

DIRECTV

CONECTAR

PARA
IMPACTAR

Reporte de
Sustentabilidad **2017**



ÍNDICE

1. NOS COMPROMETEMOS

¿Qué es DIRECTV?.....	6
Misión, visión y valores corporativos.....	9
A la vanguardia en la tecnología.....	10
Integridad y ética en los negocios.....	11

2. SOMOS SUSTENTABLES

Una gestión de 360 grados.....	15
Fortaleciendo el vínculo con grupos de interés	16
Participación en asuntos públicos.....	17
Accountability y transparencia.....	18

5. INTEGRAMOS

Valor en cadena.....	46
Nuestros proveedores.....	47
Nuestros agentes de venta.....	49
Claves de una relación duradera.....	50

6. COMPARTIMOS

Generación DIRECTV.....	52
Generación DIRECTV en Uruguay.....	53
La fuerza del voluntariado.....	64

3. ENTRETENEMOS

Una propuesta diferencial y de calidad.....	25
Nuestros productos.....	26
Líderes en deporte.....	27
Contenidos propios.....	28
Responsabilidad y ética de los productos.....	29
Nuestro foco: los clientes.....	31
En comunicación permanente.....	32
Siguiendo el pulso de la satisfacción.....	33

4. COLABORAMOS

Dinamismo y diversidad.....	35
Nuestra propuesta de valor.....	37
Incorporación de talento.....	38
Desarrollo y movilidad.....	39
En formación continua.....	41
Beneficios y flexibilidad.....	42
Comunicación interna.....	43
Salud y seguridad ocupacional.....	44

8. TABLA DE INDICADORES GRI

Tabla de indicadores GRI.....	74
-------------------------------	----

7. PRESERVAMOS

Comprometidos con el futuro.....	66
Gestión eficiente de residuos.....	67
Consumo responsable de recursos.....	69
Control de emisión de gases invernadero.....	72

PARÁMETROS DEL REPORTE

G4-28, G4-29, G4-30, G4-31, G4-32

En este reporte expondremos información acerca de nuestro desempeño económico, ambiental y social. Lo haremos siguiendo los lineamientos de GRI (Global Reporting Initiative) en su versión G4, en su opción de conformidad esencial.

Entendemos la elaboración del Reporte como un proceso transversal a la organización, que desde su comienzo debe cumplir con los principios de transparencia, equilibrio, comparabilidad, exhaustividad, claridad y fiabilidad. El proyecto fue liderado por el área de Responsabilidad Social Empresaria de DIRECTV Uruguay, con la colaboración fundamental de todas las áreas de la compañía que relevaron información a través de un equipo de trabajo multidisciplinario.

El siguiente reporte, el tercer reporte de sustentabilidad presentado por DIRECTV Uruguay, abarca el período entre enero y diciembre de 2017. Los dos anteriores, que correspondieron al año 2015 y 2016, también siguieron los lineamientos de GRI G4.

Recibiremos con agrado sus comentarios, opiniones, sugerencias, y/o dudas a la casilla de correo electrónico: GeneracionDirectvUru@directvla.com.uy

CARTA DIRECTOR DE MERCADO DE DIRECTV URUGUAY

G4-1

Un año más, tenemos el placer de presentarles nuestro Reporte de Sostenibilidad correspondiente al 2017 bajo los lineamientos del estándar Global Reporting Initiative (GRI G4). Este reporte constituye una herramienta de comunicación y diálogo con nuestros grupos de interés, con el objetivo de hacer transparente nuestra gestión, fortalecer y cultivar relaciones de confianza y redoblar nuestro compromiso por mejorar nuestro desempeño económico, social y medioambiental.

Durante el 2017 afianzamos nuestra gestión en línea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), la Agenda de desarrollo sostenible propuesta por la ONU en 2015, que encausa los esfuerzos de gobiernos, empresas y sociedad civil alrededor del mundo.

Apostamos a la innovación, buscando la excelencia en servicio, tecnología y programación. En 2017 seguimos generando un fuerte compromiso con el deporte, sponsoreando a las principales figuras y eventos, y ofreciendo el mejor contenido y en la mejor calidad con sistema multicámara y calidad HD. Ligas europeas de fútbol, básquet, tenis, rugby y mucho más forman parte de la oferta exclusiva de programación a la que pueden acceder nuestros clientes.

Nos preocupamos por estar cerca de nuestros clientes, escucharlos y conocerlos para así alcanzar sus expectativas. Durante el 2017 aumentamos nuestros clientes un 4% llegando a 183.040 en total a junio de 2017, de los que recibimos un nivel de lealtad de excelencia. A su vez, inauguramos dos nuevos puntos de venta: uno en Durazno y otro en Melo. Estos acontecimientos nos llenan de orgullo y nos impulsan a continuar nuestros esfuerzos en esta línea.

En DIRECTV cuidamos, valoramos y potenciamos a nuestros colaboradores, brindándoles beneficios especiales que contemplan sus intereses y su tiempo, y otorgándoles herramientas de gestión que buscan alinear los objetivos individuales con el éxito de la compañía.

Valoramos e incentivamos la participación de nuestros colaboradores en actividades de voluntariado a través de los distintos programas en relación con la comunidad. Durante 2017 generamos un total de 1.159 horas de ayuda solidaria, e impactamos a 6.034 personas con nuestras acciones sociales.

Puntualmente, seguimos invirtiendo en nuestra sociedad a través de nuestro programa de educación audio-

visual Escuela+, que aspira a colaborar, complementar y enriquecer la currícula de los centros de educación rural de primaria y secundaria de Latinoamérica, acortando así la brecha tecnológica. Al cierre del 2017, nuestro programa alcanzó 505 centros rurales en todos los departamentos del interior del país y más de 11.000 escolares beneficiados desde su inicio en 2014.

En relación a la gestión de nuestro impacto medioambiental, contamos con nuestro laboratorio de reacondicionamiento de decodificadores. De esta manera reducimos el volumen de residuos electrónicos. Además, nos embarcamos en el compromiso de diseñar un plan de gestión sustentable para nuestra compañía.

El 2017 fue año de desafíos, logros y aprendizajes que nos fortalecieron como equipo para seguir ofreciendo la mejor experiencia de entretenimiento. Los invito a recorrer el reporte y a compartir con nosotros sus comentarios y/o sugerencias.

Ignacio Herrou

Director de Mercado de DIRECTV Uruguay.



1. NOS COMPROMETEMOS



¿QUÉ ES DIRECTV?

G4-5, G4-6, G4-8, G4-9

Somos el mayor operador de TV paga satelital en el mundo, con 25,2 millones de clientes en Estados Unidos y 13,6 millones en Latinoamérica.

En 2015 DIRECTV fue adquirida por AT&T, la mayor empresa de comunicaciones del mundo con 140 años de historia en su haber y más de 268 mil empleados en todo el mundo. A partir de entonces DIRECTV Latin America forma parte de la división de negocios "Internacional" de la compañía, que también incluye servicios inalámbricos en México y de entretenimiento por satélite en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, Perú, Uruguay, Venezuela y partes del Caribe (la compañía también posee el 41% de Sky México). La casa matriz de DIRECTV se encuentra en Nueva York, Estados Unidos, mientras que la de AT&T está en la ciudad de Dallas, Texas.

En 2016, la compañía formalizó un nuevo modelo operativo y estructura para la Región Sur de DIRECTV Latin America, con Manuel Abelleira como presidente e incluyendo Argentina, Chile, Perú y Uruguay. Nuestros más de 13.000 colaboradores trabajan todos los días para ofrecer la mejor experiencia de entretenimiento en la región con el contenido más exclusivo, tecnología de avanzada y un servicio de calidad al cliente.

Además, estamos comprometidos con la excelencia, la colaboración, la innovación y la responsabilidad social empresarial, que son la base de nuestra cultura.

DIRECTV EN URUGUAY

La compañía se encuentra presente en el país desde el 2001, pero fue en 2010 cuando la marca tomó impulso con la inauguración de la operación de DIRECTV Uruguay. Desde entonces, hemos crecido y consolidado un equipo que trabaja en oficinas centrales, bases operativas y oficinas comerciales, tanto en Montevideo como en el interior del país.

En Uruguay la principal sede de la organización está ubicada en la oficina de Punta Carretas (21 de Setiembre 2726, Montevideo).



Para contratar nuestro servicio el contacto telefónico es **0800-3555** y para el Servicio al Cliente el **0800-3888**.

Dimensiones de la organización



193
colaboradores



183.040
clientes



**25 puntos
de venta**
distribuidos en 14
departamentos



7.015
nuevos suscriptores

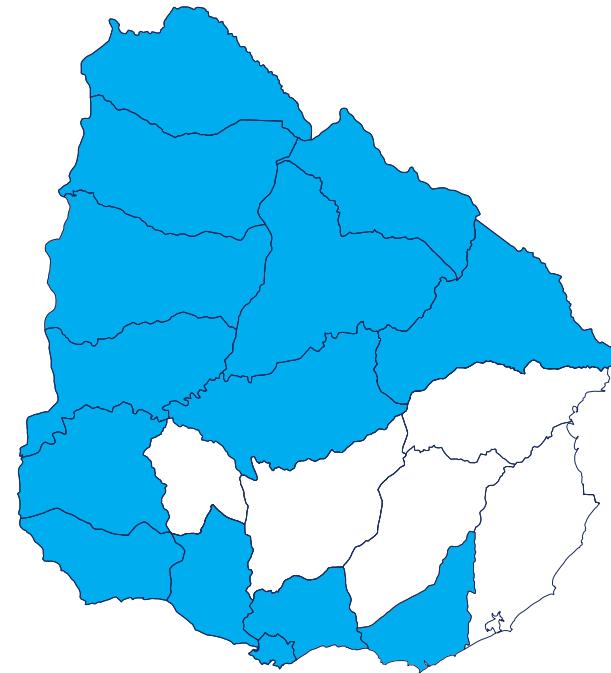


8 puntos
dedicados a la instalación
y al servicio técnico
distribuidos en 5
departamentos

PRESENTES EN TODO EL PAÍS

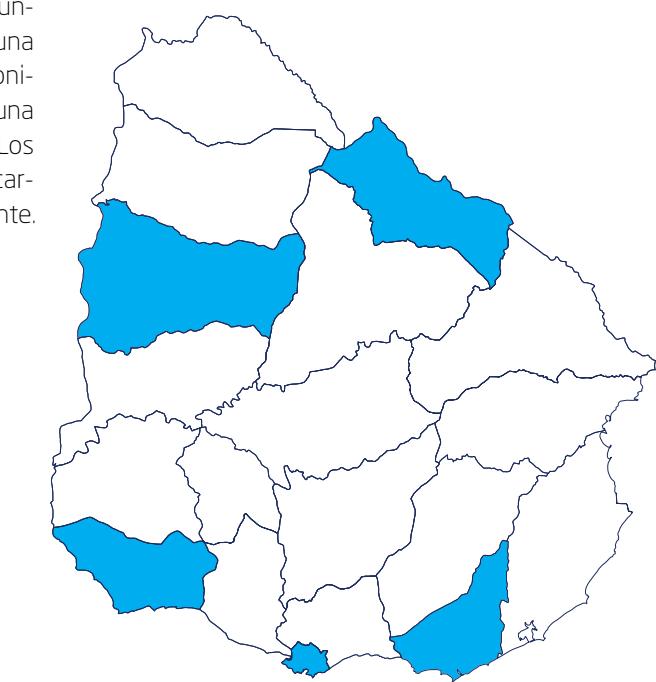
DIRECTV cuenta con 25 puntos de venta a lo largo del país donde el consumidor puede adquirir el producto pospago de DIRECTV Uruguay.

Departamento	Cantidad
Montevideo	5
Canelones	6
Maldonado	2
Paysandú	1
Artigas	2
Colonia	1
San José	1
Soriano	1
Salto	1
Tacuarembó	1
Rivera	1
Río Negro	1
Melo	1
Durazno	1



Además, contamos con 8 puntos dedicados a la instalación y servicio técnico. Se disminuyeron los puntos con respecto al año anterior ya que se logró una planificación operativa más acertada a nivel de zonificación de trabajo y volúmenes lo cual resultó en una reducción de la cantidad de agencias instaladoras. Los puntos de instalación y servicio técnico son los encargados de instalar y brindar asistencia técnica al cliente.

Departamento	Cantidad
Montevideo	4
Maldonado	1
Paysandú	1
Colonia	1
Rivera	1



MISIÓN, VISIÓN Y VALORES CORPORATIVOS

Nuestra Visión:

"Ser la mejor experiencia de entretenimiento, en cualquier momento y lugar".

Nuestra Misión:

"Transformar el panorama de la comunicación mediante una combinación irresistible y diversa de contenido, tecnología y servicio, que convierta a DIRECTV en la selección favorita del consumidor".

Valores Corporativos:

- Liderazgo
- Innovación
- Determinación
- Agilidad
- Integridad
- Trabajo en equipo

A LA VANGUARDIA EN LA TECNOLOGÍA

En DIRECTV, trabajamos de manera incansable en busca de lo nuevo. Nuestro faro son el cambio y la innovación. Queremos romper fronteras y lo logramos gracias a una apuesta permanente por la tecnología digital de vanguardia. DIRECTV Uruguay fue la primera empresa de televisión paga que ofreció imagen y sonido 100% digital e impulsó la alta definición en la región. Buscando la excelencia en servicio, tecnología y programación, ofrecemos la mejor opción de entretenimiento para lograr la fidelidad de nuestros clientes.

En 2017 se destacan las siguientes iniciativas:

- Incorporación de un decodificador único que permite funcionar tanto en SD como en HD
- Automatización vía SMS la contratación de Productos Cine, Fútbol y Adultos tanto en Premium como PPV
- Nuevo producto a la cartera de Pospago: Plata HD

Nuestro servicio hoy

El sistema de televisión vía satélite que provee DIRECTV es líder en el mundo: ofrecemos más de 115 canales SD y más de 65 canales HD con nitidez de imagen y pureza de sonido de calidad inigualable. Esta tecnología alcanza a todos nuestros abonados, y somos la única compañía que la ofrece.

- Lanzamiento de Prepago con tecnología HD con más de 35 señales en alta definición
- Adición de HOTPACK a los planes Premium de Prepago
- Nuevo Canal 101, con la mejor programación con las mejores series, deportes estrenos y todo lo que se viene, dirigido a los clientes Prepago con o sin saldo.
- Sumamos 9 señales al Plan Básico de Prepago, llegando a un total de 62 señales a diciembre del 2017

El nivel de servicio que brindamos a los hogares también se plasma en otras ventajas, por eso continuamente invertimos en tecnología y desarrollo de la red, contratación, capacitación, comunicación y marketing:

- Control remoto universal
- Guía de programación en pantalla
- DIRECTV On Demand
- Posibilidad de ver Pay Per View (PPV) en formato cine (16:9)
- Acceso al entretenimiento en cualquier pantalla o dispositivo digital, como televisores, computadoras, tablets o teléfonos inteligentes.

INTEGRIDAD Y ÉTICA EN LOS NEGOCIOS

G4-14, G4-34, G4-56, G4-EC6, G4-LA12, G4-S03, G4-S04

Gobierno corporativo

Creemos que nuestro negocio debe estar guiado por los más altos estándares de integridad y conducta ética. Ellos serán los pilares para ofrecer al cliente una experiencia enriquecedora, fortalecer relaciones exitosas con nuestros socios y construir una cultura sólida.

Nuestro órgano de gobierno está conformado por seis altos directivos, cada uno de un área distinta de la compañía: Marketing & Customer Experience, Administración & Finanzas, Mercado, Legales y Recursos Humanos. Ellos son quienes, día a día, definen las grandes líneas del negocio y establecen las estrategias y procesos centrales.

Los miembros de la Dirección se reúnen una vez por semana durante media jornada.

Órgano de gobierno Cantidad de empleados

Total

6

Desglose por sexo



33%



67%

Desglose por grupo etario

0

Menores de
30 años

6

Entre 30 y
50 años

0

Mayores de
50 años

El 83% de altos directivos proceden de la comunidad local.

Políticas y código de conducta

Todos los empleados de DIRECTV están regidos por las políticas corporativas que determinan las conductas esperadas para sus colaboradores, destacan qué valores rigen su tarea diaria y comparten buenas prácticas de honestidad, responsabilidad e integridad en el trabajo.

Código de Conducta Empresarial

Constituye uno de los principales pilares organizacionales para inspirar, guiar y orientar el comportamiento de nuestros empleados. Este Código brinda un marco de referencia a cada uno para mantener el compromiso con la honestidad e integridad, con la empresa, accionistas, clientes, compañeros de trabajo, autoridades públicas y comunidades.

Todas nuestras políticas y procesos internos están en línea con los fundamentos éticos planteados en el Código y todos nuestros colaboradores reciben entrenamiento en él.

En 2017 se realizó una revisión del Código de Conducta (COBC, por sus siglas en inglés), el cual está disponible en la web de AT&T. A su vez, a través de la incorporación de una plataforma de AT&T, capacitamos a nuestros empleados para que estén en conocimiento del mismo.

El Código guía el comportamiento de nuestros empleados en relación a prácticas honestas, responsables, justas y no discriminatorias, y establece el mismo compromiso hacia los grupos de interés de AT&T.

Durante 2017, de forma mandatoria, todos los colaboradores conocieron y aprendieron sobre:

- Cultura y valores éticos
- Leyes sobre competencia
- Antisoborno y anticorrupción
- Comercio global

- Conflictos de intereses
- Obsequios y hospitalidad
- Protección de datos

Comité de Ética

Contamos con un Comité de Ética integrado por la Gerencia de Legales y Relaciones institucionales, la Gerencia de Administración y Finanzas y la Dirección de RRHH. Su finalidad es asegurar la transparencia y el rápido tratamiento de cualquier temática o preocupación relacionada con la ética.

Ethics Point

Se trata de un canal de contacto a disposición de los empleados, mediante el cual pueden denunciar (ya sea en forma anónima o dejando sus datos) aquellos comportamientos que perciben como inadecuados o contrarios a los valores de DIRECTV.



**180 colaboradores de
DIRECTV Uruguay fueron
capacitados en relación con el
COBC recibiendo 45 horas de
formación.***

(*) La cantidad de empleados capacitados hace referencia a la población elegible durante el plazo que se realizó la capacitación (de abril a noviembre 2017), es decir que no tiene en cuenta a personas que durante el transcurso se encontraran de licencia, y es por eso que no coincidirá con el total de nómina al cierre del período.

Los casos denunciados en Ethics Point son recibidos por AT&T a través del portal de la herramienta, donde quedan documentados todos los casos recibidos, las acciones realizadas sobre cada uno y el resultado. En el caso de recibir una denuncia relacionada con discriminación, se abre un proceso de investigación para analizar el caso junto a los equipos de Recursos Humanos, a partir de la cual se define en conjunto un plan de acción. Una vez hecho la investigación y presentado el plan de acción, se cierra la denuncia.

Luego, se llevan a cabo las acciones definidas en el plan, validando el resultado esperado, y desde el sector de Recursos Humanos se continúa el seguimiento de los empleados relacionados con la denuncia.

Canales de denuncia

Si un empleado advierte una situación impropia o contraria a los valores de la compañía, puede realizar una denuncia o consulta a través de las siguientes vías:

- Ethics Point a través de la web www.ethicspoint.com o comunicándose al 1-888-871-2622, línea de acceso permanente y absoluto anonimato
- Planteando el tema con su gerente o director
- Comité de Ética Página web: <https://secure.ethicspoint.com/domain/media/es/gui/12880/index.html>

Políticas anticorrupción

Nuestras políticas anticorrupción se rigen por la normativa FCPA estadounidense (Foreign Corrupt Practices Act, o Ley sobre Prácticas Corruptas en el Extranjero), que DIRECTV debe cumplir por ser, como parte de AT&T, una empresa pública registrada en la Bolsa de Valores de Nueva York (NYSE).

Esta normativa prohíbe autorizar, ofrecer o prometer cualquier atención directa o indirecta en nombre de

la compañía a un funcionario público con el fin de obtener o retener un negocio, o de generar una ventaja inapropiada.

Además, incluye lineamientos para gestionar cualquier gasto vinculado con funcionarios o entidades de gobierno (topes en monto, frecuencia, etc.).

Para promover las políticas anticorrupción, todos los años realizamos una capacitación de cumplimiento obligatorio para todos los gerentes y sus reportes directos. Todos los centros y sedes son evaluados en forma constante y a diario en nuestra operativa. Para promover la Política Anticorrupción a los proveedores que presentan servicios en nombre de DIRECTV, siempre agregamos a los contratos de servicios una cláusula que trata este punto. Y exigimos que los proveedores completen un formulario de Due Diligence para FCPA para el cumplimiento en el cual se comprometen con la política.

Asimismo, el área de Auditoría Interna realiza revisiones operativas y de cumplimiento SOX (Ley Sarbanes Oxley), para evaluar los riesgos de los procesos y los controles que los mitigan. Entre los riesgos que se analizan, se incluyen aquellos vinculados con la corrupción. La última auditoría que recibimos de FCPA fue en el año 2014, y Uruguay no tuvo observaciones.

2. SOMOS SUSTENTABLES



UNA GESTIÓN DE 360 GRADOS

Como líderes en nuestro negocio, somos agentes de cambio, y es nuestra responsabilidad generar un impacto positivo en las comunidades que operamos, propiciando construir un futuro más beneficioso.

De esta forma potenciamos y promovemos prácticas sustentables dentro de la industria, entre nuestros colaboradores y en las comunidades que formamos parte; respetando la normativa ambiental, promoviendo el cuidado ambiental, la eficiencia y la sustentabilidad en todas nuestras operaciones.

En DIRECTV Uruguay concebimos la sustentabilidad como una forma de ser y hacer, que debe ser transversal a toda la organización y debe involucrar a todos los grupos de interés con quienes nos relacionamos.



FORTALECIENDO EL VÍNCULO CON GRUPOS DE INTERÉS

G4-24, G4-25, G4-26

Llevar adelante nuestro negocio de manera sostenible implica conocer a fondo las expectativas y preocupaciones de nuestros grupos de interés, e incorporarlas a nuestra gestión.

En DIRECTV Uruguay nos importa crecer de manera sostenible, buscando generar valor económico, medioambiental y social, a la vez que contribuimos al bienestar y el desarrollo de nuestros grupos de interés y generaciones futuras.

Este documento lo consideramos como una herramienta para comunicar nuestros impactos de sostenibilidad, contemplando a nuestros grupos de interés e identificando oportunidades de mejora en nuestra organización.

Consideramos un compromiso tratar el impacto de nuestras actividades y decisiones en los grupos de interés identificados, y en este marco nos orientamos a

escuchar los principales actores y representantes de dichos grupos, realizando encuestas para indagar sobre los aspectos materiales más significativos para ellos.

Hemos identificado los temas relevantes para nuestros grupos de interés, para integrarlos posteriormente en nuestra gestión, políticas y prácticas.

Mantener un relacionamiento de excelencia y fluido con nuestros grupos de interés, es importante para nosotros y lo gestionamos desde nuestros diferentes canales de comunicación (mails, reuniones cara a cara, call center, web, encuestas, evaluaciones, gestiones de prensa, entre los más relevantes) interactuando en diferentes formatos y momentos.

Nuestros grupos de interés, definidos según criterios de proximidad, influencia e impacto, son los siguientes:



CLIENTES:

Guiados por nuestro espíritu de servicio, dirigimos nuestros esfuerzos hacia nuestros clientes, para escucharlos y conocerlos, y así nutrirnos de ellos para colocarnos a la vanguardia tecnología



CADENA DE VALOR

(Proveedores y agentes oficiales): a través de nuestros proveedores y agentes oficiales aseguramos la calidad de nuestros productos, que impacta directamente en la experiencia de nuestros clientes.



EMPLEADOS

Cuidar, potenciar y fomentar las actitudes de nuestros colaboradores es prioridad para nuestra organización. El trabajo en equipo nos permite alcanzar los objetivos y consolidarnos como un grupo que asume desafíos y siempre va por más.



COMUNIDAD

Asumimos el desafío de mirar nuestro entorno y colaborar en promover un verdadero cambio social, aportando nuestro grano de arena para mejorar las comunidades en las cuales operamos y potenciar su desarrollo.



GOBIERNO

Regulador de nuestra actividad y actor central en la toma de decisiones políticas que impactan nuestro negocio.

PARTICIPACIÓN EN ASUNTOS PÚBLICOS

G4-16

La interacción con el sector público es una parte central de nuestra ciudadanía corporativa. Es el espacio en el que la compañía dialoga con otros actores de peso social para potenciar la eficiencia en la rendición de cuentas, lograr un mejor desempeño de todo el sector y aportar positivamente al crecimiento del país.

Mantenemos vínculos y generamos canales de diálogo con funcionarios, legisladores, cámaras y miembros de distintos organismos. DIRECTV participa activamente de las siguientes organizaciones:

- **Cámara de Comercio Uruguay-Estados Unidos.**

La Dra. Julie Rothschild, gerente de Legales y Asuntos Institucionales, es vocal del Consejo Directivo.

- **Alianza:** La Alianza contra Piratería de Televisión

Paga es un grupo de proveedores de contenido, operadores de TV paga y proveedores de tecnología unidos con el objetivo de combatir en Latinoamérica una forma de piratería conocida en la industria como piratería de FTA (Free to Air).

La Alianza reúne y cuenta con el apoyo de las principales empresas de la industria de la TV paga, creando un marco para una colaboración más amplia en la lucha contra la piratería de FTA.

- **DERES** (Organización de Dirigentes de Empresa, Responsabilidad Social Empresaria).
- **ADM** (Asociación de Dirigentes de Marketing).

Asimismo, nos vinculamos con otros organismos, tanto en el ámbito público como privado a través de nuestros programas de RSE. Entre dichos programas, se encuentran:

- Eco DIRECTV
- Escuela+
- Piedra, Papel o Tijera
- The Forum
- DIRECTV Cinema+

ACCOUNTABILITY Y TRANSPARENCIA

G4-18, G4-19, G4-20, G4-21, G4-23, G4-27

Ser responsables e involucrarnos en un desempeño sostenible implica definir objetivos, medir resultados y, finalmente, comunicarlos. A eso apuntamos con nuestro Reporte de Sustentabilidad: dar cuenta de nuestras actividades y de su impacto en el entorno, como forma también de inspirar a los demás.

Nuestro reporte: Análisis de materialidad

La identificación de aspectos materiales en DIRECTV Uruguay se determinó a partir de las siguientes actividades:

- El proceso se inició con una revisión del análisis de materialidad correspondiente al año 2015.
- Luego se procedió a una revisión y análisis comparativo de la materialidad a nivel regional, a efectos de alinear el reporte de DIRECTV Uruguay a los lineamientos regionales de la organización.
- Por otro lado, se llevó a cabo un análisis exhaustivo de impactos e influencias de DIRECTV con sus distintos grupos de interés.

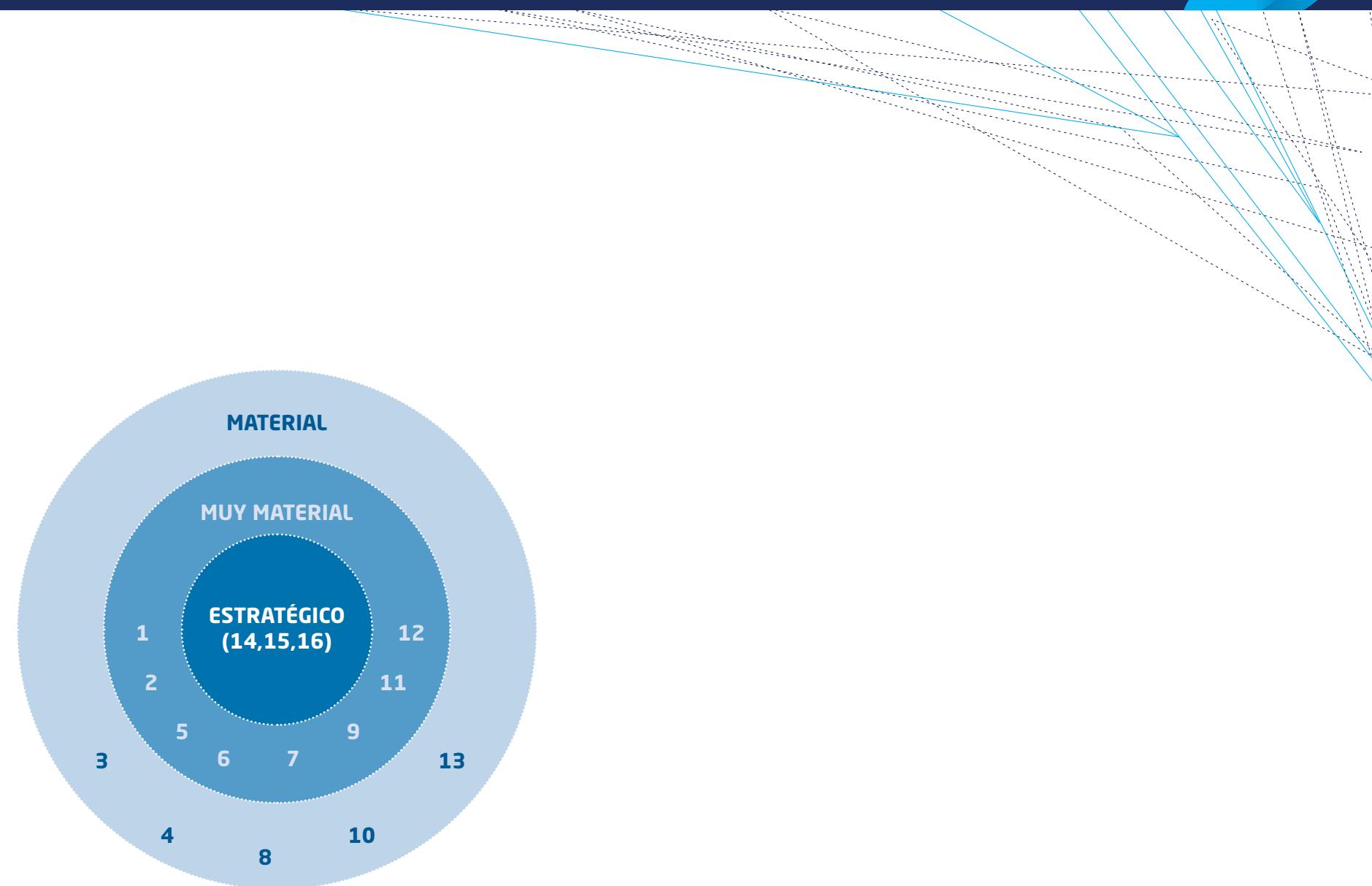
Asimismo, se tomaron en consideración los lineamientos de la ISO 26.000 y los indicadores y especificaciones del estándar GRI G4, para complementar el análisis.

Grupo de interés	#	Aspecto material
Clientes		
1	Innovación tecnológica	
2	Satisfacción y servicios de atención al cliente	
3	Información de productos y servicios	
4	Seguridad de la información de los clientes	
5	Oferta de productos y contenidos	
Comunidad		
6	Inclusión social y acceso a la tecnología	
7	Programas de inversión social	
8	Gestión del impacto ambiental	
Empleados		
9	Desarrollo humano y formación en el lugar de trabajo	
10	Salud, seguridad y condiciones de trabajo	
11	Cultura y ambiente de trabajo	
12	Compensación y beneficios al personal	
Proveedores y Agentes oficiales		
13	Promoción de la responsabilidad social en la cadena de valor	
Gobierno		
14	Cumplimiento regulatorio	
Otros temas corporativos		
15	Desempeño económico	
16	Ética y transparencia	

El siguiente paso para determinar el contenido del reporte consiste en establecer la prioridad de los aspectos relevantes identificados en el primer paso, a fin de determinar cuáles son materiales y, por tanto, se incluirán en la memoria. En este sentido, se realizó la priorización de los aspectos materiales de la siguiente manera:

- Primero, se desarrolló un taller con el equipo gerencial, en el que se valoraron los distintos aspectos materiales en función de la importancia de los impactos para la empresa.
- Luego, se llevó a cabo dos encuestas, una orientada a los empleados y otra a clientes, en la que se le solicitó priorizar los aspectos materiales relacionados con cada uno de ellos.
- Finalmente, se realizó un análisis integral de consistencia.

A continuación, se presenta un diagrama con los resultados de la priorización de aspectos materiales de DIRECTV Uruguay.



Vinculación con aspectos GRI

Una vez que determinamos cuáles temas materiales son estratégicos y relevantes para la compañía, los vinculamos con aquellos aspectos GRI que nos permiten relevarlos, medirlos y reportarlos. A continuación, presentamos esta vinculación, así como la cobertura de cada aspecto según su impacto se materialice a la interna y/o a la externa de la organización.

#	Aspecto material	Relación con aspecto GRI	Cobertura	Limitaciones de la cobertura
1	Innovación tecnológica	Enfoque de gestión (DMA)	Interna	No se presentan limitaciones a la cobertura para el presente Reporte
2	Satisfacción y servicios de atención al cliente	Etiquetado de productos y servicios (PR)	Interna	No se presentan limitaciones a la cobertura para el presente Reporte
3	Información de productos y servicios	Etiquetado de productos y servicios (PR) Comunicaciones de mercadotecnia (PR)	Interna	No se presentan limitaciones a la cobertura para el presente Reporte
4	Seguridad de la información de los clientes	Privacidad de los clientes (PR)	Interna	No se presentan limitaciones a la cobertura para el presente Reporte
5	Oferta de productos y contenidos	Enfoque de gestión (DMA)	Interna	No se presentan limitaciones a la cobertura para el presente Reporte
6	Inclusión social y acceso a la tecnología	Comunidades locales (SO)	Interna	No se presentan limitaciones a la cobertura para el presente Reporte
7	Programas de inversión social	Comunidades locales (SO) Materiales (EN)	Interna	No se presentan limitaciones a la cobertura para el presente Reporte No se presentan limitaciones a la cobertura para el presente Reporte
8	Gestión del impacto ambiental	Materiales (EN) Energía (EN) Emisiones (EN) Efluentes y residuos (EN) Productos y servicios (EN)	Interna y externa	Consumo de transporte de agentes oficiales y operadores logísticos no disponibles Emisiones de transporte de agentes oficiales y operadores logísticos no disponibles
9	Desarrollo humano y formación en el lugar de trabajo.	Empleo (LA) Capacitación y educación (LA) Diversidad e igualdad de oportunidades (LA)	Interna	No se presentan limitaciones a la cobertura para el presente Reporte No se presentan limitaciones a la cobertura para el presente Reporte No se presentan limitaciones a la cobertura para el presente Reporte

#	Aspecto material	Relación con aspecto GRI	Cobertura	Limitaciones de la cobertura
10	Salud,seguridad y condiciones de trabajo	Salud y seguridad laboral (LA)	Interna	No se presentan limitaciones a la cobertura para el presente Reporte
11	Cultura y ambiente de trabajo	Enfoque de gestión (DMA)	Interna	No se presentan limitaciones a la cobertura para el presente Reporte
12	Compensación y beneficios al personal	Presencia en el mercado (EC) Igualdad de remuneraciones para mujeres y hombres (LA)	Interna Interna	No se presentan limitaciones a la cobertura para el presente Reporte No se presentan limitaciones a la cobertura para el presente Reporte
13	Promoción de la responsabilidad social en la cadena de valor	Prácticas de adquisición (EC) Evaluación ambiental de los proveedores (EN) Evaluación de las prácticas laborales de los proveedores (LA) Evaluación de los proveedores en materia de Derechos Humanos (HR)	Interna Externa Externa Externa	No se presentan limitaciones a la cobertura para el presente Reporte No se presentan limitaciones a la cobertura para el presente Reporte No se presentan limitaciones a la cobertura para el presente Reporte
14	Cumplimiento regulatorio	Cumplimiento regulatorio (EN) Cumplimiento regulatorio (SO) Cumplimiento regulatorio (PR)	Interna Interna Interna	No se presentan limitaciones a la cobertura para el presente Reporte No se presentan limitaciones a la cobertura para el presente Reporte No se presentan limitaciones a la cobertura para el presente Reporte
15	Desempeño económico	Desempeño económico (EC) Mecanismos de reclamación sobre las prácticas laborales (LA)	Interna Interna	No se presentan limitaciones a la cobertura para el presente Reporte No se presentan limitaciones a la cobertura para el presente Reporte
16	Ética y transparencia	No discriminación (HR) Lucha contra la corrupción (SO) Prácticas de competencia desleal (SO)	Interna Interna Interna	No se presentan limitaciones a la cobertura para el presente Reporte No se presentan limitaciones a la cobertura para el presente Reporte No se presentan limitaciones a la cobertura para el presente Reporte

Objetivos de Desarrollo Sostenible

En la Cumbre para el Desarrollo Sostenible, que se llevó a cabo en septiembre de 2015, los Estados Miembros de la ONU aprobaron un conjunto de objetivos globales para erradicar la pobreza, luchar contra la desigualdad y la injusticia, y hacer frente al cambio climático, como parte de una nueva agenda de desarrollo sostenible.

Estos 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) incluyen metas específicas, que se deben alcanzar para el 2030 mediante el trabajo en conjunto entre los gobiernos, el sector privado, la sociedad civil y las personas.

En DIRECTV, queremos ser parte de esta contribución positiva. Asumimos nuestro rol en la sociedad y el compromiso que implica, para aportar desde nuestro desempeño como compañía. Por eso, en línea con este acuerdo global entre naciones, sumamos al análisis de materialidad de nuestro reporte la vinculación entre los temas relevantes para la compañía y los ODS.

Al analizar de qué manera nuestro desempeño actual contribuye de manera positiva en los objetivos de desarrollo sostenible, encontramos ocho ODS a los que contribuimos de manera más directa.

A continuación, los presentamos vinculados a los aspectos centrales del negocio de nuestra organización con los ODS.

Este análisis es un primer paso para poder orientar nuestro desempeño futuro en función de los objetivos planteados por la agenda mundial.



ODS	Tema material vinculado	Descripción	ODS	Tema material vinculado	Descripción
4. Educación de calidad	6	Inclusión social y acceso a la tecnología		6	Inclusión social y acceso a la tecnología
	9	Desarrollo humano y formación en el lugar de trabajo		7	Programas de inversión social
	9	Desarrollo humano y formación en el lugar de trabajo		12	Compensación y beneficios al personal
5. Igualdad de género	11	Cultura y ambiente de trabajo	10. Reducción de las desigualdades		
	12	Compensación y beneficios al personal	11. Ciudades y comunidades sostenibles		
7. Energía asequible y no contaminante	1	Innovación tecnológica		7	Programas de inversión social
	8	Gestión del impacto ambiental		1	Innovación tecnológica
	9	Desarrollo humano y formación en el lugar de trabajo		3	Información de productos y servicios
	10	Salud, seguridad y condiciones de trabajo		8	Gestión del impacto ambiental
8. Trabajo decente y crecimiento económico	11	Cultura y ambiente de trabajo	12. Producción y consumo responsables		
	12	Compensación y beneficios al personal		13	Promoción de la responsabilidad social en la cadena de valor
	13	Promoción de la responsabilidad social en la cadena de valor		16	Ética y transparencia
	15	Desempeño económico	13. Acción por el clima		
9. Industria, innovación e infraestructura	1	Innovación tecnológica		13	Gestión del impacto ambiental
	13	Promoción de la responsabilidad social en la cadena de valor		3	Información de productos y servicios
	15	Desempeño económico		4	Seguridad de la información de los clientes

3. ENTRETENEMOS



UNA PROPUESTA DIFERENCIAL Y DE CALIDAD

Guiados por nuestro espíritu de servicio, dirigimos todos nuestros esfuerzos a nuestros clientes, en escucharlos y en conocerlos para nutrirnos de ellos y colocarnos a la vanguardia.

Darle al cliente un lugar privilegiado en nuestro día a día, respetar sus derechos, atender sus expectativas, aplicar políticas comerciales justas y transparentes, entregar información clara y completa nos permite afianzar un vínculo que logra ir más allá del producto/servicio ofrecido y que nos distingue como líderes del mercado.

Somos una empresa líder mundial de televisión y entretenimiento, a la vanguardia de las últimas tecnologías. Proveemos un sistema de televisión satelital que ofrece más de 115 canales SD y más de 65 canales HD, con una espectacular programación que incluye películas, deportes, eventos exclusivos, noticias, programas infantiles, canales educativos y muchas alternativas más.

Gracias a nuestro nuevo satélite, podemos brindar canales con imágenes nítidas y sin distorsiones, para que

nuestros clientes disfruten de una experiencia única.

También les acercamos la mejor música a través de los canales de audio y radio.

Nuestro servicio está disponible en cualquier parte del territorio nacional, debido a que la señal utiliza un satélite como medio de transporte y una antena parabólica que se recibe en el exterior de los hogares. Otros componentes del sistema son el decodificador y la tarjeta inteligente de seguridad.

También llegamos a esos clientes que buscan una opción flexible y económica o no pueden comprometerse con una factura mensual a través de DIRECTV Pre pago. Se trata del primer servicio de televisión paga con recarga en Uruguay, lanzado comercialmente en 2012. Este producto permite a los clientes recargar la cantidad de días que desee ver TV. Sin contratos ni facturas, al mismo tiempo les ofrece la mejor tecnología y entretenimiento.



NUESTROS PRODUCTOS

G4-4

POSPAGO:

- **Plata:** Ofrece 78 Canales SD + 37 Canales Audio, 1 deco digital, Canales Premium, DIRECTVPlay.com, Canales PPV.
- **Plata HD:** 78 Canales SD + 46 canales HD + 37 Canales Audio, 1 deco digital, Canales Premium, DIRECTVPlay.com, Canales PPV.
- **Oro:** Es un paquete que consta de 116 Canales SD, 37 Canales Audio, 1 deco digital, Canales Premium, DIRECTVPlay.com, Canales PPV.
- **Oro HD:** En esta opción se agregan más canales de alta definición 64, además de 116 Canales SD, 37 Canales Audio, 1 deco HD, Canales Premium, DIRECTVPlay.com, OnDIRECTV, Canales PPV.
- **Oro Nexus:** 116 Canales SD, 64 Canales HD, 37 Canales Audio, 1 deco Plus HD DVR, DIRECTV Nexus, DIRECTV On DEMAND HD*, DIRECTV TV Apps*,

CONTROL Plus, Canales Premium, DIRECTVPlay.com, Canales PPV.

PREPAGO:

Prepago es una experiencia de entretenimiento libre, sin factura fija mensual. Se recarga cuando uno desea controlando el consumo según convenga. El cliente puede elegir entre 6 planes en definición estándar/SD:

- **Básico SD:** 62 canales de video, 37 canales de audio, DIRECTV PLAY, canales PPV, opción de audios y subtítulos.
- **Básico + VTV:** se agrega al plan básico las señales de VTV con el fútbol uruguayo incluido.
- **Básico + FOX Premium:** se agrega al plan básico las señales de FOX Premium.
- **Básico + Hotpack:** se agrega al plan básico las señales del Hotpack.

- **Básico + VTV + FOX Premium:** se agrega al plan básico las señales de VTV y FOX Premium.

- **Básico + VTV + Hotpack:** se agrega al plan básico las señales de VTV y las del Hotpack.

Desde junio 2017, el cliente también puede sumar a su plan canales en alta definición:

- **Básico HD:** 39 canales de video HD, 62 canales SD, 37 canales de audio, DIRECTV PLAY, canales PPV, opción de audios y subtítulos. La señal VTV está disponible en HD para los planes que incluyen VTV en su grilla.



LÍDERES EN DEPORTE

Además de películas y música, los clientes de DIRECTV pueden disfrutar de una gran experiencia en deportes, gracias a la mejor tecnología del mercado y a contenidos exclusivos.

Ofrecemos el mejor fútbol a nuestros clientes. En DIRECTV Sports, un canal exclusivo con la mejor programación deportiva, se accede a partidos en vivo de las principales ligas de fútbol europeo, como la Liga Española y la Inglesa, junto con los mejores partidos de la Liga Portuguesa y la Liga Francesa, básquet, tenis, rugby y mucho más.

Dentro de los diferenciales que podemos destacar en DIRECTV, están los canales exclusivos para transmitir los eventos deportivos, con sistema multicámara y calidad HD, lo cual resulta ser un diferencial con respecto a la competencia.

El deporte favorece la inclusión, motiva el desarrollo personal y transmite valores como la solidaridad, el respeto, la cooperación y el trabajo en equipo. Por eso,

apoyamos a líderes e instituciones deportivas que promueven además un cambio social positivo”.

PROYECTO RUGBY

- Sponsoreo de todos los clubes de primera división y de la selección uruguaya (“Los teros”).
- Televisión de 14 partidos del torneo local por DIRECTV SPORTS.
- Televisión de 20 partidos de “Los Teros” por DIRECTV SPORTS.

• SPONSOREO DE PABLO CUEVAS

• SPONSOREO DE LA FEDERACIÓN DE BASKET-BALL

• SPONSOREO DE LA FEDERACIÓN DE HOCKEY

• SPONSOREO CON LOS ÁRBITROS DEL FÚTBOL URUGUAYO (CONTRATO CON AUF)

URUGUAYO

Segundo ciclo a través de DIRECTV SPORTS para toda la región de un programa de entrevistas a deportistas uruguayos (35 personajes entre los que se destacan Forlán, Cavani, Lugano, Muslera, etc).

CICLO DE CINE URUGUAYO 4TO CICLO

Compra de derechos de 4 películas recién estrenadas y emitidas por OnDIRECTV en el marco del Ciclo de Cine Uruguayo.

URUGUAY OPEN DE TENIS

Televisión para toda la región del principal torneo de Tenis en nuestro país con la participación de Pablo Cuevas. Este año se transmitieron para toda la región 5 partidos en exclusiva.



CONTENIDOS PROPIOS

Apoyamos la industria audiovisual local, invirtiendo en el desarrollando de diversos contenidos propios sobre deporte y cultura:

- **En Escena**

Segundo ciclo de un programa del estilo ON STAGE que muestra lo mejor de la música uruguaya y rio platense, producido en Uruguay íntegramente. En este nuevo ciclo: Spuntone & Mendaro, Trotsky, Babasónicos y Fernando Cabrera.

- **Uruguayo**

- **Ciclo De Cine Uruguayo 4To Ciclo**

Compra de derechos de 4 películas recién estrenadas y emitidas por OnDIRECTV en el marco del Ciclo de Cine Uruguayo.

- **Proyecto Rugby**



APP DIRECTV SPORTS

Se pueden disfrutar una gran variedad de deportes con la aplicación de DIRECTV Sports, partidos en vivo, repeticiones, estadísticas en tiempo real, noticias, juegos interactivos y más.



RESPONSABILIDAD Y ÉTICA DE LOS PRODUCTOS

G4-PR3

Tenemos una política de comunicación comercial transparente, honesta e inclusiva, que incluye el etiquetado adecuado de nuestros productos, protegiendo los datos personales de los clientes.

Información y etiquetado

Existe un control de la información expuesta en el etiquetado de los productos, sobre todo referida a la caja del kit prepago. Este control es realizado por los sectores de Marketing y Legales. Su aprobación depende del cumplimiento de principios tales como el respeto a la ética, al medio ambiente y, en general, al posible impacto social que su contenido pueda producir.

La normativa legal de nuestro país, a la que DIRECTV se adhiere en su totalidad, impulsa las buenas prácticas al respecto:

- La Ley 17.250 regula las relaciones de consumo, protegiendo a quien adquiere o utiliza productos o servicios como destinatario final en una relación de consumo.

- La Ley N° 17.283 del año 2000 (Ley General de Medio Ambiente), en cumplimiento de lo previsto por la Constitución, establece previsiones generales básicas sobre la política nacional ambiental y la gestión ambiental.

Protección de datos

DIRECTV se compromete a mantener segura la información de nuestros clientes. Por ello, incorporamos numerosas herramientas de seguridad, que protegen los datos que tenemos almacenados sobre ellos. Algunas de estas herramientas son:

- El encriptado de nuestros equipos portátiles y móviles.
- Las actualizaciones y parcheos de nuestros sistemas de forma diaria.
- Actualización de nuestra infraestructura tecnológica.
- Herramientas que controlan el envío, manipulación o impresiones de información sensibles de nuestros clientes.

Políticas de Seguridad de la información para toda la región, aprobadas y publicadas en la web.

Compromiso de Seguridad de la información: contamos con un marco reglamentario contra los riesgos de destrucción, pérdida, divulgación, malversación, no disponibilidad y repudio, conforme con las políticas, normas y procedimientos emanados por la Dirección, las leyes vigentes y reglamentaciones emitidas por los organismos regulatorios a DIRECTV.

Objetivos y metas definidas y aprobadas; las más importantes son gestión de vulnerabilidades, gestión de parches, plan de blindaje y el programa PCI. Cada una de estas metas cuentan con criterios de aceptación, así como también planes de ejecución.

Responsabilidades: establecer un conjunto adecuado de controles para garantizar la protección de la información a través de:

- Mecanismos implementados para soportar el procesamiento de las operaciones encaminadas al cumplimiento de las metas y estrategias del negocio.
- Evaluación de riesgos en la compañía en las que se identifican las amenazas, vulnerabilidades y el

impacto potencial en los activos de información si estos se llegasen a materializar.

- Identificación de los requisitos legales, reglamentarios y contractuales que se deben cumplir.

Recursos: personal de seguridad distribuido en 4 países que brindan soporte a toda la región. El equipo cuenta con personal especializado para cubrir los puestos de CISO, Arquitectura de Seguridad, Operaciones de la Seguridad y GRC (Gobierno, Riesgos y Cumplimiento).

Medidas: mensualmente, el equipo de Seguridad de la información informa las métricas y resultados de ejecución sobre todos los procesos que gestiona; algunos de ellos son riesgos de TI, PCI, vulnerabilidades, parches, antivirus, terceras partes, etc.



Para más información sobre nuestra política de protección de datos, visite nuestra página web:

www.directv.com.uy/politica-de-privacidad.



NUESTRO FOCO: LOS CLIENTES

Nuestros clientes son el centro de todo lo que hacemos. Mejorar su experiencia de servicio es nuestra meta. Por eso, cada país cuenta con un área que se dedica a pensar, fortalecer y cuidar la experiencia del cliente.

Evolución de la cartera de clientes



Nota: Datos publicados por la URSEC referentes al mes de junio.

Beneficios exclusivos

Queremos reconocer la lealtad de nuestros clientes y beneficiarlos con programas y herramientas que faciliten su experiencia.

DIRECTV Fans:

Es el programa de beneficios de DIRECTV que ofrece las mejores experiencias, concursos y sorteos.

DIRECTV PLAY:

Es un paquete de películas, series, contenidos infantiles y eventos deportivos disponibles de forma online sin costo adicional. Les permite a nuestros clientes disfrutar de sus contenidos favoritos en un único lugar, desde cualquier soporte: PC, tablet o smartphones. Son más de 5.000 títulos accesibles en www.directvplay.com, que se pueden buscar por género, título y actores.

MiDIRECTV:

Es la plataforma de DIRECTV en donde el cliente puede autogestionarse, realizar compras de paquetes y

PPV, consultar su factura online, etc.

En 2017 se agregó la funcionalidad de Dame Saldo, la cual permite al cliente prepago disfrutar de programación durante 5 días sin necesidad de tener saldo en su cuenta. Esos 5 días se descuentan de su próxima recarga.

DIRECTV SPORT APP:

Es la aplicación que permite ver partidos en vivo, repeticiones, estadísticas en tiempo real, noticias, juegos interactivos y, ¡más! Disponible en smartphones y tablets.

DIRECTV ON DEMAND:

Es un servicio que está disponible para los paquetes DIRECTV ORO Nexus y DIRECTV Platino conectados a internet y que permite ver a demanda más de 1000 títulos al instante.

DIRECTV APP:

Le permite al cliente realizar funciones de autogestión y mirar contenidos online desde su smartphone.

EN COMUNICACIÓN PERMANENTE

Nos mantenemos en contacto permanente con nuestros clientes, brindándoles información a través de distintos canales.

Además de nuestra página web, línea telefónica, email y servicio de SMS, nos comunicamos a través de un newsletter mensual impreso, información y novedades en las facturas impresas en las facturas impresas y mensajes promocionales en los call center.



A través de nuestro sitio web:
www.directv.com.uy



Información acerca de nuestros servicios:
directvplay.com/uy



Línea telefónica:
• **0800 3888** (Clientes Pospago)
• **0800 7737** (Clientes Prepago)



Vía Email: atcliente@directvla.com.uy



Canal 100:
Presenta el instructivo del servicio



SMS: Comunicaciones mensuales a bases segmentadas de clientes con información acerca de promociones y todo lo referente al servicio.

REDES SOCIALES

El canal de redes sociales es manejado por el equipo de marketing online local y el equipo de redes sociales y contenidos regionales, quienes se encargan de mantener todas las redes actualizadas. Por este medio, se mantiene a los clientes 100% informados acerca de novedades, promociones, programación, productos y todo lo que refiera al servicio de interés de nuestros clientes. A su vez se responden las consultas que las personas realizan por estos medios. Al cierre del 2017, DIRECTV cuenta con:

- Facebook DIRECTV LA: 102.157 seguidores
- Facebook DIRECTV Sports: 59.665 seguidores
- Twitter DIRECTV Uruguay: 20.729 seguidores

FACEBOOK

- **Facebook DIRECTV Sports:**
www.facebook.com/DIRECTVSports
- **Facebook DIRECTV LATIN AMERICA:**
www.facebook.com/DIRECTVLA



TWITTER DIRECTV URUGUAY:

- www.twitter.com/DIRECTVUy



INSTAGRAM

- **DIRECTV Sports:**
www.instagram.com/DIRECTVSports
- **DIRECTV LATIN AMERICA:**
www.instagram.com/DIRECTVLA/



YOUTUBE

- **DIRECTV Sports:**
www.youtube.com/directvsports
- **DIRECTV LATIN AMERICA:**
www.youtube.com/DIRECTVLatinAmerica

SIGUIENDO EL PULSO DE LA SATISFACCIÓN

G4-PR5

Para brindar un mejor servicio, monitoreamos permanentemente las áreas que tienen contacto con el cliente: **Ventas, Field services y Telecenter**. Asimismo, medimos la lealtad de nuestros clientes a través del índice **Net Promoter Score**.

Evaluación en ventas

PwC (PrelWelcom): Esta encuesta nos permite contar con un control de los desvíos de las ventas Pospago y generar una reducción del Churn temprano (M3). El churn temprano es la baja de clientes del servicio brindado por DIRECTV dentro de los primeros tres meses de suscripción. Cuanto menor sea el porcentaje de Churn M3, mayor es la calidad del trabajo de DIRECTV Uruguay.

% Churn M3 = Número de bajas <= 3 meses antigüedad / Número de activaciones

Evaluación de field services

Esta área se encarga de las instalaciones, la asistencia tecnológica, la planificación de trabajo y el reporting. Es un área sensible desde la que nos interesa conocer a fondo la experiencia de nuestros clientes. Por eso, realizamos una encuesta al finalizar cada visita técnica, ya sea por instalaciones, asistencias técnicas o servicios adicionales.

Evaluación en telecenter

Nuestro servicio de atención al cliente es evaluado por la encuesta de satisfacción Telecenter. La cantidad de encuestas efectivas del 2017 fue 93.549. Al finalizar cada llamada atendida por un Customer Service Representative (CSR) de atención al cliente, se dispara la encuesta de forma automática. El cliente va escuchando y contestando las preguntas con sus respectivas opciones de respuesta. De ellas, extraemos los resultados mensuales. En la encuesta, se indaga acerca de si nuestros clientes recomendarían DIRECTV a un amigo

o miembro de la familia, cómo califica la atención general del ejecutivo que lo atendió, si su solicitud o consulta fue resuelta en el llamado, si era la primera vez que se comunicaba con DIRECTV por esta solicitud o consulta, y, por último, que indique qué tan satisfecho está con el Servicio de Atención Telefónica al Cliente en general.

Net promoter score (NPS)

Para medir la lealtad del cliente, utilizamos el índice Net Promoter Score, que se elabora sobre la base de una sola pregunta de recomendación del servicio, en donde se brinda una escala de opciones de respuesta del 1 al 10. Según los resultados, los clientes se clasifican en promotores, pasivos y detractores:

- Promotores: Los que responden asignando 9 o 10 puntos.
- Pasivos: Los que asignan 7 u 8 puntos.
- Detractores: Los que otorgan 6 puntos o menos.

Para obtener el resultado, se restan los detractores a los promotores y se consigue un porcentaje que permite medir la calidad del servicio. Así, el índice NPS puede ser tan bajo como -100 ("Todo el mundo es un detractor") o tan alto como 100 ("Todo el mundo es un promotor"). Un NPS superior a 0 se percibe como bueno y un NPS de 50 es excelente.

Durante el 2017 nuestro NPS fue de excelencia.

**Promotores - Detractores = índice NPS
de calidad de servicio**

4. COLABORAMOS



DINAMISMO Y DIVERSIDAD

G4-LA1, G4-LA3, G4-LA12

Estamos convencidos de que la clave del éxito de una empresa es su grupo humano. Por ello, en DIRECTV conformamos un equipo dinámico y diverso, que trabaja codo a codo para brindarles a los clientes la mejor experiencia de entretenimiento.

¿Quiénes hacemos DIRECTV? Actualmente, somos 193 personas: 108 hombres y 85 mujeres, con una edad promedio de 32 años..

Número total
de empleados: **193**

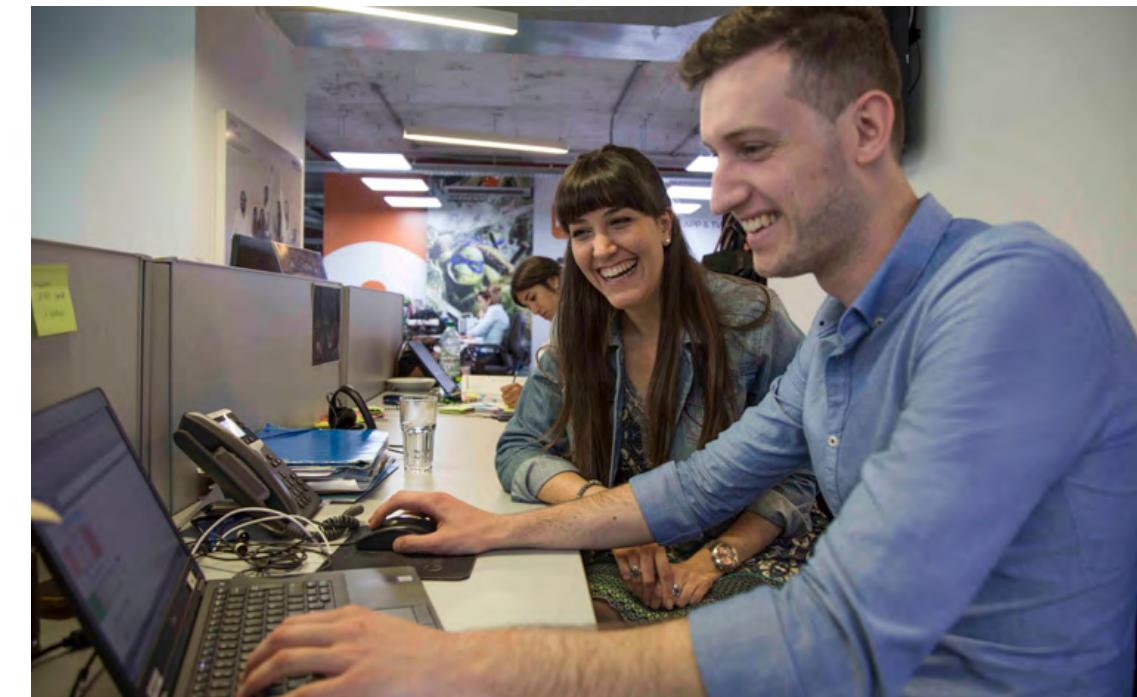


108
hombres



85
mujeres

Categoría	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Gerente/Director	4	1	5
Jefes	10	11	21
Técnicos	22	0	22
Otros	72	73	145
Antigüedad			
15-19 años	0	0	0
10-14 años	0	1	1
5-9 años	44	33	77
Menos de 5 años	64	51	115
Edad			
Edad promedio	32,4	31,72	
Entre 18 y 19 años	1	0	1
Entre 20 y 29 años	42	33	75
Entre 30 y 44 años	63	47	110
Mayor 45 años	5	2	7



Un equipo dinámico

Además de saber cómo está compuesto nuestro grupo de trabajo, para nosotros, es importante conocer cuánto se modifica, para seguir estableciendo iniciativas que nos lleven a ser cada día mejores empleadores. Para ello, tenemos en cuenta el índice de rotación de empleados, que se calcula dividiendo el total de empleados al cierre de cada año por la cantidad de personas que dejaron la compañía.

GRUPO ETARIO	BAJAS	ALTAS
Menores de 30 o igual a 30 años	16	31
Mayores a 30 años	26	7
Total	42	38
SEXO	BAJAS	ALTAS
Hombres	26	23
Mujeres	16	15
Total	42	38

Equilibrio y retención

En DIRECTV trabajamos en pos del equilibrio entre la vida profesional y familiar, fomentando beneficios tales como la reducción de la jornada laboral post maternidad, el teletrabajo y los horarios flexibles. De esta forma, facilitamos que los empleados que han sido padres quieran y puedan reintegrarse una vez que su licencia haya finalizado.

En DIRECTV Uruguay fomentamos beneficios tales como:

- Licencia por emergencia familiar
- Licencia por cumpleaños
- Licencia por mudanza
- Horario flexible
- El Día DIRECTV

- **Home Office:** En el 2017 implementamos la política Home Office. El objetivo es promover el teletrabajo como un medio para lograr eficiencias administrativas, aumentar la productividad, mejorar el equilibrio vida-trabajo al reducir los tiempos de traslados y potenciar el compromiso de los colaboradores. Este programa tiene como objetivo favorecer el Equilibrio Vida – Trabajo de los colaboradores. Satisfaciendo la demanda de los colaboradores de tener cada vez más lugares de trabajo donde puedan tener la autonomía suficiente para auto-gestionarse.



En 2017 contamos con un índice del 100% de reincorporación luego de la licencia por maternidad y paternidad.

NUESTRA PROPUESTA DE VALOR

G4-LA1

Tenemos como prioridad atraer, inspirar y desarrollar a personas talentosas, diversas y extraordinarias, que se enorgullecen de formar parte de la compañía. Y lo hacemos a través de una de las propuestas de valor más completas del mercado.

Experiencia DIRECTV

Nos esforzamos por contar con propuestas de valor que sean competitivas, que nos permitan atraer y retener talento altamente comprometido.

Nos preocupamos por nuestros empleados como miembros de nuestro equipo y también como individuos, seres humanos y miembros de la comunidad. Creemos firmemente que nuestra responsabilidad social como compañía inicia en casa, cuidando por el bienestar integral de nuestros empleados y sus familias. Además, ponemos foco en estimular el desarrollo

personal y profesional de nuestros colaboradores. Cada año la compañía realiza encuestas y estudios que nos permiten revisar qué nivel de competitividad tenemos para con nuestros empleados, lo que nos sirve para tomar las medidas y definir planes para hacer los ajustes necesarios.



INCORPORACIÓN DE TALENTO

G4-LA1

La elección de quienes formarán parte de nuestro equipo es una tarea a la que nos dedicamos con esmero y cuidado, ya que cada persona aporta un talento diferencial a la organización. Una vez incorporados, nos ocupamos de que los nuevos integrantes se sientan bienvenidos y a gusto en su lugar de trabajo.

Procesos de selección

En DIRECTV estamos convencidos de la importancia de contar con el talento correcto en cada posición para el logro de nuestros objetivos de negocio, así también como de la importancia de contar con una fuerza laboral diversa que nos permita enriquecer el entorno de trabajo y garantizar una cultura inclusiva que valore las diferencias.

Por ello, nuestro proceso de selección está diseñado para atraer a personas talentosas, diversas y extraordinarias que se enorgullezcan de brindar la mejor ex-

periencia a nuestros clientes, que se identifiquen con nuestros propósitos y nos ayuden a impulsar nuestros objetivos corporativos. A su vez, esperamos que encuentren en nuestra compañía oportunidades para crecer y desarrollarse personal y profesionalmente.

En DIRECTV, entendemos el proceso de selección como una instancia de mutuo conocimiento entre el candidato y la compañía, en la cual exploramos aspiraciones, motivaciones y objetivos, para establecer de común acuerdo la concordancia entre lo que cada parte busca y pueda ofrecer.

Para ello:

- Se promueve la igualdad de oportunidades bajo las mismas condiciones de educación, experiencia, capacitación y responsabilidad, sin discriminar por motivos de raza, sexo, estado civil, ideología, preferencia sexual, opiniones políticas, nacionalidad, religión o cualquier otra condición personal, física o social.

- Se impulsa el posicionamiento de mujeres en cargos de liderazgo.
- Recursos Humanos coordina en forma centralizada el proceso de reclutamiento y selección, y garantiza que el proceso sea realizado de acuerdo con las políticas establecidas.
- El líder del área solicitante participa de manera activa durante el proceso y la toma de decisiones en conjunto con Recursos Humanos para identificar y emplear a la persona más indicada para cada puesto.
- Se definen criterios claros que permitan objetividad.
- Se documentan las decisiones.

Proceso On boarding

El proceso de Inducción a la compañía, alcanza a la dotación de todo el país, bajo distintas modalidades según la posición. Y consta de cuatro etapas:

- Inducción corporativa
- Experiencias de campo
- Inducción en el rol
- Seguimiento post-inducción con la Entrevista de 60 días

Todo nuevo colaborador que se une a DIRECTV participa de este programa, creado para acelerar su integración y que pueda sentirse cómodo en su nuevo trabajo, en menos tiempo.

DESARROLLO Y MOVILIDAD

G4-LA11

Talent review: mapeo del talento

La compañía adelanta revisiones anuales que tienen como objetivo analizar el desempeño y el potencial de los empleados para identificar necesidades de desarrollo, personas con mayor potencial a futuro, posibles sucesores a cargos críticos y talento clave. Son procesos estandarizados en todas nuestras operaciones y liderados desde el área regional de Talento que genera información valiosa para gerenciar el talento, complementar Planes de Desarrollo Individual, planes de sucesión regional.

Transparencia en ascensos y promociones

• Job postings

Es el proceso que empleamos en DIRECTV Latin America para dar a nuestra gente la oportunidad de acceder a los cargos vacantes antes de traer talento externo. El colaborador puede optar por cargos de mayor responsabilidad en los que pueda seguir creciendo

y desarrollarse, o presentarse a una convocatoria interna, independientemente del resultado.

También es una oportunidad que tiene el candidato de participar en un proceso formal de evaluación/assessment de sus competencias, identificar sus fortalezas y áreas de mejoramiento y recibir retroalimentación, un insumo útil para enriquecer tal como desarrollaremos posteriormente, su Plan de Desarrollo Individual (PDI).

Este año se comenzaron a difundir Job Postings Regionales, para aplicar a posiciones en la región.

• Traslados internacionales

Como compañía, somos abiertos y apoyamos la posibilidad de que personas de niveles gerenciales en adelante puedan optar a cargos en otros países. Creemos que estos movimientos son oportunidades para que nuestra gente aprenda a trabajar con personas de distintas culturas, valore las diferencias y la diversidad, y

tenga exposición internacional. Por ello, hemos definido una Política de Traslados Internacionales, que como se mencionó en anteriormente establece las condiciones y beneficios que la compañía otorga al empleado trasladado y a su familia, al igual que los procesos y lineamientos por seguir en estos casos.

Promover el desarrollo

En DIRECTV Uruguay, proponemos un ambiente laboral que apuesta al desarrollo personal y al aprendizaje constante. El objetivo es mantener y mejorar el capital humano, mediante la formación orientada a ampliar su base de conocimientos. El acceso a las oportunidades de formación también contribuye al progreso en otras áreas de desempeño social, tales como la igualdad de oportunidades en el puesto de trabajo y en su condición de empleabilidad. Contribuye a motivar el crecimiento personal y de nuestra organización en su totalidad.

Parte importante de las acciones de desarrollo de nuestros colaboradores en DIRECTV Uruguay es el Plan de Capacitación Anual, que tiene programas de formación diseñados con contenidos específicos de acuerdo con la estrategia de la compañía y nuestro nuevo modelo de competencias ELM. Este plan tiene como objetivo entregar los conocimientos y habilidades necesarias para desarrollarnos en nuestros cargos, con la finalidad de aportar nuestro máximo potencial al cumplimiento de los objetivos del negocio y seguir aportando al desarrollo profesional de cada uno de los colaboradores.

Mejorar el idioma

Para colaborar con el desarrollo profesional de nuestros colaboradores, en DIRECTV Uruguay tenemos un Apoyo Económico para Idiomas. Este tiene como objetivo perfeccionar los conocimientos del inglés de los colaboradores en posición de liderazgo (jefes o cargos superiores) que deseen hacer uso del beneficio de clases dentro de las instalaciones de la empresa, con clara orientación al negocio y al desarrollo de las habilidades de comunicación oral y escrita.

Evaluación de desempeño

La compañía cuenta con un nuevo proceso de gestión de desempeño - MY PERFORMANCE PLAN- que busca

alinear los objetivos individuales con las prioridades, objetivos y el éxito de la compañía y potenciar el desempeño individual y organizacional.

Este proceso promueve el mejoramiento continuo y el desarrollo de cada uno de nuestros colaboradores mediante el establecimiento de metas y expectativas claras, una cultura rica en retroalimentación, coaching, diálogo abierto, la evaluación del progreso y reconocimiento.

Es por ello que a lo largo del año y como parte del ciclo natural del proceso, se programan reuniones individuales entre cada empleado y su líder/jefe inmediato. Dichas reuniones son parte del espacio que tienen nuestros empleados para expresar sus necesidades, dar y recibir retroalimentación y acordar expectativas con sus líderes. También para hacer sugerencias para la toma de decisiones que están directamente relacionadas con su trabajo.

En DIRECTV Uruguay capacitamos al 100% de nuestros colaboradores en la nueva herramienta de My Performance Plan, alcanzando a todo el territorio nacional.



EN FORMACIÓN CONTINUA

G4-LA9

En DIRECTV, creemos fuertemente que el aprendizaje más efectivo se produce a partir de la experiencia. Por este motivo, les brindamos la oportunidad de experimentar nuevos desafíos, junto a una robusta oferta de capacitación alineada al negocio y al desarrollo de habilidades, para que puedan optimizar su desempeño. Ayudamos a nuestros equipos a descubrir y desarrollar su talento, superarse profesionalmente y gestionar su carrera a través de diversos programas formativos.

Promedio de horas de capacitación por empleado 2017

Hombres	31,60
Mujeres	28,64

Modelo de desarrollo en DIRECTV

DIRECTV está comprometida con el desarrollo de cada uno de sus colaboradores no solo como fundamento para el logro de los resultados del negocio, para el crecimiento futuro y viabilidad financiera de nuestra compañía, sino también como un componente fundamental de nuestro compromiso social corporativo.

Para ello, diseñamos, generamos y ejecutamos procesos, herramientas y planes de capacitación, formación, desarrollo y de gestión del desempeño que permitan fomentar el crecimiento de los líderes y de los colaboradores, propiciar planes de carrera a largo plazo, la permanencia y, por ende, los resultados de negocio.

• **PDL:** Este año sumamos el Programa de Desarrollo para Líderes el cual tuvo una duración de 6 meses y cumplió con el objetivo de generar un mayor compromiso de los líderes en la obtención de los resultados esperados y promover una mayor comunicación y ali-

neamiento entre los distintos niveles organizacionales. En el programa participaron 26 colaboradores en posición de liderazgo y tuvo una altísima satisfacción por parte de los mismos quienes participaron de clínicas, talleres e instancias de coaching personalizado.

• **Mentoring:** Este año también contamos con un Programa formal de Mentoring, a través del cual un Mentor trabaja junto a un Mentee, facilitando recursos, valores, habilidades, perspectivas, actitudes y competencias que le permitirán a este último desarrollarse en su carrera profesional. El programa tiene como objetivo fomentar el crecimiento personal e individual de nuestros colaboradores, a través del intercambio de información del negocio, habilidades, actitudes y comportamientos.



BENEFICIOS Y FLEXIBILIDAD

Programa de beneficios

En DIRECTV Uruguay buscamos contar con los mejores beneficios para poder entregarles a nuestros colaboradores una propuesta de valor diferenciada, que apuesta a mejorar el bienestar y la salud.

• Compensación salarial

Nuestra política de compensación se fundamenta en la definición de bandas salariales, que garantizan la competitividad y la equidad entre empleados con cargos de impacto y complejidad similares a la luz de los objetivos y retos de negocio. La asignación de banda salarial se realiza mediante la aplicación de sólidas metodologías y revisiones que aseguran la correcta asignación.

• Salud

Todos nuestros colaboradores cuentan con un seguro y tienen la posibilidad de afiliarse gratuitamente a uno de los mejores seguros médicos en plaza. Además, ambientamos nuestros locales para realizar el carné de salud de los colaboradores que lo necesiten.

La alimentación también está en nuestra lista de prioridades y nuestros colaboradores tienen a disposición en las oficinas frutas frescas y de estación para que disfruten a diario.

Cada semana disfrutamos de una pausa de gimnasia laboral en todas nuestras oficinas. Asimismo, contamos con convenios en gimnasios y clubes deportivos en distintos barrios de Montevideo para que todos puedan tener acceso.

• Desarrollo profesional y personal

Promovemos el desarrollo personal y profesional de nuestros colaboradores, facilitando el acceso a estudios de Grado, Posgrados y Maestrías, mediante la financiación parcial de su costo, sujeto al cumplimiento de ciertos requisitos. En las carreras de Grado, se financiará el 50% del curso; en los Posgrados, el 60% del curso; y en las Maestrías, el 70%. También se establecen convenios con instituciones educativas, tanto de carreras terciarias como técnicas, para que los col-

aboradores tengan allí importantes descuentos.

También tenemos beneficios corporativos exclusivos como disfrutar del mejor entretenimiento en su hogar con la mejor tecnología de DIRECTV sin costo para todos los colaboradores.

• Flexibilidad laboral

En DIRECTV tenemos el espíritu de fomentar que nuestros colaboradores tengan un buen equilibrio entre su vida profesional y su vida personal. Contamos con políticas y planes de flexibilidad para motivar y potenciar su tiempo libre, en los que los colaboradores pueden gestionar un horario flexible o contar con algunos días de licencia en situaciones particulares: licencia por emergencia familiar, por cumpleaños, por mudanza, por adopción, home office.

COMUNICACIÓN INTERNA

En DIRECTV consideramos que, para asegurar alineación y compromiso, encontrar las mejores soluciones y enfrentar con éxito la complejidad del contexto y los desafíos, es de vital importancia el contacto permanente y de doble vía entre nuestros líderes y los empleados.

Por todas estas razones, nos esforzamos en fortalecer el vínculo, las conexiones y las comunicaciones en todos los niveles de la organización y promovemos y fomentamos el flujo constante de información.

Para lograrlo, buscamos desarrollar y fortalecer en cada uno de nuestros colaboradores la capacidad de comunicar de manera clara y transparente. Así, hemos decidido incluir esta competencia en nuestro Modelo Corporativo de Competencias (MCC) y evaluarla de manera periódica en el marco del proceso de gestión del desempeño (My Performance Plan).

Contamos con equipos de Comunicación Interna y con personas de distintas disciplinas que trabajan con los líderes de las áreas para propiciar los mecanismos y herramientas de comunicación interna necesarias para elaborar y publicar los contenidos.

ARÁCTER

estra un alto nivel de integridad, honestidad, confianza, y se interesa de lo profundo en el éxito de la compañía, el de los clientes y colaboradores.



SALUD Y SEGURIDAD OCUPACIONAL

G4-LA5, G4-LA6

Asumimos la seguridad y la salud ocupacional como un factor clave para cuidar a nuestro equipo y brindarles un lugar seguro para trabajar. Nuestra motivación de todos los días es "construir juntos el lugar más seguro para trabajar".

Inspirados en el cuidado de nuestros colaboradores y bajo el programa "Trabajo seguro", formamos un equipo multidisciplinario integrado por seis colaboradores de áreas diferentes, que son los referentes del programa en su sector, para tratar todos los temas referidos a seguridad laboral.

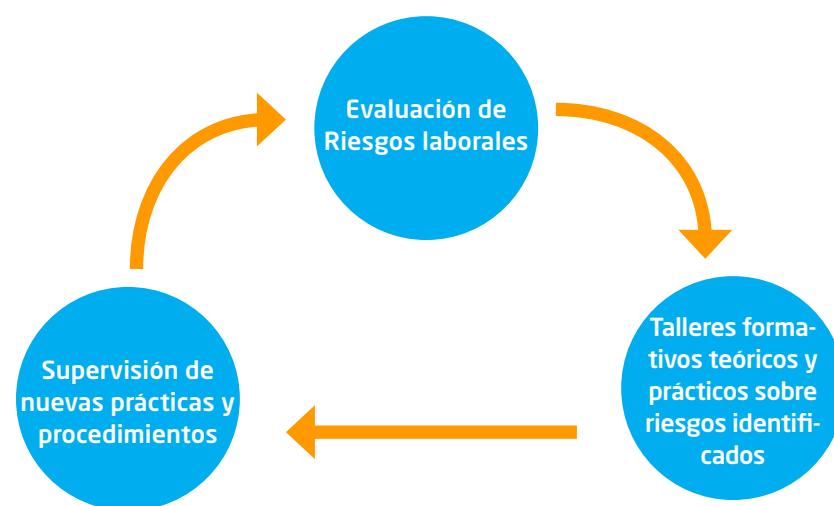
Desde "Trabajo seguro", abordamos los temas relativos a la Seguridad y Salud Ocupacional, a través de una visión sistémica, apuntando a la mejora continua en aquellas prácticas y procedimientos que impactan sobre la prevención de riesgos laborales.

El objetivo es medir los riesgos de nuestro trabajo para generar indicadores de gestión, capacitar y concientizar a cada público objetivo para la mejora continua, alcanzar niveles de excelencia en los indicadores de Salud y Seguridad Ocupacional. El enfoque del programa contempla planes de acción para cada uno de los roles de acuerdo con los resultados de las evaluaciones, implementando talleres formativos, equipamientos de trabajo o diseños de procedimientos aplicables a las tareas relevadas.

Entre las novedades que presenta el programa, se destacan:

- Taller de Seguridad vial
- Taller de Trabajos en altura para supervisores y ejecutivos
- Planes de Evacuación de los locales y realización de simulacros

- Taller de RCP y uso de los desfibriladores
- Concientización de trabajo en altura, programa CUIDAME (entrega de cascos y heladera)



No hubo víctimas mortales ni accidentes graves durante el 2017.

5. INTEGRAMOS



VALOR EN CADENA

G4-12

Cada integrante de nuestra cadena de valor es clave para cumplir con nuestra misión: llevar a los hogares uruguayos la mejor oferta de entretenimiento. Desde los proveedores de insumos y servicios hasta los agentes de venta y los instaladores, todos los actores están altamente comprometidos con la calidad y la ética en las operaciones.

En DIRECTV Uruguay, contamos con un Centro Nacional de Distribución, desde el cual atendemos la entrega de todos los materiales para los negocios de Pospago y Prepago.

POSPAGO

- Tenemos un total de 20 puntos de stock, entre propios y terceros, distribuidos en todo el país, en donde son entregados de forma semanal, a través de nuestro Centro Nacional de Distribución, todos

los materiales necesarios para realizar instalaciones, upgrades, downgrades y asistencias técnicas.

- A su vez, dichos puntos de stock distribuyen los materiales al personal técnico, integrado por 87 cuadrillas de instaladores, quienes son los responsables de realizar la instalación o el servicio requerido por los clientes.

PREPAGO

- Los kits de Prepago son armados dentro de nuestro Centro Nacional de Distribución y distribuidos por este.
- Tenemos un total de 50 puntos de entrega, entre propios y terceros; los retailers (cadenas de supermercado, tiendas, etc.) los venden directamente a los clientes o bien a los intermediarios.

LOGÍSTICA INVERSA

Ya sea en el negocio de Pospago como Prepago, cada punto de entrega puede devolver materiales por falla técnica o en garantía a nuestro Centro Nacional de Distribución. El costo está a cargo de DIRECTV.

**CENTRO NACIONAL
DE DISTRIBUCIÓN**

PREPAGO

POSPAGO

CUADRILLAS

CLIENTES

NUESTROS PROVEEDORES

G4-EC9

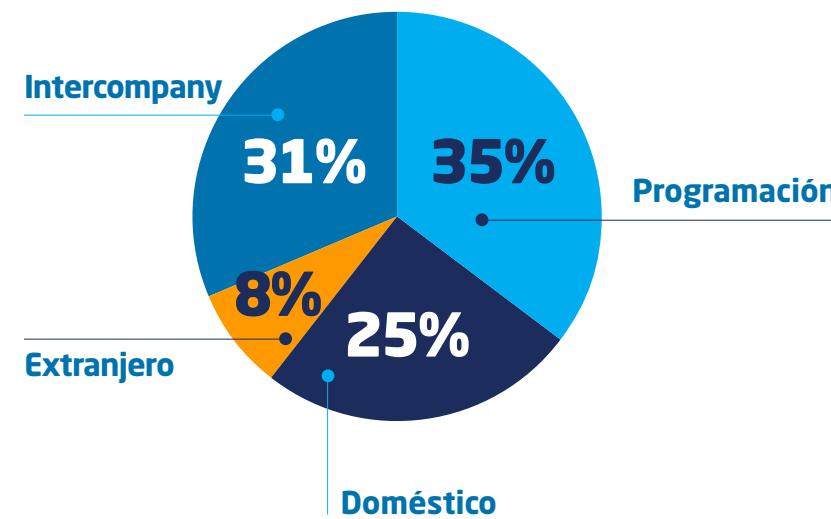
En DIRECTV buscamos establecer con nuestros proveedores de productos y servicios una relación sólida, de largo plazo, basada en la honestidad, la integridad, el trato justo y la libre competencia.

Trabajamos con proveedores locales, extranjeros, intercompany y de programación:

- Los proveedores locales son a los que recurre DIRECTV con un fin doméstico, por ejemplo, artículos de papelería para nuestra oficina.
- Los proveedores extranjeros abarcan todas las compras que DIRECTV Uruguay realiza en el exterior como por ejemplo la compra de decodificadores.
- Los proveedores intercompany son todas aquellas compras que DIRECTV Uruguay realiza a otros DIRECTV de la región como por ejemplo nuestro call center es adquirido a través de DIRECTV Argentina.
- Los proveedores de programación son aquellos que incurre DIRECTV Uruguay por las señales que ofrecemos (estos pueden ser extranjeros o locales).

El costo asociado a proveedores locales representa el 25% del total de costo por proveedores. Además, el 92% de nuestras compras son locales, con lo que apostamos al desarrollo y crecimiento de la industria local y de las comunidades en las cuales operamos.

Datos en base a facturas contabilizadas.



Selección de proveedores y compra

Todas las compras deben seguir un proceso de selección de proveedores liderado por el departamento de compras.

La competencia integral será el método preferido para seleccionar a los proveedores de bienes y servicios. La selección de proveedores deberá ser hecha en base al mejor valor general para AT&T; tomando en cuenta precio, calidad, estabilidad financiera, sustentabilidad, disponibilidad, etc.

Por razones financieras y estratégicas, los contratos de marco específico de AT&T Corp. tienen prioridad sobre la selección de proveedores de DIRECTV LATAM, de la que Uruguay forma parte.

Contamos un sector de Compras, encargado de efectuar revisiones mensuales de proyectos de compras abiertas, en coordinación con la unidad de negocios involucrada.

Tanto en DIRECTV Uruguay como en la región, contamos con un proceso de compras que busca generar transparencia y libre competencia.

En las adjudicaciones en las cuales no haya competencia, usualmente referidas como "exclusivas / única fuente de abasto" eliminan la habilidad de obtener una ventaja competitiva. Estas solicitudes deben ser aprobadas por DIRECTV LATAM antes de contactar al proveedor.

Las compras recurrentes deben seguir un proceso de selección de proveedores cada 3 años.

El departamento de Compras de DIRECTV LATAM debe seguir los lineamientos propuestos por el departamento de Legales antes de adjudicar un proyecto al proveedor.

Los proveedores deben identificarse y seleccionarse según criterios escritos y objetivos. En otras palabras, un proveedor debe elegirse según su competencia comercial y técnica.

Por lo tanto, se realiza una investigación de antecedentes que incluye tanto los negocios, la reputación comercial, las calificaciones técnicas y los propietarios, como la integridad del proveedor.

Este análisis reúne algunos de los siguientes aspectos o bien todos:

- Revisar fuentes de información públicas (por ejemplo, realizar búsquedas en Internet sobre los antecedentes y la reputación del proveedor).
- Verificar las referencias comerciales entregadas por el proveedor.
- Entrevistar al proveedor.
- Obtener información de fuentes del gobierno. Cuando contratamos un servicio o bien relacionado con ellos.
- Obtener información de instituciones (bancos, despachos de auditoría, abogados, investigadores) en el país de operación del proveedor.

NUESTROS AGENTES DE VENTA

Fortalecer el conocimiento sobre el negocio, las capacidades y la conducta ética de nuestros agentes de ventas es una forma también de cuidar la cadena de valor.

A partir de noviembre 2017 se dividió el país en dos mercados (Sur y Norte). Cada mercado tiene un responsable de Pospago y Prepago para lograr un mayor foco en cada negocio, velando por la calidad de las ventas y la imagen de la marca. Ellos también tienen la misión de velar por las necesidades de los agentes y su fuerza de ventas para cubrirlas en el menor tiempo posible sin generar impacto en su dinámica, la calidad de la venta y la atención.

Los ejecutivos de Mercado se reúnen con el agente como mínimo una vez al mes para repasar los siguientes puntos:

- Revisión de principales indicadores de negocio del mes anterior y mes corriente.
- Principales indicadores relacionados con la calidad de la venta.

- Alineamiento de las prácticas de ventas, en las que el intercambio con el agente y su punto de vista sobre el mercado y las zonas de trabajo son el foco de interés.

A su vez, los ejecutivos de Mercado reciben formación de DIRECTV para desarrollar mejor su labor.

En conjunto con el capacitador de la compañía, los agentes son capacitados y se les desarrolla brindándoles módulos de ventas y módulos de supervisor y líder de equipo.

Una vez al mes, se realiza una capacitación inicial para toda la nueva fuerza de venta.

Posteriormente, se detecta junto al agente, el capacitador y el ejecutivo las necesidades de la fuerza de ventas y se realizan capacitaciones específicas para que el futuro cliente reciba la mejor atención y asesoramiento.

Periódicamente, se le envía al ejecutivo un informe de desempeño. Al cierre, se le presenta un documento con los datos finales, para que el agente esté adecuadamente informado y el trabajo se dé en un ambiente de transparencia.

CLAVES DE UNA RELACIÓN DURADERA

Es importante para nosotros saber con quiénes y cómo estamos trabajando, y mantener una alineación al 100% en términos de conducta y valores.

Consideramos que nuestra cadena de valor es un eslabón clave ya que, a través de ella, aseguramos la calidad de nuestros productos, lo que impacta directamente en la experiencia de los clientes.

Generar valor para nuestros proveedores también es importante para nuestra gestión. Por eso, los invitamos a participar en nuestras acciones de voluntariado, sumándose con aportes puntuales desde su negocio o como voluntarios de la acción. De esta forma, promovemos la solidaridad más allá de nuestros colaboradores, con el fin de involucrar y generar relaciones sólidas.

Ética y transparencia

De todos nuestros proveedores y agentes, esperamos un alto grado de integridad y que respeten los valores que nos guían como organización y como personas. Para ga-

rantizar esta alineación, les solicitamos a los proveedores que comienzan a trabajar con nosotros que firmen el Código de Ética y Conducta de la compañía.

Al momento del alta, también evaluamos que cumplan con las condiciones básicas de seguridad. Además, los contratos con proveedores y agentes incluyen cláusulas que prohíben el trabajo infantil y el trabajo forzoso, entre otras violaciones a los derechos humanos.

Comunicación al 100%

Para mantener la relación en excelentes condiciones, nos resulta imprescindible estar permanentemente comunicados y en vínculo cercano con los proveedores. Cada cierto tiempo, nos reunimos tanto con nuestros proveedores como con nuestros agentes de venta para asegurarnos de que cumplan con las condiciones acordadas al momento de la selección y estén alineados a las políticas de sustentabilidad y calidad de DIRECTV.



6. COMPARTIMOS



GENERACIÓN DIRECTV

Generación DIRECTV es la plataforma de responsabilidad social empresarial de DIRECTV en Latinoamérica. Regionalmente se desarrollan los siguientes programas de impacto: Escuela +, Piedra Papel Tijera, The Forum, Eco DIRECTV y Cinema +.

A través de nuestra tecnología, el servicio, y especialmente nuestra gente, generamos cambios positivos y sustentables en áreas necesitadas de la región.



Generamos nuevas formas de aprender y educar achicando la brecha digital y educativa.

Enriquecemos el contenidos educativo para escuelas de educación primaria y secundaria, brindando nuestra más alta tecnología.



Generamos mejoras reales en comunidades latinoamericanas.

Transformamos lugares en contextos vulnerables, con mano de obra de nuestro voluntariado.



Generamos espacios de influencia para difundir lo que hacen Fundaciones y ONG.

Donamos segundos de aire y transmitimos de forma masiva los esfuerzos comunitarios de organizaciones y fundaciones.



Generamos transformaciones sustentables para el medio ambiente.

Promovemos prácticas sustentables dentro de la industria, entre nuestros colaboradores y en las comunidades.



Generamos promoción del cine a través de nuestras pantallas y plataformas digitales

Realizamos un concurso de cortometrajes latinoamericanos para estudiantes de cine y carreras afines, con el fin de acompañar y potenciar el crecimiento del cine regional y de apoyar a los nuevos talentos.

GENERACIÓN DIRECTV EN URUGUAY

En DIRECTV Uruguay, asumimos el desafío de mirar nuestro entorno y colaborar para promover un cambio positivo, aportando nuestro grano de arena para mejorar las comunidades en las cuales operamos.

Nuestra actuación empresarial socialmente responsable tiene un fundamento ético, a partir del reconocimiento de los impactos que nuestras decisiones tienen sobre nuestros grupos de interés y sobre nuestro entorno. Esta acción se articula con el gobierno corporativo y se gestiona desde el quehacer diario de la empresa y de las personas que la conforman.

La Responsabilidad Social forma parte de nuestro ADN y, por este motivo, se gestiona transversalmente, acompañando el **negocio**, considerando a los **grupos de interés** a los cuales impactamos con nuestro accionar y contribuyendo al **desarrollo humano** a través de la generación de valor social, económico y ambiental.

- **Desde nuestro negocio:** Impulsamos y desarrollamos iniciativas que se alineen a lo que promovemos desde el negocio. Por eso, uno de nuestros criterios de acción responde al deporte, foco de nuestro negocio, ya que es una disciplina que colabora para el desarrollo e inclusión social de poblaciones vulnerables. Además, utilizamos la tecnología como una ventaja competitiva para disminuir la brecha digital y mejorar la educación de personas de bajo recursos o en lugares remotos.

- **Desde nuestra capacidad de influencia:** Impulsamos instancias de apoyo en educación, salud e inclusión a personas en situación de vulnerabilidad. Contribuimos a la alfabetización digital potencian- do el acceso, las habilidades y las oportunidades a la comunidad.

- **Desde nuestra gente:** Promovemos el voluntariado entre nuestros colaboradores, familiares, proveedores, clientes y socios estratégicos. Estamos

convencidos de que es una gran fuerza de cambio que genera instancias de integración, crecimiento y acercamiento con personas en situación de vulnerabilidad y con su realidad.

Localmente, promovemos, gestionamos y difundimos los 5 programas que se desarrollan regionalmente (Escuela +, Piedra Papel Tijera, The Forum, Eco DIRECTV y Cinema +) y sumamos proyectos locales que conforman nuestro programa anual de RSE y que los enmarcamos en nuestros 3 pilares:



COMUNIDAD



EDUCACIÓN



SUSTENTABILIDAD
Y MEDIOAMBIENTE

1. Comunidad

A. Piedra Papel Tijera

Piedra Papel Tijera es nuestro programa de voluntariado que llega a contextos vulnerables en Latinoamérica para transformar espacios y generar cambios positivos en la calidad de vida de las comunidades donde operamos.

NIVEL LOCAL

Junto al Liceo Jubilar Juan Pablo II, nuestros voluntarios, familia y amigos, reacondicionamos el espacio deportivo de la institución, ubicado en el barrio de Casavalle en Montevideo, durante dos días de jornadas.

El espacio deportivo es utilizado para las clases de educación física, y para la práctica de diversos deportes, como fútbol, rugby y hockey que realizan los 250 estudiantes del centro educativo.

La inauguración contó con la participación de jugadoras integrantes de la Selección Uruguaya de Fútbol Femenino y con jugadores de la Selección Uruguay

de Rugby, quienes brindaron una clínica deportiva para los equipos de rugby y fútbol femenino del centro educativo.

La actividad fue la número 200 de la iniciativa de voluntariado "Piedra Papel Tijera" que DIRECTV realiza en Latinoamérica, y para DIRECTV Uruguay fue una celebración realizarla.

La actividad formó parte de una serie de documentales, que muestran diferentes realidades de comunidades latinoamericanas enmarcadas en historias de vida y en los cambios positivos que pueden generarse cuando nos unimos para colaborar. Los clientes accedieron en exclusiva a la serie a través del canal OnDIRECTV y DIRECTV Sports.

El episodio de Uruguay contó con la participación especial de una voluntaria como voz en off, quien relató la historia. Previamente se realizó un concurso entre los colaboradores para elegir a la voz del capítulo uruguayo.



Piedra Papel Tijera 2017

402 horas

de voluntariado generadas en el
programa Piedra Papel Tijera en Uruguay



**250
beneficiados**

NIVEL REGIONAL

Tras el alud de barro ocurrido en la zona Carapongo, Perú, en marzo del 2017, por segundo año voluntarios de GENERACIÓN DIRECTV de 10 países se reunieron con la misión de colaborar en la zona.

Uno de los desastres naturales más fuertes de los últimos tiempos en Perú provocó 75 fallecidos, más de 260 heridos, 11.000 viviendas destruidas y más de 99.000 damnificados.

Esta fue nuestra segunda acción de voluntariado regional, en el marco del programa Piedra Papel Tijera que desarrolla la empresa. Durante la primera semana de diciembre de 2017, más de 120 voluntarios latinoamericanos, incluidos los 4 que viajaron desde Uruguay, colaboraron durante tres días en la construcción de 10 casas para 10 familias damnificadas. Fueron días de esfuerzo, intercambio, compromiso y emoción, con el único fin de brindar una mejor calidad de vida a las familias afectadas.



Piedra Papel Tijera Regional 2017



578 horas
horas de voluntariado de DIRECTV Uruguay generadas



10 familias beneficiadas
y toda una comunidad que se une a través de nuestro voluntariado

B. DIRECTV te cambia la vida

El programa está destinado a colaborar con instituciones del interior del país, mediante donaciones recolectadas entre los colaboradores. Una de las variantes de este proyecto es colaborar en situaciones de emergencia.

Durante el 2017, colaboramos con los damnificados de las inundaciones ocurridas en Salto, a través de la donación de alimentos, abrigo y pañales de niños.

En diciembre, acercamos el espíritu navideño a otras familias y realizamos con los colaboradores canastas navideñas que donamos a 97 familias del CAIF Abejitas Laboriosas, de Melo (Cerro Largo), institución seleccionada entre las que postularon los colaboradores.

Además, las canastas tuvieron algo especial, los contenedores que usamos para colocar los alimentos fueron realizados a partir de lonas que ya no utilizamos en la compañía. De esta forma reciclamos estos materiales para darle un nuevo y positivo uso.

Nuestra colaboración 2017:

ACCIÓN SOCIAL	INSTITUCIÓN BENEFICIADA	DONACIÓN
DIRECTV te cambia la vida – Inundaciones Salto	Club de Leones Salto	Artículos de limpieza e higiene personal y colchones
DIRECTV te cambia la vida – Canastas navideñas	CAIF Abejitas Laboriosas-Melo (Cerro Largo)	Canastas navideñas

C. Donaciones

Canalizamos algunos de nuestros aportes a la comunidad a través de propuestas de donaciones que nos llegan a través de nuestros colaboradores. Así, buscamos generar sinergia entre las instituciones que apoyamos y también canalizar materiales en desuso que se generan en la compañía o desde los colaboradores.

Nuestra colaboración en 2017:

ACCIÓN SOCIAL	INSTITUCIÓN BENEFICIADA	DONACIÓN
Donación de materiales	Ceprodih	Material informático
Donación materiales	ÁNIMA	Material informático

D. Colectas Solidarias

Nuestra colaboración también toma en cuenta a nuestros colaboradores en caso que surjan necesidades de apoyos significativos. De esta manera al cierre del 2017 promovimos una colecta solidaria entre todos

los colaboradores para ayudar en la recaudación de fondos para una operación delicada a la cual debió someterse el hijo del colaborador.

Una vez más el compromiso y el espíritu solidario de este equipo puso su grano de área para apoyar a un integrante de nuestra familia DIRECTV.

E. Teletón: Crecemos todos

Nos sumamos a las jornadas de recaudación de la Fundación Teletón, a través de la colocación de alcancías en nuestras oficinas y locales propios, brindándole la posibilidad de colaborar a nuestros colaboradores y clientes por esta vía.

F. The Forum

The Forum es un programa regional que cede minutos en los canales de DIRECTV para difundir lo que hacen ONG e instituciones de Latinoamérica.

En 2017, desde Uruguay, se participó de este programa difundiendo la labor de Techo, una organización presente en Latinoamérica y El Caribe que busca superar la situación de pobreza que viven miles de personas en los asentamientos precarios, a través de la acción conjunta de sus pobladores y jóvenes volun-



3ra. EDICIÓN CONCURSO THE FORUM
Por tercer año consecutivo, se realizó regionalmente un concurso entre todas las organizaciones que participaron de The Forum durante 2016, y el spot más votado obtuvo USD 10.000 para beneficio de la institución. Desde DIRECTV Uruguay nos sumamos difundiendo el spot de Gurises Unidos, que participó de The Forum en 2016.

tarios. Y Aldeas Infantiles SOS Uruguay, una organización internacional de desarrollo social sin fines de lucro, no gubernamental e independiente, que trabaja en el mundo desde 1949, con el objetivo de garantizar el derecho de niñas, niños y adolescentes a la convivencia familiar y comunitaria.

G. Nos sumamos al “Salto a la vida” de Cavani

En DIRECTV nos sumamos al partido solidario “Salto a la Vida” que organizó por segundo año Edinson Cavani, en Salto, en esta instancia a beneficio de la Asociación Down del departamento.

En línea con nuestro objetivo de aportar a las comunidades donde operamos, trasmítimos el partido solidario organizado por el futbolista a beneficio de la Asociación Down de Salto, que se realizó el jueves 28 de diciembre en el estadio “Ernesto Dickinson” de la capital salteña.

La segunda edición de “Salto a la Vida”, se televisó para 8 millones de hogares (30 millones de personas aproximadamente) en Latinoamérica.

Además, nos sumamos con otras dos acciones puntuales. Donamos a la organización beneficiaria el monto equivalente, en pesos, a veinte veces la cantidad de personas que concurrieron al estadio para asistir al evento.

Al mismo tiempo, durante un mes donamos el primer mes de abono de todos los contratos del servicio realizados en Salto a la Asociación Down para colaborar en el desarrollo de las personas que asisten a dicha institución.

Por otra parte, durante el partido convocamos a la comunidad de Salto a proponer iniciativas que agreguen valor a la localidad a través de nuestro programa de voluntariado “Piedra Papel Tijera”.

Buscando la forma de integrar a nuestra gente, se realizó entre los colaboradores un sorteo para seleccionar el “jugador DIRECTV”, dándole la posibilidad de jugar en el equipo de Cavani y compartir con el futbolista un partido de fútbol.



2. Educación

A. Escuela+

Escuela+ es el proyecto insignia de nuestra compañía a nivel regional y local. Es un programa de educación audiovisual que aspira a colaborar, complementar y enriquecer el contenido educativo para los centros de educación primaria y secundaria de Latinoamérica. Complementa con la currícula de cada país y busca aportar innovadores recursos audiovisuales que mejoren el aprendizaje de los alumnos. Combina cuatro elementos:

- Tecnología de punta:** DIRECTV provee televisión satelital y digital, más un DVR (Digital Video Recorder) que permite guardar y administrar los contenidos audiovisuales. Contamos con el apoyo de Takeoff Media, socio estratégico del programa, que desarrolla las diferentes plataformas tecnológicas de Escuela+.

- Contenidos de excelencia:** la programación es indexada a una currícula especialmente adaptada para América Latina y el Caribe. Cuenta con programas de socios estratégicos que se suman al programa: Discovery en la Escuela, National Geographic, Disney y Torneos.

- Metodología innovadora:** se utiliza un modelo desarrollado por Discovery en la Escuela y otro por el equipo de ESCUELA+.
- Seguimiento permanente:** el equipo evalúa los establecimientos educativos y se contacta periódicamente con ellos para acompañar y analizar la evolución de la herramienta.

En Uruguay, el programa se implementa en conjunto con el Consejo de Educación Inicial y Primaria (CEIP) y se orienta, en una primera instancia, a escuelas rurales de todo el país. Busca brindar a los docentes una herramienta educativa para disminuir la brecha digital y contribuir a mejorar la calidad educativa en lugares remotos, a través de nuestra tecnología.

El programa comenzó en Uruguay en 2014, con 48 escuelas piloto en los departamentos de Canelones, San José y Maldonado. Al cierre del 2017, el programa contaba con 505 centros rurales, cerca del 50%, en todos los departamentos del interior del país.

Por otra parte, el programa posee un fuerte foco en el seguimiento y la asistencia a las escuelas. Los docentes reciben capacitaciones sobre el uso de la herramienta y su mejor aprovechamiento, y están en contacto con la figura del "Padrino+", voluntarios de

DIRECTV que son el nexo con la escuela y los acompañan con la familiarización del programa y la asistencia de dudas o consultas. Además, los docentes cuentan con un número exclusivo de asistencia técnica.

En el 2017, sumamos a Enseña Uruguay como aliado para reforzar las capacitaciones a los docentes que forman parte del programa, elemento fundamental del éxito de Escuela+.

Enseña Uruguay es una organización sin fines de lucro que trabaja para que todos los adolescentes del país reciban una educación de calidad independientemente de su lugar de origen, a través de un programa de dos años de formación y liderazgo docente, impulsando una transformación educativa desde el salón de clases.

ESCUELA+ en 2017

217

nuevos centros
educativos rurales se
sumaron a Escuela+.



505

es el total de escuelas
rurales con que cuenta el
programa en todo el país.

79

Padrinos+
generaron



556 horas

de voluntariado asistiendo
a las escuelas.



11.419 alumnos

beneficiados desde que inició el programa.

Conocé más de Escuela+ a través de nuestra web:
www.escuelaplus.com

PADRINOS +

Padrinos+

El programa brinda la oportunidad a los colaboradores de DIRECTV de sumarse como voluntarios y colaborar con la educación de nuestro país, con la asistencia a las maestras en el uso de la herramienta. Para ello, los Padrinos reciben capacitación sobre el programa, el uso de la herramienta y su rol. El contacto con las escuelas se realiza mediante visitas a los centros educativos y también con contactos telefónicos.

Una Jornada Diferente

En marzo realizamos un encuentro entre todos los que impulsamos Escuela+, invitándolos a repasar los logros del programa y conocer los nuevos desafíos. Esta instancia también tuvo como finalidad reconocer y agradecerles por su labor, y continuar afianzando el equipo. De esta forma se reconocieron a los técnicos que participaron en las instalaciones de las escuelas y realizamos una actividad de team building donde vivieron la experiencia de su valioso aporte como Padrinos+.

II Congreso Iberoamericano Sobre Televisión y Educación Escuela+

El 6 y 7 de setiembre se realizó en Buenos Aires el 2º Congreso Iberoamericano sobre Televisión y Educación, organizado por DIRECTV y Escuela+ a nivel regional.

El encuentro tuvo como objetivo reflexionar sobre el impacto de la tecnología en el mundo educativo y promover los beneficios que la multiplicidad de pantallas aporta al aula, tanto a docentes como a alumnos, generando un espacio de intercambio en el quehacer académico y educativo.

Desde Uruguay participaron expositores del Consejo de Educación Inicial y Primaria, sobre la temática educación rural, y una maestra participante del programa contó su experiencia en el uso de la herramienta y las sinergias encontradas con el Plan Ceibal para potenciar su labor en la clase.

En el marco del Congreso, reconocimos a un Padrino+ invitándolo a participar del evento para que pudiera vivenciar la magnitud del programa y profundizar en el conocimiento de la educación audiovisual.

El Padrino reconocido fue votado por los padrinos del grupo con la consigna de reconocer a aquél colaborador que por su labor y dedicación se destacaran



Escuela+ hacia la multipantalla

Escuela+ lanzó su propia app, un complemento a la tecnología satelital que DIRECTV brinda a través de su programa de educación audiovisual, y añade la combinación de múltiples tecnologías y plataformas que colaboran para promover la mayor accesibilidad de nuestra herramienta, facilitando el trabajo del docente y aumentando la disponibilidad de todos sus recursos pedagógicos.

Ahora las clases también están en la tablet y/o en el celular, en todo momento y desde cualquier lugar.

En esta primera versión de la aplicación los docentes acceden a guías de uso para aprender a utilizar Escuela+ y aprovechar todos sus recursos. A su vez, poseen información útil de los distintos socios estratégicos del programa (AT&T, DIRECTV, SKY, Discovery en la Escuela, National Geographic, Disney, Torneos y Takeoff Media), acceso a las fichas pedagógicas y a la grilla de programación del Canal Escuela+ para preparar

las clases, y una sección de noticias y lanzamientos del programa.

Además, cuenta con un área de intercambio de material, donde los docentes podrán compartir las planificaciones de clase con otros profesores de Latinoamérica.

Esta versión se irá actualizando e incorporará los contenidos audiovisuales del programa, con el fin de perfeccionar la herramienta y sumar más recursos que le permitirán a la comunidad educativa tener el material de Escuela+ siempre a mano y disponible en sus dispositivos tecnológicos.

En el 2017, también se realizaron otros dos lanzamientos en esta línea: la nueva web de Escuela+, con un nuevo diseño que contempla las necesidades e intereses de los maestros, y una nueva sección de contenidos audiovisuales; y una plataforma digital que administra de forma unificada y sistematizada la información de las más de 8000 escuelas que forman parte del programa,

que le permite a los Padrinos+ realizar el seguimiento de sus escuelas, y que nos permite además administrar y trabajar mejor para el desarrollo del Escuela+.

Promover la conectividad desde nuestro programa, continúa fortaleciendo la finalidad del mismo, colaborar con la educación de Latinoamérica, a través de contenidos educativos de calidad, y además potenciar la unión de la comunidad educativa mediante más comunicación e intercambio de ideas y conocimiento.



**La app "DIRECTV Escuela+"
puede descargarse de
Smartphone y/o Tablet desde
la App Store o Google Play.**



Escuela+ Solar

Es un proyecto regional creado para llevar el programa a las escuelas rurales que no cuentan con energía eléctrica. Desde el 2016 la Escuela Sustentable de Jaureguiberry cuenta con el programa Escuela+, siendo el primer establecimiento en participar del proyecto Escuela+ Solar en Uruguay y el quinto en América Latina.

El funcionamiento de la Escuela Sustentable N° 294, basado en las energías renovables, está en línea con el cuidado del medio ambiente que promovemos. La empresa agregó paneles solares a la instalación inicial para que la escuela pueda generar la energía suficiente para instalar la tecnología de ESCUELA+, y así alumnos y docentes pudieran acceder a una gran variedad de contenidos educativos que favorecerán su aprendizaje.

Hoy son 13 las escuelas que implementan este proyecto en la región: Argentina, Chile, Paraguay, Colombia y Uruguay.

B. Becas NatGeo Mundo Explorer

Por segundo año, DIRECTV formó parte de las becas "Mundo Explorer" que organiza NatGeo para estudiantes de secundaria que tengan interés en viajar a lugares exóticos, aprender de las diversas culturas y enriquecer su formación. Esta participación se realizó en el marco del programa Escuela+ en el cual DIRECTV mantiene una alianza estratégica con NatGeo, como proveedor de contenidos. Los aspirantes deben hablar inglés fluido, contar con un nivel de excelencia en su formación académica, sentir pasión por los viajes y tener un vínculo destacado con su comunidad.

Por Latinoamérica, una de las dos estudiantes ganadoras del viaje fue la uruguaya Emilia Rodríguez, estudiante de la Alianza Cultural Uruguay-Estados Unidos, en la localidad de Santa Rosa en el departamento de Canelones.

La ganadora viajó a Madagascar junto con el equipo de exploradores de NatGeo para vivir una experiencia de expedición y servicio comunitario, integrándose a las sociedades locales y aprendiendo de sus culturas.





C. CINEMA+

Como líderes de la televisión satelital en Latinoamérica, promovemos el cine a través de nuestras pantallas y múltiples plataformas digitales. Así nace DIRECTV CINEMA+, un concurso de cortometrajes latinoamericanos, orientado a estudiantes de cine y carreras afines, con la finalidad de acompañar y potenciar el crecimiento del cine regional y de apoyar a los nuevos talentos.

Estudiantes universitarios de la Argentina, Chile, Colombia, Ecuador, Perú, Puerto Rico, Uruguay, Venezuela y Brasil pueden presentar sus "cortos" y participar por una beca completa en la Escuela de Artes Cinematográficas de la Universidad del Sur de California (USC), de Los Ángeles.

El certamen cuenta con el respaldo de Sundance Channel, el canal de alta calidad cinematográfica, fundado por Robert Redford; y de Creative Artists Agency, agencia líder en entretenimiento y deportes, con presencia en distintos lugares del mundo.

De acuerdo con las condiciones de inscripción y los criterios de evaluación del jurado, cada país cuenta con 5 finalistas. El ganador de cada país recibe una beca para cubrir localmente sus gastos de estudios, y además participa regionalmente por la beca de estudio en Los Ángeles.

Por segundo año consecutivo uno de los ganadores regionales de la 4ta. edición de Cinema+ fue el uruguayo Guillermo Trochon, de la Escuela de Cine del Uruguay, quien vivió la experiencia de formarse en una de las mejores universidades de Estados Unidos, junto a otros dos ganadores regionales de Brasil y Perú.

En agosto del 2017 se lanzó la 5ta. edición del certamen para el cual volvimos a convocar, como años anteriores, a estudiantes de institutos de educación, y universidades públicas y privadas.

D. FACIUNI: Segunda Edición del Festival Académico de Cine Universitario

En el marco del certamen CINEMA+ BECAS, se realizó la segunda edición del Festival Académico de Cine Universitario (FACIUNI) en abril, y simultáneamente en el resto de los países de la región donde el certamen está presente.

El festival contó con un masterclass de Ciro Guerra, ganador del Oscar "Mejor Película Extranjera" con el "Beso de la serpiente" (2017), y con la proyección de los cortos regionales ganadores en cada país.

Desde DIRECTV promover este tipo de instancias nos permiten colaborar en el desarrollo de los talentos del cine y en la producción de contenidos audiovisuales de Latinoamérica.





3. Sustentabilidad y Medioambiente

Motivados por la gestión de nuestros impactos y conscientes del contexto de sostenibilidad en el que nuestra organización opera, realizamos acciones que refieren a la mitigación del cambio climático y uso eficiente de los recursos.

A. ECO DIRECTV

Bajo Eco DIRECTV, agrupamos regionalmente todas las acciones que realizamos para contribuir al cuidado del medioambiente, educando, tomando conciencia e involucrando a nuestros diferentes grupos de interés.

Las acciones orientadas a gestionar nuestro impacto en el medioambiente se abordan en el capítulo Preservamos.

The graphic card is green and features the following text and images:

- 5 de junio**
Día Mundial del Medio Ambiente
- Este año, la celebración del Día Mundial del Medio Ambiente nos invita a conectarnos con la naturaleza y a asumir el compromiso de proteger la tierra, nuestro hogar.**
- Algunas ideas para conectarte #ConLaNaturaleza**
- Pasea por un parque al regreso a tu casa
- Tira los residuos en las papeleras correspondientes
- Disfruta la rambla
- Cuida los recursos naturales
- ¡Próximamente!**
- Te invitaremos a participar de una charla sobre cómo podemos usar eficientemente la energía, en el trabajo y en el hogar.**



LA FUERZA DEL VOLUNTARIADO

En DIRECTV, el voluntariado forma parte de nuestro ADN y, por ello, generamos los espacios para promoverlo y fortalecerlo.

Consideramos al voluntariado como un motor muy poderoso de generación de valor en las organizaciones y de transformación en las comunidades en las cuales impactamos.

Es una gran satisfacción y orgullo como organización, contar con un equipo de colaboradores que dedican su tiempo y esfuerzo, desinteresadamente, para realizar acciones sociales, sintiendo y apostando al voluntariado como una forma de generar cambios sociales positivos y de calidad en las comunidades.

Desde nuestro interés por integrar y amplificar nuestra colaboración es que también promovemos el voluntariado entre nuestros familiares, proveedores, clientes y socios estratégicos, como forma de potenciar esfuerzos, integrarnos y fortalecer los vínculos.

En el 2017, gracias al esfuerzo y colaboración de todos ellos, concretamos acciones para beneficiar a públicos vulnerables en diferentes situaciones.

Consideramos al voluntariado como un motor muy poderoso de generación de valor en las organizaciones y de transformación en las comunidades en las cuales impactamos y como una forma de desarrollar a nuestro equipo.

Voluntariado 2017

**40%**

Colaboradores han realizado al menos una acción de voluntariado

**1159**

total de horas de voluntariado de colaboradores

**6034**

PERSONAS BENEFICIADAS

16%

Colaboradores han realizado más de una acción de voluntariado

1203

Total de horas de voluntariado de colaboradores, familiares, amigos, proveedores.



7. PRESERVAMOS



COMPROMETIDOS CON EL FUTURO

Nuestra motivación es promover prácticas sustentables dentro de la industria, entre nuestros colaboradores y en las comunidades que formamos parte. Respetamos la normativa ambiental y promovemos la eficiencia y la sustentabilidad en las operaciones de DIRECTV. Además, fomentamos el cuidado ambiental entre nuestros clientes y el resto de la comunidad.

Entendemos que desarrollar una gestión sustentable es también asegurar la disponibilidad de recursos presentes, sin comprometer las necesidades de las futuras generaciones. Esta sustentabilidad ambiental implica, entre otras cosas:

- Impulsar la reducción en el consumo de recursos, ya sean renovables o no renovables, como energía, papel y agua, y de todos los insumos que pueden afectar directa o indirectamente al medioambiente o a la salud de la población.
- Promover una gestión eficiente de los desechos,

fomentando la reducción, reutilización y reciclado de residuos generados, con especial atención en los residuos peligrosos.

- Impulsar el cumplimiento de estándares ambientales a lo largo de toda la cadena de valor, incluyendo el cumplimiento de la legislación ambiental.

INFORMANDO Y CONCIENTIZANDO

En el 2017, algunas de nuestras acciones estuvieron orientadas a reforzar la educación de los colaboradores en la correcta clasificación de residuos que realizamos en cada oficina y a contribuir con el cuidado del medioambiente, convocando a participar en la "Hora del planeta" y el "Día de la Tierra".

Puntualmente para el "Día del Medioambiente", recordamos la importancia de tomar conciencia de nuestro aporte invitando a los colaboradores a participar de un taller sobre "Eficiencia energética en la oficina y en el hogar".

PLAN DE GESTIÓN SUSTENTABLE

En el marco del compromiso que como organización queremos asumir, definimos encaminarnos en un plan de gestión sustentable con foco en medioambiente. De esta forma, buscamos integrar la gestión de sustentabilidad, desarrollando un plan de acción integral para gestionar los aspectos ambientales de la compañía.

Durante el 2017 estuvimos abocados a la primera fase de este plan, orientada a la revisión de la estrategia de sustentabilidad, al análisis de prácticas y experiencia de la empresa, a la evaluación de aspectos ambientales, a detectar oportunidades de trabajo, definir prioridades y objetivos a corto, mediano y largo plazo, y al diseño del plan de trabajo a implementarse el próximo año.



GESTIÓN EFICIENTE DE RESIDUOS

G4-EN23, G4-EN28

EFLUENTES Y RESIDUOS (DMA)

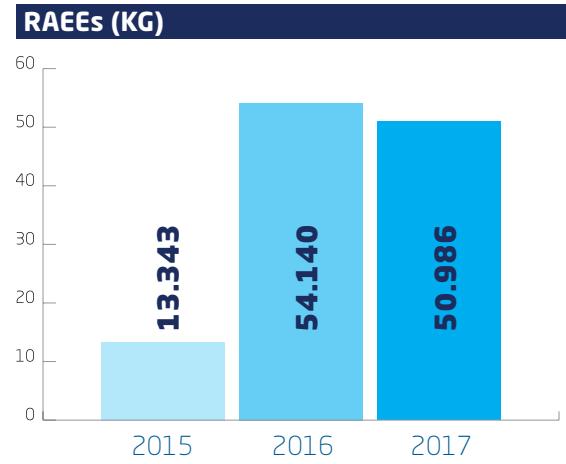
Residuos Electrónicos

Entendemos que nuestra responsabilidad sobre los productos que comercializamos continúa incluso después de que llegan a la casa de los consumidores. Por eso, promovemos la recuperación y el reciclado de los decodificadores y sus materiales de embalaje al finalizar su vida útil.

Contamos con un sistema que nos permite recuperar los aparatos del servicio de Pospago cuando un cliente se da de baja o cuando hacemos recambio por falla técnica o mejora tecnológica. Estos aparatos son analizados en laboratorios especializados, donde se realiza el reacondicionamiento estético y técnico.

Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	2015	2016	2017
Residuos no peligrosos	13.343	54.140	50.986
RAEEs (kg)	13.343	54.140	50.986
RSU Reciclables	N/D	N/D	N/D
RSU No-reciclables	N/D	N/D	N/D
Residuos Peligrosos	ND	ND	ND
Baterías, pilas, etc. (kg)	N/D	ND	N/D
Total (en kg)	13.343	54.140	50.986

Nota: DIRECTV comunica la gestión de sus RAEEs dado que cuenta con un sistema integrado de gestión y monitoreo de los volúmenes de productos que alcanzan el final de su vida útil y entran al proceso final de reciclaje. En cambio, no comunica los resultados de la gestión de RSU Reciclables/ No reciclables ya que, aun contando con un programa de separación de residuos, no tiene aún un sistema de control y seguimiento apropiado de esos volúmenes.



Laboratorio de reacondicionamientos

En febrero de 2015 inauguramos nuestro laboratorio de reacondicionamiento de decodificadores, gestionado por recursos propios. El laboratorio realiza las tareas necesarias para reducir el volumen de residuos electrónicos a través del arreglo de nuestros equipos. De esta manera, extendemos su vida útil sin comprometer la calidad de nuestros productos ni tampoco al medioambiente.

Además de reutilizar decodificadores, esto nos permite auditar y controlar la calidad de los centros externos de reacondicionamiento, y hacer un control y seguimiento de las fallas encontradas en campo por nuestros técnicos.

Contar con nuestro propio laboratorio de reacondicionamiento, nos permite abordar dos de los asuntos en los cuales impactamos como empresas, el uso sostenible de los recursos y la prevención de la contaminación.

Reciclado y reúso

Desde la inauguración del laboratorio se ha notado la mejora de los procesos de reúso y reparación, implementando controles de calidad semanales.

Año	Decos en comodato (Pospago)	Decos disponibles recuperado	Decos recuperados	Decos Reacondicionados	%Reacondic./ recuperados	Decos scrap (reciclados)	% Reciclados/ recuperados
2015	239.857	30.618	31.856	23.890	75%	7.314	23%
2016	255.035	43.675	32.030	27.690	86%	15.492	48%
2017	269.324	19.514	20.150	15.906	79%	20.100	48%

NOTA: Se detalla a continuación la terminología utilizada en las tablas de arriba:

- Recuperados: Decodificadores que DIRECTV recupera de los hogares de nuestros clientes por diversas razones (baja suscripción, upgrade, recambio tecnológico, falla técnica, etc.).
- Reacondicionados: Decodificadores que luego de recuperados DIRECTV se ocupa de reparar.
- Reciclados: Decodificadores que ya no pueden ser reutilizados y deben ser desechados responsablemente.

Desechos controlados

Cuando un decodificador o cualquier componente del mismo ya no pueden ser utilizados, debe ser desecharido de manera correcta. En DIRECTV disponemos de un agente especializado, que destruye y separa todas las partes del scrap que generamos, por tipo de material (componentes electrónicos, metales, control remoto, etc.) y le brinda al residuo el fin adecuado.

Residuos Peligrosos:

En cuanto a los residuos peligrosos (pilas, lámparas fluorescentes, tóner, etcétera), también son tratados de forma responsable. Actualmente no estamos midiendo el volumen generado al año, dada su baja materialidad.

Clasificación y gestión de residuos

Por otra parte, gestionamos el resto de los residuos que genera nuestra actividad a través de un proveedor especializado, que almacena, transporta y se encarga de la disposición final de los residuos con las correspondientes autorizaciones sanitarias.

En todas nuestras instalaciones contamos con papeleras de clasificación de residuos, colaborando responsablemente con la facilitación del destino final de los mismos.

CONSUMO RESPONSABLE DE RECURSOS

G4-EN3, G4-EN4, G4-EN6,

El consumo de recursos como energía eléctrica y agua de nuestras oficinas tienen un impacto ambiental que monitoreamos y tratamos de reducir de forma constante. A ello se suma el consumo de combustible que requiere nuestra flota de vehículos destinada a la logística, la distribución de insumos y el servicio de instalación y asistencia técnica.

Consumo energético interno

Consumo de energía interno (Unidad Origen)	2015	2016	2017
Energía eléctrica (Kwh)	467.592	445.056	301.474
Nafta (lts)	131.000	107.545	51.944
Diesel	-	-	16.046

Consumo de energía interno

**301.474**

Energía eléctrica (Kwh)

**51.944**

Nafta (Lts)

**16.046**

Diésel (Lts)

Reducción del consumo energético

Reducción del consumo energético por fuentes	2015	2016	2017	Cambio 2016-2017
Energía eléctrica (GJ)	1.683	1.602	1.085	-32,3%
Nafta (GJ)	4.489	3.685	1.780	-51,7%
Diésel		580	N/A	

Consumo de energía interno (GJ)

A) Consumo de combustible renovable

2015

2016

2017

B) Consumo de combustible no renovable:

-

-

-

Energía eléctrica (GJ)

1.683

1.602

1.085

Nafta (GJ)

4.489

3.685

1.780

Diésel (GJ)

-

-

580

Consumo energético total dentro de la organización: A+B

6.172**5.287****2.865**

Reducción del consumo energético por fuentes

Combustibles fósiles

Consumo (litros de combustible)

107.545
2016
67.990
2017

Cantidad de autos

80
2016
54
2017
Variación 2016-2017 -33%

Consumo por auto (litros de combustible por unidad)

1.344
2016
1.259
2017
Variación 2016-2017 -6%

Consumo eléctrico

Consumo eléctrico (kwh)

445.056
2016
301.474
2017

Superficie oficinas (m²)

3.804
2016
3.291
2017
Variación 2016-2017 -13,5%

Consumo por superficie (kwh por m²)

117
2016
92
2017
Variación 2016-2017 -21,7%

Consumo energético externo

También monitoreamos el consumo energético que se produce a consecuencia de nuestras operaciones, fuera de la compañía. Por ejemplo, a raíz de los viajes de empleados, o el consumo de nuestros equipos decodificadores, tanto del servicio Prepago como del Pospago.

Consumo de energía externo (Unidad Origen)	2015	2016	2017
Viajes de empleados (kms)	346.096	126.078	219.377
Producto (kWh)	20.968.420	23.697.413	27.888.240
Consumo de energía externo (GJ)			
A) Consumo de combustible renovable	2015	2016	2017
A) Consumo de combustible renovable	-	-	-
B) Consumo de combustible no renovable:	2015	2016	2017
Viajes de empleados (GJ)	75.486	85.311	100.398
Producto (GJ)	75.486	85.311	100.398
Consumo energético total dentro de la organización: A+B	75.486	85.311	100.398

Nota: En este momento, DIRECTV no cuenta con un procedimiento para el pasaje de los viajes de empleados (kms) a GJ. Al igual que el resto de la operación regional, seguimos los lineamientos de DIRECTV US, que no recopilan la información en GJ.

Reducción del consumo energético de los productos y los servicios

Consumo energía decos	2016	2017	Cambio
Pospago + Prepago (kWh)	23.697.413	27.888.240	18%
Cant. Decos activos			
Pospago + Prepago (Unid.)	2016	2017	Cambio
Pospago + Prepago (Unid.)	409.996	468.693	14%

Hemos aumentado el consumo energético generado por los decos, lo cual se explica principalmente debido al aumento de los productos activos utilizados nuestros clientes durante el 2017.

CONTROL DE LA EMISIÓN DE GASES CON EFECTO INVERNADERO

G4-EN15, G4-EN16, G4-EN17, G4-EN19

Dado su rol en el calentamiento global, los gases de efecto invernadero son una variable de peso en el cambio climático y por eso nos sumamos al compromiso de reducir su emisión.

Hemos registrado una baja del total de GEI de un 67% respecto al año anterior.

Emisiones directas de gases de efecto invernadero (alcance 1).

Emisiones directas de gases de efecto invernadero, en peso [TMCO2 equivalente]	2015	2016	2017
Consumo de combustibles y refrigerantes	300	246	162

Emisiones indirectas de gases de efecto invernadero al generar energía (alcance 2).

Emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso [TMCO2 equivalente]	2015	2016	2017
Energía eléctrica	92	88	16

Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero (alcance 3).

Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso [TMCO2 equivalente]	2015	2016	2017
Viajes de empleados (en avión)	54	17	21
Uso de productos vendidos (y en comodato)	4.131	4.668	1.457
Total Alcance 3	4.184	4.686	1.478

Nota: No se incluyen datos de las emisiones de los técnicos tercerizados ni de la logística por la dificultad técnica que implica conseguir la información completa y precisa de estos impactos indirectos. De todos modos, hemos realizado acercamientos con nuestros proveedores para intentar llegar a estimaciones satisfactorias y seguimos trabajando al respecto.

Reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero

	2015	2016	2017	2016-2017	% 2016-2017
Emisiones Alcance 1	300	246	162	-84	-34%
Emisiones Alcance 2	92	88	16	-72	-82%
Emisiones Alcance 3	4.184	4.686	1.478	-3.208	-68%
Total	4.576	5.020	1.656	-3.364	-67%

Total de emisiones por alcance

La medición de nuestra Huella de Carbono, nos permite identificar las fuentes de mayor impacto de nuestra operación y encontrar oportunidades de mejora. Nos encontramos trabajando continuamente en el desarrollo y la innovación de nuestros productos, con el objetivo de reducir nuestro impacto ambiental a lo largo de nuestra cadena de valor.

8. TABLA DE INDICADORES GRI

TABLA GRI REPORTE SUSTENTABILIDAD DIRECTV URUGUAY 2017

Contenidos básicos generales	Descripción	Respuesta	Justificación
ESTRATEGIA Y ANÁLISIS			
G4-1	Declaración del responsable principal de las decisiones de la organización.	4	
PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN			
G4-3	Nombre de la organización.	DIRECTV de Uruguay Ltda.	
G4-4	Marcas, productos y servicios más importantes de la organización.	26	
G4-5	Lugar donde se encuentra la sede de la organización.	6	
G4-6	Países donde opera la organización y nombrar países donde se llevan a cabo operaciones significativas o que tienen relevancia específica en materia de sostenibilidad.	6	
G4-7	Naturaleza del régimen de propiedad y su forma jurídica.	DIRECTV es una Sociedad de Responsabilidad Limitada.	
G4-8	A qué mercados se sirve: desglose geográfico, por sectores, tipos de clientes y destinatarios.	6	
G4-9	Escala de la organización: número de empleados y operaciones, ventas netas, capitalización (desglose entre deuda y patrimonio), cantidad de productos o servicios.	7	No se reportan ventas netas y capitalización debido a imperativos específicos de confidencialidad de la organización
G4-10	Número de empleados por contrato laboral y sexo, empleados fijos, tamaño plantilla por región y sexo, cambios significativos en el número de trabajadores, etc.	Personal tercerizado: 1 hombre y 0 mujeres Personal fijo: 108 hombres y 85 mujeres	

G4-11	Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos.	El 96% de nuestro capital humano está amparado por un convenio colectivo.
G4-12	Describa la cadena de suministro de la organización.	46
G4-13	Cambios significativos respecto al tamaño, estructura, propiedad accionaria o la cadena de suministro de la organización.	No hubo cambios significativos.
G4-14	Cómo aborda la organización el principio de precaución	11
G4-15	Lista de las cartas, los principios u otras iniciativas externas de carácter económico, ambiental y social que la organización suscribe o ha adoptado.	Se toman en cuenta los lineamientos de la ISO 26000 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible para definir las estrategias referentes a la responsabilidad social de la empresa.
G4-16	Lista de asociaciones (por ejemplo, las asociaciones industriales) y las organizaciones de promoción nacional o internacional a las que pertenece.	17
ASPECTOS MATERIALES Y COBERTURA		
G4-17	Entidades que figuran en los estados financieros consolidados de la organización	DIRECTV de Uruguay Ltda.
G4-18	Describir proceso para determinar contenido de la memoria y la cobertura de cada Aspecto. Explicar aplicación de los Principios para determinar contenidos.	18
G4-19	Lista de aspectos materiales que se identificaron durante el proceso de definición del contenido de la memoria.	18
G4-20	Cobertura dentro de la organización de cada Aspecto material.	18
G4-21	Cobertura fuera de la organización de cada Aspecto material.	18
G4-22	Consecuencias de las reformulaciones de la información facilitada en memorias anteriores y sus causas.	No hubo reformulaciones de la información facilitada en memorias anteriores.
G4-23	Señale cambio significativo en el Alcance y Cobertura de cada Aspecto con respecto a memorias anteriores.	18
PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS		
G4-24	Lista de grupos de interés vinculados a la organización.	16
G4-25	Indique en qué se basa la elección de los grupos de interés.	16

G4-26	Enfoque de organización sobre la participación de los grupos de interés.	16	
G4-27	Cuestiones y problemas clave que han surgido a raíz de la participación de los grupos de interés.	18	
PERFIL DE LA MEMORIA			
G4-28	Período objeto de la memoria.	3	
G4-29	Fecha de la última memoria.	3	
G4-30	Ciclo de presentación de la memoria.	3	
G4-31	Incluir punto de contacto ante dudas o consultas sobre el contenido.	3	
G4-32	Opción de conformidad, índice GRI de la opción elegida, referencia a verificación externa si aplica.	3	
G4-33	Sobre verificación externa.	No se realizó verificación externa de la memoria	
GOBIERNO			
G4-34	Estructura de gobierno: responsables de tomar decisiones en temas económicos, sociales y ambientales.	11	
ÉTICA E INTEGRIDAD			
G4-56	Describir los valores, principios, estándares y normas de la organización, tales como código de conducta o códigos de ética.	11	
Contenidos básicos específicos	Descripción	Respuesta	Justificación
Economía			
Desempeño económico	G4-EC1	Valor económico directo generado y distribuido.	No se reporta esta información debido a imperativos específicos de confidencialidad de la organización
	G4-EC4	Ayudas económicas otorgadas por entes del gobierno.	
Presencia en el mercado	G4-EC6	Porcentaje de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollan operaciones significativas.	11
Prácticas de adquisición	G4-EC9	Porcentaje del gasto en lugares con operaciones significativas que corresponde a proveedores locales.	47

Contenidos básicos específicos	Descripción	Respuesta	Justificación
Medio Ambiente			
Energía	G4-EN3 Consumo energético interno.	69	
	G4-EN4 Consumo energético externo.	69	
	G4-EN6 Reducción del consumo energético.	69	
Emisiones	G4-EN15 Emisiones directas de gases de efecto invernadero (alcance 1).	72	
	G4-EN16 Emisiones indirectas de gases de efecto invernadero al generar energía (alcance 2).	72	
	G4-EN17 Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero (alcance 3).	72	
	G4-EN19 Reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero	72	
Efluentes y residuos	G4-EN23 Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	67	
Productos y servicios	G4-EN28 Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que se recuperan al final de su vida útil, desglosado por categoría.	67	
Cumplimiento regulatorio	G4-EN29 Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa ambiental.	No hemos recibido multas por temas ambientales	
Evaluación ambiental de los proveedores	G4-EN33 Impactos ambientales negativos significativos, reales y potenciales, en la cadena de suministro y medidas al respecto.		No se cuenta con una evaluación formal de los impactos negativos en la cadena de suministro
Desempeño social: Prácticas laborales y trabajo digno			
Empleo	G4-LA1 Número total y tasa de contrataciones y rotación media de empleados, desglosados por grupo etario, sexo y región.	35	Este indicador se reporta en términos absolutos de altas y bajas de colaboradores
	G4-LA3 Niveles de reincorporación al trabajo y de retención tras la baja por maternidad o paternidad, desglosados por sexo	35	
Salud y seguridad en el trabajo	G4-LA5 Porcentaje de trabajadores que está representado en comités formales de seguridad y salud conjuntos para dirección y empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de seguridad y salud laboral.	44	
	G4-LA6 Tipo y tasa de lesiones, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región y por sexo.	44	

Contenidos básicos específicos	Descripción	Respuesta	Justificación
Capacitación y Educación	G4-LA9 Promedio de horas de capacitación anuales por empleado, desglosado por sexo y categoría laboral.	41	No se reporta información sobre el promedio de horas de capacitación desglosado por categoría laboral.
	G4-LA11 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional, desglosado por sexo y categoría profesional.	39	
Diversidad e igualdad de oportunidades	G4-LA12 Composición de los órganos de gobierno y desglose de la plantilla por categoría profesional y sexo, edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	Composición de los órganos de gobierno: 11 Desglose de la plantilla: 35	
Igualdad de retribución entre mujeres y hombres	G4-LA13 Relación entre el salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por ubicaciones significativas de actividad.	Nuestra política de remuneraciones no diferencia según el género del colaborador.	No se reporta información sobre la relación entre el salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, debido a imperativos específicos de confidencialidad de la organización.
Evaluación de las prácticas laborales de los proveedores	G4-LA14 Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a las prácticas laborales.		No se han evaluado las prácticas laborales de nuestros proveedores.
Mecanismos de reclamación sobre las prácticas laborales	G4-LA16 Número de reclamaciones sobre prácticas laborales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación.		No se reporta este indicador debido a imperativos específicos de confidencialidad
Desempeño social: Derechos Humanos			
No discriminación	G4-HR3 Número de casos de discriminación y medidas correctivas adoptadas.	Durante el 2017 no recibimos ninguna denuncia de este tipo. Asimismo, se abonó la suma correspondiente por la denuncia de discriminación imputada durante el 2016.	
Evaluación de los proveedores en materia de derechos humanos	G4-HR10 Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a derechos humanos.		No se han hecho evaluaciones de nuestros proveedores en materia de DDHH.
Desempeño social: Sociedad			
Comunidades locales	G4-SO1 Porcentaje de operaciones donde se han implantado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad local.	DIRECTV considera como centro de operaciones a las oficinas comerciales, bases operativas y oficinas administrativas de todo el país. En este sentido, se han implantado programas de desarrollo social en todos los departamentos del interior del país.	

Contenidos básicos específicos	Descripción	Respuesta	Justificación
Lucha contra la corrupción	G4-S03 Número y porcentaje de centros en los que se han evaluado los riesgos relacionados con la corrupción y riesgos significativos detectados.	11	
	G4-S04 Políticas y procedimientos de comunicación y capacitación sobre la lucha contra la corrupción.	11	
Prácticas de competencia desleal	G4-S07 Número de procedimientos legales por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados.	DIRECTV DE URUGUAY LTDA. no ha recibido a la fecha ninguna denuncia o demanda vinculada con competencia desleal, prácticas monopolísticas o contra la libre competencia.	
Cumplimiento regulatorio	G4-S08 Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y normativa.	En 2017 recibimos dos multas por la cartelería presente en bares y complejos deportivos por no estar regularizadas. Esta regularización está gestionada a través el incumplimiento del Artículo D.2392 del Digesto Departamental. Como respuesta, presentamos las declaraciones juradas correspondientes, así como también abonamos dos facturas (\$230 y otra por \$3.001) y quitamos los carteles.	
Desempeño social: Responsabilidad sobre productos			
Etiquetado de los productos y servicios	G4-PR3 Tipo de información que requieren los procedimientos de la organización relativos a la información y el etiquetado de sus productos y servicios, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos que están sujetas a tales requisitos.	29	
	G4-PR5 Resultados de las encuestas para medir la satisfacción de los clientes.	33	
Comunicaciones de Mercadotecnia	G4-PR6 Venta de productos prohibidos o en litigio.	DIRECTV URUGUAY no vende productos prohibidos o cuestionados a nivel público.	
Privacidad de los clientes	G4-PR8 Número de reclamaciones fundamentadas sobre violación de privacidad y fuga de datos de los clientes.	DIRECTV URUGUAY no ha recibido reclamos vinculados con la violación de la privacidad de personas físicas ni jurídicas de ningún tipo, así como tampoco relativos a fuga de datos de clientes.	
Cumplimiento regulatorio	G4-PR9 Valor monetario de las multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios.	No existen multas significativas sobre el incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos o servicios	



@DIRECTVuy



directvla



@directvla