

DIRECTV

CONECTAR

PARA
IMPACTAR

Reporte de
Sustentabilidad **2017**



Chile



ÍNDICE

1. SOMOS DIRECTV

| | |
|-----------------------------------|----|
| Nuestro perfil..... | 9 |
| Gobierno corporativo..... | 11 |
| Nuestra cultura..... | 12 |
| Nuestro desempeño 2017..... | 13 |
| Comprometidos con la Ética..... | 15 |
| Luchamos contra la piratería..... | 17 |
| Seguridad de la información..... | 18 |

2. SOMOS SUSTENTABLES

| | |
|---|----|
| Somos sustentables..... | 9 |
| Apoyamos al desarrollo sostenible "AT&T 2020/2025 Goals"..... | 11 |
| Nuestros grupos de interés..... | 12 |

3. ENTRETENEMOS

| | |
|--|----|
| Experiencia DIRECTV..... | 20 |
| Nuestros productos..... | 21 |
| El reconocimiento de los clientes: Nuestro mejor premio..... | 24 |

4. COLABORAMOS

| | |
|--|----|
| Construimos desde las personas..... | 32 |
| Dinamismo y diversidad..... | 35 |
| Procesos inspirados en las personas..... | 37 |
| Esencia DIRECTV..... | 40 |
| Formación y desarrollo..... | 41 |
| Nuestra propuesta de valor..... | 45 |
| Comunicación interna..... | 46 |
| Salud y seguridad ocupacional..... | 48 |
| | 53 |
| | 55 |
| | 58 |

5. INTEGRAMOS

| | |
|-----------------------------------|----|
| Valor en cadena..... | 61 |
| Nuestros proveedores..... | 62 |
| Nuestros socios estratégicos..... | 63 |

6. COMPARTIMOS

| | |
|------------------------------|----|
| DIRECTV, buen ciudadano..... | 65 |
|------------------------------|----|

7. PRESERVAMOS

| | |
|--|----|
| Comprometidos con el futuro..... | 76 |
| Eficiencia de los recursos..... | 77 |
| Reciclamos..... | 78 |
| Medimos nuestra huella de carbono..... | 80 |

8. TABLA DE INDICADORES GRI

| | |
|-------------------------------|----|
| Tabla de indicadores GRI..... | 84 |
|-------------------------------|----|

ALCANCE Y PERFIL DEL REPORTE

G4-28, G4-29, G4-30, G4-7, G4-17, G4-22, G4-13, G4-18, G4-19, G4-26, G4-20, G4-21, G4-48

En DIRECTV Chile, estamos orgullosos de realizar por segundo año consecutivo nuestro Reporte de Sustentabilidad, el cual se ha elaborado de conformidad con el estándar Global Reporting Initiative (GRI) en su versión G4. Y en él buscamos dar cuenta de nuestra gestión en la sustentabilidad de DIRECTV Chile, la cual es una Sociedad de responsabilidad limitada.

El presente reporte da cuenta de los aspectos más importantes para DIRECTV Chile para el período de enero a diciembre de 2017. No existen reformulaciones significativas con respecto al año anterior. El cambio más importante ocurrido en el 2017, fue la restructuración producto de un proceso de integración que se ha llevado a cabo progresivamente desde la compra de DIRECTV por parte de AT&T en el 2015.

Definición de Contenidos

El contenido del presente reporte fue definido teniendo como referencia los principios del estándar GRI en su versión G4 y de conformidad con la opción "esencial".

Para determinar el contenido final de la memoria se tomó como base el estudio de materialidad realizado para el reporte del 2016 y se sometió a un proceso de revisión y de re-priorización.

El estudio de materialidad del 2016, sobre el cual nos basamos para el presente reporte, siguió las recomendaciones del estándar GRI sobre la participación y consulta de los diferentes grupos de interés para resultar en una matriz que representa los temas más importantes para la sustentabilidad de DIRECTV.

Identificación

Para nuestro reporte 2017, mantuvimos el listado identificado el año pasado, pero en el proceso de consulta se abrió la posibilidad de que los participantes (gerentes y directores DIRECTV) agregaran algún otro tema que consideraran, sin embargo, se mantuvo el mismo listado. Si el lector desea conocer en mayor profundidad el proceso de identificación de temas materiales puede referirse al reporte del 2016 disponible en nuestra web.

| | Temas Materiales | Subtemas | | Temas Materiales | Subtemas |
|----------|---|---|--|-------------------------|---|
| 1 | Gestión de personas | Cultura organizacional Calidad de vida laboral y beneficios Formación, desarrollo y planes de carrera | | 8 | Relación con los grupos de interés Transparencia en la comunicación con los grupos de interés Transparencia y diálogo con consumidores Inclusión tecnológica |
| 2 | Desempeño económico | Rentabilidad Sostenibilidad del negocio Calidad del servicio | | 9 | Programas de inversión social Contribución a la comunidad Relaciones con la comunidad Diversidad, inclusión y empleabilidad |
| 3 | Calidad y satisfacción de clientes | Cumplimiento de la promesa de producto Gestión de reclamos y atención al cliente | | 10 | Protección de los Derechos Humanos Equidad en el trabajo y discriminación Libertad sindical Accidentes |
| 4 | Programación de Calidad | Desarrollo de contenidos Programación Exclusiva DIRECTV | | 11 | Salud y seguridad laboral Enfermedades profesionales Prevención |
| 5 | Desarrollo de la cadena de valor | Oportunidades de crecimiento para los proveedores Relaciones estables y duraderas con proveedores y contratistas | | 12 | Eficiencia energética Uso eficiente de materiales |
| 6 | Gobierno corporativo, ética y transparencia | Transparencia Lucha contra la corrupción Informar sobre prácticas anti-monopolio o contra la libre competencia. | | | |
| 7 | Seguridad y Tecnología | Seguridad de la información Seguridad en los productos Innovación tecnológica | | | |

Priorización

La priorización de temas es el resultado de la valorización de los distintos temas en dos ejes, uno para la empresa y otro para los grupos de interés.

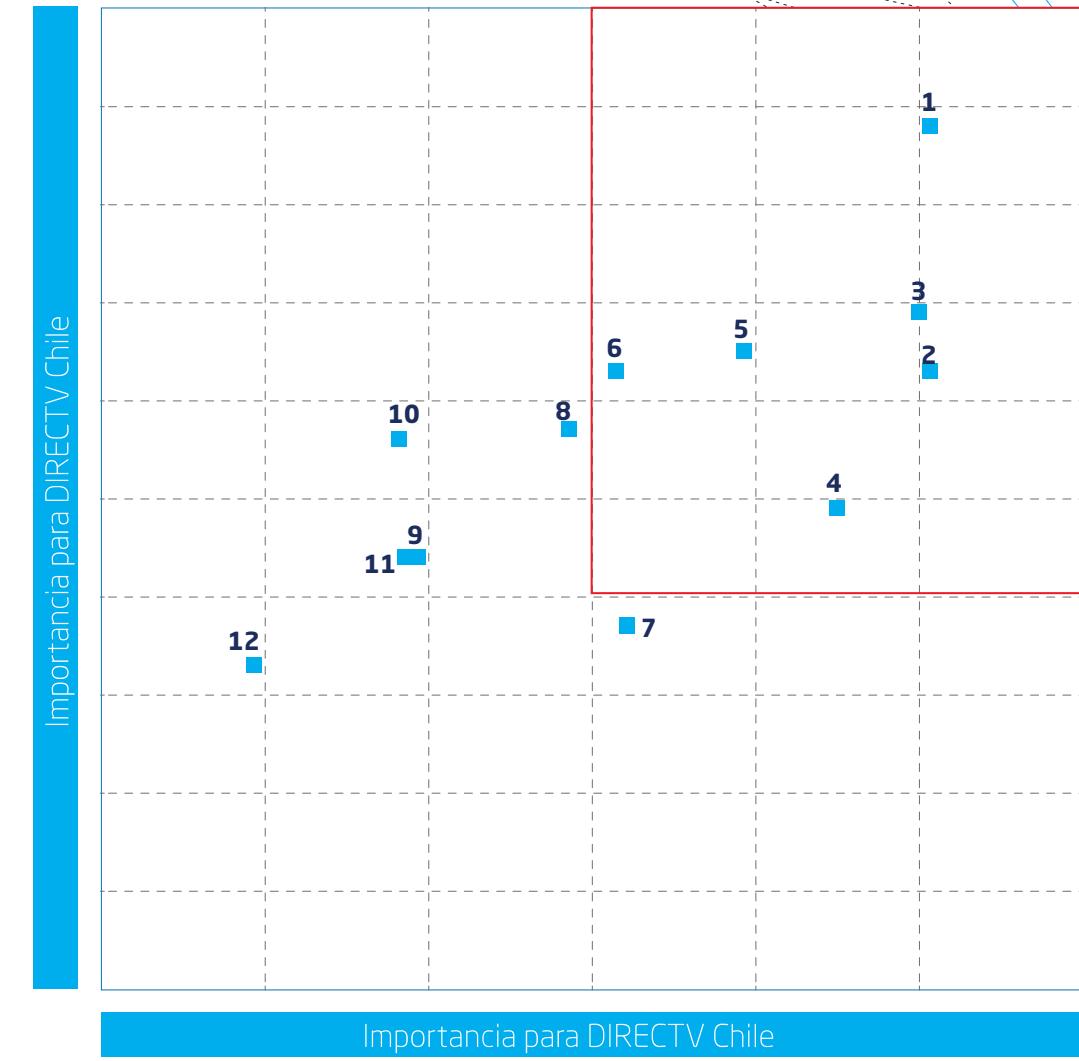
Por el eje de los grupos de interés, para este período, se consideró que no era necesario realizar nuevamente un proceso de consulta. En el 2016 el proceso consistió en encuestas en línea a 100 colaboradores elegidos aleatoriamente, y a grupos de interés externos: 100 clientes, 8 representantes de Fundaciones, 9 proveedores, 25 distribuidores y agentes comunales. Por lo que se tomaron los mismos resultados del año anterior para ese eje de la priorización.

Con respecto a la visión de la empresa, para el presente período se realizó una revisión de la materialidad, la cual consistió un proceso de consulta con todos los gerentes y principales responsables de las distintas áreas de la compañía a través de una encuesta en línea. A través de esta herramienta los consultados podían reorganizar los temas según las prioridades del 2017 quedando cada tema con un puntaje nuevo para este año.

El resultado de la priorización de los temas materiales para DIRECTV Chile 2017 es el siguiente:

| Temas Materiales | |
|------------------|---|
| Estratégico | 1 Gestión de personas |
| | 2 Desempeño económico |
| | 3 Calidad y satisfacción de clientes |
| | 4 Programación de calidad |
| | 5 Desarrollo de la cadena de valor |
| | 6 Gobierno corporativo, ética y transparencia |
| | 7 Seguridad y tecnología |
| Importante | 8 Relación con los grupos de interés |
| | 9 Programas de inversión social |
| | 10 Protección de los Derechos Humanos |
| | 11 Salud y seguridad laboral |
| | 12 Gestión ambiental del negocio |

Los temas dentro del recuadro rojo se consideran estratégicos para DIRECTV Chile en el 2017 por ser aquellos que tienen mayor importancia tanto para la organización como para sus grupos de interés. El resto de los temas también son importantes para DIRECTV y serán desarrollados a lo largo del reporte, como se indica en la siguiente tabla que expone la cobertura de cada tema.



Cobertura de temas materiales en el Reporte

| Temas Materiales | Capítulo | Cobertura de Temas y Aspectos GRI Relacionados | Cobertura dentro o fuera de la organización |
|---|--------------------|---|---|
| 1 Gestión de personas | Colaboramos | Empleo (LA) Formación y Educación (LA) | Internia |
| 2 Desempeño económico | Nos Comprometemos | Desempeño Económico (EC) Presencia en el mercado (EC) | Internia |
| 3 Calidad y satisfacción de clientes | Entretenemos | Productos y Servicios. Satisfacción de Clientes (PR) | Internia |
| 4 Programación de Calidad | Entretenemos | Información Propia | Internia |
| 5 Desarrollo de la cadena de valor | Integramos | Prácticas de Adquisición (EC) | Internia |
| 6 Gobierno corporativo, ética y transparencia | Nos Comprometemos | Cumplimiento Regulatorio (EN) | |
| | | Mecanismos de Reclamación laboral (LA) | Internia |
| | | Lucha contra la Corrupción (SO) | Internia |
| | | Cumplimiento Regulatorio (PR) | Internia |
| 7 Seguridad y Tecnología | Nos comprometemos | Privacidad de los clientes (PR) Prácticas para prevenir la piratería | Internia |
| 8 Relación con los grupos de interés | Somos Sustentables | Nuestros Grupos de Interés. (G4) | Internia y Externa |
| 9 Programas de inversión social | Compartimos | Agentes comunales Relaciones con la comunidad (SO) | Internia y Externa |

| Temas Materiales | Capítulo | Cobertura de Temas y Aspectos GRI Relacionados | Cobertura dentro o fuera de la organización |
|---------------------------------------|-------------|---|---|
| 10 Protección de los Derechos Humanos | Colaboramos | No discriminación (HR) Igualdad de remuneración para las mujeres y hombres (LA) | Internia |
| 11 Salud y seguridad laboral | Colaboramos | Salud y Seguridad Laboral (LA) | Internia |
| 12 Gestión ambiental del negocio | Preservamos | Energía (EN) Emisiones (EN) Efluentes y residuos (EN) Productos y servicios (EN) | Internia y Externa |

VALIDACIÓN

El resultado final de la materialidad y la priorización de temas fue validado con el equipo ejecutivo de DIRECTV Chile, incluyendo el proceso y la coherencia entre los temas identificados y la importancia que tienen para la organización y sus grupos de interés.

EN 2017 CAMBIAMOS PARA SEGUIR CRECIENDO

Las capacidades y cualidades propias de las personas que forman parte de nuestro equipo, hicieron posible que en el 2017 entregáramos resultados muy positivos, superando las expectativas planteadas para el año y convirtiéndonos en un actor clave para la Compañía.

Integración, desafíos, eficiencia y colaboración, fueron los conceptos que protagonizaron el día a día de DIRECTV durante el 2017. Fue el año en el que DIRECTV Latin America dejó de operar independientemente por país y comenzó a hacerlo a través de equipos regionales: región sur, región norte y Brasil.

Así, DIRECTV Chile comenzó el año integrándose al equipo Región Sur, junto a Argentina, Perú y Uruguay, una estructura que nos presentó nuevas formas de trabajo muy desafiantes entorno a los dos focos estratégicos: Crecimiento en Prepago y una mayor Permanencia y Rentabilidad en Postpago. La estan-

rización de la estructura y los procesos de cada país en una sola línea fue clave para los logros obtenidos.

"Cambiemos para seguir creciendo", fue la frase destacada de Jeff McElfresh, Presidente de DIRECTV Latin America, en su visita a Chile. La reorganización que vivimos en el 2017 nos permitió lograr una mayor eficiencia y mantenernos en el tiempo como una empresa exitosa dentro de un mercado competitivo en una economía dinámica.

Cerramos 2017 muy orgullosos de todo lo que logramos como equipo, impulsando un trabajo colaborativo, gestionando los recursos con eficacia, generando sinergias y traspasando fronteras para compartir y adoptar las mejores prácticas, ya que juntos todo es posible.



Mariano Montaldo
Director de Mercado DIRECTV Chile

1. SOMOS DIRECTV



NUESTRO PERFIL

Somos DIRECTV Latin América, y desde el 2015 formamos parte de la familia AT&T. 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.

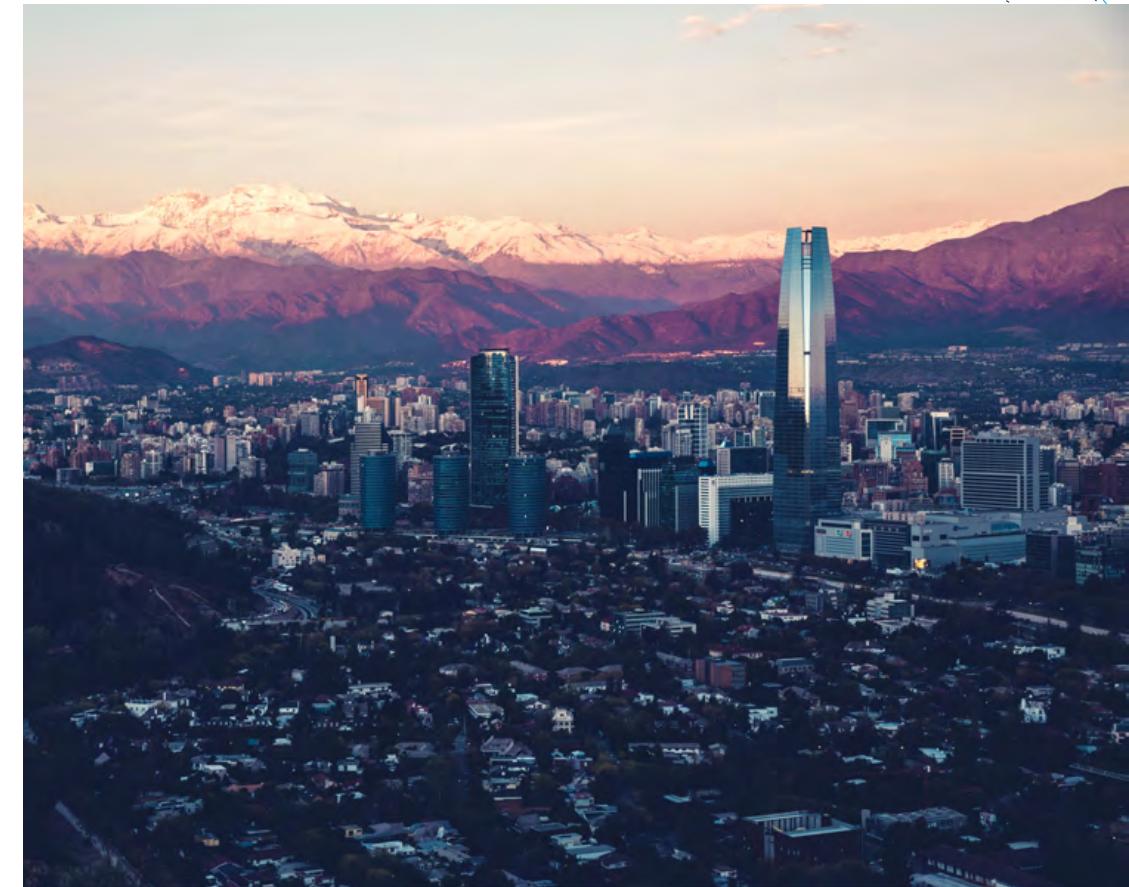
DIRECTV provee una experiencia de televisión de primera calidad disponible a través de la adquisición, producción y distribución de contenido exclusivo y único, excelencia en servicio al cliente, y el despliegue continuo de las últimas tecnologías para el entretenimiento en televisión.

Nuestra Historia

DIRECTV da inicio en California Estados Unidos en el año 1994 comenzando a operar en Latinoamérica al año siguiente, convirtiéndose en la primer empresa de televisión vía satélite directo al hogar.

En 1996, DIRECTV ya estaba presente en 12 países ingresando al mercado chileno en el 2006 a través de la compra de la empresa Sky Chile, convirtiéndose en ese momento en la primera y única compañía de televisión satelital en el territorio nacional. Ese año nuestros casi 80.000 suscriptores representaban el 7% del mercado y marcaron el inicio de una historia que ha sido referencia para la industria, entregando un servicio sin restricciones de cobertura en los distintos escenarios que conforman la compleja geografía chilena.

En julio de 2015 DIRECTV fue comprada por AT&T con sede en Dallas, Estados Unidos. Ese mismo año comenzó un proceso de integración dando paso a una nueva forma organizacional.

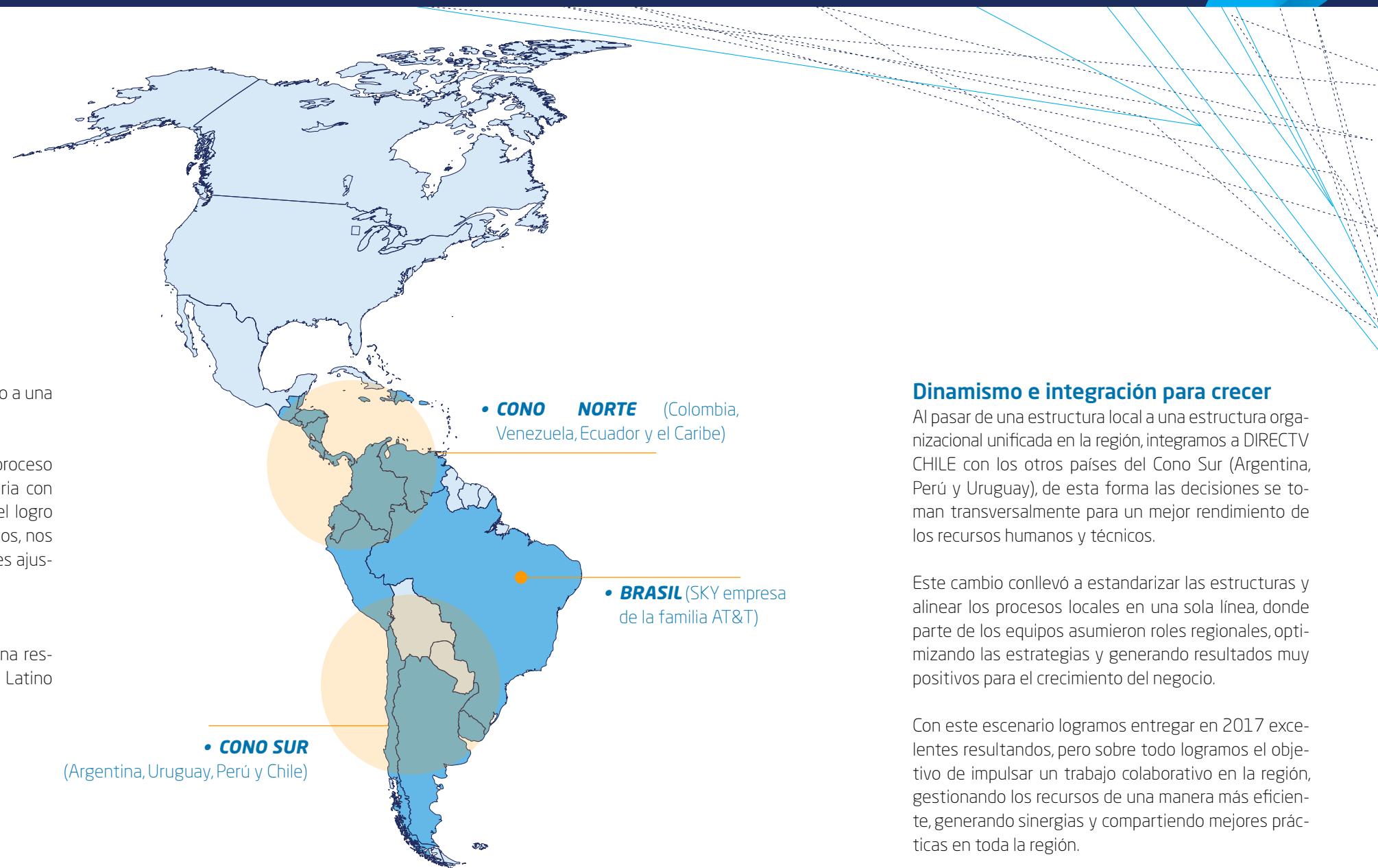


comenzó un proceso de integración dando paso a una nueva forma organizacional.

Desde entonces, hemos experimentado un proceso que busca integrar lo mejor de nuestra historia con una nueva mirada de futuro, asegurando así el logro de nuestros objetivos y seguir desarrollándonos, nos no solo como compañía sino como profesionales ajustados a los altos estándares del mercado.

La nueva estructura

Con la integración a AT&T experimentamos una restructuración regional, organizando a DIRECTV Latino América en tres regiones:



Dinamismo e integración para crecer

Al pasar de una estructura local a una estructura organizacional unificada en la región, integramos a DIRECTV CHILE con los otros países del Cono Sur (Argentina, Perú y Uruguay), de esta forma las decisiones se toman transversalmente para un mejor rendimiento de los recursos humanos y técnicos.

Este cambio conllevó a estandarizar las estructuras y alinear los procesos locales en una sola línea, donde parte de los equipos asumieron roles regionales, optimizando las estrategias y generando resultados muy positivos para el crecimiento del negocio.

Con este escenario logramos entregar en 2017 excelentes resultados, pero sobre todo logramos el objetivo de impulsar un trabajo colaborativo en la región, gestionando los recursos de una manera más eficiente, generando sinergias y compartiendo mejores prácticas en toda la región.

GOBIERNO CORPORATIVO

Nuestro órgano de gobierno está conformado por un Presidente ubicado en Argentina, y que lidera la región Sur de DIRECTV Latin America, y un comité ejecutivo formado por cuatro Directores (de Mercado, Recursos Humanos Sur, Legal y Finanzas), el Marketing Lead, Gerente Sr. De Talento Región Sur y el Business Leader.

Ellos, en conjunto, definen las grandes líneas del negocio y establecen las estrategias y procesos centrales, así como los lineamientos de Sustentabilidad y Responsabilidad Social Corporativa.

Nuestro comité ejecutivo está formado por cinco hombres y dos mujeres, de nacionalidades chilena y argentina.



PRESIDENTE

Manuel Abelleyra
DIRECTV Latin América, Región Sur

COMITE EJECUTIVO DIRECTV CHILE



35%



65%

5

2

Tienen entre
30 y 50 años

Tienen más
de 50 años

5

2

Son chilenos

Son argentinos

Director De Mercado

Mariano Diego Montaldo

Director De Recursos Humanos Sur

Jose Ignacio Alvear Vera

Director Legal

Gianpaolo Peirano Bustos

Director De Finanzas

Silvana Ines Lettieri

Marketing Lead

Rodrigo Labbe Arocca

Gerente Sr. De Talento Region Sur

Angelica Fabiana Soto Soto

Business Leader

Sergio Seimaeng Chong Hafon

NUESTRA CULTURA

[G4-56]

Mediante una tecnología oportuna y amigable, DIRECTV Chile no solo proporciona un contenido diverso e innovador, sino que asegura un servicio confiable y eficaz, construyendo aspectos culturales que se expresan con fuerza en la manera como nos relacionamos con nuestros colaboradores, clientes, proveedores y con la comunidad en general, promoviendo en cada interacción el cuidado y respeto por las personas.

Garantizamos que nuestros procesos y su ejecución cumplan con excelencia las expectativas de nuestros clientes, convencidos de que son las personas quienes hacen la diferencia para alcanzar nuestros objetivos. Por ello fomentamos una cultura donde el respeto, la confianza, el desarrollo y el compromiso formen parte de nuestra empresa en todas sus acciones de cara a quienes reciben nuestros servicios.

Nos involucramos como un solo equipo en el logro de nuestros objetivos, obteniendo resultados de un nivel

superior a los alcanzados individualmente. Buscamos la excelencia en todas las actividades que realizamos y ese sentimiento compartido se materializa a través de un accionar eficiente, respondiendo a cualquier requerimiento solicitado en los tiempos y las formas más conveniente.



NUESTROS VALORES

- LOCURA POR EL CLIENTE
- CONSTRUIR DESDE LAS PERSONAS
- TRABAJO EN EQUIPO
- EXCELENCIA

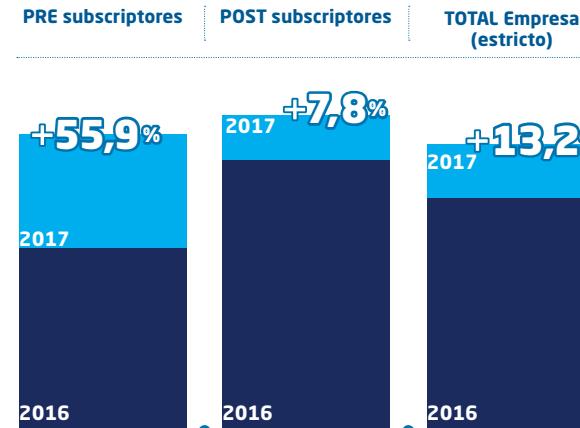
NUESTRO DESEMPEÑO 2017

G-49

En la actualidad, DIRECTV Chile cuenta con un equipo de más de 450 colaboradores y una red de 1800 colaboradores externos. Con todos ellos, hacemos realidad nuestra promesa de ofrecer día a día una experiencia de entretenimiento única a los chilenos, sustentada en tres pilares: contenido original y exclusivo, tecnología de la más alta calidad y un nivel de servicio al cliente a la vanguardia de la industria.

Como equipo, hemos recorrido un largo camino aportando al crecimiento y posicionamiento de la compañía en el país, impulsando las mejores prácticas y procesos para lograr que nuestros clientes en Chile vivan siempre la mejor experiencia con la marca, el producto y el servicio de DIRECTV.

DIRECTV Chile cerró el 2017 con 652.306 suscriptores, ubicándose como el tercer actor del mercado de televisión por pago. Nuestra compañía registró el crecimiento interanual (diciembre 2016/diciembre 2017) más elevado entre los actores líderes de la industria.



Este análisis de la industria refleja los potentes atributos que posee nuestro producto que, acompañado de un servicio ampliamente reconocido por nuestros clientes, nos permitió tener en 2017 una posición de liderazgo en la entrega de televisión satelital por pago.

COMPROMETIDOS CON LA ÉTICA

Hacer bien las cosas es parte de la esencia de quienes trabajamos en DIRECTV. Es por eso que, velando por el cuidado permanente de esta esencia, **nos comprometemos a llevar nuestro negocio con los más altos estándares de ética e integridad**, en DIRECTV tenemos siempre presente nuestro Código de Conducta sobre el cual guiamos nuestro actuar en todas las áreas de la organización.

Este código es base para la confianza de todos nuestros grupos de interés, clientes, proveedores, trabajadores, socios, entre otros. Por ello lo ponemos a disposición del público en nuestra página web, así como también un canal de consultas y denuncias vía web y telefónica a través del sistema Ethics Point.

POLÍTICAS Y CÓDIGO DE CONDUCTA

Todos los empleados de DIRECTV de la región están regidos por las políticas corporativas de AT&T que determinan las conductas esperadas para sus colaboradores, donde se destacan qué valores rigen su tarea

diaria y comparten buenas prácticas de honestidad, responsabilidad e integridad en el trabajo.

Estas políticas son comunicadas a todos los empleados cuando comienzan su relación laboral con DIRECTV, así como también en capacitaciones anuales de carácter obligatorio.

Dentro de los temas destacados en dichas capacitaciones se encuentran:

- Código de Conducta
- Conflictos de Interés
- Regalos y Hospitalidad
- Ética

En el 2017 realizamos la revisión del Código de Conducta (COBC, por sus siglas en inglés), el cual está disponible en la web de AT&T: (<https://ebiznet.sbc.com/attcode/assets/English-COBC.pdf>).

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.

Bajo estos principios, todos los colaboradores debemos completar el curso anual de Ética y Conducta Empresarial. La política de DIRECTV es que cada año el 100% de los empleados debe realizar dicho curso en formato e-learning, a través de una nueva plataforma de AT&T.

Formación en el COBC



Horas de formación
106



Capacitados*
425



Capacitamos al 100% de nuestros empleados

(*) 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.

Lo reforzamos en 2017

Además de las disposiciones regionales sobre el Código de Conducta, en Chile, durante el año 2017 se comunicó a gerentes y jefes, la necesidad de firmar el formulario de Conflicto de Intereses de acuerdo a la política existente para estos efectos. En base a los conflictos de intereses declarados, se efectuó un plan de análisis y un conjunto de observaciones y planes de acción para aquellas personas que declararon que sí tenían algunos de los conflictos de interés declarados en la política. También, en conjunto con el área de Recursos Humanos, se implementó el llenado de este documento en el proceso de selección del personal que llega a trabajar a nuestra compañía.

Además, el área Legal desarrolló una iniciativa para reforzar nuestro compromiso a través de la firma del anexo de contrato a todos los colaboradores, en el mismo se señalan cuáles son las conductas que nos permiten operar con confianza y desarrollar sólidas

relaciones con nuestros clientes, proveedores y en el trabajo diario.

Canales de denuncia

ETHICS POINT

Se trata de un canal de contacto a disposición de los empleados, mediante el cual pueden denunciar, de forma anónima si así lo desean, aquellos comportamientos que perciben como inadecuados o contrarios a los valores de DIRECTV.

Todas las denuncias realizadas a través de nuestra línea directa o página de internet serán examinadas e investigadas en la más estricta confidencialidad por el área jurídica de DIRECTV Latin América.

Medios para realizar denuncias:

 Ethics Point a través de la web
www.ethicspoint.com

 Telefónicamente a través del
0800-444-8084

 Planteando el tema con su gerente o director



Los casos denunciados en Ethics Point son recibidos por AT&T a través del portal, donde quedan documentados y se puede hacer el seguimiento de las acciones tomadas. En el caso de recibir una denuncia relacionada con discriminación, ésta es analizada junto a los equipos de Recursos Humanos, y se define en conjunto un plan de acción.

LUCHAMOS CONTRA LA PIRATERÍA

Estamos contra la piratería y todos somos parte de este desafío. Como empresa, realizamos grandes esfuerzos para enfrentar este ilícito. Finalmente, tras dos años de juicio, la justicia condenó a la estación por el delito de interceptación maliciosa de señal, lo que marca un importante hito en nuestro combate.

El fallo marca un precedente en la materia porque es el primer fallo condenatorio relativo a la interceptación de señales satelitales en nuestro país y abre las puertas a una mayor efectividad en la investigación y en los resultados judiciales en temas de piratería.

Después de ese primer fallo, continuaron otras sentencias condenatorias por retransmisión ilegal en Chile:

- Al representante de la Novavisión por interceptación maliciosa de servicios de telecomunicaciones. (Primer fallo antes mencionado)
- Al representante de la empresa Alfavisión por la retransmisión ilegal de 6 señales de DIRECTV.

- Al representante del cable operador Hualañé que retransmitía 36 señales de DIRECTV Chile como autor de delito informático, propiedad intelectual e interceptación de señal.

- Al propietario de Cable Operador Deygon Tv Cable por retransmisión de 8 señales de DIRECTV.

Ayopamos el Proyecto de Ley aprobado en septiembre de 2017 que sanciona la piratería de televisión de pago y que fue despachada para su remisión a la Comisión de Transportes y Telecomunicaciones de la Cámara de Diputados para proseguir su tramitación.

Además, en DIRECTV ejecutamos acciones preventivas y de concientización para combatir este delito, hacemos capacitaciones internas a nuestra fuerza de ventas y a funcionarios públicos (miembros de Fiscalía, Aduana e Investigaciones), y somos parte de una alianza contra la piratería.

Colaboramos en la Alianza del Pacífico (comunidad regional conformada por Chile, Colombia, México y Perú con el propósito de profundizar la integración entre estas economías) en la cual la piratería ha sido incluida en el Sub-grupo de Agenda Digital dependiente del Grupo de Innovación que tiene por misión cuatro pilares, tales como economía digital, conectividad digital, gobierno digital y ecosistema digital.

SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN

En DIRECTV dedicamos todos nuestros esfuerzos para proteger la información y la privacidad de nuestros clientes. Tenemos una estricta Política de Seguridad en la que explicamos cómo recopilamos, utilizamos y compartimos información sobre los clientes cuando se suscriben a nuestros servicios y visita nuestras páginas de Internet. Esta política es pública y se puede encontrar en nuestra web.

Además, a nivel de nuestros colaboradores, mantenemos una campaña regional de Seguridad de la Información **#PiensaSeguro** con tips que permiten incorporar buenas prácticas que busca resguardar los datos de la compañía, sus colaboradores y clientes a nivel regional.

¿Cómo protegemos la seguridad de la información del cliente?

El compromiso de Seguridad de la información es de contar con un marco reglamentario de Seguridad de la

Información 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.

El equipo de Seguridad cuenta con un conjunto 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 esto se llegase a materializar.
- Identificación de los requisitos legales, reglamentarios y contractuales que se deben cumplir.

Además, en DIRECTV contamos con personal distribuido en 5 países brindando soporte a los 10 países que componen la región. El equipo cuenta con personal especializado en Seguridad de la Información para cubrir los puestos de CISO, Arquitectura de Seguridad, Operaciones de la Seguridad y GRC (Gobierno, Riesgos y Cumplimiento).

2. SOMOS SUSTENTABLES



SOMOS SUSTENTABLES

En DIRECTV Chile, líderes en televisión digital, queremos ser reconocidos también por nuestro liderazgo en el desarrollo sostenible. Buscamos integrar y equilibrar en un solo ecosistema nuestra gestión en lo económico, social y ambiental, enfocándonos en generar valor para todos nuestros grupos de interés. Por ello valoramos el diálogo, cultivamos nuestras relaciones y mantenemos una comunicación constante, abierta y diferenciadora con cada uno de ellos, con la convicción de que todos podemos aportar en el desarrollo de una mejor sociedad. Buscamos y cuidamos que nuestra relación con el entorno sea desde una experiencia positiva, porque creemos en el aporte que hacemos y en nuestro rol como ciudadanos corporativos. Estamos seguros que, desde la industria de las telecomunicaciones, la información y la entretenimiento también sumamos a construir una mejor sociedad, más inclusiva y ambientalmente más sostenible.



APOYAMOS AL DESARROLLO SOSTENIBLE “AT&T 2020/2025 GOALS”

G4-26, G4-27

En todas sus acciones DIRECTV orienta sus propuestas para ser una empresa ética, integrada con la comunidad y ambientalmente responsable, siendo el desarrollo sostenible uno de los pilares de nuestro plan estratégico, procurando siempre que las acciones de hoy no comprometan el desarrollo económico, social y ambiental de las generaciones futuras, sino que por el contrario le generen valor.

Para AT&T la sostenibilidad es una forma de hacer negocios, que comprende el impacto de la empresa en la sociedad y cómo esos impactos influyen en el desarrollo del negocio. Reportar y mostrar los indicadores de esta interdependencia en nuestras operaciones nos hace una compañía más fuerte.

En tal sentido AT&T se ha planteado una serie de metas “2020/2025 Goals” sobre las cuales reporta año a año sus avances basados en 3 pilares:

- Nuestra red y nuestros clientes
- Nuestra cadena de suministro
- Nuestra comunidad

Para alinearnos con AT&T en el cumplimiento de estas metas, DIRECTV Chile se ha comprometido con 10 cualidades de sostenibilidad, las cuales responden a los tres pilares prioritarios de AT&T e incluye otros temas locales de relevancia para la empresa.

CORRECTOS

Cumplimos con los marcos regulatorios aplicables, así como con los principios y acuerdos suscritos voluntariamente.

ÉTICOS

Actuamos en un marco de responsabilidad social, en forma consistente con los valores corporativos, los estándares internacionales y las mejores prácticas de la industria.

CONFIAZBLES

Establecemos y mantenemos relaciones de confianza y de beneficio mutuo con los grupos de interés de DIRECTV; consideramos sus intereses y expectativas, y buscamos oportunidades para la creación de valor compartido.

BUEN LUGAR PARA TRABAJAR

Mantenemos prácticas laborales justas, un ambiente de trabajo seguro y saludable, y promovemos el desarrollo de todas las personas en DIRECTV.

TOLERANTES Y DIVERSOS

Promovemos el respeto a los derechos humanos, en particular de las minorías y los grupos más vulnerables, y rechazamos cualquier forma de discriminación al interior de DIRECTV.

AMBIENTALMENTE SOSTENIBLES

Operamos en forma segura y responsable, y gestionamos los impactos de nuestras operaciones, los productos y servicios de la empresa, bajo un enfoque preventivo y de eficiencia ambiental.

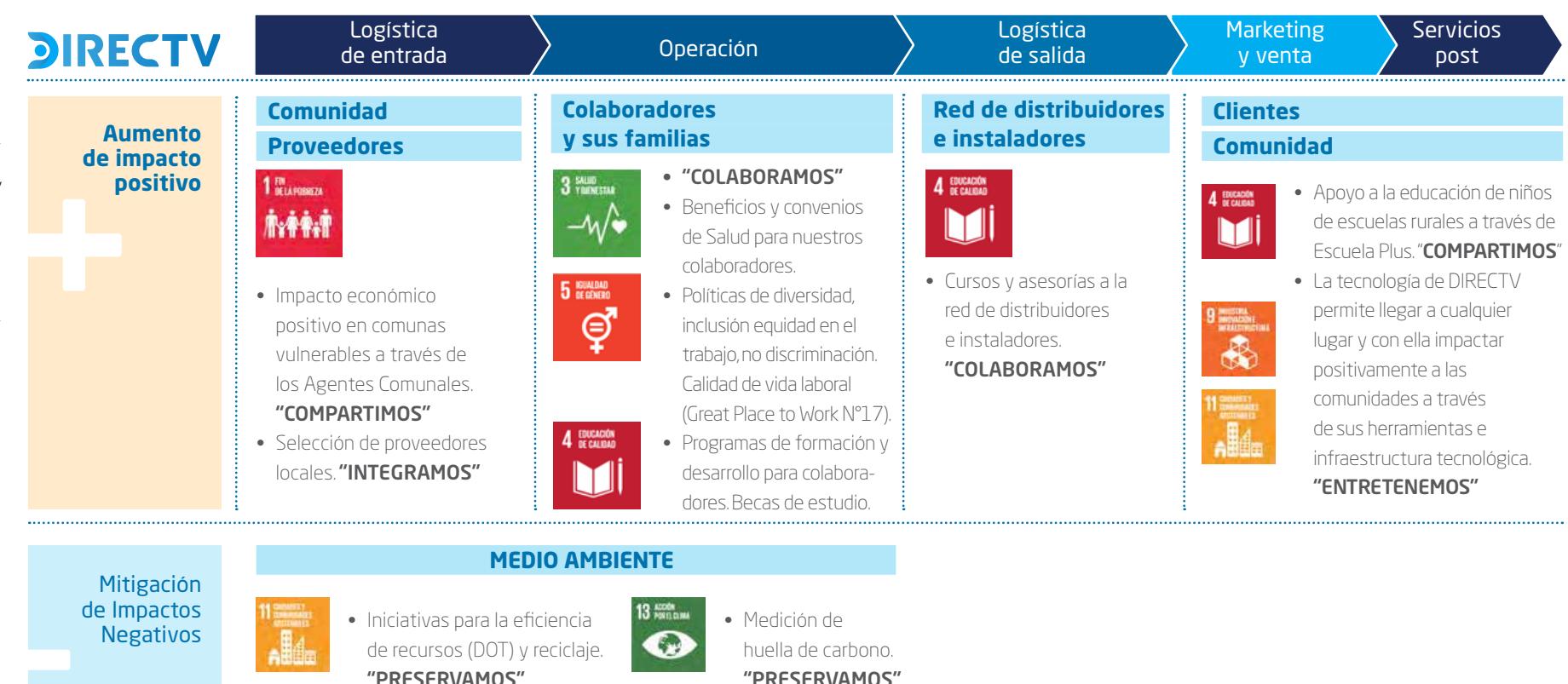
| |
|---|
| COMPROMETIDOS CON LA COMUNIDAD |
| Contribuimos a la sociedad, mediante iniciativas de la gestión del conocimiento, la innovación y la inclusión social, manteniendo una convivencia armónica con las comunidades en las que nos insertamos, contribuyendo a mejorar la calidad de vida y el desarrollo local. |
| COMPROMETIDOS CON NUESTRA CADENA DE VALOR |
| Aseguramos prácticas operacionales justas con proveedores, empresas distribuidoras y clientes, en toda la cadena de valor de DIRECTV. |
| RESPONSABLES CON NUESTROS CLIENTES |
| Satisfacemos las expectativas y requerimientos acordados con los clientes en calidad, cantidad y oportunidad. |
| TRANSPARENTES |
| Difundimos la estrategia de Sostenibilidad de DIRECTV a todos los públicos de interés de la empresa y promovemos su cumplimiento. |
| OBJETIVOS PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE |
| En septiembre de 2015, los estados miembros de la ONU, en conjunto con ONG y ciudadanos de todo el mundo, generaron una propuesta de 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) con metas al 2030. Entre el conjunto de objetivos globales se encuentran: erradicar la pobreza, luchar contra la desigualdad y la injusticia, y hacer frente al cambio climático. |



Nuestro aporte a los ODS

Los ODS hacen un llamado explícito a todas las empresas para que apliquen su creatividad e innovación para resolver los retos del desarrollo sostenible. Realizar una vinculación entre los ODS y nuestras actividades, nos permite identificar cómo contribuimos positivamente con el desarrollo sostenible. Desde nuestro negocio buscamos ser un aporte positivo a la sociedad y al planeta, así como también, minimizar nuestros impactos negativos. De esta forma, podemos enfocar nuestros programas en aquellos objetivos que sean prioritarios de acuerdo a nuestra actividad.

En DIRECTV nos sentimos comprometidos con el aporte que generamos en la comunidad, desde nuestro aporte en tecnología y comunicación, pero también y como parte de una cadena logística que requiere de esfuerzos conjuntos para maximizar dichos aportes y minimizar nuestros impactos. En este sentido, hemos vinculado nuestra cadena de valor con los ODS, indicando cada una de las actividades e iniciativas que dan respuesta a dichos objetivos.



NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS

G4-24, G4-25

En DIRECTV desarrollamos una estrategia basada en relaciones de valor y en el largo plazo con nuestros grupos de interés, porque entendemos que la reputación es el intangible más importante que la compañía posee. Nuestro foco es ser socios colaborativos en todos nuestros proyectos y aportar con contenido de valor y diferenciador.

Para comunicarnos de mejor forma con nuestros grupos de interés, profesionalizamos un relato corporativo que se nutre desde nuestras áreas de negocio y desde nuestro rol corporativo en la sustentabilidad. Buscamos distinguirnos en la gestión de contenidos y prensa desde nuestras exclusividades y desde el aporte que hacemos a las comunidades a través de los pilares de Generación DIRECTV (ver capítulo "Compartimos").

Trabajo conjunto con instituciones y asociaciones

Desde el relacionamiento institucional, además de la estrategia basal del año, colaboramos y trabajamos en conjunto con el Observatorio del Comercio Ilícito (OCI)

de la Cámara Nacional de Comercio, con la Cámara NorTEAMERICANA de Comercio (AMCHAM). Participamos además en distintas mesas de trabajo relativas a ley de Responsabilidad Extendida del Productor, convocadas tanto por la subsecretaría de Telecomunicaciones (Subtel) como también por Amcham, desde nuestro compromiso con la sustentabilidad y el medio ambiente.

En material gremial somos parte del Comité de Comunicaciones de ACCESO TV y de cara a la región mantenemos una vinculación activa y coordinada con la Asociación Interamericana de Empresas de Telecomunicaciones (ASIET) que es una asociación sin fines de lucro cuyo objetivo prioritario es fomentar el desarrollo de las telecomunicaciones y las tecnologías de la información en Latinoamérica, mediante el diálogo público-privado y el apoyo a iniciativas que favorezcan la reducción de la brecha digital y el avance de la región hacia la Sociedad de la Información.

Entendemos la importancia y la necesidad de tener una mirada de futuro, por ello por tercer año consecu-

tivo renovamos nuestro compromiso con el Congreso del Futuro, un espacio único donde se reúnen los científicos y humanistas más connotados del mundo para discutir acerca de los dilemas y desafíos que el futuro nos plantea hoy, disponiendo de nuestra señal para la difusión de los contenidos y charlas del evento.

Identificación y selección de grupos de interés

Nuestro enfoque sobre la sostenibilidad está basado en la construcción de relaciones de mutuo beneficio con nuestros grupos de interés; reconocemos en ellos un interlocutor fundamental para la construcción de una compañía socialmente responsable y ambientalmente sustentable, lo cual sólo puede ser logrado a través de relaciones sanas y respetuosas.

Como compañía, entendemos nuestra responsabilidad de establecer vínculos y relacionarnos con nuestro entorno. Identificamos así a nuestros clientes, la industria, la competencia, otras empresas, ONGs, academia, autoridades, a la comunidad y a los medios de comunicación, como entes relevantes en nuestro rol social y comercial.

| Grupo de interés | Principales intereses | Canales de comunicación |
|---|---|--|
| <p>Colaboradores: Es un grupo de interés prioritario para DIRECTV, para nosotros es vital contar con un equipo que se sienta orgulloso de pertenecer a la empresa y que comparta nuestros valores.</p> | <ul style="list-style-type: none">• Calidad de vida laboral• Beneficios y compensaciones• Formación y desarrollo de Carrera• Salud y seguridad en el trabajo• Equidad en el trabajo y no discriminación• Voluntariado corporativo• Conciliación trabajo familia• Sentido de pertenencia con la empresa | <ul style="list-style-type: none">• Intranet corporativa• Gestión de desempeño• Reuniones presenciales• Encuesta GPTW• Sitio web DIRECTV• Boletín de actualidad• Correo electrónico• Marketing interno (afiches, diario mural, etc.)• Contacto telefónico• Redes sociales• Contrato de trabajo• Redes sociales• Comités paritarios y seguridad |
| <p>Accionistas: Su principal interés es el crecimiento continuo de la compañía. Por ello es importante mantenerlos informados acerca de los progresos económicos y otros temas no financieros pero que tienen impacto en el negocio como son los temas de sustentabilidad.</p> | <ul style="list-style-type: none">• Rentabilidad• Sostenibilidad del negocio• Market share | <ul style="list-style-type: none">• Reportes financieros• Comunicados de prensa• Correo electrónico• Sitio web DIRECTV• Redes sociales |

| Grupo de interés | Principales intereses | Canales de comunicación |
|---|---|--|
| Distribuidores e Instaladores: Son esenciales en nuestra cadena de valor porque son el contacto directo con nuestros clientes y componente primordial de nuestra imagen corporativa. Es importante escuchar su opinión, aportes y sugerencias que pueden entregar gracias a su relación con el cliente. | <ul style="list-style-type: none">• Relaciones estables y duraderas• Oportunidades de crecimiento• Transparencia• Cumplimiento de las condiciones | <ul style="list-style-type: none">• Iniciativa "Redes al día"• Contrato• Reuniones presenciales• Encuestas• Contacto telefónico• Redes sociales• Sitio web DIRECTV |
| Clientes: Nuestra prioridad es ofrecerles un servicio de calidad tomando en cuenta sus expectativas e intereses. Desde el proceso de contratación o compra, hasta la relación postventa, nos esforzamos por mantener activos los canales de comunicación y ofrecerles soluciones a nuestros clientes. | <ul style="list-style-type: none">• Fidelización en todo el ciclo de la relación• Calidad del servicio.• Profesionalismo• Respeto por los recursos del cliente• Comunicación• Seguridad en los productos• Gestión de reclamos | <ul style="list-style-type: none">• Boleta de servicios• Sitio Web DIRECTV• Promociones• Encuestas de servicio• Encuesta de lealtad NPS• Correo electrónico• Redes sociales• Sucursales presenciales• Call center• Redes sociales |
| Proveedores: Buscamos crear oportunidades de valor compartido, ofreciendo instancias de desarrollo para ellos en una relación gana-ganar. | <ul style="list-style-type: none">• Relaciones estables y duraderas• Oportunidades de crecimiento y desarrollo• Transparencia• Instancias de diálogo y retroalimentación• Involucramiento en el diseño de los requerimientos• Cumplimiento de acuerdos | <ul style="list-style-type: none">• Sitio Web DIRECTV• Contrato• Correo electrónico• Encuestas• Redes sociales |

| Grupo de interés | Principales intereses | Canales de comunicación |
|---|---|---|
| Autoridades gubernamentales y Legisladores: La relación se basa no solo desde el cumplimiento en el marco regulatorio sino como socios colaborativos. Además, las autoridades locales nos ayudan a definir prioridades en las comunas donde intervenimos con las iniciativas de RSE. | <ul style="list-style-type: none">• Cumplimiento con las leyes de libre competencia• Intercambio de información y datos relevantes• Discusión de temas legislativos• Contexto de la industria• Actividades en conjunto como socios colaborativos• Iniciativas de RSE | <ul style="list-style-type: none">• Comunicados de prensa• Sitio web DIRECTV• Reuniones presenciales• Correo electrónico, Newsletter• Contacto telefónico• Redes sociales |
| Comunidad: Nuestro ideal es constituirnos como un buen ciudadano corporativo, por ello hemos creado iniciativas de RSE y de valor compartido que apoyan la educación, el crecimiento local y el entretenimiento sano. | <ul style="list-style-type: none">• Generación de oportunidades de empleo.• Contribución a la comunidad.• Inversiones sociales y donaciones.• Relaciones con la comunidad.• Conservación de los materiales y la energía.• Voluntariado corporativo.• Entrega de contenido educativo.• Ayuda ante catástrofes | <ul style="list-style-type: none">• Comunicados de prensa.• Sitio web DIRECTV• Marketing canales de venta.• Reuniones comunitarias• Sitio web DIRECTV• Redes sociales• Actividades de RSE |
| Medios de comunicación: A través de ellos informamos nuestros contenidos, diferenciales, generamos conocimiento y por sobre todo nos instalamos como un referente en la industria. Esta relación proactiva nos ha posicionado como un actor relevante y experto en nuestra área, aportando a la reputación, siempre desde el contenido. | <ul style="list-style-type: none">• Contenidos diferenciadores• Gestión de medios• Información sobre la empresa y los movimientos de la industria• Historias de desarrollo y crecimiento de stakeholders• Eventos desde contenidos diferenciales y de alto valor con sentido de pertenencia• Entrega programación exclusiva | <ul style="list-style-type: none">• Sitio web DIRECTV Chile• Redes sociales• Comunicados de prensa• Correo electrónico / Newsletter• Teléfono• Destacados de programación• Eventos |

| Grupo de interés | Principales intereses | Canales de comunicación |
|---|---|--|
| Fundaciones/ONGS: Son nuestros socios estratégicos en muchas de nuestras actividades con la comunidad. Trabajamos en conjunto para generar mayores y mejores impactos positivos en la sociedad. | <ul style="list-style-type: none">• Trabajo conjunto en iniciativas de RSE• Voluntariado corporativo• Posibles aportes de DIRECTV a sus organizaciones• Difusión de actividades• Estudios | <ul style="list-style-type: none">• Reuniones de coordinación• Eventos• Actividades de voluntariado• Teléfono• Correo electrónico |
| Clubes Deportivos/ Federaciones Auspicios: Nos permiten posicionar nuestra marca e identificarla con nuestros contenidos exclusivos deportivos. | <ul style="list-style-type: none">• Apoyo económico• Apariciones en pantalla• Popularidad de los equipos auspiciados• Difusión de Contenido• Relacionamiento con los fanáticos | <ul style="list-style-type: none">• Actividades con los auspiciados y los fanáticos /clientes. (Tercera banca)• Eventos especiales• Contratos de auspicio• Relacionamiento presencial• Telefónico• Correo electrónico |
| Academia: La relación con la academia es fundamental como partners y socios estratégicos en la realización de estudios y eventos educativos. | <ul style="list-style-type: none">• Entrega de información• Proyectos conjuntos (estudios, eventos)• Difusión programas educativos | <ul style="list-style-type: none">• Eventos educativos• Relacionamiento presencial• Telefónico• Correo electrónico |

Casos de éxito- DIRECTV en la prensa

En la búsqueda constante por innovar y gestionar nuestros diferenciales en los medios de comunicación, es que identificamos aquellos pilares fundamentales por los que hemos sido reconocidos en la prensa nacional.

Relaciones con las Universidades

- Lucha contra la Piratería.** Diversas miradas sobre la piratería se encontraron en la mesa de debate organizada por Comunicaciones UC y DIRECTV. El evento organizado por la Facultad de Comunicaciones UC y DIRECTV contó con actores sociales del ámbito público, privado y ciudadano, quienes entregaron su visión sobre los derechos que tiene el creador de una obra, los que tiene la industria de la entretenición tanto en la producción como distribución de la misma y la mirada desde el ciudadano que quiere tener acceso a la cultura. (Ver foto 1 adjunta).

Relación con las comunidades

- RSE: Proyecto Sembrando Vida".** En agosto de 2017, la escuela San Juan de Pirque fue el escenario del cierre del proyecto "Sembrando Vida: niños como agentes de cambio", impulsado por DIRECTV Chile. El proyecto busca generar conciencia sobre el cuidado del medioambiente a través de actividades ecológicas-educativas que involucran a toda la comunidad

escolar. El cierre del programa contó con la presencia del Ministro del Medio Ambiente Marcelo Mena, quién participó activamente de las actividades. (Ver fotos 2 y 3 adjuntas).

Vinculación con autoridades.

- Congreso Futuro:** En nuestro constante trabajo de vinculación de la compañía con autoridades, por tercer año consecutivo fuimos Media Partner del Congreso del Futuro, lo que permitió ver a nuestros clientes los contenidos y charlas del evento en nuestra señal. (Ver foto 4 adjunta).
- FACIUNI:** Vinculados a la cultura y a la educación, en nuestra tercera edición de FACIUNI, contamos nuevamente con el apoyo del Ministerio de la Cultura, las Artes y el Patrimonio. La realización de FACIUNI se complementa con lo que será la próxima convocatoria de los Fondos de Cultura, donde se reforzarán los recursos para las líneas de formación del Fondo de Fomento Audiovisual. (Ver foto 5 adjunta).

Relación con los auspiciados deportivos:

- Copa Confederaciones:** En junio de 2017 DIRECTV lanzó su programación para Copa Confederaciones con un partido de baby fútbol con ex seleccionados y el equipo de fútbol de Miradas Compartidas. La



subsecretaria del Deporte, Nicole Sáez; destacó la importancia de este tipo de actividades para impulsar el deporte y la integración en todas las disciplinas a nivel nacional.(Ver foto 6 adjunta).

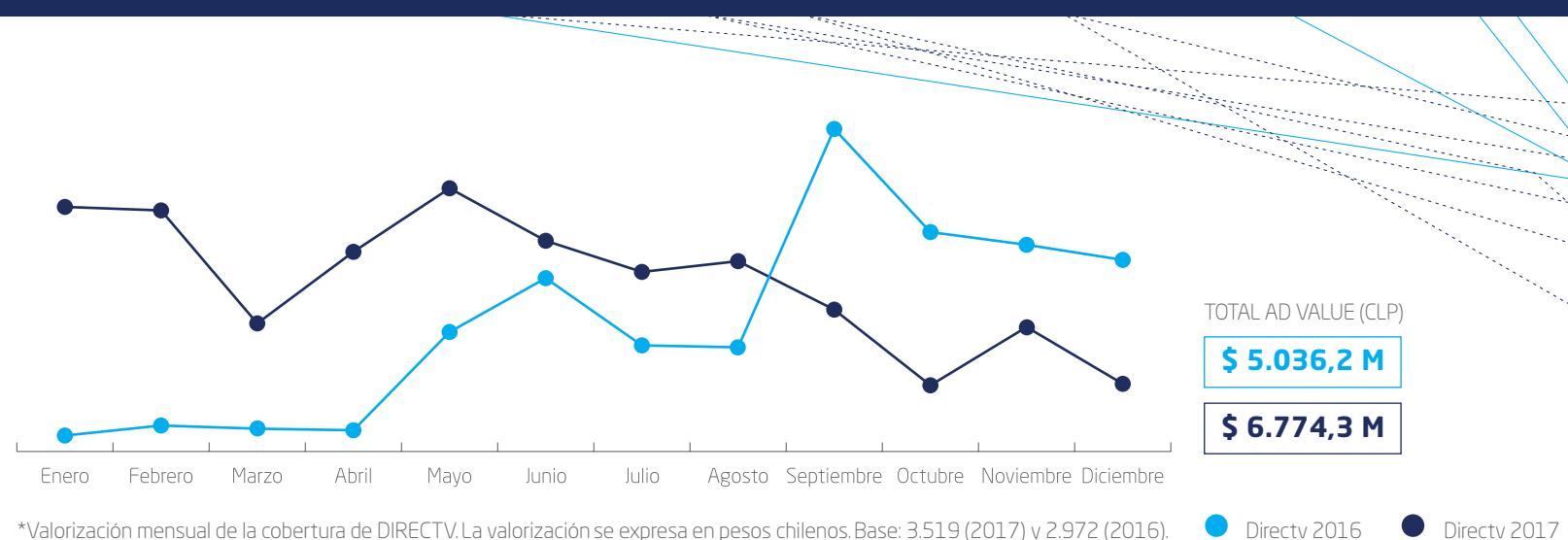
Nuestras métricas

Para medir cómo ven a DIRECTV nuestros principales grupos de interés y como está nuestra reputación identificamos métricas que nos permiten mostrar la exposición y calidad de ésta, principalmente en los medios de comunicación, desde la generación del contenido.

Publicaciones: Nos referimos a la cantidad de notas que hemos obtenido en los medios durante un período determinado.

En 2017 DIRECTV Chile logró **3.519 publicaciones en prensa**, siendo los focos de piratería y programación los de mayor cobertura.

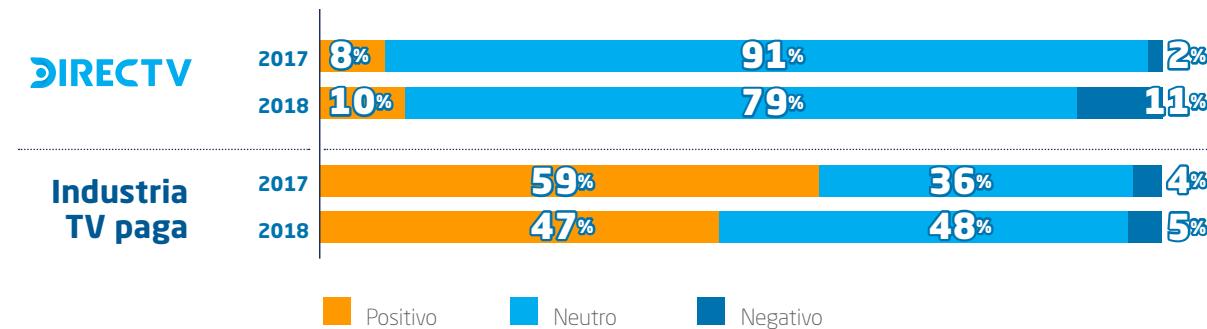
AdValue: Corresponde al valor comercial que tiene la nota de prensa obtenida, y por el cual DIRECTV ha obtenido ese espacio desde la gestión de prensa free press. Durante 2017 obtuvimos mejores resultados en términos de espacios y calidad del contenido, con una mejora sustancial en cantidad y advalue logrado.



Favorabilidad. Se refiere al valor obtenido por la nota, desde elementos, posturas o juicios (implícitos o explícitos) que permiten interpretar una noticia o su contexto como algo positivo, negativo o neutro para la imagen del país. Además, el resultado de la diferencia entre la porción positiva y negativa de noticias recibe el nombre de "favorabilidad neta".

Análisis sobre la favorabilidad de DIRECTV y la competencia:

Las notas neutras incluyen programación y contenido de TV, uno de los principales focos de DIRECTV. La competencia se enfoca en eventos promocionales de su marca e imagen. Otro foco de DIRECTV ha sido el auspicio de eventos ligados a uno de sus mayores atractivos de contenido: el deporte.



3. ENTRETENEMOS



EXPERIENCIA DIRECTV

En DIRECTV a lo largo de los años, hemos logrado caracterizarnos por estar a la vanguardia en tecnología, en nuestra calidad de servicio y la amplitud de contenidos y productos que ofrecemos a los distintos segmentos de la población. Por estas cualidades y la experiencia que le brindamos a nuestros clientes, es que se mantienen en el tiempo y nos recomiendan a futuros clientes.

Esa fue la base de nuestra estrategia en este 2017, compuesta por dos objetivos:

- **Atraer a muchos clientes para hacer crecer la cartera, principalmente en prepago.**
- **Mayor rentabilidad y permanencia en postpago.**

Lo logramos con la convicción de que una mejor experiencia nos lleva a lograr la mayor permanencia.

- Para todos nuestros clientes, entregamos la mejor experiencia para que permanezca en DIRECTV, crez-

ca y evolucione, ojalá adquiriendo nuevos productos o manteniendo los existentes.

- Para nuestros clientes postpago, intensificamos el pago automático con cuenta corriente, a través de llamativos beneficios.
- Implementamos acciones informativas de valor para el cliente, para que conozca todos los beneficios de nuestros productos.
- Fomentamos el uso de canales de Autoservicio.
- Para los futuros clientes, aumentamos la publicidad de forma masiva, así como los canales de venta.

Beneficios exclusivos para Clientes DIRECTV

Todos nuestros planes están diseñados para satisfacer a una amplia gama de clientes y cuentan con nuestros atributos diferenciales:

1. Experiencia única que ofrece DIRECTV (Vivencial y tecnológica).
2. Contenido y programación relevante para nuestros clientes.
3. Servicio de calidad.

1. Experiencia única que ofrece DIRECTV (Vivencial y tecnológica).

1.1 Experiencia Tercera Banca

La Tercera Banca consiste en presenciar los partidos de local de Universidad Católica en una ubicación preferencial, a un costado de la cancha y al lado de los futbolistas. Los clientes participan a través del #TerceraBancaDIRECTV respondiendo algunas preguntas en redes sociales, dándole la posibilidad a los clientes de interactuar y participar en otros concursos asociados.

1.2 Tercer Tiempo

Aprovechamos el acuerdo de auspicio que tenemos con Universidad Católica para entregar nuestros clientes una experiencia de interacción digital con sus ídolos

los deportivos. A través de esta plataforma, nuestros clientes, seguidores e hinchas deportivos encuentran contenidos atractivos sobre los jugadores. Además, pueden comentar, compartir y participar en distintos concursos, lo que nos ayuda a mantener nuestra imagen como líderes en contenido deportivo.

1.3 Tecnología

En DIRECTV somos más que Televisión, ofrecemos variedad de servicios adicionales que complementan la experiencia y nos ubica a la vanguardia en tecnología:

- Control Parental.
- Multivoz/SAP/Doble audio en diferentes idiomas y con subtítulos.
- DIRECTV Nexus que permite grabar, pausar, retroceder y ver los programas grabados en un decodificador HD DVR.
- Aplicaciones móviles:
 - > DIRECTV Sport App: La aplicación ofrece una experiencia única de deportes en dispositivos móviles, siendo la única que combina transmisiones en vivo y repeticiones en VOD + noticias y contenido editorial + estadísticas en tiempo real.

> DIRECTV App 2.0: con esta aplicación nuestros clientes pueden, desde su Smartphone, manejar su cuenta de forma fácil y rápida, consultar saldo, recargar su cuenta o pagar su factura, mirar programación online, actualizar datos personales y más. Además, en 2017 lanzamos una nueva versión que ofrece una mejor experiencia de navegación en un formato más amigable y con fácil acceso a todas las funcionalidades principales.

2. Contenido y programación relevante para nuestros clientes

Ofrecemos alternativas diferenciadoras para nuestros clientes, con programación de la más alta calidad.

- **OnDIRECTV:** Es un canal exclusivo, en el cual ofrecemos producciones propias y una gran variedad de contenidos, como conciertos, películas, series, documentales y eventos especiales que no pueden verse en ningún otro canal. También tiene acceso a eventos especiales, como pre estrenos y maratones de la mejor programación.
- **DIRECTV PLAY:** Permite acceder gratuitamente vía online desde el PC, Tablet o Smartphone a contenidos ofrecidos por proveedores como HBO GO, Moviecity Play, ESPN Play y DIRECTV Sports con más de 5.000

títulos. Además, ofrece la posibilidad de disfrutar de los mejores eventos deportes en vivo.

- **DIRECTV Sports:** Es un canal exclusivo para todos los clientes DIRECTV, en el cual ofrecemos la mayor cobertura en deportes, con la transmisión exclusiva de las ligas y torneos más importantes del mundo, donde destacan la Liga inglesa, italiana, española, francesa, alemana, UEFA Champions League; torneos de tenis y golf Grand Slams, ATP y Master 1.000; básquetbol de la NBA, fútbol americano de la NFL y béisbol de la MLB. Además de la Copa Mundial de la FIFA Rusia 2018.

3. Servicios de calidad

El tercer pilar de nuestros atributos diferenciadores de mercado, es el servicio que brindamos a nuestros clientes.

Autogestión

En el 2017 hemos hecho un esfuerzo por impulsar la autogestión por parte de nuestros clientes. El uso de los canales de autogestión apunta a mejorar la eficiencia y aumenta la disponibilidad de agentes para atender a otros requerimientos. Esta medida optimiza el servicio a través de una interacción con el usuario más flexible, respuesta más ágil y una mayor resolución de problemas.

Está comprobado que cuando los clientes conocen el producto, sus cualidades y manejan algunos pasos de autogestión, se comunican con nosotros cuando realmente nos necesitan, a través de llamadas de alto valor en las que entregamos el mejor servicio desde Telecenter.

Para cumplir con la calidad que merecen, ponemos a disposición las siguientes herramientas:

- **MiDIRECTV:** Ofrece la oportunidad de manejar la cuenta de DIRECTV en línea, desde donde quiera que se encuentre la persona, permitiéndole consultar su factura, comprar programación Premium, grabar sus programas favoritos, acceder a transmisiones exclusivas, beneficios y descuentos.
- **Canal 100 (Prepago):** Es un canal que le proporciona a los clientes información importante de su cuenta y de sus servicios disponibles, tales como recarga, video central, saldo en pantalla, recomendaciones, DIRECTV Sports, DIRECTV Cinema, entre otras.
- **DIRECTV Asistencia:** Todos nuestros planes cuentan con DIRECTV Asistencia, que incluye 3 visitas técnicas, 1 cambio de control remoto por decodificador y 1 mudanza gratis al año.

NUESTROS PRODUCTOS

G4-4

DIRECTV Prepago

DIRECTV Prepago es televisión satelital 100% digital, sin requisito de tener una cuenta fija o contrato a largo plazo. El Kit es adquirido por el cliente y puede instalarlo donde y cuando quiera, libre de cuentas y contratos.

NOVEDADES 2017

- Este año aceleramos a la velocidad de la luz el crecimiento de Prepago con un producto ganador, accesible y con la programación que los clientes quieren tener.
- Ampliamos la capilaridad a través del modelo de distribución, triplicando los puntos de venta, potenciando el canal vendedor viajante y sumando más de tres mil comercios que incorporaron el kit Prepago a su oferta.

- Aumentamos nuestra oferta de canales, llegando a un total de 68 canales disponibles para sólo un televisor y 36 canales de audio. Incluye también la suscripción a DIRECTV Play, con la cual es posible ver su programación desde cualquier computador, teléfono celular o Tablet conectado a internet. Si el cliente lo desea puede pagar por el acceso a planes de recarga con programación Premium (Fox, CDF Premium y Fox Sports+).
- Realizamos una campaña de comunicación 360° en los medios y en terreno con dos grandes noticias:
 - > Bajamos el precio del kit a la mitad.
 - > Sumamos DIRECTV Sports+ junto a otros nuevos canales, haciendo posible que ahora todos nuestros clientes (también Segmento Medio) vivan la Premier League.

El Kit incluye:

-  Imagen y sonido 100% digital
-  Asistencia técnica
-  Saldo disponible en pantalla
(Canal 100)

 Recambio de control remoto una vez al año

 Control parental por horario, edad y señal

 Mudanza 1 vez al año



Nuestro crecimiento en postpago en el 2017 se debió al fortalecimiento de nuestras herramientas de retención y el impulso en la penetración del pago automático de cuentas, mejorando las condiciones comerciales con un costo de instalación \$0 para quienes eligieran esta opción. Además, reforzamos la oferta de Premiums en el segmento alto con descuentos y promociones en packs de cine y contenido adulto en HD.

Planes Postpago

Pensamos en los diferentes segmentos de clientes, y ofrecemos una amplia gama de planes de suscripción mensual de acuerdo sus necesidades, gustos y preferencias.

El cliente elige el tipo de experiencia que desea, según el número de canales, calidad de imagen, y número de decodificadores.

Premium Flexible

Todos nuestros planes, a partir del 2017, incluyen un Premium flexible, en la cual el cliente puede elegir y cambiar una vez al mes su Premium entre HBO Max, FOX Premium, CDF o canales de adultos.

TV on Demand

DIRECTV On Demand, es un servicio disponible para todos los clientes que cuenten con un decodificador HD DVR que esté conectado a internet a través de cable Ethernet, ofrece acceso inmediato a una amplia variedad de películas, series y programación exclusiva de OnDIRECTV, las cuales puede bajar a su decodificador.

| PLATA HD | ORO HD | ORO PLUS HD |
|--------------------------------|--------------------------------|--|
| Incluidos | Incluidos | Incluidos |
| Desde 127 canales - 49 HD | Desde 174 canales - 64 HD | Desde 174 canales - 64 HD |
| 1 deco HD y 2do deco HD gratis | 1 deco HD y 2do deco HD gratis | 1 deco plus HD y 2do deco HD gratis |
| 5 canales nacionales HD | 5 canales nacionales HD | 5 canales nacionales HD |
| Acceso a DIRECTV Play | 30 canales música | Acceso a DIRECTV Play |
| DIRECTV Sports | Acceso a DIRECTV Play | DIRECTV Sports |
| DIRECTV App | DIRECTV Sports | Graba, pausa y retrocede contenido en vivo |
| Contrata hasta 2 premium | DIRECTV App | Control plus |
| | Contrata premiums ilimitados | DIRECTV 2da vivienda |
| | | DIRECTV App |
| | | Contrata Premiums ilimitados |

EL RECONOCIMIENTO DE LOS CLIENTES: NUESTRO MEJOR PREMIO

PR5

La cultura DIRECTV está cimentada en valores tan importantes como el Trabajo en Equipo, la Locura por el Cliente y Construir desde las Personas. Es nuestra esencia, y así lo transmitimos día a día a nuestros clientes, quienes nos prefieren, nos recomiendan y nos reconocen con excelentes resultados en los diferentes indicadores y premios de la industria.

Al igual que el año pasado, en el 2017 hemos recibido el reconocimiento de nuestros clientes, haciéndonos acreedores de varios premios nacionales e internacionales enfocados en la lealtad, calidad de servicios y experiencia del consumidor.

Premios y reconocimientos

• Premio Procalidad

Por séptimo año consecutivo fuimos reconocidos con el Premio Procalidad. Este importante indicador se construye a partir de la opinión de los clientes, estableciendo una cuota diaria de encuestas sobre las

distintas empresas con las cuales mantienen contratos de servicios. Lo otorga la Universidad Adolfo Ibáñez y Praxis Customer Engagement.

• Premio Best Customer Experience (BCX)

Recibimos por tercera vez el premio Best Customer Experience (BCX) en la categoría televisión paga, en reconocimiento a la experiencia de excelencia que ofrecemos a nuestros clientes y la vinculación positiva que ellos tienen con nuestra marca. Es un premio a nivel iberoamericano otorgado trimestralmente por la empresa española IZO, especialista en Experiencia de Clientes.

• Premio Lealtad del Consumidor:

Este premio se entrega desde 2012 y se basa en la medición del índice *NPS*, *Net promoter Score*, el que determina la intención de un cliente de recomendar una empresa a un familiar, amigo o colega y, según esto, lo clasifica como "promotor", "pasivo" o "detractor" de una compañía.

Esta es la sexta vez que recibimos esta distinción, la que da cuenta del compromiso que sentimos hacia nuestros clientes y del ADN que compartimos quienes trabajamos en DIRECTV.

Indicadores de lealtad y satisfacción de clientes

Para medir la lealtad de nuestros clientes, en DIRECTV utilizamos el NPS (Net Promoter Score) que consiste en evaluar qué tanto nos recomiendan nuestros clientes, en una escala de 0 al 10, donde 10 es con toda seguridad recomendaria, y 0 con toda seguridad no recomendaria. Aquellos que nos evalúan con los puntajes más altos son los "promotores" y quienes responden entre 0 y 6 son llamados "detractores". De esta forma podemos deducir el NPS partiendo de los Promotores menos los Detractores.

Tenemos dos mediciones para este indicador:

- NPS Relacional: muestra aleatoria representativa de

clientes y se les consulta proactivamente por su recomendación.

- NPS Transaccional: después de los momentos de verdad críticos, preguntamos su nivel de recomendación.

| NPS RELACIONAL | 2016 | 2017 |
|------------------------------|-------|-------|
| Encuesta realizadas | 4.790 | 4.790 |
| NPS Total | 32% | 34,1% |
| Encuesta realizadas Postpago | 3.240 | 3.240 |
| NPS | 36% | 39% |
| Encuesta realizadas Pre pago | 1.550 | 1.550 |
| NPS | 24% | 24% |

En el 2017 obtuvimos una mejora de 3 puntos en nuestro NPS Relacional para DIRECTV Postpago con un 39% y mantuvimos la de prepago en 24%.

En la evaluación del telecenter, con respecto al 2016, aumentamos nuestros puntajes en: calidad de atención +7 puntos, solicitudes resueltas +1 punto y el porcentaje de satisfacción +9 puntos.

EVALUACION TELECENTER 2017



% Calidad de atención

2016 **88,6%**

2017 **95,4%**

% Resuelto

2016 **90,5%**

2017 **91,4%**

% Satisfacción

2016 **69,3%**

2017 **88,9%**

EVALUACIÓN VISITAS TÉCNICAS

| Indicadores | 2017 |
|--|---------------|
| Encuestas Realizadas | 85.318 |
| NPS – (Escala 0 a 10): | 61,4% |
| % Puntualidad (IVR Survey) | 97,4% |
| % Impuntualidad (IVR Survey) | 2,6% |
| % de Satisfacción con el Plazo transcurrido (Elapsed time) | 95,6% |
| % de Insatisfacción con el Plazo transcurrido (Elapsed time) | 4,4% |
| % de Funcionamiento correcto (Working Proper) | 98,0% |
| % de Funcionamiento incorrecto (Working Properly) | 2,0% |
| % de Satisfacción con el Interés del Técnico | 98,4% |
| % de Insatisfacción con el Interés del Técnico | 1,6% |
| % de Satisfacción con la capacitación brindada | 97,8% |
| % de Insatisfacción con la capacitación brindada | 2,2% |
| % de Satisfacción General con el servicio Técnico (IVR Survey) | 96,9% |
| % de Insatisfacción General con el servicio Técnico (IVR Survey) | 3,1% |

4. COLABORAMOS



CONSTRUIMOS DESDE LAS PERSONAS

Construimos nuestros resultados a partir de las personas que conforman nuestra compañía, de manera colaborativa y teniendo presente que son nuestros equipos los que hacen la diferencia.

En DIRECTV Chile hemos centrado el desarrollo de la empresa en una gestión orientada hacia **el cuidado de las personas, que es nuestro principal atributo**, y hemos asumido este compromiso, desarrollando un clima laboral de calidad que permite a las personas trabajar motivadas y comprometidas, sobre una cultura de integridad, respeto e inclusión.

¡Somos Great Place To Work!



Gracias a cada uno de los que formamos parte de DIRECTV, nuestra empresa obtuvo en abril el número 17 del ranking de las 50 mejores empresas para trabajar en el país en el 2017, subiendo nueve puestos al obtenido en el 2014 cuando se nos otorgó el número 26.

Este es un reconocimiento a todas las personas que damos vida a DIRECTV, un premio que refleja nuestra esencia y nuestra cultura especial y única. Una cultura que construimos juntos sobre la base de un estilo cercano, transparente y desarrollando un liderazgo integral. Y por supuesto, pensando siempre desde las personas cada decisión y acción que tomamos, haciendo de DIRECTV Chile un gran lugar para trabajar.



DINAMISMO Y DIVERSIDAD

G4-10, LA1, LA-3, EC5

Indicadores laborales

Nuestro equipo en DIRECTV Chile está formado por profesionales comprometidos que entienden que la clave del éxito de cualquier empresa está en la calidad de las personas que la conforman. Ellas son nuestro principal pilar, caracterizándonos por ser un equipo dinámico y diverso, que trabaja en conjunto para crear la mejor experiencia de entretenimientos a los clientes.

En Chile al cierre de 2017, somos un total de 457 personas, 234 hombres y 223 mujeres. La mayoría en la Región Metropolitana, pero con presencia directa en 8 regiones a lo largo de Chile.

Tabla 1. Números de empleados por tipo de contrato y tipo de jornada y región

| TIPO DE JORNADA | 2016 | | | 2017 | | | |
|-----------------|------------------|------------|------------|------------|------------|------------|-------|
| | JORNADA COMPLETA | FEMENINO | MASCULINO | TOTAL | FEMENINO | MASCULINO | TOTAL |
| INDEFINIDO | 312 | 297 | 609 | 222 | 233 | 455 | |
| PLAZO FIJO | 8 | 3 | 11 | 1 | 1 | 2 | |
| JORNADA PARCIAL | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | |
| TOTAL | 320 | 300 | 620 | 223 | 234 | 457 | |

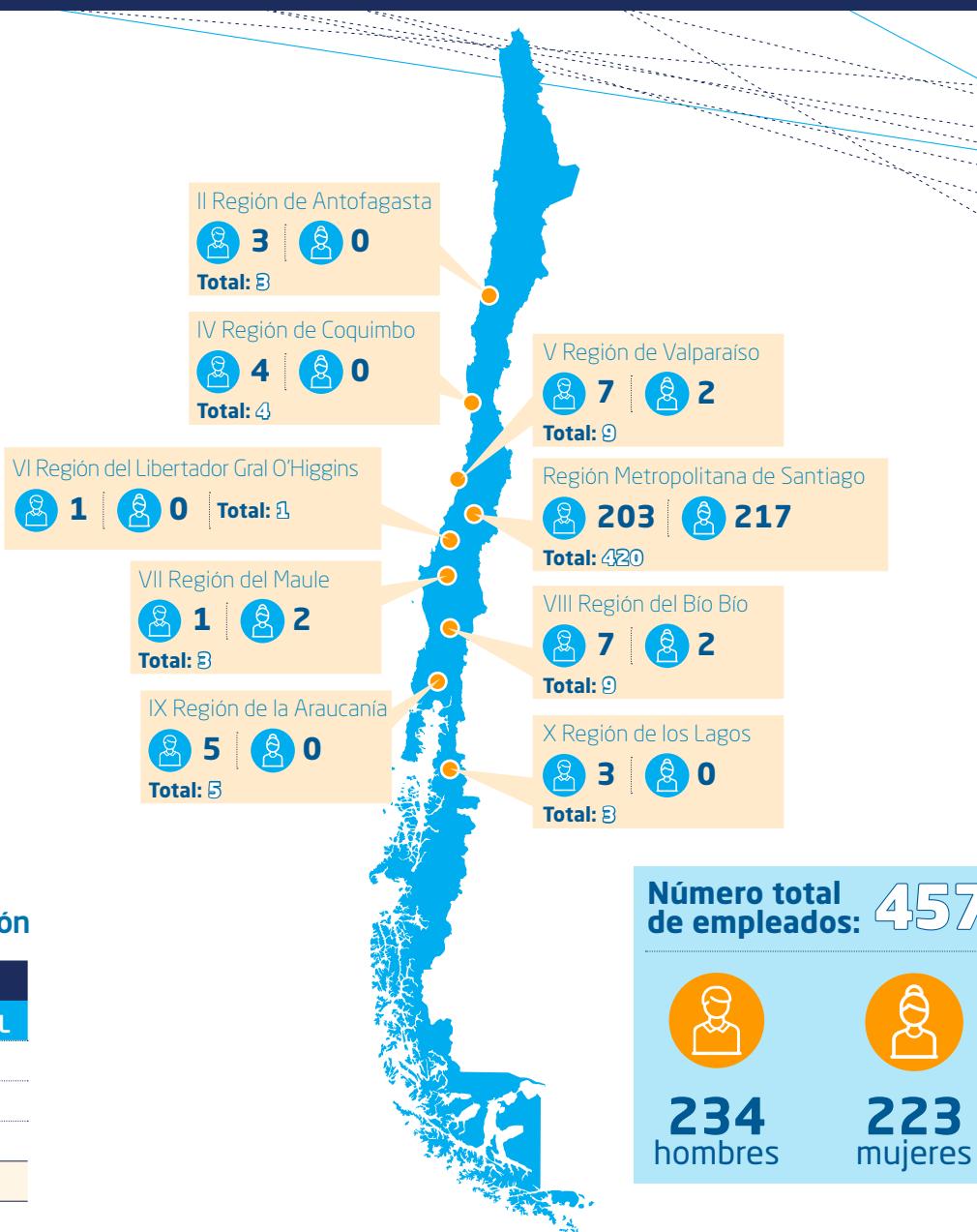


Tabla 2. Índice de Rotación

| INDICES | 2016 | 2017 |
|------------------------|--------|------|
| Índice de rotación | 26,61% | 41%* |
| Índice de contratación | 20,48% | 10% |

*el alza en el índice de rotación se debe principalmente al proceso de restructuración vivido en el 2017 a nivel regional.

| 2017 | | | |
|--------------------------------|---------------|----------------------|---------------|
| ROTACIÓN POR EDAD Y GÉNERO | Nº EGRESOS | DOTACION PROMEDIO | % ROTACION |
| FEMENINO | 120 | 258 | 47% |
| MASCULINO | 93 | 263 | 35% |
| TOTAL | 213 | 521 | 41% |
| mayor a 50 | 21 | 45 | 46% |
| mayor que 30 y menor que 50 | 160 | 435 | 37% |
| menor que 30 | 32 | 41 | 79% |
| TOTAL | 213 | 521 | 41% |

Porcentaje de Rotación Voluntaria e Involuntaria 2017

| ROTACIÓN | Nº EGRESOS | % ROTACION |
|--------------|------------|------------|
| Voluntaria | 40 | 8% |
| Involuntaria | 173 | 33% |
| TOTAL | 213 | 41% |

Incorporación tras licencia por maternidad

Índice de reincorporación al trabajo tras licencia por paternidad y maternidad 2017

Licencia por maternidad 87% (1 persona aún sigue con licencia médica y 1 finiquito)

Licencia por Paternidad N/A

Índice de retención de los empleados que ejercieron la licencia por maternidad o paternidad 2017

Hombres N/A

Mujeres 93%(1 egreso 2017)

Promovemos la no discriminación e igualdad de géneros.

En DIRECTV Chile la inclusión es un valor que se encuentra presente en la totalidad de nuestros procesos e interacciones. Materializamos la no discriminación desde el primer contacto que tiene el colaborador con nuestra compañía.

En el proceso de reclutamiento y selección no son objeto de revisión las características del candidato relacionadas con procedencia social, estado civil, género, creencias religiosas, establecimiento educacional donde cursó sus estudios ni comuna donde reside. Con esto se busca integrar a las personas desde sus capacidades, sin considerar elementos que puedan dar paso a prejuicios sobre las características del candidato.

Este mismo criterio se encuentra presente en la fijación de renta o la promoción profesional de un colaborador. Todas estas acciones se basan en criterios técnicos soportados por las estructuras de nuestros procesos y guiados por los líderes de la compañía.

En DIRECTV Chile hemos trabajado en pos de la equidad de género, contando actualmente con una dotación equilibrada entre hombres y mujeres, manteniendo esta misma distribución en niveles de liderazgo intermedio.

| PROPORCIÓN DE GENERO POR ESTAMENTO | | | | |
|------------------------------------|------------|---------------|------------|---------------|
| | FEMENINO | | MASCULINO | |
| ESTAMENTO | Nº | % | Nº | % |
| DIRECTOR | 1 | 25,00% | 3 | 75,00% |
| GERENTE | 10 | 37,04% | 17 | 62,96% |
| JEFE | 30 | 44,78% | 37 | 55,22% |
| LIDER-SUP | 20 | 39,22% | 31 | 60,78% |
| PROFESIONAL | 44 | 45,83% | 52 | 54,17% |
| TECNICO | 118 | 55,66% | 94 | 44,34% |
| Total general | 223 | 48,80% | 234 | 51,20% |

Salarios competitivos

Contar con gente talentosa y dedicada es la base para el éxito de nuestro negocio, razón por la que nos esforzamos por diseñar esquemas de compensación que

sean competitivos, que nos permitan atraer y retener talento altamente comprometido.

Por ello, 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.

En DIRECTV nos preocupamos por tener salarios acordes o superiores al mercado, garantizando una estructura sana, competitiva, y con equidad entre hombres y mujeres del mismo cargo, cuyas pequeñas diferencias se deben a condiciones específicas de antigüedad o perfil de la persona, pero no a una condición de género.

Una forma de medir cómo son nuestros salarios en relación al mercado a través del análisis de la posición salarial. (tabla 3.)

Tabla 3. Promedio Posición Salarial por estamentos DIRECTV. 2017

| Promedio de POSICION SALARIAL* | | | |
|--------------------------------|-------------|-------------|---------------|
| ESTAMENTOS | FEMENINO | MASCULINO | Total general |
| EJECUTIVOS ¹ | 100% | 104% | 103% |
| INTERMEDIO ² | 115% | 117% | 116% |
| INICIAL ³ | 115% | 116% | 115% |
| Total general | 114% | 115% | 115% |

*La posición salarial representa el salario promedio de mercado para ese cargo.¹Directores y gerentes.² Lider, Coord y Jefes.³ Profesionales y técnicos

Nos aseguramos que todos nuestros colaboradores, independientemente de su cargo, tengan sueldos de mercado. Y a pesar que algunas unidades de DIRECTV tienen como sueldo base el mínimo nacional, poseen además una renta variable que en promedio puede llegar a ser 3,7 veces el sueldo mínimo.

Pagos variables:

- Los **bonos mensuales por cumplimiento de metas** buscan reconocer el logro de corto plazo y están relacionados con las áreas de contacto o relacionamiento con nuestros clientes. Estos bonos son fijados tomando en cuenta la equidad interna y externa. De esa manera, dentro de un mismo rango de cargo, tenemos proporciones similares fijo-variables. Cabe señalar que algunos de los factores medidos son de cumplimiento individual y otros de cumplimiento grupal, para incentivar el trabajo en equipo y el logro de metas en conjunto.

• **Bono Anual por Resultados:** A largo plazo ofrecemos a nuestros líderes un bono anual equivalente a un porcentaje del salario base anual; porcentaje que se establece dependiendo del nivel de cargo

• **Bono Trabajo en Equipo:** DIRECTV Chile pone a disposición de sus colaboradores con contrato indefinido este bono (a excepción de Directores y Geren-

tes), que tiene como objetivo reconocer el trabajo en equipo. Este bono equivale a una renta mensual, que en el caso de los colaboradores con renta fija corresponde al sueldo base y para aquellos con renta variable mensual considera sueldo base + comisiones al 100%.

PROCESOS INSPIRADOS EN LAS PERSONAS

En 2017, con los cambios asumidos tras la integración con AT&T, demostramos la madurez de nuestros equipos y sus líderes tomando un rol protagónico y dando vida a las características naturales de los integrantes de equipo. Nos permitió fortalecer nuestra cultura impulsando los desafíos de negocio para alinearnos y seguir asegurando nuestro sello.

Este proceso nos ha desafiado para el cumplimiento de metas en el mercado y una de las características que nos ha permitido lograrlo ha sido, no perder de vista nuestra cultura de respeto, confianza, desarrollo y compromiso hacia quienes forman parte de nuestra empresa y hacia quienes reciben nuestro servicio.

Nos alineamos, inspiramos y damos sentido a nuestro trabajo diario a través de las siguientes herramientas:

Modelo de Competencias

Es el eje integrador para garantizar la coherencia del

liderazgo en la organización y referente de conducta. Este año, nuestro modelo de competencias estuvo en etapa de transición de la **Fórmula de Liderazgo de DIRECTV** al **Modelo del Líder Extraordinario de AT&T**.

La llegada del **Modelo del Líder Extraordinario a DIRECTV Latin America** en 2017 hace parte del proceso de alineación que se viene dando de forma progresiva desde el 2016. Este modelo es una guía que consta de 5 competencias de liderazgo que están alineadas a la Cultura Organizacional:

- › Carácter
- › Enfoque a Resultados
- › Lidera el cambio
- › Habilidades interpersonales
- › Capacidad personal

Cada competencia describe la forma esperada de actuar por parte de los líderes y en conjunto fortalecen

la competencia principal que es **Carácter**, la cual describe al líder como una persona que muestra un alto nivel de integridad, honestidad, confianza y se interesa de modo profundo en el éxito de la compañía, el de los clientes y colaboradores.

ESENCIA DIRECTV

En DIRECTV Chile transitamos hacia nuevos desafíos que nos movilizan a darle mayor protagonismo a los **atributos diferenciadores** que hemos construido como compañía en la cultura de la organización.

Este conjunto de atributos es conocido como la **Esen-
cia DIRECTV**, y en ellos conviven la orientación al logro y el respeto por las personas que poseen nuestros colaboradores. Por ello, quienes integran nuestros equipos requieren de un perfil especial para convertirse en un pilar fundamental de la cultura que nos interesa desarrollar, característica que es esencial en la oferta de valor que propone nuestra compañía.

Para asegurar que la incorporación de nuevos colaboradores se alinee al Modelo de Competencias y a nuestros valores, desarrollamos el **Perfil DIRECTV**, con el que logramos construir un perfil de competencias transversales que nos asegura una base común en todos los niveles de la compañía, independiente de las capacidades funcionales o técnicas.

Cuidamos a las personas

En concordancia con nuestra cultura, cuidamos a las personas desde el proceso de selección, hasta que, por distintas razones, voluntaria o involuntariamente se retiran de nuestra compañía. Para nosotros es sumamente importante asegurar un trato respetuoso, amable y una comunicación transparente con todos nuestros colaboradores desde el primer hasta el último día de su relación laboral.

1. En el proceso de selección, procuramos que los candidatos reciban información oportuna sobre el estado de su postulación de forma regular, incluso en el escenario de no obtener resultados exitosos en el proceso.
2. En los concursos internos, los candidatos finalistas que no son seleccionados reciben retroalimentación para su desarrollo futuro.
3. De la misma forma que cuidamos el proceso de entrada, para nosotros es igual de importante el acom-

pañamiento en la salida, realizando entrevistas de salida para aquellos colaboradores que renuncian voluntariamente. Esto nos permite identificar oportunidades de mejora en la calidad de trabajo que ofrecemos con respecto al mercado.

Incorporación del talento

En DIRECTV estamos convencidos de la importancia de contar con el talento correcto en cada posición para el logro de nuestros objetivos de negocio. Por ello, nuestro proceso de selección está diseñado para atraer a personas talentosas, diversas y extraordinarias con el objeto de enriquecer el entorno de trabajo y garantizar una cultura inclusiva que valore las diferencias. Buscamos a personas que se sientan comprometidas con los objetivos de la compañía, con nuestros valores corporativos y que a la vez encuentren en DIRECTV las oportunidades para crecer y desarrollarse personal y profesionalmente.

Además, nos hemos encargado de alinear en estas prácticas a las empresas externas que colaboran con

nosotros, asegurando que los candidatos tengan la misma vivencia positiva en todas las etapas del proceso de postulación y con todos los actores involucrados.

Nuestros lineamientos en el proceso de selección del equipo de DIRECTV son:

- Garantizamos procesos de selección transparentes que brinden oportunidades justas y equitativas.
- Promovemos la igualdad de oportunidades bajo las mismas condiciones de educación, experiencia, capacitación y responsabilidad sin discriminar por motivos de raza, género, estado civil, ideología, preferencia sexual, opiniones políticas, nacionalidad, religión o cualquier otra condición personal, física o social.
- Resguardamos la participación de mujeres en cargos de liderazgo.
- Garantizamos que todo el proceso se desarrolle de acuerdo con las políticas establecidas, donde se definen criterios claros que permiten la objetividad y se documentan todas las decisiones.

El líder del área solicitante, participa de manera activa durante el proceso en conjunto con Recursos Humanos para identificar y emplear a la persona más indicada para cada puesto.



La Bienvenida

Damos la Bienvenida a nuestros colaboradores través del proceso de inducción, en el que los acercamos y conectamos con nuestra cultura y los desafíos del negocio. Queremos que cada colaborador sienta que es valorado y que realmente nos interesamos porque viva la mejor experiencia desde su ingreso, que cuente con beneficios y eventos especiales para él y su familia.

DIRECTV en Movimiento

El programa de movilidad interna nace con el objeto de promover el desarrollo de nuestros colaboradores, facilitando los movimientos hacia posiciones en la compañía, donde sus habilidades e intereses contribuyan al logro de los resultados esperados y les permitan alcanzar su máximo potencial.

La política de Movilidad Interna se basa en 5 principios:

1. Mejor Lugar para el óptimo desempeño del colaborador

2. Transparencia en la comunicación de las oportunidades
3. Objetividad en los procesos.
4. Idoneidad en la evaluación de los postulantes
5. Velar por el desarrollo de los colaboradores y la compañía.

Movilidad Internacional

También contamos con una Política de Traslados Internacionales que tiene como objetivo establecer el procedimiento para el traslado de empleados entre los distintos países de DIRECTV Latinoamérica, asegurando un trato consistente, justo y equitativo.

- Define parámetros claros
- Asegura que los empleados y sus familias sean tratados con justicia y que cuenten con la información y el apoyo necesarios.
- Minimiza los riesgos legales para la compañía que se deriven de los movimientos de personal entre países.

FORMACIÓN Y DESARROLLO

LA9, LA10, LA11

En DIRECTV tenemos la convicción que la formación constante de nuestro equipo de colaboradores es fundamental para mantener la calidad como sello diferenciador que nos caracteriza, tanto por nuestros profesionales, como de nuestros servicios.

La formación de nuestros colaboradores la realizamos a través de la "Academia DIRECTV", la cual se creó con dos objetivos principales:

- Aportar al desarrollo profesional de nuestros colaboradores.
- Entregarles las mejores herramientas que permitan sacar su máximo potencial en el cumplimiento de los objetivos y metas de nuestro negocio.

Academia DIRECTV

Es una comunidad de aprendizaje en la que participan todos nuestros colaboradores con el propósito de actualizar o incorporar conocimientos y habilidades

claves para desarrollar al máximo sus capacidades personales, profesionales y comerciales.

Este programa agrupa todas las actividades de formación y se organiza en tres escuelas:

• Escuela "Soy Líder DIRECTV"

Potencia el liderazgo de nuestros directores, gerentes, jefes, supervisores y líderes de las distintas áreas, esto, a través de la entrega de conocimientos y herramientas para la negociación, el coaching y la innovación.

Algunos de estos programas tienen alianza con eClass y la Universidad Adolfo Ibáñez, lo cual permite, bajo ciertas condiciones, optar a un diplomado.

• Escuela "Soy DIRECTV"

Busca fortalecer nuestra línea de profesionales, analistas, especialistas, encargados, administrativos, y otros segmentos que son clave en la materialización de nuestros objetivos de negocio, a través del desarrollo de los conocimientos y habilidades para el cargo, aportando además a su desarrollo profesional.



Parte de este programa también se realiza en alianza con eClass y la Universidad Adolfo Ibáñez, con opción a un título de diplomado al cumplir con los requisitos de aprobación de acuerdo al segmento de cargo.

• Escuela “Experiencia WOW DIRECTV”

Especialmente diseñada para nuestros colaboradores que tienen contacto con los clientes, entre ellos, los ejecutivos de venta, ejecutivos call center y técnicos. Su objetivo es aportar al desarrollo profesional y personal de todos quienes generan la experiencia DIRECTV en nuestros clientes, con la finalidad de que cuenten con los conocimientos y habilidades necesarias para entregar un servicio de calidad, través de cursos de inducción específica, estilo DIRECTV y conocimiento operativo.

A través de la Escuela “Experiencia WOW” también ofrecemos capacitaciones a líderes de los equipos de nuestra red de agentes de venta, con el fin de apoyar el desarrollo de conocimientos y herramientas que les permitan gestionar sus negocios de la mejor forma, ayudándoles a desarrollarse como socios estratégicos.

Cada una de las tres escuelas mencionadas tiene tres dimensiones formativas:

| Formación Corporativa | Formación para el cargo | Formación específica |
|---|--|--|
| Es transversal a todos los colaboradores, incluye la inducción corporativa, el curso “Fans DIRECTV”, a través de éste conocemos nuestros productos, servicios y diferenciales, entre otros. | Entrega contenidos particulares para cada rol. Las mallas curriculares varían en contenido según el estamento de nuestros colaboradores. | Son cursos diseñados especialmente para cada área de la compañía, cuyo objetivo es complementar y potenciar los conocimientos específicos del área en la cual se desempeña el colaborador. |

Indicadores de formación

Tabla 4. PROMEDIO DE HORAS DE CAPACITACIÓN.

| | 2017 | | | | | |
|-------------------------------|-----------------------|-----------------|----------------|--------------------------|---------|---------|
| | Por Empleado (Hrs) | Hombre (hrs) | Mujer (hrs) | Categoría profesional | Hombres | Mujeres |
| Media horas de formación 2017 | 52,7 | 51,4 | 54 | Líderes | 76,80 | 85,10 |
| | | | | Profesionales | 50,90 | 74,10 |
| | | | | Técnicos Administrativos | 38,30 | 47,40 |
| | | | | Punto Contacto Cliente | 18,30 | 17,80 |

Tabla 5. Programas de gestión de habilidades y de formación continua.

| Escuela | Actividad | Descripción | Nº de Participantes 2017 | Nº horas 2017 | Escuela | Actividad | Descripción | Nº de Participantes 2017 | Nº horas 2017 |
|-------------------------|--------------------------------|---|--------------------------|---------------|---|---------------------------------|--|--------------------------|---------------|
| Escuela Soy DIRECTV | Excel-Access | Cursos de excel y access orientado según nivel de conocimiento | 32 | 24 | Soy Líder y Soy DIRECTV | Seminarios y cursos específicos | Participación en distintas actividades orientadas al desarrollo de conocimientos y habilidades específicas. | 6 | 33,6 |
| Todas las escuelas | Inglés | Fortalecimiento del idioma inglés tanto por necesidad del cargo como por desarrollo profesional | 38 | 73 | Soy Líder y Soy DIRECTV | Presentaciones Efectivas | Cursos prácticos orientados a desarrollar técnicas y habilidades de Comunicación e Impacto | 9 | 16 |
| Escuela Soy DIRECTV | Becas de Pre Grado | Programa para todos los colaboradores sin carrera de pregrado o incompleta. | 8 | | Escuela Soy Líder | Potenciando tu rol de líder | Curso orientado a fortalecer el conocimiento y habilidades para desempeñar el rol de líder. | 48 | 8 |
| Todas las escuelas | Becas de Post Grado | Programa orientado a profesionales y líderes que ya cuenten con carrera de pregrado y quieran perfeccionarse. Considera el financiamiento de estudios de Diplomado, Magister o MBI. | 4 | | Escuela Soy DIRECTV y Experiencia Wow DIRECTV | Servicio de Excelencia | Curso orientado a fortalecer habilidades de atención y servicio a los clientes | 56 | 8 |
| Soy Líder y Soy DIRECTV | Cursos eclass y UAI | Cursos que permiten optar a un diplomado de UAI, cumpliendo con la aprobación de un total de 5 módulos. | 125 | 90 | | | Curso dirigido a colaboradores que tienen contacto con clientes, orientado a potenciar el desarrollo de habilidades interpersonales y técnicas de ventas que favorezcan el logro de los objetivos mediante una satisfactoria experiencia de los clientes | | |
| Escuela Soy Líder | Cursos de coaching y Liderazgo | Cursos orientado a los líderes, orientado a fortalecer habilidades para la gestión de personas | 25 | 20 | Escuela Experiencia Wow DIRECTV | Modelo de Atención y Ventas | | 109 | 9,9 |

Programas de Formación Específica

Becas de Pregrado

Con el objetivo de apoyar el desarrollo profesional de nuestros colaboradores, todos aquellos que no cuenten con una carrera de pre grado, pueden postular a una de las tres becas de financiamiento anual (tope previamente definido) que entregamos.

Becas de Postgrado

Durante el año 2017 entregamos 4 becas de post grados, consistente en el financiamiento del 100% de programas de diplomados y magister (con un tope previamente definido). Este programa está orientado a todos los colaboradores que cuenten con estudios de pre grado y quieran continuar desarrollándose. Para optar a una de estas becas, los colaboradores deben postular y contar con requisitos previamente definidos y comunicados.

Formación en idioma inglés

Ofrecemos la posibilidad de aprender o perfeccionar este idioma con un **100% de financiamiento** a

quienes lo requieren para su puesto de trabajo y con copago para quienes buscan desarrollarse profesionalmente. El curso tiene una duración de 60 horas y las clases se realizan en las oficinas de DIRECTV fuera del horario laboral para facilitar el aprendizaje.

Además, durante el 2017 con el fin de continuar apoyando el desarrollo del idioma inglés, generamos un convenio que permite a nuestros colaboradores y su familia acceder a un importante descuento para realizar cursos de inglés en línea, con una duración de 12 meses, clases en vivo con profesores nativos y acceso a la plataforma a cualquier hora del día.

Seminarios y cursos específicos

En DIRECTV apoyamos la participación de nuestros colaboradores en aquellos cursos y seminarios que sean de temáticas atingentes al área y cargo específico. Si éstos son pagos, se financia el 100% de la inscripción solicitándolo al área respectiva.

Becas entregadas en 2017:



Pregrado:
3 nuevas | 5 renovaciones

Posgrado:
4 nuevas



214 colaboradores
han aprendido o
perfeccionado su inglés
desde el 2012.

My Performance Plan

Nuestra evaluación de desempeño se denomina, “*My Performance Plan*” y se realiza con el objetivo de incentivar el mejoramiento continuo y el desarrollo de cada colaborador mediante el establecimiento de metas y expectativas claras, una cultura rica en retroalimentación, coaching y diálogo abierto.

Durante el 2017 sumamos al proceso el número de instancias de diálogo entre líderes y colaboradores que llamamos “instancias de conversación” permitiendo un feedback permanente y ajuste de los objetivos de acuerdo al dinamismo de negocio.

Objetivos de My Performance Plan:

- Alinear los objetivos individuales con las prioridades, objetivos y el éxito de la compañía mediante el establecimiento de metas y expectativas claras.

- Potenciar el desempeño individual e integral y organizacional
- Promover el mejoramiento continuo y el desarrollo de cada uno de nuestros colaboradores

100%

de los empleados

*con más de 3 meses en la empresa
fueron evaluados en 2017.*



NUESTRA PROPUESTA DE VALOR

LA2

La búsqueda del bienestar en nuestros colaboradores es una tarea primordial para nosotros, ya que sabemos que la cultura interna es clave en la obtención de buenos resultados. **En el 2017 nos enfocamos en entregar beneficios que apoyen en el camino de integrar la vida familiar de las personas con su trabajo.**

Los beneficios que entregamos a nuestros colaboradores forman parte del pilar Calidad de Vida de nuestra compañía, que apunta a que las personas puedan desarrollarse en un entorno saludable. Todos los beneficios son conocidos por nuestros colaboradores desde el momento que se le hace entrega de la carta oferta al ingresar a nuestra organización.

A continuación, mencionamos los principales beneficios a los que acceden los colaboradores de DIRECTV Chile:



- Asignación de Alimentación
- Asignación de Movilización
- Aguinaldo Fiestas Patrias
- Aguinaldo Navidad
- Día libre 24 y 31 de diciembre
- Seguro de Vida
- Seguro de Salud
- Seguro Dental
- Seguro Catastrófico
- Pago SIL 3 primeros días
- Pago SIL Supralegal



- Días libres para atender temas personales
- Bono Vacaciones
- Semana libre al año
- Bono Escolaridad
- Bonos por matrimonio, nacimiento o fallecimiento
- Bono Sala Cuna
- Tarjeta Vendomática

Nuestros 5 mejores beneficios:



Plan de vida saludable:

en alianza con Sodexo, realizamos exámenes médicos gratuitos para medir niveles de colesterol, glicemia e índice de masa muscular (IMC) y a partir de esa información, generar una dieta sugerida que es monitoreada cada tres meses.



Día de cumpleaños libre

Porque queremos que nuestros colaboradores disfruten su cumpleaños y lo celebren en compañía de sus seres queridos y amigos, les regalamos el día libre. Este beneficio está disponible para todos los colaboradores.



Plan Súper 7:

En DIRECTV pagamos directamente a Isapre Colmena el excedente que el colaborador tenga por sobre su 7% legal correspondiente a salud. Esto significa que nuestros colaboradores nunca tendrán un descuento adicional de su Isapre, lo que en promedio equivale a 200 mil pesos al mes para una persona con plan individual; y entre 300 y 500 mil pesos al mes para un colaborador que tenga entre dos y tres cargas familiares



Reducción de jornada

Este beneficio consiste en que todos los viernes del año los colaboradores de las áreas de staff de DIRECTV se retiran a las 14:00 horas en lugar de las 18:30 horas. (no aplica para telecenter por las características de su trabajo por turnos, en compensación tienen 4 días libres al año)



Día 24 y 31 de diciembre.

Con el fin de privilegiar que nuestros colaboradores puedan compartir estas fechas con sus seres queridos, los días 24 y 31 de diciembre son considerados días libres para los cargos profesionales y administrativos.

Convenios DIRECTV

Además de los beneficios directos que otorga la empresa, DIRECTV tiene convenios con diversas instituciones que ofrecen descuentos especiales a los colaboradores. Entre ellos hay descuentos en clínicas dentales, gimnasios, centro de Ski, universidades, convenios con bancos, telefonía celular, entre otros.

COMUNICACIÓN INTERNA

Una herramienta clave para lograr el alineamiento y compromiso de todas las personas que integran el equipo DIRECTV Chile son las comunicaciones internas. Cada acción o contenido generado impacta en la percepción, aprendizaje y experiencia de los colaboradores, por ello en DIRECTV Chile contamos con una estrategia, medios y una política de comunicaciones internas para alinearnos entorno a los desafíos que enfrentamos juntos y fortalecer cada día nuestra cultura única.

A través de la gestión de los procesos de comunicaciones internas, DIRECTV Chile busca:

- Difundir los objetivos estratégicos de la compañía, resultados y estado de avance del negocio, con el objetivo de transmitir un propósito común a todos los colaboradores.
- Transmitir y fortalecer la Cultura DIRECTV.
- Informar y entregar contexto respecto de las iniciativas que impactan a nuestros clientes.
- Dar a conocer iniciativas que contribuyen al desarrollo y calidad de vida de los colaboradores, específicamente información sobre beneficios, convenios, oportunidades de desarrollo e instancias de reconocimiento.

Comunicando el cambio

Como hemos indicado a lo largo del reporte, el 2017 fue un año que nos presentó grandes desafíos como equipo al comenzar a operar como Región Sur junto a Argentina, Perú y Uruguay; lo que implicó, además de un cambio en la estrategia de negocio, el adoptar y adaptarnos a nuevas formas de trabajo y organización dentro de la compañía.

El año comenzó con el desarrollo e implementación del nuevo plan de negocio, el que nos presentaba dos grandes focos estratégicos: Crecer rápido en Prepago y Más rentabilidad y permanencia en Postpago. Para alinear al equipo entorno a estos desafíos y generar su compromiso para lograr el cumplimiento de las metas, el área de Comunicaciones Internas desarrolló la campaña **Juntos Vamos con Todo**.

#JuntosVamos con Todo

Esta campaña se inició en marzo, comunicando presencialmente el plan y sus focos a los líderes, y luego basando la información a todos los colaboradores a través de los canales de comunicación interna. En diversos reportajes y comunicados dimos contexto y visibilizamos los nuevos focos para posicionarlos, lo que sostuvimos en el tiempo con el desarrollo permanente de contenido escrito y gráfico sobre las iniciativas que nos permitirían alcanzar las metas y también activaciones sorpresa en las oficinas, motivando a los colaboradores y recordándoles lo importante que es su compromiso para lograr los grandes desafíos que enfrentamos. El ADN que compartimos quienes trabajamos en DIRECTV hizo posible no solo cumplir las metas, sino superarlas y sorprender a nivel regional. Es por eso que, para el segundo semestre, desarrollamos una nueva campaña, pero esta vez el objetivo fue reconocer a través de ella el profesionalismo y gran compromiso del equipo de DIRECTV Chile.

#JuntosTodoEsPosible

Las personas de DIRECTV Chile hicieron posible lo que en algún momento se veía imposible, por eso inspiraron una campaña en la que los colaboradores fueron los protagonistas, con representantes de todos los equipos como superhéroes en las piezas comunicacionales.

El objetivo de esta campaña fue agradecerles y reconocer cada logro, visibilizando la relevancia de su trabajo y celebrando como equipo los resultados y premios que fuimos sumando el 2017.

El concepto de esta campaña fue resaltado desde octubre a diciembre, con la fiesta de fin de año como momento clave. En ella el objetivo fue reconocer a todo el equipo y celebrar un gran año. Al día siguiente, todos encontraron en sus puestos de trabajo un bonsái como Premio Juntos Todo es Posible.

Formas y medios de Comunicación Interna

A. Campañas de Comunicación

Comunicaciones Internas apoya a las distintas áreas en la difusión de hitos y eventos asociados a iniciati-

vas de relevancia corporativa o a temas que resulten estratégicos para el negocio y Cultura DIRECTV.

B. Reuniones

- Reuniones Town Hall: Reuniones presenciales o virtuales cuyo foco es el alineamiento y abordar preguntas e inquietudes de los colaboradores. Se realizan a nivel regional y con líderes de Región Sur.
- Reunión Avance del Negocio: Encuentro mensual de los líderes de DIRECTV Chile para revisar indicadores del mes anterior, hitos y dar foco a los próximos desafíos.
- Reuniones de equipo: Las gerencias realizar reuniones y Workshop periódicamente para compartir sus proyectos e iniciativas, ver avances, resultados y desafíos en adelante.

C. Canales de comunicación interna

DIRECTV Chile:

En DIRECTV Chile contamos con una serie de canales de comunicación interna para informar, alinear y motivar a los colaboradores.

• Intranet SOY DIRECTV

Es el medio de comunicación digital masivo y tron-



cal en nuestra compañía. Nos permite transmitir las principales noticias, llevar agenda, fechas de cumpleaños, nacimientos, galería de fotos, videos y mantener un registro actualizado de nuestras políticas, procedimientos y normativas.

En el 2017 lanzamos una nueva versión de nuestra intranet, la que implica una mayor interacción y participación de los colaboradores.

• **Boletín SOY DIRECTV**

Se envía semanalmente para comunicar a los colaboradores las principales actividades de la semana, noticias destacadas, campañas, beneficios, capacitaciones y otros temas.

• **Carteleras SOY DIRECTV**

Se encuentran instaladas en los distintos pisos de Vitacura, en Telecenter y Miraflores. Los contenidos se actualizan de manera periódica según la campaña de comunicaciones internas vigente. El 2017 sumamos 4 carteleras de 60x80 en Telecenter y dos en Miraflores.

• **Correos electrónicos corporativos**

Es un medio que permite enviar información en forma simultánea y personalizada de una forma eficiente y efectiva. En DIRECTV todos los colaboradores cuentan con correo electrónico y usamos una plataforma llamada Fidelizador para optimizar la comunicación y audiencias según los temas a informar. La tasa de lectura promedio supera el 70% a nivel global.

D. Eventos y activaciones

El área de Comunicaciones Internas desarrolla frecuentemente actividades de engagement para celebrar hitos, días especiales y motivar a los colaboradores en su trabajo diario. Además, está a cargo de la organización de la fiesta de fin de año, a la que asiste todos los colaboradores a nivel nacional.

SALUD Y SEGURIDAD OCUPACIONAL

LA7, LA6, G4-11

La salud y seguridad de nuestros colaboradores es de vital importancia para la compañía. Por eso en DIRECTV nos preocupamos por brindarles un ambiente de trabajo adecuado, con medidas de seguridad adecuadas para enfrentar el día a día y las emergencias que pudieran ocurrir.

En DIRECTV nos cuidamos

Hemos desarrollado especialmente este plan con el fin de garantizar espacios de trabajo seguros, considerando la infraestructura de las instalaciones, la incorporación de prácticas de autocuidado y preparación de personas para reaccionar ante contingencias. Considera:

- Diseño del plan de emergencia DIRECTV.
- Selección y entrenamiento de líderes de evacuación y primeros auxilios.
- Plan de incorporación de conductas de autocuidado.
- Visitas e inspecciones permanentes de personal encargado de prevención de riesgos.
- Evaluaciones de intensidad lumínica y ruido.

Reglamento de Higiene y Seguridad

Dando cumplimiento a la Ley N°16.744, Artículo N°67 de la ley, y Artículo N°14 del Decreto N°40, DIRECTV mantiene al día el Reglamento de Higiene y Seguridad en el Trabajo y vela por que todos los colaboradores tengan conocimiento del mismo.

Las disposiciones que contiene el Reglamento han sido establecidas con el propósito de prevenir daños a las personas y equipos de DIRECTV, en él se detallan las políticas de prevención de riesgos, daños a la propiedad y medio ambiente. En virtud de éstos, en DIRECTV, se establece que el control de los riesgos operacionales, la preservación del medio ambiente y la calidad del servicio, es una obligación compartida por todos los integrantes de la Empresa y nadie podrá desligarse de esta responsabilidad, por ello, todos los colaboradores deben conocer el Reglamento y realizar el curso e-learning de Seguridad y Prevención de riesgos.

Procedimientos de Salud y Seguridad

En caso de emergencia a la salud y seguridad de nuestros colaboradores, contamos con procedimientos informativos los cuales definen, qué se debe hacer ante dichas eventualidades, los pasos a seguir y las responsabilidades que deben asumir las jefaturas y los colaboradores. Los procedimientos informativos más importantes son:

- En caso de accidente del trabajo, sospecha enfermedad profesional y accidente o enfermedad común.
- Procedimiento emergencia y evacuación.

Tabla 6. Indicadores de salud y Seguridad.

| Concepto | 2017 |
|--------------------------------|------|
| Índice accidentes con lesiones | 0,76 |
| Tasa de Días Perdidos | 0,37 |
| Tasa de Enfermedades | 0,00 |
| Tasa de absentismo | 0,28 |

Comité paritario

Otro canal que facilita la comunicación entre colaboradores y empresas son nuestros Comités Paritarios de las oficinas de Vitacura y Telecenter, compuestos por un representante de la empresa, trabajadores y un asesor especialista en prevención de riesgos. El objetivo de estos comités es mantener los mayores estándares de seguridad al interior de la compañía, a través de la detección y evaluación de riesgos a los que puedan estar expuestos nuestros colaboradores. Además, proponen e implementan medidas de seguridad e higiene, para proteger la salud de las personas.

Relaciones con el Sindicato

El diálogo sindical en DIRECTV es coherente con la importancia que poseen las personas en nuestra compañía. El Sindicato de Trabajadores DIRECTV ac-

tualmente representa el 25,82% del total de la dotación. Durante el 2017, mantuvimos los espacios de comunicación con los representantes de la organización sindical y continuamos avanzando en distintas iniciativas. Además, por las buenas relaciones con el sindicato, realizamos anticipadamente y de forma voluntaria el proceso de negociación, suscribiendo el respectivo convenio colectivo que tiene una vigencia de tres años.

| Sexo | NO SINDICALIZADO | SINDICALIZADO |
|----------------------|---------------------|---------------|
| FEMENINO | 33,92% | 14,88% |
| MASCULINO | 40,26% | 10,94% |
| Total general | 74,18% | 25,82% |

5. INTEGRAMOS



VALOR EN CADENA

G4-12

En nuestra misión de llevar el mejor entretenimiento en televisión digital colaboran una serie de actores que trabajan coordinadamente dentro de la cadena de suministros y hacen posible la disposición del servicio a todos nuestros clientes. Cada uno de ellos cumple un rol clave en nuestra cadena de valor, por ello procuramos una comunicación fluida, transparente y con fuertes lazos de compromiso y cooperación, esperando además, compartir nuestros valores y potenciar la creación de valor compartido con cada uno de ellos.

Nuestra cadena de valor en DIRECTV Chile está formada por el equipo interno de colaboradores, proveedores y una red de socios estratégicos, compuesta por **Empresas Distribuidoras, Agentes Comunales y Centros de Excelencia del Servicio (CES)**. Con todos ellos, hacemos realidad nuestra promesa de ofrecer día a día una experiencia de entretenimiento única

a los chilenos, sustentada en tres pilares: contenido original y exclusivo, tecnología de la más alta calidad y un nivel de servicio al cliente a la vanguardia de la industria.

Desde DIRECTV queremos potenciar a las pequeñas y medianas empresas con las que trabajamos y que buscan surgir, mediante una relación de beneficio mutuo. Les brindamos apoyo que facilitan su crecimiento, lo que se traduce también en un beneficio para DIRECTV.

Cadena de Valor DIRECTV Chile



NUESTROS PROVEEDORES

En DIRECTV Chile trabajamos con proveedores tanto nacionales como extranjeros, quienes nos proveen de los suministros necesarios para cubrir las necesidades de la operación de las diferentes áreas de la compañía. Buscamos asegurar un proceso transparente que permita a nuestros proveedores competir bajo reglas claramente definidas y las mismas condiciones, promoviendo de esta forma la libre competencia.

Selección y evaluación de Proveedores

La selección de nuestros proveedores se realiza en base a una Política de Compras LATAM la cual tiene por objeto establecer los roles y responsabilidad de cada colaborador en el proceso de compras, estipulando que sólo el área de Compras está habilitada para cotizar y adjudicar cualquier proceso en nombre de DIRECTV.

En la Gestión de Proveedores tenemos como misión seleccionar aquellos que cuenten con un alto nivel de

integridad y respeten los valores que nos guían como organización y como personas, además de demostrar su capacidad de producción, de manera de minimizar el riesgo de incumplimiento o quiebres de stock.

Implementamos las siguientes medidas para garantizar que los proveedores cumplan con nuestros estándares éticos y laborales:

- Realizamos en forma mensual el levantamiento del cumplimiento de las Leyes Previsionales de todas las empresas que nos prestan servicio. El incumplimiento en el pago oportuno origina que DIRECTV detiene el pago de sus liquidaciones hasta que demuestren que lo tienen regularizado.
- Desde 2017 implementamos un proceso de revisión previo a la selección de un proveedor, así como un monitoreo mensual de nuestros proveedores para asegurar que no se encuentren registrados en listas restrictivas.

- Velamos porque nuestros contratos contengan todas las cláusulas legales que nos permitan asegurar el cumplimiento de la normativa laboral en los colaboradores de nuestros proveedores.

- Realizamos visitas a instalaciones de los proveedores donde podemos levantar oportunidades de mejora.

El año 2017 ingresaron a DIRECTV CHILE **167 nuevos Proveedores**.

Del total de las compras efectuadas el año 2017, el **94% corresponde a compras locales**, tanto Productos como Servicios, las cuales representan el **69%** del monto total pagado a proveedores durante ese año.

NUESTROS SOCIOS ESTRATÉGICOS

Nuestra red de socios estratégicos abarca todo Chile y está compuesta por 18 Empresas Distribuidoras encargadas de la venta e instalación del servicio, 78 Agentes Comunales responsables de la venta e instalación en lugares con alta población rural y 14 Centros de Excelencia del Servicio (CES), dedicados a la instalación de las ventas realizadas por nuestra plataforma de Televentas y los servicios técnicos, comprendiendo en su totalidad una población de 1800 colaboradores externos.

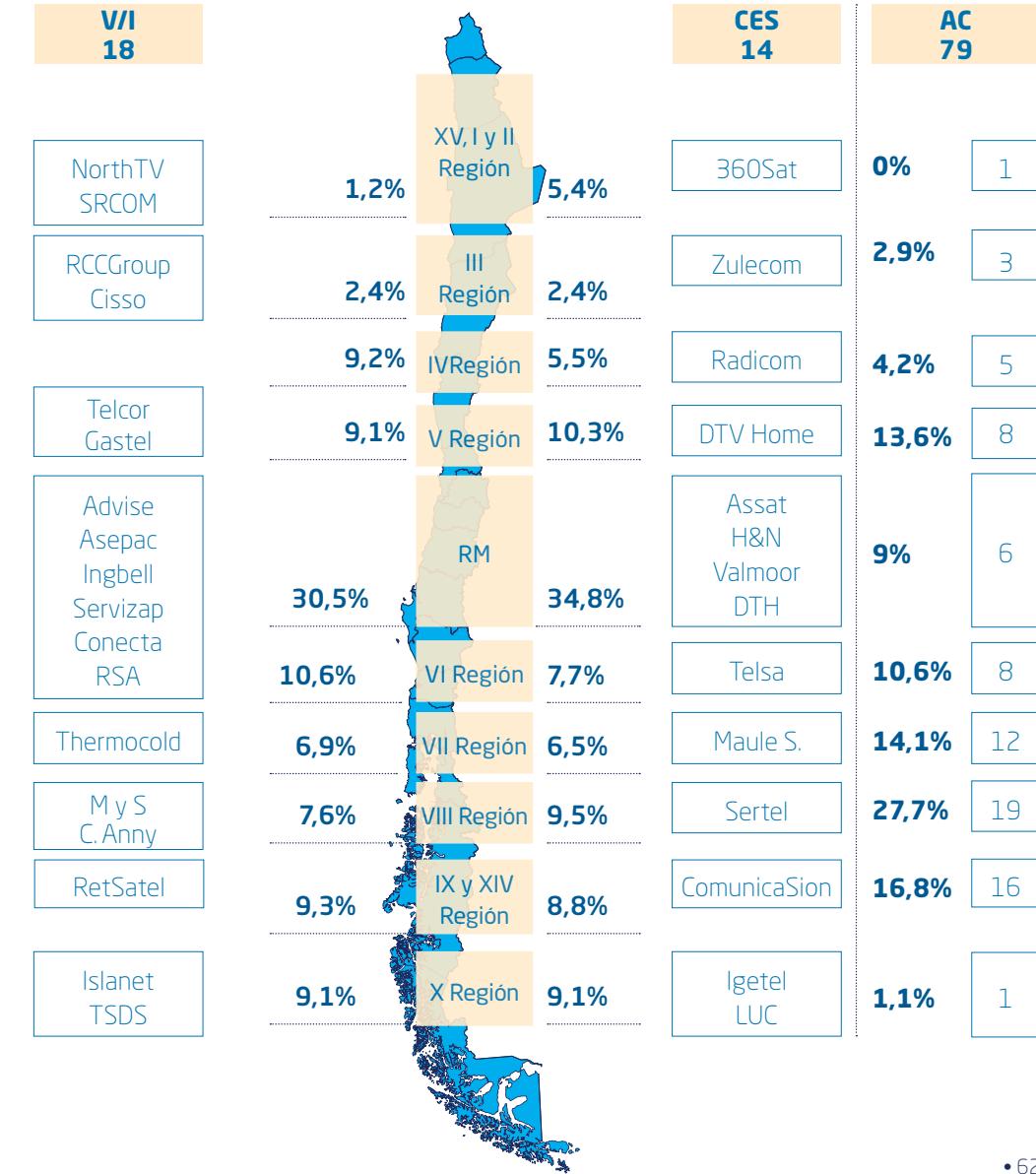
Un trabajo en red

Buscamos permear nuestro espíritu y la cultura de servicio y excelencia a nuestros socios estratégicos en ventas, para que ellos sigan el mismo camino de éxitos incorporando nuestras prácticas y consiguiendo los mejores resultados para el negocio. Para ello, los asesoramos de forma individual y adaptándonos a sus necesidades y particularidades geográficas.

Focos de apoyo que ofrecemos a nuestra red de distribuidores:

- En el reclutamiento: desarrollo de los perfiles, entrenamientos en la utilización de fuentes de reclutamiento, desarrollo de dinámicas, entre otros.
- Capacitación específica del negocio: cómo instalar, cómo vender, plan de formación para generar un "estilo de venta" diferenciado.

Además, a través de la Experiencia WOW de Academia DIRECTV, capacitamos a líderes de los equipos de nuestra red, con el fin de entregarles herramientas para gestionar sus negocios de la mejor forma, desarrollándolos como socios estratégicos.



6. COMPARTIMOS



DIRECTV, BUEN CIUDADANO

Gracias a las bondades de la tecnología satelital de DIRECTV somos capaces de llegar a millones de personas en comunidades vulnerables de todo el continente, ubicadas en zonas de difícil acceso, brindando no solo el mejor entretenimiento, sino que también generando transformaciones en sus comunidades y logrando mejorar sus condiciones de vida.

Como empresa, nos proponemos impulsar un cambio positivo y sustentable, utilizando a nuestra generación de empleados, proveedores y todos los que trabajan con DIRECTV para impactar en la comunidad, con la esperanza de dejar una huella positiva en la formación de las futuras generaciones.

Siguiendo esa línea, DIRECTV a nivel regional lleva a cabo diversos programas para generar impactos positivos en la comunidad a través de su iniciativa "Generación DIRECTV".

En DIRECTV Chile creemos en el concepto de "valor compartido", desde su creación hemos destacado en todos los programas que generan valor en la comunidad, y somos pioneros con la figura de Agentes Comunales, la cual beneficia directamente a la comunidad en términos económicos y además genera crecimiento en nuestras ventas.



GENERACIÓN DIRECTV

DMA, SO1, EC7, LA10

A través de nuestra iniciativa Generación DIRECTV utilizamos la tecnología, el servicio, la marca y especialmente la gente para generar cambios positivos en las comunidades y a su vez en las regiones donde desarrollamos nuestro negocio y formamos parte. Damos apoyo enfocado en educación, actividades comunitarias a través del voluntariado, influencia positiva a través de nuestros contenidos y programas ecológicos para un mundo sustentable.

Generación DIRECTV está formada por cuatro pilares; 3 dedicados al área social y el cuarto enfocado al medioambiente, de los cuales se desprenden nuestros cuatro compromisos de generación.



| Educación | Voluntariado | Influencia | Medio ambiente |
|---|--|---|---|
| ESCUOLA + Generamos nuevas formas de aprender y educar, con Escuela Plus |  Generamos mejoras reales en la comunidad, poniendo manos a la obra con PIEDRA, PAPEL, TIJERA |  Generamos espacios para difundir lo que hacen las fundaciones, ONGs y asociaciones sin fines de lucro, con The Forum. |  Generamos transformaciones sustentables para el medio ambiente con Eco DIRECTV. |

ESCUELA PLUS**ES(VELA +)****Celebramos 10 años de impacto positivo**

Escuela Plus otorga acceso gratuito a televisión satelital con canales educativos, informativos, culturales y deportivos a 8.600 escuelas de 8 países de América Latina; entregándoles además de tecnología, materiales de apoyo y formación a los docentes. Todos ellos, tienen hoy la oportunidad de potenciar la forma en que entregan conocimiento a sus alumnos través de capacitación y contenidos educativos, especialmente desarrollados para mejorar la calidad de la educación y acortar la brecha tecnológica entre el mundo rural y urbano.

Esta iniciativa de televisión educativa es apoyada por los socios estratégicos: National Geographic Channel, Discovery en la Escuela, Fundación Torneos, TakeOff Media y Disney.

Nació como un programa piloto de Generación DIRECTV en Chile, Colombia y Puerto Rico, y es en nuestro país donde se aprecia su gran alcance y relevancia, ya que hemos logrado llegar a todas las regiones y representar actualmente más de un tercio de las escuelas adscritas en todo Latinoamérica:

- Presente en 3.201 escuelas rurales, desde Visviri a Puerto Toro, que representan el 85% de las escuelas de país
- 88% de hogares JUNAEB
- 258.157 alumnos beneficiados
- 26.592 docentes participantes
- 54 provincias y 291 comunas del país

Acompañamos a los Docentes Plus

Para nosotros es importante acompañar a las escuelas y los profesores en todo el proceso, por eso nos reunimos con ellos al menos dos veces al año, creamos la APP Escuela Plus y realizamos capacitaciones a distancia. Este año, además, inauguramos nuestro sistema de encuestas a los profesores realizadas cada 3 meses, para detectar oportunidades de mejora. También creamos la Red de Docentes Plus, los cuales son beneficiados con equipamiento en sus hogares. Con estas herramientas, los docentes pueden planificar sus clases, acceder a la grilla de programación, guía de uso y aprovechar los recursos del programa para preparar sus clases e informarse de las novedades en todo momento y desde su hogar o cualquier lugar.

ES(VELA +)**2016****7500****2017****8600**

Número de escuelas en el continente

**2668****3201**

Número de escuelas en Chile

 Estamos presentes en todas las regiones de Chile



Modelo Formativo (Programa de Formación Continua Escuela Plus)

En el 2017 tuvimos un cambio radical en el modelo formativo, se materializó el *Programa de Formación Continua Escuela Plus*, dirigido exclusivamente a microcentros que agrupan varias escuelas. Su objetivo es generar instancias para que los docentes perfeccionen sus competencias al apropiarse de la televisión satelital y los recursos audiovisuales según las necesidades y los intereses de sus comunidades educativas. Este modelo significa un cambio radical respecto del acompañamiento de años anteriores. Pasamos de un modelo por oferta, en donde los talleres eran coordinados por el equipo del programa junto a las contrapartes provinciales; a uno por demanda, en donde los microcentros escogen, basados en su democracia interna, el apoyo que deseaban recibir por parte de Escuela Plus, de acuerdo a sus intereses y su planificación.



Escuela Plus se consolidó como una entidad que ofrece formación continua exclusiva para las escuelas multigrado, enfocada en desarrollar competencias provenientes del campo de la comunicación y educación.



THE FORUM

A través de nuestro canal exclusivo OnDIRECTV transmitimos a la región contenido que muestran los esfuerzos comunitarios de organizaciones y fundaciones, comunicando a nivel masivo historias de impacto positivo en las comunidades.

El año 2017 donamos espacio de aire para spots de la Fundación Fondacio.

GENERACIÓN DIRECTV • FONDACIO

Total Segundos **5.300** | Monto en USD **us\$26.500**



PIEDRA, PAPEL, TIJERA

Colaboradores de toda la compañía ofrecen uno o dos días de su jornada laboral para realizar este trabajo voluntario, el cual consiste en participar en una acción que permite mejorar la calidad de vida e instalaciones de comunidades que tienen necesidad o que están marginadas socialmente. Intervenimos escuelas, recintos de salud, hogar de niños o ancianos, ONGs, mejorando la calidad de sus espacios e instalaciones.



Transformar escuelas, orfanatos, hogares y mejorar la calidad de vida es nuestro propósito.



PIEDRA, PAPEL, TIJERA Chile 2017 en cifras

4 proyectos

1080
Horas de voluntariado

185
Voluntarios

5161
Beneficiados

Actividades de PPT realizadas en 2017

| Lugar de PPT | Descripción de la acción | Impacto | Inversión social |
|--|---|--|----------------------|
| Hogar Rosita Renard - San Bernardo | <p>Los trabajos se concentraron en la denominada "Zona de Encuentro Espiritual".</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reparación del altar de la virgen • Techado • Mejora de jardines • Pintura de las barandas | <p>Nº voluntarios: 30</p> <p>Hrs voluntariado: 240</p> <p>Gente impactada: 117</p> | \$ 7.000.000 |
| Barrio El Canelo - Coquimbo | <p>Transformamos un espacio para actividades culturales y sociales de los vecinos del sector.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reparación de la reja perimetral • Pintado de la cancha deportiva • Construcción de un jardín de rocas • trabajos de reparación y hermoseamiento de la capilla | <p>Nº voluntarios: 100</p> <p>Hrs voluntariado: 400</p> <p>Gente impactada: 1364</p> | \$ 17.000.000 |
| Centro Ocupacional Hortiterapéutico FONDACIO | <p>Mejoramiento de las instalaciones a través de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cambio del piso • Pintura de la fachada externa, de cielo y rejas exteriores • Construcción de un camino que unió 2 casas • Se realizó un mural en el invernadero, para llenar de color y vida el espacio | <p>Nº voluntarios: 25</p> <p>Hrs voluntariado: 200</p> <p>Gente impactada: 180</p> | \$ 8.000.000 |
| COANIQUEM | <p>A través de esta renovación en la Corporación de Ayuda al Niño Quemado entregamos un paisaje más ameno para los internados, sus familias y trabajadores:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Plantación de nuevos árboles, arbustos y flores • Recuperación de caminerías • Pintura de fachada • Mural temático que representa el espíritu de la institución con su mascota, el gatito "Santi". | <p>Nº voluntarios: 30</p> <p>Hrs voluntariado: 240</p> <p>Gente impactada: 3.500</p> | \$ 7.400.000 |



PPT El Canelo - Coquimbo (Mayo 2017)

Esta actividad fue el PPT más importante del año. Alrededor de 100 voluntarios conformados por las empresas distribuidoras RCC y Cisso, la empresa CES Radico y voluntarios de la compañía DIRECTV Chile en alianza con la Fundación Junto al Barrio y vecinos del sector El Canelo, en Coquimbo, participaron durante dos días en el mejoramiento de espacios comunes en el sector de El Canelo.

Los trabajos de voluntariado consistieron en la reparación de la reja perimetral, pintar la cancha deportiva, la habilitación de un nuevo espacio de encuentro con la construcción de un jardín de rocas y trabajos de reparación y hermoseamiento de la capilla, la cual se transformó en un espacio para actividades culturales y sociales de los vecinos del sector.

Este proyecto buscó la integración de la comunidad, como también la apropiación y resignificación del espacio público, en un lugar que durante muchos años fue un micro basural, pero que en la actualidad alberga actividades deportivas y culturales.

Este Piedra Papel y Tijera, fue parte de la temporada 8 del documental que lleva el mismo nombre, el cual fue transmitido a través de OnDIRECTV a más de 6 millones de hogares en Latinoamérica y contó con distintos capítulos que mostraron historias de "héroes anónimos" de los distintos países donde opera DIRECTV, con la idea

de exponer el compromiso social y el trabajo que realizan personas en causas solidarias.

Solidaridad ante catástrofes

• *Incendios - Unidos por Chile*

Con gran rapidez DIRECTV Chile respondió para ayudar a las personas damnificadas por los incendios forestales que lamentablemente destruyeron miles de hectáreas en la zona centro sur del país.

Como una gran familia, nuestra empresa, nuestros colaboradores y el canal de venta de los Agentes Comunales se unieron en diferentes acciones para recolectar una gran cantidad de insumos y responder llenos de solidaridad y amor en esta tragedia que afectó las vidas de tantos.

Entre los operativos se destacó la rápida y determinada acción llevada a cabo por nuestros Agentes Comunales en las comunas más afectadas de la VI y VII región de Chile.

• *PPT traspasa fronteras*

Siete colaboradores de DIRECTV Chile viajaron a Perú para ser parte de un Piedra, Papel y Tijera regional, uniéndose a voluntarios de 9 países. ¿La misión? Ayudar a levantar 10 casas en la localidad de Carapongo, ubicada a unas dos horas de Lima, la cual fue afectada por un alud y constantes lluvias que dejaron decenas de heridos, fallecidos y casas destruidas.



Apoyamos a nuestros clientes de Villa Santa Lucía (Plan de Catástrofes)

Como compañía reaccionamos rápidamente para apoyar a nuestros clientes que viven momentos difíciles producto de una catástrofe natural.

El sábado 16 de diciembre, la localidad de Villa Santa Lucía, en Chaitén, fue afectada por un aluvión provocado por el desprendimiento de una parte del glaciar Yelcho, dejando desaparecidos y víctimas fatales.

Este desastre natural afectó a algunos de nuestros clientes y como DIRECTV estamos con ellos, desplegando una vez más nuestro **Plan de Catástrofes**, el que en esta oportunidad contempló lo siguiente:

- Identificación de clientes afectados
- Exclusión de los clientes afectados de las Bases de Cobranzas
- Marca en VIZOR de clientes afectados, ante posibles llamados IN, con escalamiento a Back Office para ejecutar la acción de condonación de deuda.

- Field service sin costo (servicios técnicos, mudanzas), incluye: reinstalación (hook up fee), reposición de decos por siniestro (robo, incendio), reubicación de decos sin costo para los clientes.
- Para clientes prepago, inyección de 7 días a clientes ON.

Programas Locales

• Programa Agentes Comunales

El programa Agentes Comunales es un programa único en la región, durante el año 2017 logramos crear 41 microempresarios, alcanzando un total de 78 agentes a nivel nacional y permitiendo que éstos en promedio alcancen ingresos netos de \$2.300USD, siendo ésta una oportunidad increíble en las comunas "rurales" donde ingreso promedio es de \$615USD.

El programa de Agentes Comunales de DIRECTV permitió aumentar la penetración del servicio en las comunas más alejadas, incentivando además la economía y la competencia de la industria en estas zonas.

Este proyecto además ha creado más de 200 puestos de trabajo, en comunas alejadas, permitiendo

que la gente se quede en su comuna y evitando el exodo que año a año sufren estas comunas.

Capacitación de Agentes Comunales

Dando continuidad al Programa de Desarrollo Gestión Microempresa iniciado el 2016 donde participaron 37 AC, durante el año 2017 se sumaron 25, llegando a un total de 62 entre ambos años. Este programa se desarrolló durante los meses de junio y octubre, consta de 4 módulos presenciales con un total de 60 horas en aula, lo cual se complementa con trabajos de aplicación de los conocimientos adquiridos en las sesiones presenciales a la realidad de cada microempresa (Agencia Comunal), con apoyo de un tutor que les brinda asesoría y acompaña el proceso de aprendizaje de los AC durante el desarrollo del programa.



78 microempresarios, con ingresos netos promedio de \$2.300 USD

Sembrando Vida, niños como agentes de cambio

El programa consiste en la creación e implementación de huertos escolares, con el sentido de enseñar a los niños la importancia de la sustentabilidad y acercarlos más a esta práctica en sus hogares y vida diaria. Aquí los niños son los responsables de crear y mantener los huertos, junto con esto se desarrolla un mural temático en cada escuela, diseñado por un muralista con ideas de los niños, quienes también ayudan a pintarlo.

Llegamos a:

51%

de comunas donde tenemos agentes comunales

100%

de comunas donde funciona Escuela Plus

Eventos destacados

• FACIUNI

La 2da versión del Festival Académico de Cine Universitario FACIUNI, se realizó los días 21 y 22 de marzo en la Facultad de Comunicaciones de la Pontificia Universidad Católica de Chile, con el patrocinio del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes y la participación de Pablo Larraín, el director nacional. El festival, organizado por DIRECTV y en conjunto con la Pontificia Universidad Católica reunió a estudiantes de cine, comunicación audiovisual y periodismo, quienes tuvieron la posibilidad de interactuar con profesionales del cine a través de clases y talleres inéditos, así como la exhibición de algunas de las obras de importantes realizadores nacionales. La ocasión también es una ventana para mostrar el trabajo de los estudiantes, especialmente de aquellos que fueron seleccionados para el concurso de cortometrajes DIRECTV CINEMA+ Becas.





- **II Congreso Iberoamericano sobre Televisión y Educación: Multipantallas en el aula**

La cita se llevó a cabo el 6 y 7 de septiembre en Buenos Aires y tuvo como objetivo conocer, debatir y reflexionar sobre la implementación de diferentes prácticas en la fusión entre tecnología y educación. Se presentó el rol de los recursos mediáticos en el aula, el desarrollo pedagógico en escuelas de Latinoamérica y el aporte e influencias de la integración de múltiples pantallas de televisión en el proceso educativo.

Cuatro profesores de escuelas rurales de Chile, pertenecientes a las comunas de Santo Domingo, Pelluhue, La Ligua y Putaendo fueron invitados a participar intercambiando sus experiencias en el uso de tecnologías de pantalla en el aula. Junto a ellos, representantes de National Geographic Channel, Discovery en la Escuela, Disney Channel, Fundación Torneos, Takeoff Media y productoras latinoamericanas analizaron y discutieron sobre las nuevas tendencias de contenidos audiovisuales orientadas a la infancia con énfasis en la educación.

- **Cinema+ Becas**

Ya en su quinta versión, el concurso de cortometrajes DIRECTV CINEMA+Becas, tiene como fin di-

fundir la obra y apoyar la formación académica de estudiantes latinoamericanos de cine.

El Festival Académico de Cine Universitario y el concurso de cortometrajes DIRECTV CINEMA+ Becas se enmarcan en el compromiso que tiene DIRECTV con el desarrollo de la industria audiovisual y con el apoyo a los nuevos talentos en la región.

- **Lanzamiento COPA CONFEDERACIONES RUSIA 2017**

En el marco del lanzamiento de la programación de la copa confederaciones Rusia 2017, DIRECTV Chile organizó un encuentro entre el equipo GENERACIÓN DIRECTV de la Fundación Miradas Compartidas y seleccionados de los más importantes clubes del país.

- **Navidad Solidaria en DIRECTV**

Con la misión de llevar alegría y esperanza a muchos niños de Chile entre 4 y 12 años del Hospital Sótero del Río, entregamos a través de los Bomberos de Coquimbo y la Fundación Junto al Barrio juguetes didácticos y material de librería para hacer manualidades: cuentos, lápices, mandalas, papel lustre, tijeras, pegamento, glitter, block y todo lo que pueda servir para que los niños puedan entretenese mientras están hospitalizados.



7. PRESERVAMOS



COMPROMETIDOS CON EL FUTURO

El cuarto pilar de Generación DIRECTV, corresponde a nuestra responsabilidad con el medio ambiente a través del programa Eco DIRECTV. Su propósito es proveer un modo de acción correcto, aterrizado y responsable con el medioambiente, a través del incentivo y la toma de conciencia sobre el cuidado del medio ambiente. Este programa se apoya en comunicaciones internas para recordar a los colaboradores la importancia del uso eficiente de la energía y el agua, además incluye el incentivo del uso de la bicicleta, entre otros.



Potenciamos tres hábitos ecológicos:



LA EFICIENCIA DE RECURSOS



EL RECICLAJE



LA MEDICIÓN DE LA HUELLA DE CARBONO.

EFICIENCIA DE LOS RECURSOS

• Do One Thing (DOT) / Haz tu parte

Un DOT es una pequeña acción que, de repetirse, puede generar un gran impacto positivo en tu vida, la de tu comunidad y la de tu compañía. DOT es un movimiento de AT&T, al que se han unido cerca de 38 mil colaboradores de 40 países y al que ahora nos sumaremos como DIRECTV.

¿Cómo se sumó DIRECTV Chile a DOT?

- **Lanzamiento:** Presentamos la iniciativa e invitamos a proponer DOTs a través de los canales de comunicación interna: Intranet y comunicado.
- **Activación:** Regalamos bolsas reciclables DOT con un jugo natural orgánico en una activación con promotores que invitaron a los colaboradores a proponer sus DOTs. Las bolsas tenían el mensaje: *Soy DOT, evito el uso de bolsas plásticas* (logo Soy DIRECTV y Generación DIRECTV).
- **Concurso:** Sorteamos implementos reutilizables y aparatos de ahorro de energía DOT para los ganan-

dores de un sorteo entre quienes propusieron sus DOTs, todos con el logo Generación DIRECTV + DOT.

- **Instalamos nuevas Señaléticas:** Renovamos las señaléticas de baños y salas de reuniones para promover bajo el sello DOT las acciones de ahorro de agua y energía.



¿Apagas las luces cuando te vas de una habitación? ¿Reciclas? ¿Usas botellas reutilizables para tomar agua?

Mensajes DOT en señaléticas:

- **"Gota a Gota cuidamos el agua"** / Somos DOT
- **"Cuida el agua"** / Sé DOT, 20 litros si lavas tus dientes con la llave abierta
- **"Cierra la llave"** / Sé DOT, si agua no has de beber no la dejes correr...
- **"¡Hágase la luz!"** / Somos DOT, la luz se prende sólo si estás tú.
- **"El último apaga la luz..."**
- **"Súmate a DOT, aquí cuidamos la energía"**



RECICLAMOS

EN28

Implementamos esta causa por medio de campañas de comunicación y concientización hacia el reciclaje dirigida principalmente a nuestros colaboradores. En ella procuramos la recolección de materiales reciclables en las oficinas, los cuales sirven también como donativos a entidades sin fines de lucro.

- Se relanzó el programa de reciclaje con una infografía que detalle los puntos limpios de cada oficina y la relevancia de reciclar.

La empresa Triciclos, realiza retiros semanales de los materiales y entrega informes mensuales de los distintos materiales que se llevarán a reciclaje y su equivalente en ahorro de recursos.

Según datos del Bureau of International Recycling www.bir.org, nuestros esfuerzos de reciclaje llevados a cabo en 2017 por los colaboradores representan las siguientes equivalencias estimativas de ahorro de recursos y minimización de CO₂.



Nuestro reciclaje 2017



**PET
104,9 Kg**



**Otros plásticos
2,7 Kg**



**Latas
82,6 Kg**



**Tetra Pak
15,5 Kg**



**Papel
1218,9 Kg**



**Cartón
51,4 Kg**



**Vidrio
219,8 Kg**

**TOTAL:
1695,8 Kg**

Con nuestro aporte en reciclaje en 2017 hemos ahorrado un equivalente a:

62.144 LITROS DE AGUA

6.930 KW NERGIA/hra.

21,9 N° ARBOLES

79,4 Kg. de CO₂

12,5 METROS CUBICOS RELLENO SANITARIO

1.117 LITROS DE PETROLEO

Por otra parte, la Gerencia de Operaciones e Infraestructura, en conjunto con el área de Responsabilidad Social y la Fundación Chilenter –especialista en el manejo seguro del fin de vida de equipos y periféricos computacionales–, se dieron de baja distintos implementos electrónicos en desuso. En esta ocasión, fueron procesados telones para proyector, gabinetes de servidores, rack de comunicaciones, patch panel, KVN, discos duros, equipos de comunicaciones, ventiladores rack y equipos de monitoreo.



**Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje,
que se recuperan al final de su vida útil, desglosado por categoría**

| Responsabilidad extendida | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|----------------------------------|------|------|------|------|------|
| Decodificadores reacondicionados | 74% | 54% | 73% | 74% | 68% |
| Decodificadores reciclados | 17% | 6% | 8% | 15% | 35% |

| Año | Recupero y Reacondicionamiento | | | | %Reacondic./ recuperados | Reciclaje Responsable | |
|------|--------------------------------|------------------------------|-------------------|------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| | Decos en comodato (Pospago) | Decos disponibles recuperado | Decos recuperados | Decos Reacondicionados | | Decos scrap (reciclados) | %Reciclados/ recuperados |
| 2013 | 911.116 | 182.513 | 153.119 | 134.880 | 88% | 30.661 | 20% |
| 2014 | 1.149.416 | 278.596 | 217.418 | 149.607 | 69% | 16.803 | 8% |
| 2015 | 1.349.276 | 362.378 | 277.262 | 263.743 | 95% | 30.335 | 11% |
| 2016 | 1.482.587 | 308.896 | 272.836 | 228.399 | 84% | 47.793 | 18% |
| 2017 | 1.615.162 | 281.378 | 184.025 | 190.765 | 104% | 98.339 | 53% |

| Año | STBs scrap (reciclados) | %Reciclados/ Recupero | %Reciclados/ disponibles recuperado |
|------|-------------------------|-----------------------|-------------------------------------|
| 2013 | 30.661 | 20% | 17% |
| 2014 | 16.803 | 8% | 6% |
| 2015 | 30.335 | 11% | 8% |
| 2016 | 47.793 | 18% | 15% |
| 2017 | 98.339 | 53% | 35% |

MEDIMOS NUESTRA HUELLA DE CARBONO

EN3, EN4, EN6, EN15, EN16, EN17, EN19, EN23,

Cada año medimos nuestra Huella de Carbono, acción que se realiza a nivel regional en DIRECTV. El objetivo de esta herramienta es saber cuánto impactamos al medio ambiente como compañía, a través de nuestros consumos traducidos a CO₂ equivalente.

Para calcular nuestra huella medimos nuestro consumo eléctrico de los edificios de Vitacura, Enea y Ciudad Empresarial, los viajes aéreos realizados por los colaboradores, la bencina de los automóviles y el consumo de nuestros productos en los hogares de nuestros clientes. Estos datos son enviados a las oficinas globales, quienes consolidan la información de todas las sucursales del mundo.

| Consumo de energía interno (Unidad Origen) | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|--|------|------|------|------|------|
|--|------|------|------|------|------|

Energía eléctrica (Kwh) 868.596 722.331 803.114 895.316 666.188

Diésel (lts) NA 41.807 46.343 51.770 44.440

Nafta (lts) 139.143 33.067 43.123 104.959 95.932

| Consumo de energía interno (GJ) | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|---------------------------------|------|------|------|------|------|
|---------------------------------|------|------|------|------|------|

A) Consumo de combustible renovable - - - -

B) Consumo de combustible no renovable: 7.895 5.244 6.043 8.689 7.291

• Energía eléctrica (GJ) 3.127 2.600 2.891 3.223 2.398

• Diésel (GJ) NA 1.510 1.674 1.870 1.605

• Nafta (GJ) 4.768 1.133 1.478 3.596 3.287

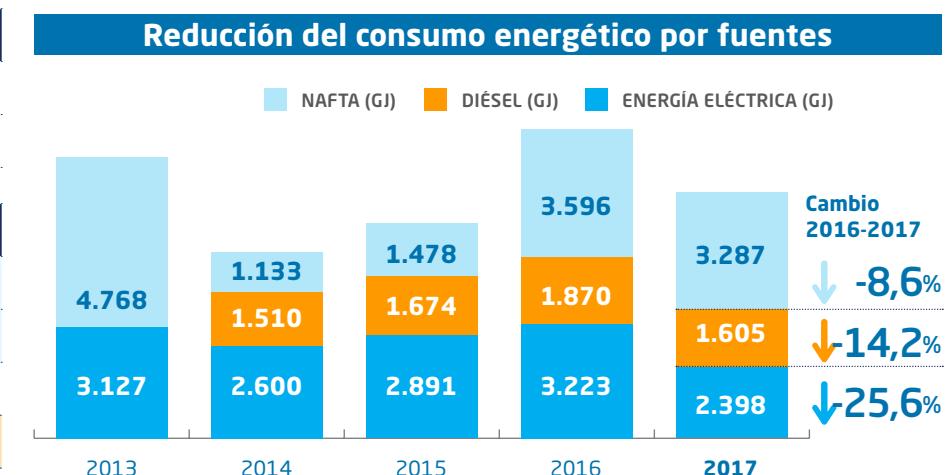
Consumo energético total dentro de la organización: A+B 7.895 5.244 6.043 8.689 7.291



Consumo Energético Externo 2017

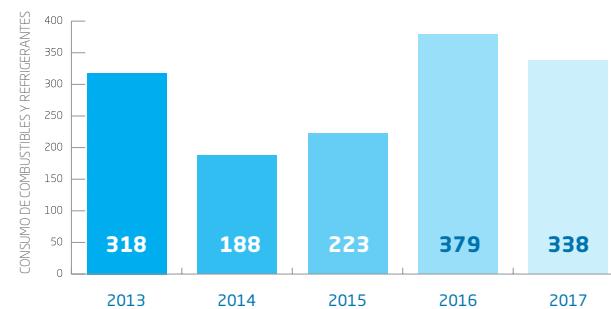
Durante el año 2017, se realizaron vuelos aéreos por un total de 1.207.212 kilómetros, mientras que el consumo de combustible de la flota de vehículos de Chile llegó a un total de 450.789 GJ.

| Consumo de energía externo (Unidad Origen) | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|---|------------|------------|------------|-------------|-------------|
| Viajes de empleados (kms) | 2.611.380 | 2.611.380 | 1.971.258 | 1.665.922 | 1.207.212 |
| Producto (kWh) | 35.820.992 | 83.476.938 | 96.253.312 | 105.441.650 | 125.219.304 |
| Consumo de energía externo (GJ) | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
| A) Consumo de combustible renovable | - | - | - | - | - |
| B) Consumo de combustible no renovable: | 128.956 | 300.517 | 346.512 | 379.590 | 450.789 |
| Producto (GJ) | 128.956 | 300.517 | 346.512 | 379.590 | 450.789 |
| Consumo energético total dentro de la organización: A+B | 128.956 | 300.517 | 346.512 | 379.590 | 450.789 |



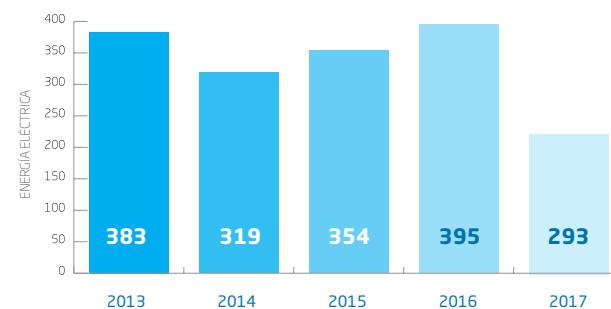
Emisiones directas de gases de efecto invernadero (Alcance 1)

Emisiones directas de gases de efecto invernadero, en peso [TMCO₂ equivalente]



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

Emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso [TMCO₂ equivalente]



Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero (Alcance 3)

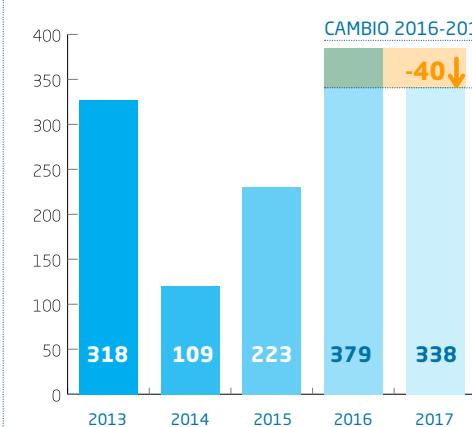
Otras emisiones indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso [TMCO₂ equivalente]

| | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|---|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Viajes de empleados (en avión) | 380 | 380 | 239 | 183 | 122 |
| Uso de productos vendidos (y en comodato) | 30.880 | 36.813 | 42.448 | 46.500 | 55.118 |
| Total Alcance 3 | 31.260 | 37.193 | 42.686 | 46.682 | 55.240 |

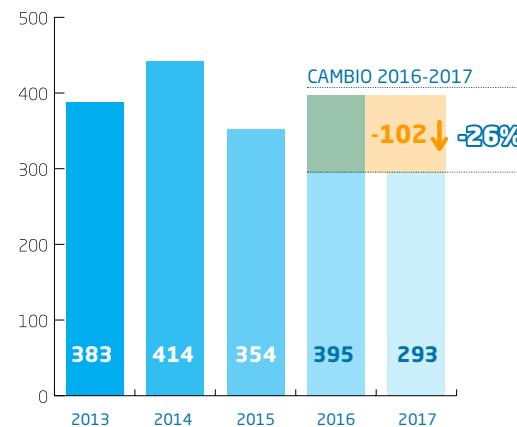
Reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero

Reducción del consumo energético por fuentes [TMCO₂ equivalente]

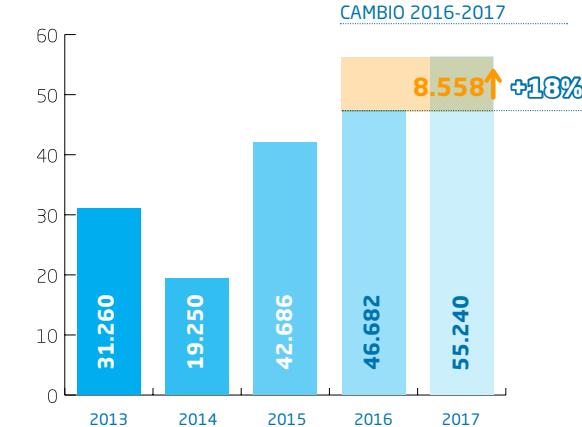
Emisiones directas de GEI (Alcance 1)



Emisiones indirectas por generación de energía (Alcance 2)



Otras emisiones indirectas (Alcance 3)



Peso total de los residuos, según tipo y método de tratamiento

| Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento. | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|---|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|
| Residuos no peligrosos | 42.033 | 22.793 | 40.666 | 58.558 | 100.035 |
| RAEEs (kg) | 42.033 | 22.793 | 40.666 | 58.558 | 98.339 |
| RSU Reciclables | N/D | N/D | N/D | N/D | 1.696 |
| RSU No-reciclables | N/D | N/D | N/D | N/D | N/D |
| Residuos Peligrosos | N/D | ND | ND | ND | ND |
| Baterias, pilas, etc.(kg) | N/D | N/D | N/D | ND | ND |
| Total (en kg) | 42.033 | 22.793 | 40.666 | 58.558 | 100.035 |

Aclaración: 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 aun un sistema de control y seguimiento apropiado de esos volúmenes.

8. TABLA DE INDICADORES GRI

ESTADO DE ELABORACIÓN DEL REPORTE DE SUSTENTABILIDAD DIRECTV 2017

G4-32

| Contenidos básicos generales - G4 | Descripción | Capítulo | Página | Omisiones / Respuesta |
|-----------------------------------|--|--|--------|---|
| ESTRATEGIA Y ANÁLISIS | | | | |
| G4-1 | Declaración del responsable principal | PENDIENTE Carta de Bienvenida | 7 | |
| G4-2 | Descripción de los principales efectos, riesgos y oportunidades | Sección "Nos Comprometemos" - Políticas y código de conducta | 14 | |
| PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN | | | | |
| G4-3 | Nombre de la organización | DIRECTV CHILE TELEVISION LIMITADA | | |
| G4-4 | Marcas, productos y servicios más importantes para la organización | Sección "Entretenemos" - Nuestros Productos | 34 | |
| G4-5 | Lugar de la sede principal de la organización | Sección "Nos Comprometemos" - Nuestro Perfil | 9 | |
| G4-6 | Países en los que opera | Sección "Nos Comprometemos" - Nuestro Perfil | 9 | |
| G4-7 | Naturaleza del régimen de propiedad y su forma jurídica | | | DIRECTV Chile es una sociedad de responsabilidad limitada |
| G4-8 | Mercados servidos | Sección "Nos Comprometemos" - La nueva estructura | 10 | |
| G4-9 | Dimensiones de la organización (empleados, operaciones, ventas, capitalización, productos y servicios) | Sección "Nos Comprometemos" - Nuestro desempeño 2017 | 13 | |
| G4-10 | Desglose de empleados (tipo de contrato, región y sexo) | Sección "Colaboramos" - Indicadores laborales | 40 | |
| G4-11 | Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos | Sección "Colaboramos" - Relaciones con el sindicato | 57 | |
| G4-12 | Cadena de suministro de la organización | Sección "Integramos" - Valor en Cadena | 59 | |

| Contenidos básicos generales - G4 | Descripción | Capítulo | Página | Omisiones / Respuesta |
|---|---|--|--------|--|
| G4-13 | Cambios significativos durante el periodo en el tamaño, estructura, propiedad accionaria o en la cadena de suministros de la organización | | | En el 2015 DIRECTV fue adquirido por AT&T, y durante el 2017 se vivió un proceso de restructuración de la organización |
| G4-14 | Forma en que la organización aborda el principio de precaución | Sección "Nos Comprometemos" - Políticas y código de conducta | 14 | |
| G4-15 | Cartas, principios u otras iniciativas externas que la organización ha adoptado | Sección "Somos Sustentables" - Trabajo conjunto con instituciones y asociaciones | 23 | |
| G4-16 | Asociaciones y organizaciones de promoción nacional o internacional a las que la organización pertenece | Sección "Somos Sustentables" - Trabajo conjunto con instituciones y asociaciones | 23 | |
| ASPECTOS MATERIALES Y COBERTURA | | | | |
| G4-17 | Entidades que figuran en los EIFF consolidados de la organización | | | |
| G4-18 | Proceso para determinar el contenido de la memoria y cobertura de cada aspecto | Alcance y perfil del reporte | 3 | |
| G4-19 | Aspectos materiales identificados durante el proceso de definición del contenido de la memoria | Alcance y perfil del reporte | 3 | |
| G4-20 | Cobertura dentro de la organización de cada aspecto material | Alcance y perfil del reporte | 3 | |
| G4-21 | Cobertura fuera de la organización de cada aspecto material | Alcance y perfil del reporte | 3 | |
| G4-22 | Consecuencias de las reformulaciones de la información facilitada en memorias anteriores y sus causas | Alcance y perfil del reporte | 3 | |
| G4-23 | Cambios significativos en el alcance y la cobertura de cada aspecto con respecto a memorias anteriores | Alcance y perfil del reporte | 3 | |
| PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS | | | | |
| G4-24 | Grupos de interés vinculados a la organización | Sección "Somos Sustentables" - Nuestros grupos de Interés | 24 | |
| G4-25 | Base para la elección de los grupos de interés con los que se trabaja | Sección "Somos Sustentables" - Nuestros grupos de Interés | 24 | |
| G4-26 | Enfoque de la organización sobre la participación de los grupos de interés | Sección "Somos Sustentables" - Nuestros grupos de Interés | 24 | |
| PERFIL DE LA MEMORIA | | | | |
| G4-28 | Periodo de la memoria | Alcance y perfil del reporte | 3 | |

| Contenidos básicos generales - G4 | Descripción | Capítulo | Página | Omisiones / Respuesta |
|--|--|--|--------|--|
| G4-29 | Fecha de la última memoria | Alcance y perfil del reporte | 3 | |
| G4-30 | Ciclo de presentación de memorias | Alcance y perfil del reporte | 3 | |
| G4-31 | Contacto para solventar dudas en relación con el contenido de la memoria | Alcance y perfil del reporte | 3 | |
| G4-32 | Opción de conformidad con la guía elegida por la organización | Alcance y perfil del reporte | 3 | |
| G4-33 | Políticas y prácticas de la organización con respecto de la verificación externa | | | No se realizó verificación externa del Reporte. |
| GOBIERNO | | | | |
| G4-34 | Descripción de la estructura de gobierno de la organización | Sección "Nos Comprometemos" - Gobierno Corporativo | 11 | |
| ÉTICA E INTEGRIDAD | | | | |
| G4-56 | Valores, principios, estándares y normas de la organización | Sección "Nos Comprometemos" - Nuestra Cultura DIRECTV Chile | 12 | |
| G4-57 | Mecanismos internos y externos de asesoramiento en pro de una conducta ética y lícita | Sección "Nos Comprometemos" - Nos comprometemos con la Ética | 14 | |
| G4-58 | Mecanismos internos y externos de denuncia de conductas poco éticas o ilícitas | Sección "Nos Comprometemos" - Nos comprometemos con la Ética | 14 | |
| CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS - G4 | | | | |
| CATEGORÍA: Economía | | | | |
| Desempeño económico (DMA) | | | | |
| G4-EC4 | Ayudas económicas otorgadas por entes del gobierno | | | No recibimos ayudas económicas otorgados por entes del gobierno. |
| Presencia en el mercado (DMA) | | | | |
| G4-EC5 | Relación entre el salario inicial desglosado por sexo y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollan operaciones significativas | Sección "Colaboramos" - Salarios competitivos | 42 | |
| G4-EC6 | Porcentaje de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollan operaciones significativas | Sección "Nos Comprometemos" - Gobierno Corporativo | 11 | |
| Consecuencias económicas indirectas (DMA) | | | | |
| G4-EC7 | Desarrollo e impacto de la inversión en infraestructuras y los tipos de servicios | Sección "Compartimos" - Generación DIRECTV | 65 | |

| Contenidos básicos generales - G4 | Descripción | Capítulo | Página | Omisiones / Respuesta |
|-----------------------------------|--|--|--------|--|
| G4-EC8 | Impactos económicos indirectos significativos y alcance de los mismos | Sección "Compartimos" - Programas locales | 65 | |
| Prácticas de adquisición (DMA) | | | | |
| G4-EC9 | Porcentaje del gasto en los lugares con operaciones significativas que corresponde a proveedores locales | Sección "Integramos" - Nuestros Proveedores | 60 | |
| CATEGORÍA: Medio Ambiente | | | | |
| Energía (DMA) | | | | |
| G4-EN3 | Consumo energético interno | Sección "Preservamos" - Consumo energético interno | 77 | |
| G4-EN4 | Consumo energético externo | Sección "Preservamos" - Consumo energético externo | 77 | |
| G4-EN6 | Reducción del consumo energético | Sección "Preservamos" - Consumo energético interno | 78 | |
| Emisiones (DMA) | | | | |
| G4-EN15 | Emisiones directas de gases de efecto invernadero (ALCANCE 1) | Sección "Preservamos" - Emisiones directas de gases de efecto invernadero (Alcance 1) | 79 | |
| G4-EN16 | Emisiones indirectas de gases de efecto invernadero al generar energía (ALCANCE 2) | Sección "Preservamos" - Emisiones directas de gases de efecto invernadero al generar energía (Alcance 2) | 79 | |
| G4-EN17 | Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero (ALCANCE 3) | Sección "Preservamos" - Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero (Alcance 3) | 79 | |
| G4-EN19 | Reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero | Sección "Preservamos" - Reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero | 79 | |
| Efluentes y residuos (DMA) | | | | |
| G4-EN23 | Peso total de los residuos, según tipo y método de tratamiento | Sección "Preservamos" - PESO TOTAL DE LOS RESIDUOS, SEGÚN TIPO Y MÉTODO DE TRATAMIENTO | 80 | |
| Productos y servicios (DMA) | | | | |
| G4-EN28 | Porcentaje de los productos vendidos y sus materiales de embalaje que se recuperan al final de su vida útil, por categoría de productos | Sección "Preservamos" - Gestión eficiente de residuos | 76 | |
| Cumplimiento regulatorio (DMA) | | | | |
| G4-EN29 | Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa ambiental | | | No hubo multas significativas ni sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa ambiental |

| Contenidos básicos generales - G4 | Descripción | Capítulo | Página | Omisiones / Respuesta |
|---|---|---|--------|--|
| Evaluación ambiental de los proveedores (DMA) | | | | |
| G4-EN32 | Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios ambientales | | | En 2017 los nuevos proveedores no fueron formalmente evaluados en función de criterios ambientales |
| CATEGORÍA: Desempeño social | | | | |
| Subcategoría: Prácticas laborales y trabajo digno | | | | |
| Empleo (DMA) | | | | |
| G4-LA1 | Número y tasa de contrataciones y rotación media de empleados, desglosados por grupo etario, sexo y región | Sección "Colaboramos" - Indicadores laborales | 40 | |
| G4-LA2 | Prestaciones sociales para los empleados a jornada completa que no se ofrecen a los empleados temporales o a media jornada, desglosadas por ubicaciones significativas de actividad | Sección "Colaboramos" - Nuestra propuesta de valor | 52 | |
| G4-LA3 | Índices de reincorporación al trabajo y de retención tras la baja por maternidad o paternidad, desglosados por sexo | Sección "Colaboramos" - Indicadores laborales | 41 | |
| Salud y seguridad en el trabajo (DMA) | | | | |
| G4-LA6 | Tipo y tasas de lesiones, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región y por sexo | Sección "Colaboramos" - Salud y Seguridad ocupacional | 56 | |
| G4-LA7 | Trabajadores cuya profesión tiene una incidencia o un riesgo elevados de enfermedad | | | De acuerdo a la información proporcionada no existen cargos que pudieran tener una incidencia o riesgo elevado de contraer una enfermedad determinada. |
| G4-LA8 | Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con los sindicatos | Sección "Colaboramos" - Salud y Seguridad ocupacional | 56 | |
| Capacitación y educación (DMA) | | | | |
| G4-LA9 | Promedio de horas de capacitación anuales por empleado, desglosado por sexo y por categoría laboral | Sección "Colaboramos" - Indicadores de formación | 48 | |
| G4-LA10 | Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomentan la empleabilidad de los trabajadores y les ayuda a gestionar el final de sus carreras profesionales | Sección "Colaboramos" - Indicadores de formación | 49 | |

| Contenidos básicos generales - G4 | Descripción | Capítulo | Página | Omisiones / Respuesta |
|--|--|--|--------|---|
| G4-LA11 | Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional, desglosado por sexo y por categoría profesional. | Sección "Colaboramos" - My Performance Plan | 51 | |
| Diversidad e igualdad de oportunidades (DMA) | 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 | Sección "Nos Comprometemos" - Gobiernos Corporativo | 11 | |
| Igualdad de retribución entre mujeres y hombres (DMA) | Relación entre el salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosada por categoría profesional y por ubicaciones significativas de actividad. | Sección "Colaboramos" - Promovemos la no discriminación e igualdad de géneros. | 42 | |
| Evaluación de las prácticas laborales de los proveedores (DMA) | | | | |
| G4-LA14 | Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a las prácticas laborales | Sección "Integramos" - NUESTROS PROVEEDORES | | En 2017 los nuevos proveedores no fueron formalmente evaluados en función de criterios de prácticas laborales |
| G4-LA15 | Impactos negativos significativos, reales y potenciales, en las prácticas laborales en la cadena de suministros, y medidas al respecto. | Sección "Integramos" - NUESTROS PROVEEDORES | | En 2017 los nuevos proveedores no fueron formalmente evaluados para determinar posibles impactos en las prácticas laborales de la cadena de suministro |
| Mecanismos de reclamación sobre las prácticas laborales (DMA) | | | | |
| G4-LA16 | Número de reclamaciones sobre prácticas laborales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación | | | Si bien han existido reclamaciones laborales por terceros han sido contingencias menores en relación al número de las terceras partes y sin costos significativos para la compañía. |
| CATEGORÍA: Desempeño social | | | | |
| Subcategoría: Derechos humanos | | | | |
| Inversión (DMA) | | | | |
| G4-HR2 | Horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los DDHH relevantes para sus actividades, incluido el porcentaje de empleados capacitados | | | No hay formación de los trabajadores específicamente en temas de Derechos Humanos. |

| Contenidos básicos generales - G4 | Descripción | Capítulo | Página | Omisiones / Respuesta |
|---|--|--|--------|--|
| No discriminación (DMA) | | | | |
| G4-HR3 | Número de casos de discriminación y medidas correctivas adoptadas | | | No ha habido casos de discriminación |
| Prácticas de competencia desleal (DMA) | | | | |
| G4-HR12 | Número de reclamaciones sobre derechos humanos que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación. | | | No ha habido reclamaciones sobre derechos humanos. |
| CATEGORÍA: Desempeño social | | | | |
| Subcategoría: Sociedad | | | | |
| Comunidades locales (DMA) | | | | |
| G4-SO1 | Porcentaje de centros donde se han implementado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad local | Sección "Compartimos" - Generación DirecTV | 64 | |
| Lucha contra la corrupción (DMA) | | | | |
| G4-SO3 | Número y porcentaje de centros en los que se han evaluado los riesgos relacionados con la corrupción y riesgos significativos detectados | Sección "Nos Comprometemos" - Comprometidos con la ética | 14 | |
| G4-SO4 | Políticas y procedimientos de comunicación y capacitación sobre la lucha contra la corrupción | Sección "Nos Comprometemos" - Comprometidos con la ética | 14 | |
| G4-SO5 | Casos confirmados de corrupción y medidas adoptadas | | | No han existido casos de corrupción. |
| Prácticas de competencia desleal (DMA) | | | | |
| G4-SO7 | Número de demandas por competencia desleal, prácticas monopolísticas o contra la libre competencia y resultado de las mismas. | | | No hay existido demandas por competencia desleal o prácticas monopolísticas o contra la libre competencia. |
| CATEGORÍA: Desempeño social | | | | |
| Subcategoría: Responsabilidad sobre productos | | | | |
| Etiquetado de los productos y servicios (DMA) | | | | |
| G4-PR4 | Número de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, desglosados en función del tipo de resultado de dichos incidentes | | | No hubo incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado |

| Contenidos básicos generales - G4 Descripción | Respuesta y/o Página | Justificación por omisión |
|--|--|--|
| G4-PR5 Resultados de las encuestas para medir la satisfacción de los clientes | Sección "Entretenemos" - Indicadores de lealtad y satisfacción de clientes | 36 |
| Comunicaciones de mercadotecnia (DMA) | | |
| G4-PR7 Número de casos de incumplimiento de la normativa o de los códigos voluntarios relativos a las comunicaciones de mercadotecnia, tales como la publicidad, la promoción y el patrocinio, desglosados en función del tipo de resultado | | No existen casos de incumplimiento de los códigos voluntarios |
| Privacidad de los clientes (DMA) | | |
| G4-PR8 Número de reclamaciones fundamentadas sobre la violación de la privacidad y la fuga de datos de los clientes | Sección "Entretenemos" - Seguridad de la información | 17 No ha habido reclamaciones fundamentales sobre violación de la privacidad. No hemos tenido filtraciones, robos o pérdidas de datos personales. |
| Cumplimiento regulatorio (DMA) | | |
| G4-PR9 Costo de las multas significativas por incumplir la normativa y la legislación relativas al suministro y el uso de productos y servicios | | No hay multas en relación al incumplimiento de la normativa |



@DIRECTVChile



directvla



@directvla