são celebrados times envolvidos em projetos colaborativos, com participantes de diferentes áreas, que, apesar de sua importância, nem sempre recebem o merecido destaque. Ao longo do ano de 2017 foram realizados quatro eventos de *Celebration Day* (junho, julho, setembro e novembro), nos quais foram destacados 236 profissionais participantes de 35 projetos.
- **Arrancada Final:** Evento da área Comercial e Operações que tem o objetivo de dar o impulso motivacional que o time e a Rede Credenciada precisam para buscar a superação da meta no último trimestre do ano. Nesse encontro também são compartilhadas novidades, iniciativas e oportunidades para que os objetivos sejam alcançados. Em 2017, a Arrancada Final foi realizada em Campinas (SP), entre os dias 12 e 14 de setembro, com um total de 830 participantes, entre eles 445 Credenciados e 29 Distribuidores.
- **Encontro de Monitores e Torres:** Realizado anualmente para desenvolver e motivar os profissionais

que integram a equipe de operações (SKY) e a rede credenciada de todas as regiões do Brasil na prestação de serviços como instalação, assistência técnica e retirada de equipamentos da casa dos clientes. Em 2017, o evento foi realizado em três diferentes cidades – Recife (PE), Itupeva (SP) e Foz do Iguaçu (PR), ao longo do mês de março – envolvendo um total aproximado de 500 profissionais da rede credenciada e da SKY. O foco foi a entrada em operação de novos sistemas de gerenciamento de estoque e de materiais, além de atividades de desenvolvimento, integração e reconhecimento.

- **Encontro Nacional de Supply Chain, Engenharia de Campo e Tecnologia:** O evento anual é realizado para integrar e reconhecer as diversas equipes responsáveis pelo desenvolvimento de equipamentos; pelo aprimoramento dos técnicos da Rede Credenciada e pela qualidade das instalações; e pelo fornecimento e distribuição de equipamentos e materiais utilizados em instalações e serviços de assistência técnica. A edição de 2017 aconteceu entre os dias 7 e 8 de junho, em Itatiba (SP) e teve como foco os desafios da transformação digital. O encontro também reconheceu os profissionais que mais se destacaram no ano anterior.



7 | COMPARTILHAMOS



SKY NA COMUNIDADE

A SKY é uma empresa socialmente responsável que, além de fomentar a criação de valor social com ações diretamente relacionadas ao seu negócio, estimulando o desenvolvimento profissional e pessoal de seus empregados e parceiros, acredita que pode impactar positivamente a comunidade do entorno.



Como parte do grupo AT&T, que tem a sustentabilidade como um direcionador, vem aperfeiçoando suas ações ano após ano por meio do *Generación DIRECTV*, programa de Responsabilidade Social da AT&T na América Latina que usa a tecnologia, os serviços e os recursos da companhia para ocasionar uma mudança social assertiva e sustentável.

RESPONSABILIDADE SOCIAL EM 2017:



R\$ 1.237.203,15

investidos em iniciativas de impacto social



7.084 pessoas

IMPACTADAS DIRETAMENTE



356 AÇÕES DE VOLUNTARIADO

Para isso, a SKY celebra parcerias com organizações inovadoras e comprometidas e direciona o seu trabalho em quatro frentes relevantes para a construção do futuro que idealiza: Educação, Trabalho Comunitário, Meio Ambiente e Conectividade.



EDUCAÇÃO

A SKY considera o acesso à educação de qualidade fator chave para promoção de equidade social. Assim, a empresa busca fomentar o acesso à informação, tecnologia e inclusão digital para crianças e jovens em condições socioeconômicas menos favorecidas que vivem distantes dos grandes centros. Em 2017, essa atuação esteve focada em dois programas:

ESCOLA+

Em operação na América Latina desde 2007, tem como objetivo colaborar, complementar e enriquecer o conteúdo educativo de formação primária e secundária, usando os equipamentos de TV via satélite e o conteúdo produzido por parceiros como Discovery en la Escuela, National Geographic, Take Off Media e Fundación Torneos. Em 2017, funcionava em oito países em coordenação com os Ministérios e Secretarias de Educação das regiões onde atua. O programa será implantado no Brasil em abril de 2018, e pretende impactar 12 escolas públicas da cidade de Jaguariúna e 48 na cidade de Jundiaí.

ESCOLA +™

Mais de **8.800** ESCOLAS CONECTADAS

+ de 130 mil PROFESSORES COM ACESSO AOS CONTEÚDOS EDUCATIVOS

Mais de **22 mil** PROFESSORES NA REGIÃO EM PROCESSO DE TREINAMENTO

+ de 2,2 milhões DE ALUNOS BENEFICIADOS COM ESSE RECURSO PEDAGÓGICO

Mais de **5 mil** horas mensais de conteúdos informativos, culturais e educativos

+ de 500 materiais de apoio

AO PROFESSOR ENTRE GUIAS PEDAGÓGICOS E MAPAS DE PLANEJAMENTO DA AULA.

CINEMA+

Criado em 2012 para incentivar o desenvolvimento do cinema latino-americano, o Cinema+ é um concurso regional, no qual estudantes universitários de todos os países da América Latina competem com curtas-metragens que são avaliados com o respaldo do Sundance Channel.

A cada ano é selecionado um vencedor por país. Na etapa seguinte, o vencedor compete com os outros ganhadores por uma bolsa de estudos completa na *University of Southern California School of Cinematic Arts*, em Los Angeles, nos Estados Unidos. A fim de divulgar o concurso, foi promovida em parceria com a Sundance TV e o MIS (Museu da Imagem e do Som), uma aula com os diretores e produtores para estudantes de cinema e produções audiovisuais.

Encerrado o concurso, os curtas participantes em toda América Latina são divulgados no Festival Acadêmico de Cine Universitário (Faciuni), que teve sua segunda edição em 2017, a primeira no Brasil. A exibição dos

curtas também é um ponto de encontro e de aprendizagem para os alunos, já que oferece painéis de discussão e uma aula com reconhecidos diretores de cinema. A edição brasileira aconteceu no auditório da Fundação Armando Álvares Penteado em São Paulo.

TRABALHO VOLUNTÁRIO

As ações de trabalho comunitário da SKY são realizadas em diversas vertentes. A empresa organiza campanhas (como do agasalho, de doação de sangue e de cabelo) e apoia financeiramente algumas organizações.

Nessa linha de atuação está incluído ainda o Programa de Voluntariado SKY, que integra o **Pedra Papel Tesoura (PPT)** adotado pelos demais países do AT&T na América Latina.

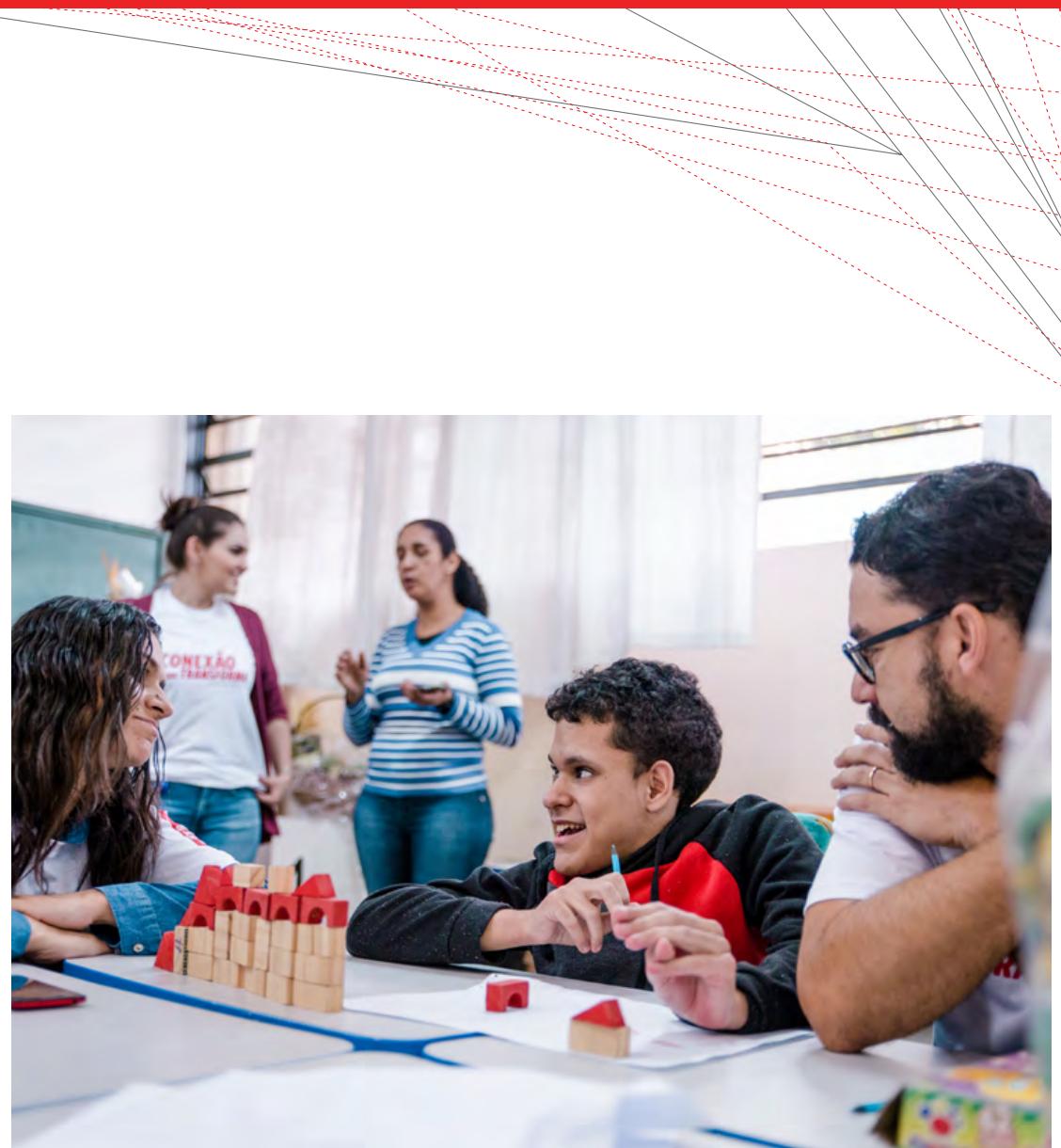
O programa busca identificar e resolver problemas em comunidades em situação de vulnerabilidade da América Latina. Seu propósito é transformar escolas, orfanatos, famílias e centros comunitários, melhorando a qualidade de vida da população de baixa renda. Desde 2009, foram realizadas 217 ações envolvendo 11.739 voluntários em 12 países. No Brasil, houve nove ações desde 2011, com a participação de 560 voluntários e mais de 3,9 mil horas de trabalho. Em 2017, destacaram-se:

- **Associação Parque Cocaia:** Realizada em março, no Grajaú, onde foram realizadas atividades de Jar-

dinagem, pintura e uma oficina de basquete, com a participação de 39 voluntários.

- **ONG Conviver e Viver:** Em julho, ação foi realizada na ONG que tem o objetivo de reintegrar pessoas com HIV/AIDS à sociedade a partir de atividades de prevenção e conscientização. Com a ajuda de 35 voluntários, foram realizadas atividades de recreação, pintura das paredes internas, montagem de um mural, organização de um bazar e a revitalização da horta.

- **Colégio Zenaide Lopes de Oliveira Godoy:** Em outubro, 50 funcionários da SKY e da AT&T participaram de uma ação de voluntariado na escola pública de São Paulo que é referência em educação inclusiva. Dos 1.750 alunos, 74 são portadores de deficiência física ou intelectual. Nesse sentido, a escola dispõe de professores especializados e oferece um atendimento diferenciado. Os voluntários pintaram muros e arquibancadas da quadra poliesportiva, organizaram uma sala de jogos, reformaram a sala de armazenamento





de equipamentos esportivos e revitalizaram uma área da escola com paisagismo, horta, plantio de flores e de mudas de árvores frutíferas. Também ajudaram na pintura de um grande mural de grafite.

- **Carapongo (Lima):** Em dezembro de 2017, foi realizado um PPT Internacional na cidade de Carapongo, localizado a cerca de 60 km de Lima, local onde diversas casas e áreas de cultivo foram destruídas devido ao transbordamento do rio Rímac em março do mesmo ano. Nove meses depois do desastre, muitos continuavam vivendo em tendas e abrigos temporários.

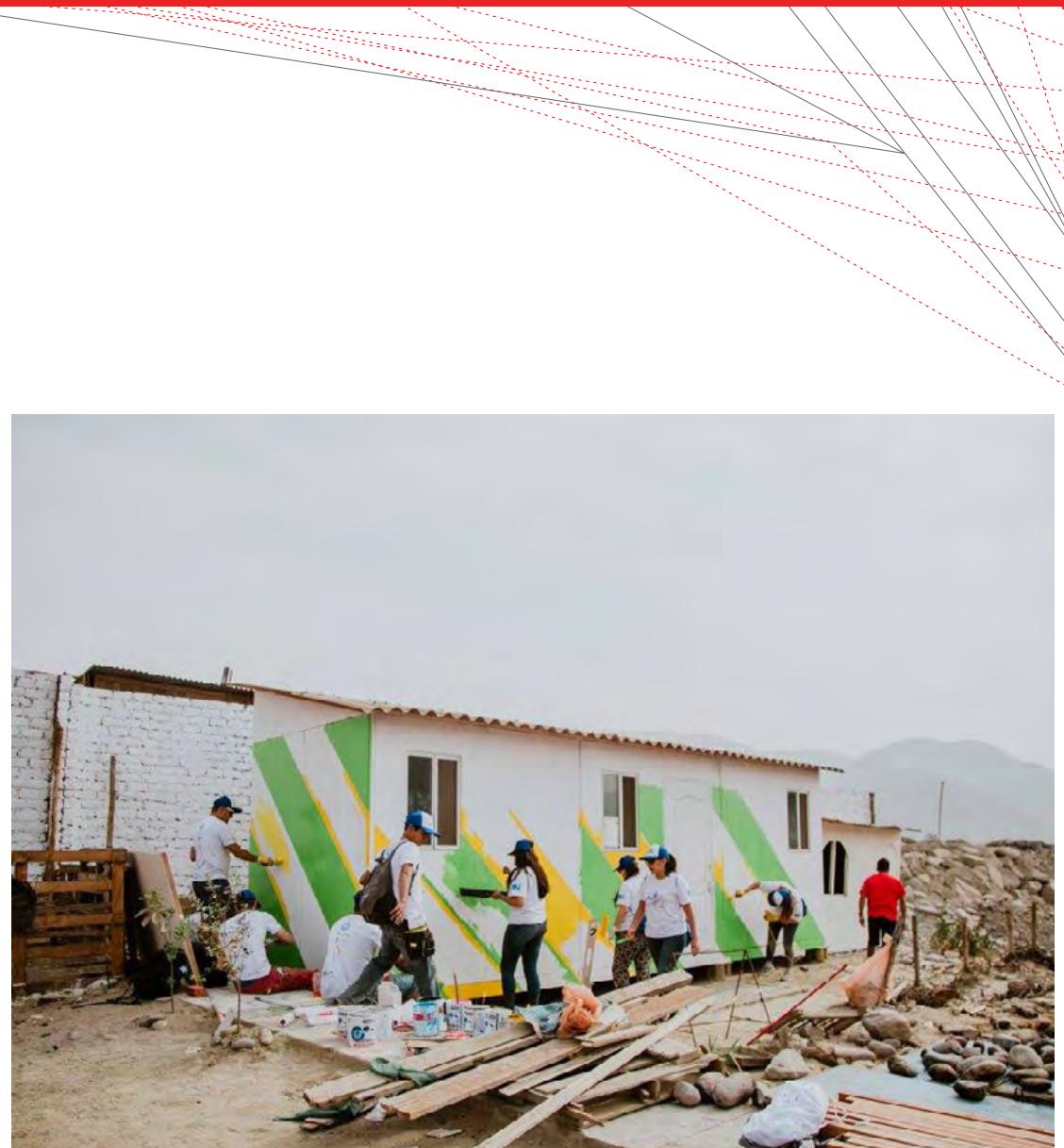
O objetivo da ação era entregar 10 casas de concreto polimerizado para 10 famílias antes do Natal. Além de profissionais da DIRECTV Peru, a ação contou com o trabalho voluntário de colaboradores da AT&T/DIRECTV Norte Americana e de todas as operações da DIRECTV Latino Americana, inclusive a SKY. Também se integraram a esses esforços a companhia aérea LATAM e a Fundação Juguete Pendente, instituição peruana de gestão de projetos de voluntariado.

A proposta obteve a adesão de muitos colaboradores em toda a região. Só no Brasil, 128 funcionários se inscreveram para concorrer às duas vagas para participar dessa ação. Durante três dias, mais de uma centena de voluntários dedicaram-se aos trabalhos de acabamento das três primeiras casas que já haviam sido montadas.

Junior Achievement – A AT&T é empresa parceira da Junior Achievement, organização sem fins lucrativos, orientada para despertar o empreendedorismo em estudantes e desenvolve programas educativos para serem aplicados em escolas por voluntários. Pela primeira vez, desde a implantação do Programa no Brasil, foram aplicados 3 programas e contou com funcionários de Jaguariúna, Tamboré, Brasília e Rio de Janeiro e São Paulo. As ações contaram com o total de 41 voluntários, com 320 horas de voluntariado e 134 alunos impactados.

CAMPANHAS 2017

- **Inverno:** 880 peças arrecadadas pelos escritórios e doadas ao Exército da Salvação e 70 edredons



doados ao Lar dos Velhinhos Bezerra de Menezes, na cidade satélite de Sobradinho em Brasília.

- **Sangue:** 75 bolsas coletadas em ação realizada em dezembro que contou com a inscrição de 99 funcionários para doar sangue em um centro de coleta montado no edifício Cenu, em parceria com o SNU e o Banco de Sangue Paulista.
- **Natal Solidário:** ação na qual foram arrecadados alimentos não perecíveis e doados para a entidades que desenvolvem trabalho social, cultural e esportivo junto a crianças e contou com a apresentação do coral do Projeto Guri.
- **Dia das Crianças:** 42 voluntários produziram 119 brinquedos em oficinas montadas no CENU, na AT&T e na Lapa e doados à Associação Semear a Esperança Social durante uma ação na qual a entrega dos brinquedos foi feita pessoalmente por alguns voluntários em uma festa para 40 crianças.

- **Outubro Rosa:** 28 funcionárias doaram mechas de cabelo para confecção de perucas para pacientes com câncer e entregues à ONG Rapunzel Solidária. 140 lenços para cabelo doados ao Banco de Lenços do Instituto Quimioterapia e Beleza.
- **Novembro azul:** 1.136 bonés doados para o Banco de Bonés do Instituto de Oncologia Santa Paula.



INSTITUIÇÕES APOIADAS

A SKY apoia instituições que realizam trabalhos sociais, atendendo crianças e jovens de comunidades carentes do Brasil.

- **PROJETO GURI:** Mantido pela Secretaria da Cultura do Estado de São Paulo, o Projeto Guri é considerado o maior programa sociocultural brasileiro e oferece, nos períodos de contra turno escolar, cursos de iniciação musical, luteria, canto coral e tecnologia em música para crianças e adolescentes entre 6 e 18 anos. O investimento contribuirá para a manutenção parcial do polo de São José dos Campos e beneficiará aproximadamente 345 crianças e adolescentes, entre 6 e 18 anos.
- **VOCAÇÃO:** Organização com atuação em São Paulo, capacitando jovens ao mercado de trabalho e em educação financeira no contra turno escolar. A parceria possibilitará fortalecer o desenvolvimento pessoal e profissional de 330 jovens e cerca de 254 famílias.

- **SUPERAR:** Com base na cidade do Rio de Janeiro, a organização tem o objetivo de descobrir novos talentos paraolímpicos e proporcionar melhoria na qualidade de vida e a inclusão social de pessoas portadoras de deficiência física ou mobilidade reduzida.

- **ADD:** Com base em São Paulo, a instituição desenvolve projetos que facilitam o processo de integração e inclusão da pessoa com deficiência na sociedade, por meio de práticas esportivas adaptadas, apoio educacional e cursos de capacitação.



CONECTIVIDADE

Presente em todo o território brasileiro, a SKY é uma marca admirada, respeitada e desejada em todos os níveis sociais e tem reconhecimento em várias praças desde 2009 quando aliou a sua força, posicionamento e valores à übermodel Gisele Bündchen – sua garota-propaganda. Com forte presença de mídia durante o ano todo – com campanhas estreladas tanto por Gisele como por outros garotos-propaganda, como o ator Fábio Porchat, a SKY tem comunicado ao mercado seus diferenciais de produtos e serviços.

Anunciado em 2017, com o Lançamento do novo satélite e Inauguração do novo Centro de Transmissão em Jaguariúna a empresa passou a contar com maior capacidade em transmissão de canais e melhorou significativamente a qualidade e robustez do seu sinal. Foram lançados 78 novos canais de todos os gêneros ao longo do ano, ampliando significativamente a oferta de conteúdo para os assinantes.

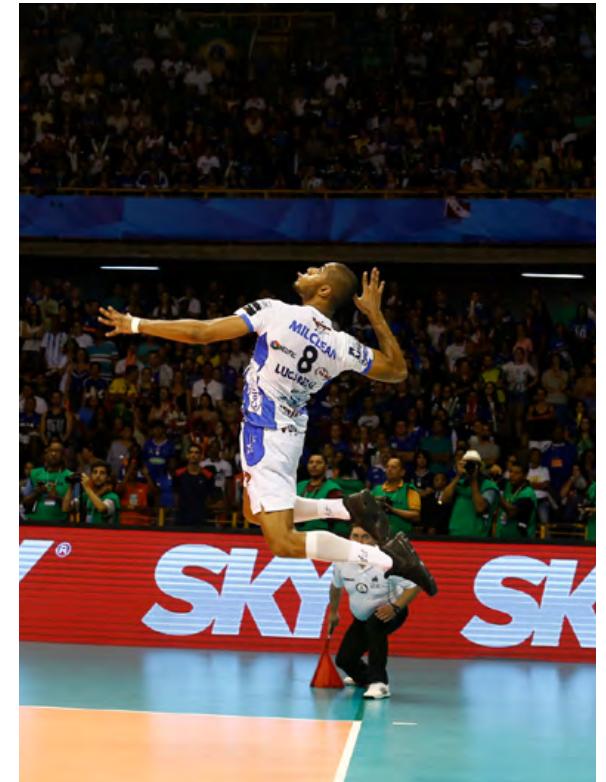
Além da frente de porta-vozes e campanhas institucionais, outra frente que assegura uma aproximação maior da marca junto ao consumidor final são os patrocínios que garantem a presença em grandes eventos, sejam eles esportivos, de entretenimento ou os que valorizam as tradições regionais.

- **Eventos regionais:** Com intuito de valorizar as particularidades de um país continental como o Brasil, a SKY possui uma plataforma de patrocínios regionais. Dentre os patrocínios regionais ressalta-se a ocorrência principalmente fora do eixo Rio – São Paulo, em eventos como a Festa do Peão de Barretos e diversos festivais de São João.

- **Música:** O principal patrocínio musical da SKY em 2017 foi o Rock in Rio, o maior evento de música do mundo. Contou com a presença da sua garota propaganda Gisele Bundchen para a abertura do

evento, presença que ocorreu pela primeira vez desde sua primeira versão. Foia 4ª marca mais lembrada pelo público de acordo com a pesquisa *Rock and Rio Effects* realizada pela JFK e chegaram a 58 milhões de visualizações com o projeto de marketing digital feito especialmente para o evento.

- **Marketing esportivo:** Criada em 2004, a plataforma de marketing esportivo da SKY cresce a cada ano. Atualmente, além de patrocinar o NBB (Novo Basquete Brasil), apoia também a Superliga de Vôlei (masculina e feminina) e os árbitros das principais divisões do Campeonato Brasileiro de Futebol e da Copa do Brasil.



8 | PRESERVAMOS

SKY



COMPROMETIDOS COM O FUTURO

Consciente da importância de preservar o meio ambiente, a SKY acompanha indicadores de desempenho de consumo de recursos naturais, com o objetivo de formular um futuro programa de gestão e minimização do impacto das operações. O Eco DIRECTV tem como propósito promover um modo de agir correto e responsável com o meio ambiente, por meio de ações como programas educacionais para funcionários, reciclagem de lixo e materiais de escritório e doações para instituições sem fins lucrativos.

Um passo importante foi dado no processo de construção do Centro de Transmissão de Jaguariúna, que desde seu projeto foi concebido para o uso das melhores práticas ambientais. As informações sobre o Centro são detalhadas no capítulo Inovamos (páginas XX e XX).

Desde 2015 a SKY apoia o *Premios Latinoamérica Verde* como *Media Partner*. Esse evento, que ocorre todo ano em Guayaquil, no Equador, exibe, conecta e premia os 500 melhores projetos sociais e ambientais da América Latina. Os PLV incentivam uma economia sustentável, exibindo as melhores iniciativas em dez categorias alinhadas com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) e criam oportunidades para melhorar as condições de vida das comunidades da região.



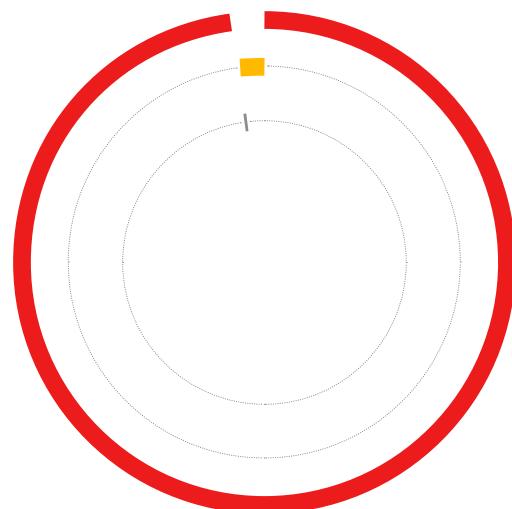
CONTROLE DE EMISSÕES DE GEE

GRI G4-EN19, GRI G4-EN15, EN16, EN17, GRI G4-EN3, |GRI G4-EN3, GRI G4-EN6, GRI G4-EN4

Em 2013, DIRECTV/SKY foi a primeira empresa em sua indústria a medir sua pegada de carbono. As principais ações para reduzir a pegada levaram a uma melhor eficiência logística do serviço de instalação e assistência técnica; à economia de eletricidade nos escritórios e ao desenvolvimento de decodificadores mais eficientes.

O grupo AT&T entende seu papel na redução dos impactos sobre a mudança climática, e em 2013 a DIRECTV foi a primeira empresa em sua indústria a medir a pegada de carbono. As principais ações para reduzir a pegada levaram a uma melhor eficiência logística do serviço de instalação e assistência técnica; e com objetivo de melhorar constantemente, a empresa realiza medições e relatos de dados, desenvolvendo uma estimativa mais precisa dos recursos utilizados, avaliando o escopo 1, 2 e 3 de emissões dos gases do efeito estufa (GEE).

TOTAL EMISSÕES GASES EFEITO ESTUFA POR ESCOPO



Total: 229.644 TMCO₂e

■ Escopo 1

■ Escopo 2

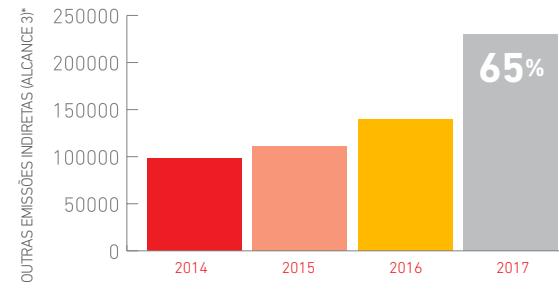
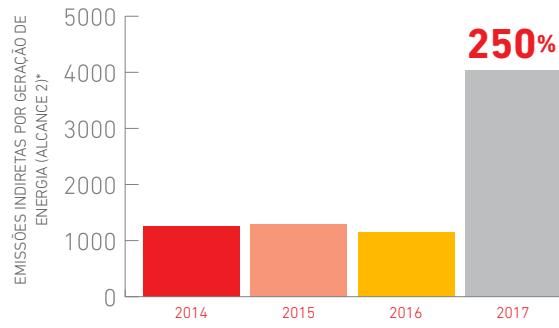
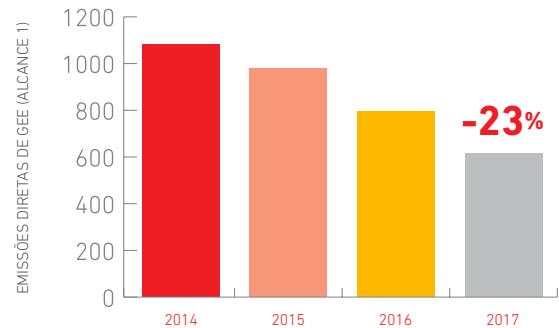
■ Escopo 3

A tabela e o gráfico abaixo descrevem as principais atividades da SKY que geram emissões de gases do efeito estufa (GEE) discriminadas por escopo e suas variações desde 2014

Escopo	Emissões diretas de gases de efeito estufa, em peso [TMCO ₂ equivalente]	2014	2015	2016	2017
Escopo 1	Consumo de combustíveis e refrigerantes	1.061	983	798	612
Escopo 2	Energia elétrica*	1.258	1.299	1.151	4.029
Escopo 3	Viagens de funcionários (de avião)	819	642	619	209
Escopo 3	Uso de produtos vendidos ou em comodato*	97.734	110.718	138.548	229.323

*Os grandes aumentos nas emissões relacionadas ao consumo de eletricidade se devem a uma mudança no fator de conversão de kWh para TMCO₂ em relação ao uso de energia no Brasil, cuja fonte é a IEA (Agência Internacional de Energia).

REDUÇÃO DO CONSUMO ENERGÉTICO POR FONTES [TMC02 EQUIVALENTE]

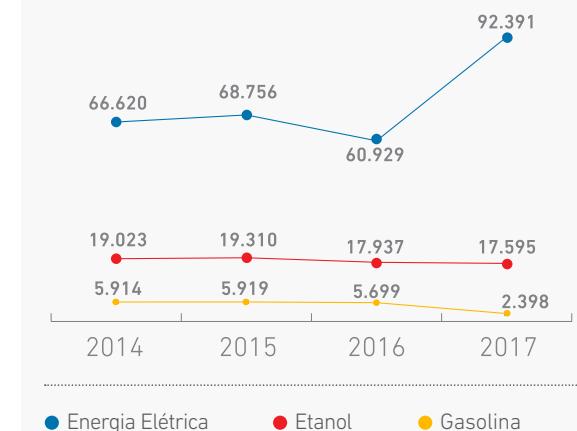


*Os grandes aumentos nas emissões relacionadas ao consumo de eletricidade se devem a uma mudança no fator de conversão de kWh para TMC02 em relação ao uso de energia no Brasil, cuja fonte é a IEA (Agência Internacional de Energia).

Entre as maiores variações de 2017, destaca-se a redução do consumo de combustíveis no Escopo 1, devido à diminuição de frota própria de veículos. No Escopo 2, houve aumento do consumo de energia elétrica, pois as instalações da SKY foram ampliadas em 56%, de 28.818m² para 45.054m², em boa parte por causa da inauguração do Centro de Transmissão Jaguariúna o que gerou aumento no consumo de energia elétrica em 52%, de 60.929 para 92.391 GJ.

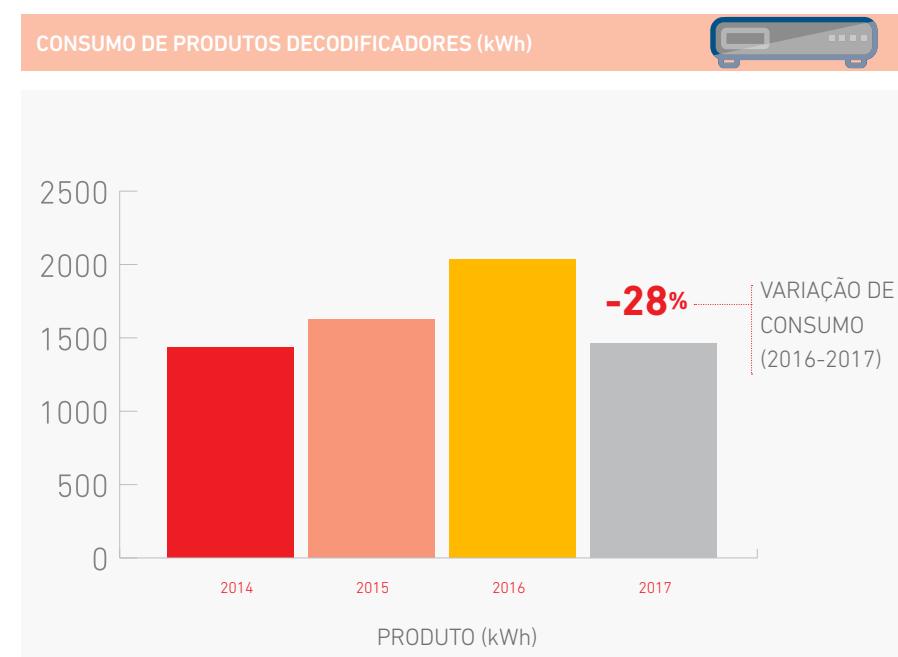
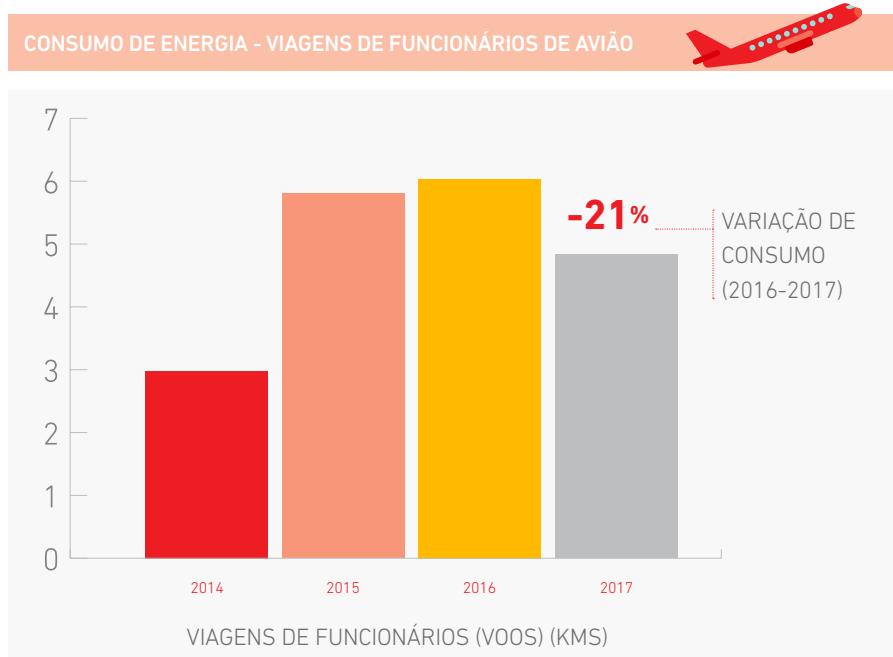
Em 2017 a empresa diminui o número de viagens de empregados, reduzindo a emissão GEE do escopo 3. Além disso, houve uma redução de 28% no consumo de energia dos decodificadores. Esta variação é atribuída à quantidade de decoders habilitados, que foi reduzida em 24,9% e à eficiência energética dos novos aparelhos. [GRI G4-EN4]

COMBUSTÍVEIS NÃO RENOVÁVEIS (GJ)



	2014	2015	2016	2017	VARIAÇÃO NO CONSUMO DE ENERGIA (2017/2016)
COMBUSTÍVEIS NÃO RENOVÁVEIS					
Eanol					
	19.023	19.310	17.937	17.595	-2%
Gasolina	5.914	5.919	5.699	2.398	-58%
Diesel	-	-	-	1.299	
Energia Elétrica (kWh)	66.620	68.756	60.929	92.391	52%
Total	91.557	93.986	84.565	113.684	

	2014	2015	2016	2017	VARIAÇÃO DE CONSUMO (2016-2017)
CONSUMO EXTERNO DE ENERGIA (UNIDADE ORIGEM)					
Viagens de funcionários de avião (km)					
	2.968.349	5.723.165	6.050.623	4.760.581	-21%
Consumo de produtos - decodificadores (kWh)	1.437.273.369	1.628.202.455	2.037.465.441	1.460.582.222	-28%



CONSUMO RESPONSÁVEL DE RECURSOS E GESTÃO DE RESÍDUOS

GRI G4-EN28, GRI G4-EN23

Uma iniciativa que une economia de recursos financeiros e naturais é de reutilização de decodificadores. Equipamentos com falha técnica ou de clientes que deixam a base da empresa são recolhidos e encaminhados para o laboratório de reparo. Ali, parte dos aparelhos é recuperada e recolocada no circuito comercial.

Em 2017, 63% dos decodificadores utilizados foram recuperados ou reutilizados na operação, proporcionando economia nas compras do ano e menor geração de resíduos.

Os decodificadores que não podem ser reparados e chegam ao final da vida útil são enviados para fornecedores especializados para a reciclagem correta dos componentes. Além das licenças normais de funcionamento, as empresas de descarte contratadas pela SKY devem possuir licenças ambientais emitidas por órgãos como a Companhia Ambiental do Estado de

São Paulo (Cetesb) e Instituto Brasileiro do Meio Ambiente (Ibama). Os atuais parceiros da SKY possuem certificação *Responsible Recycling Standard (R2)*, certificado que estabelece práticas globais de reciclagem responsável para componentes eletrônicos.

PRODUTOS RECUPERADOS

Decodificadores consumidos (unidades)



2016 4.746.351

2017 4.596.968

	2016	2017
Decoders reciclados (unidades)	869.555	619.984
Decoders reutilizados (unidades)	2.678.920	2.269.776
% de reciclagem	18%	13%
% de reutilização	56%	49%
% reciclagem e reutilização	75%	63%

Decodificadores consumidos: vendas e novas instalações, pontos adicionais e trocas; Decodificadores reciclados: passaram por reparo e tratamento; Decodificadores reutilizados: não passam por tratamento, são reaproveitados pois estão em bom estado.

GESTÃO DE RESÍDUOS

	2016		2017	
	UNIDADES	PESO (kg)	UNIDADES	PESO (kg)
RESÍDUOS DE APARELHOS ELETRÔNICOS	344.663	664.822,70	295.707	506.139,64

Resíduos de aparelhos eletrônicos: total de *decoders* sucateados.

ANEXO

SUMÁRIO DE CONTEÚDO DA GRI G4 PARA OPÇÃO “DE ACORDO” ESSENCIAL

GRI G4-32

	Página
ESTRATÉGIA E ANÁLISE	
G4-1 Declaração do decisor mais graduado da organização sobre a relevância da sustentabilidade	03, 04
PERFIL ORGANIZACIONAL	
G4-3 Nome da organização	SKY Serviços de Banda Larga Ltda.
G4-4 Principais marcas, produtos e/ou serviços	06, 20, 28
G4-5 Localização da sede da organização	SKY tem sede em São Paulo
G4-6 Países onde estão as principais unidades de operação ou as mais relevantes para os aspectos da sustentabilidade do relatório	Brasil
G4-7 Tipo e natureza jurídica da propriedade	06
G4-8 Mercados em que a organização atua	06
G4-9 Porte da organização	06, 07
G4-10 Perfil dos empregados	35,40
G4-11 Percentual de empregados cobertos por acordos de negociação coletiva	100%, exceto estagiários e aprendizes por terem lei específica
G4-12 Descrição da cadeia de fornecedores da organização	52
G4-13 Mudanças significativas em relação a porte, estrutura, participação acionária e cadeia de fornecedores	Não houve
G4-14 Descrição sobre como a organização adota a abordagem ou princípio da precaução	A SKY não adota formalmente esse princípio

	Página
G4-15 Cartas, princípios ou outras iniciativas desenvolvidas externamente	A SKY não subscreve a nenhuma carta ou princípio.
G4-16 Participação em associações e organizações	17
ASPECTOS MATERIAIS IDENTIFICADOS E LIMITES	
G4-17 Entidades incluídas nas demonstrações financeiras consolidadas e entidades não cobertas pelo relatório	07
G4-18 Processo de definição do conteúdo do relatório	15, 16
G4-19 Lista dos temas materiais	15
G4-20 Limite, dentro da organização, de cada aspecto material	15
G4-21 Limite, fora da organização, de cada aspecto material	15
ENGAGEMENT DE STAKEHOLDERS	
G4-24 Lista de grupos de stakeholders engajados pela organização	14
G4-25 Base usada para a identificação e seleção de stakeholders para engajamento	14
G4-26 Abordagem para envolver os stakeholders	15, 53, 54
G4-27 Principais tópicos e preocupações levantadas durante o engajamento, por grupo de stakeholders	15, 16
PERFIL DO RELATÓRIO	
G4-28 Período coberto pelo relatório	2017
G4-29 Data do relatório anterior mais recente	2016
G4-30 Ciclo de emissão de relatórios	Anual
G4-31 Contato para perguntas sobre o relatório ou seu conteúdo	Ana Lucia Maestrello - Ana. maestrello@sky.com.br
G4-32 Opção da aplicação das diretrizes e localização da tabela GRI	Essencial
GOVERNANÇA	
G4-33 Política e prática atual relativa à busca de verificação externa para o relatório	O Relatório de Sustentabilidade da SKY não passou por verificação externa
G4-34 Estrutura de governança da organização	09
G4-42 Papéis desempenhados pelo mais alto órgão de governança e pelos executivos seniores no desenvolvimento, aprovação e atualização do propósito, declaração de missão, visão e valores, e definição de estratégias, políticas e metas relacionadas a impactos econômicos, ambientais e sociais da organização	09
ÉTICA E INTEGRIDADE	

G4-56 Valores, princípios, padrões e normas de comportamento da organização	08, 11, 12
G4-57 Mecanismos internos e externos adotados pela organização para solicitar orientações sobre comportamentos éticos e em conformidade com a legislação, como canais de relacionamento	11, 12

CONTEÚDOS-PADRÃO ESPECÍFICOS

Aspectos materiais	Informações sobre forma de gestão e indicadores	Página	Omissões
CATEGORIA: ECONÔMICA			
Desempenho econômico	G4-DMA Forma de gestão	6	
	G4-EC4 Ajuda financeira significativa recebida do governo	Em 2017, a SKY obteve benefícios e créditos fiscais nos valores de R\$ 1.488.318,46 (Lei Rouanet) e R\$ 1.488.318,46 (Programa de Alimentação do Trabalhador – PAT). Recebeu incentivos financeiros de R\$ 27.690.390,00 (Invest SP), direcionado ao novo Centro de Transmissão de Jaguariúna, no interior de São Paulo.	-
Presença no mercado	G4-DMA Forma de gestão	35, 36, 37 ,38	-
	G4-EC5 Variação da proporção do salário mais baixo, discriminado por gênero, comparado ao salário mínimo local em unidades operacionais importantes	41	-
Impactos econômicos indiretos	G4-DMA Forma de gestão	41	
	G4-EC8 Descrição de impactos econômicos indiretos significativos	44 a 47	-
CATEGORIA: AMBIENTAL			
Energia	G4-DMA Forma de gestão	65, 66	
	G4-EN3 Consumo de energia dentro da organização	65 a 67	
	G4-EN4 Consumo de energia fora da organização	65 a 67	
	G4-EN6 Redução do consumo de energia	65 a 67	

Aspectos materiais	Informações sobre forma de gestão e indicadores	Página	Omissões
Emissões	G4-DMA Forma de gestão	65, 66	
	G4-EN15 Emissões diretas de gases de efeito estufa (GEE) (escopo1)	65	
	G4-EN19 Redução de emissões de gases de efeito estufa (GEE)	66	
Efluentes e resíduos	G4-DMA Forma de gestão	68	
	G4-EN23 Peso total de resíduos, discriminado por tipo e método de disposição	68	
Produtos e serviços	G4-DMA Forma de gestão	68	
	G4-EN28 Percentual de produtos e embalagens recuperados, por categoria de produtos	68	
	G4-DMA Forma de gestão		
Produtos e serviços	G4-EN28 Percentual de produtos e embalagens recuperados, por categoria de produtos		
CATEGORIA: SOCIAL			
SUBCATEGORIA: PRÁTICAS TRABALHISTAS E TRABALHO DECENTE			
Emprego	G4-DMA Forma de gestão	35	
	G4-LA1 Número total e taxas de novas contratações e rotatividade de empregados	36	
Saúde e segurança no trabalho	G4-DMA Forma de gestão	48, 49	
	G4-LA6 Taxas de lesões, doenças ocupacionais, dias perdidos, absenteísmo e número de óbitos relacionados ao trabalho, discriminados por região e gênero	49	Não há controle de dados para trabalhadores contratados.
	G4-LA7 Empregados com alta incidência ou alto risco de doenças relacionadas à sua ocupação	49	

Aspectos materiais	Informações sobre forma de gestão e indicadores	Página	Omissões
Treinamento e educação	G4-DMA Forma de gestão	42 a 47	
	G4-LA9 Média de horas de treinamento por ano por empregado, discriminado por gênero e categoria funcional	47	
	G4-LA10 Programas para gestão de competências e aprendizagem contínua que contribuem para a continuidade da empregabilidade dos empregados em período de preparação para a aposentadoria	A SKY não possui planos e ou programas de aposentadoria	
Diversidade e igualdade de oportunidades	G4-DMA Forma de gestão	39	
	G4-LA12 Composição dos grupos responsáveis pela governança e discriminação de empregados por categoria funcional, de acordo com gênero, faixa etária, minorias e outros indicadores de diversidade	47	
Igualdade de remuneração entre mulheres e homens	G4-DMA Forma de gestão	39	
	G4-LA13 Proporção de salário-base entre homens e mulheres, por categoria funcional e por unidades operacionais relevantes	41	
SUBCATEGORIA: DIREITOS HUMANOS			
Não discriminação	G4-DMA Forma de gestão	11, 12	
	G4-HR3 Número total de casos de discriminação e medidas corretivas tomadas	12	
SUBCATEGORIA: SOCIEDADE			
Combate à corrupção	G4-DMA Forma de gestão	11	
	G4-SO3 Número total e percentual de operações submetidas a avaliações de riscos relacionados à corrupção e os riscos significativos identificados	Duas operações: 100% submetidas a avaliações de risco	
	G4-SO4 Comunicação e treinamento políticas e procedimentos de combate à corrupção	11, 12	
Políticas públicas	G4-SO5 Casos confirmados de corrupção e medidas tomadas	Em 2017 não houve caso confirmados de corrupção	
	G4-DMA Forma de gestão	17, 18	
	G4-SO6 Valor total de contribuições para partidos políticos e políticos, discriminado por país e destinatário/beneficiário	Em 2017 a SKY não realizou contribuições para partidos políticos e políticos	

Aspectos materiais	Informações sobre forma de gestão e indicadores	Página	Omissões
Concorrência desleal	G4-DMA Forma de gestão G4-S07 Número total de ações judiciais por concorrência desleal, práticas de truste e monopólio e seus resultados	11, 12 Em 2017 não houve ações judiciais por concorrência desleal, práticas de truste e monopólio	
SUBCATEGORIA: RESPONSABILIDADE PELO PRODUTO			
Rotulagem de produtos e serviços	G4-DMA Forma de gestão G4-PR5 Resultados de pesquisas medindo a satisfação do cliente	23, 24, 25 23, 24, 25	
Comunicações de marketing	G4-DMA Forma de gestão G4-PR7 Número total de casos de não conformidade com regulamentos e códigos voluntários relativos a comunicações de marketing, incluindo publicidade, promoção e patrocínio, discriminados por tipo de resultados	21, 22 21, 22	
Conformidade	G4-DMA Forma de gestão G4-PR8 Número total de queixas e reclamações comprovadas relativas à violação de privacidade e perda de dados de clientes G4-PR9 Valor monetário de multas significativas aplicadas em razão de não conformidade com leis e regulamentos relativos ao fornecimento e uso de produtos e serviços	21, 22 22 21	



@skybrasil



SKYBrasil



@skybrasil

