

DIRECTV

CONEC TAR

**PARA
IMPACTAR**

Reporte de
Sustentabilidad **2017**

 Colombia



ÍNDICE

1. NOS COMPROMETEMOS

¿Qué es DIRECTV?	6
DIRECTV Colombia Ltda.	7
Nuestra Esencia	8
A la vanguardia en tecnología	9
Integridad y ética en los negocios	10

2. SOMOS SUSTENTABLES

Una gestión de 360 grados	16
Fortaleciendo el vínculo con grupos de interés	17
Participación en asuntos públicos	19
Accountability y transparencia	20

3. ENTRETENEMOS

Responsabilidad y ética de productos	23
Momento, lugar y forma en que los clientes lo desean	26

4. COLABORAMOS

Dinamismo y diversidad para crecer	28
Desarrollo y movilidad	30
En formación continua	31
Beneficios y flexibilidad en los negocios	34
Salud y seguridad ocupacional	37

5. INTEGRAMOS

Valor en cadena	40
Nuestros proveedores	41
Claves de una relación duradera	42
Líderes del cambio	44

6. COMPARTIMOS

Generación DIRECTV	46
--------------------	----

7. PRESERVAMOS

Comprometidos con el futuro	54
Gestión eficiente de recursos	56

8. TABLA DE INDICADORES GRI

Tabla de indicadores GRI	58
--------------------------	----

PARÁMETROS DEL REPORTE

Para DIRECTV Colombia es fundamental llevar adelante sus operaciones en forma transparente y mantener una comunicación fluida con los diferentes grupos de interés.

Por eso, decidió presentar por segunda vez su reporte de sostenibilidad, que le permite dar cuenta de su gestión en materia social, económica y ambiental.


Este segundo reporte brinda información siguiendo los lineamientos “de conformidad” esencial de la guía G4 de GRI (Global Reporting Initiative), y abarca el período entre enero y diciembre de 2017. Fue elaborado por el área de Responsabilidad Social de DIRECTV Colombia, con la colaboración fundamental de todos los sectores de la compañía que relevaron información.

En conformidad con la forma minuciosa y detallista con la que se realizó el trabajo de recolección de datos reportados y el alto compromiso de la empresa sobre su veracidad decidimos que no es necesario realizar

una verificación externa.

Los invitamos a hacernos llegar sus opiniones, sugerencias, dudas o cualquier comentario relacionado con este reporte a la casilla de correo electrónico:

 **luis.hernandez@directvla.com.co**
servicioalcliente@directvla.com.co

 **Luis Guillermo Hernández**
Gerente de Responsabilidad Social
DIRECTV Colombia Ltda.
Bogotá, Colombia.

MENSAJE PRESIDENTE DIRECTV COLOMBIA

2017 fue un año de grandes retos y logros para cada una de las áreas de DIRECTV Colombia. Logramos potenciar nuestra estrategia HD y llegamos a más de un millón de suscriptores, para brindarles la mejor experiencia de entretenimiento que existe en el mercado, soportada en nuestros altos estándares de calidad, producto y servicio.

Del mismo modo, con nuestra estrategia Prepago HD logramos democratizar la televisión por suscripción, cubriendo 1.050 municipios a lo largo y ancho del territorio y ofreciendo más de 200.000 puntos de recarga, para que colombianos de todos los rincones del país puedan acceder a este servicio.

Estas cifras no hubieran sido posible sin el compromiso de cada uno de los colaboradores que formamos parte de DIRECTV, que día a día trabajamos para detectar nuevas oportunidades y cumplir con la misión de llevar a los hogares colombianos la mejor oferta de entretenimiento en el país.

Teniendo en cuenta la importancia de cada integrante de nuestra cadena de valor, adelantamos diferentes iniciativas a nivel interno para contar con un clima laboral óptimo, potencializando las capacidades de cada uno de nuestros colaboradores y conectándolos con las estrategias de la compañía y con cada uno de nuestros equipos de trabajo.

Este año lanzamos la *Ruta para profesionales*, una iniciativa de inscripción voluntaria que benefició más del 30% de nuestros empleados, a través de programas de formación orientados al desarrollo del ser y el aprendizaje de habilidades blandas y de conocimientos específicos.

Por su parte, nuestro compromiso social llegó a su punto más alto en 2017, descentralizando la implantación de nuestros programas de responsabilidad social y realizando inversión estratégica en educación, con el programa Escuela Plus, y voluntariados de alto impacto focalizados en comunidades vulnerables, es-

pecialmente en regiones que fueron afectadas por el conflicto armado.

Asimismo, logramos construir grandes alianzas con entidades como la Presidencia de la República, el Ministerio de Educación Nacional, la Agencia para la reincorporación y la normalización (ARN), la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI) y con figuras públicas como Carlos Vives, con los que llevamos inversión social a 13 regiones del país, involucrando a más de 800 voluntarios que reconstruyeron escuelas, parques y escenarios deportivos.

DIRECTV Colombia opera de manera transparente, manteniendo una comunicación abierta con sus grupos de interés. Por eso, presentamos nuestro segundo reporte de sustentabilidad, en el que damos cuenta de nuestra gestión en materia social, económica y ambiental.



Michael Bowling

1. NOS COMPROMETEMOS



¿QUÉ ES DIRECTV?

Somos el mayor operador de TV paga satelital en el mundo, ahora parte de la familia AT&T. Cotizamos la totalidad de las acciones en el mercado de valores de empresas tecnológicas de Nueva York, NASDAQ. En 2015 DIRECTV fue adquirida por AT&T, la mayor empresa de comunicaciones del mundo con 140 años de historia en su haber y más de 268 mil empleados en todo el mundo.

DIRECTV Latinoamérica provee servicio en la región en más de 10 territorios, incluyendo Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, México, Perú, Puerto Rico, Uruguay, Venezuela y el Caribe, y es 100% parte de DIRECTV, el líder mundial de televisión y entretenimiento.



DIRECTV COLOMBIA LTDA

En Colombia, DIRECTV es una empresa 100% privada de tipo societario "limitado" y tiene dos accionistas: DIRECTV Latinoamérica LLC y Galaxy Latinoamérica Investment LLC. La sede principal de la organización queda en la ciudad de Bogotá.

Desde allí, se provee televisión por cable a **más 1.200.000 de hogares**, entre clientes Pospago y Prepago. Nuestro objetivo es brindar la mejor experiencia en entretenimiento, en cualquier momento y lugar. Nuestro servicio ofrece la mejor imagen y sonido digital, tanto para clientes que quieren comprometerse con una factura mensual (Pospago) como para aquellos que desean abonar solo por un mínimo de días que quieran ver TV (Prepago).

Actualmente tenemos 877 empleados directos, de los cuales 478 son hombres y 399, mujeres.

UNA ORGANIZACIÓN INDEPENDIENTE

DIRECTV Colombia no recibe ayudas económicas por parte del Gobierno para ninguno de sus programas u operaciones, ni tampoco para la implementación de su estrategia de Responsabilidad Social.

Asimismo, no terceriza la llegada de sus programas a las regiones, no realiza donaciones en dinero, ni recibe recursos de entidades públicas o privadas.

Números destacados

877 EMPLEADOS DIRECTOS

 HOMBRES **478**

 MUJERES **399**

1.236.876

CLIENTES

 PREPAGO **530.245**
POSTPAGO **706.631**

 **6 regiones**

Durante el 2017, no hubo cambios significativos en tamaño, estructura, propiedad accionaria o en la cadena de suministro.

BASE DE CLIENTES A DICIEMBRE 2017

	TV		NET	
	Pospago	Prepago	Pospago	Prepago
Bogotá	159051	91936	995	17
Centro	93.113	124.197	21.487	4.095
Occidente	88.201	103.876	20.984	2.842
Noroccidente	70.773	153.764	15.086	4.684
Norte	79.361	166.228	25.542	21.062
Oriente	39.746	66.630	9.317	2.503
TOTAL	530.245	706.631	93.411	35.203

NUESTRA ESENCIA

Aspiramos a convertirnos en la mejor experiencia de entretenimiento, en cualquier momento y lugar. ¿Cómo queremos hacerlo? Ofreciendo contenido exclusivo e interesante, la última tecnología en sonido e imagen, y un servicio de calidad para quienes confían en nosotros.

Nuestros Valores:

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

OBJETIVOS DE NEGOCIO

1. Brindar una experiencia WOW a nuestros clientes.
2. Continuar creciendo en los tres segmentos del mercado.
3. Generar mayor eficiencia en toda la organización, inspirar.
4. Comprometernos con nuestros empleados y con la comunidad.



A LA VANGUARDIA EN TECNOLOGÍA

En DIRECTV, todas las áreas están comprometidas con la detección de nuevas oportunidades para ofrecer un mejor servicio y una experiencia superior.

DIRECTV Colombia ofrece servicios de Televisión Prepago, Televisión Pospago e Internet. En estos tres campos y de manera constante, trabajamos en la identificación de oportunidades para **mejorar el desempeño financiero** y, al mismo tiempo, mantener la promesa de ofrecer la **mejor tecnología de producto**, el **mejor contenido de canales** y el **mejor servicio al cliente**.

La innovación Tecnológica en DIRECTV no es una función exclusiva de un área en particular; por el contrario, es una actitud y comportamiento que todos los colaboradores de la compañía observan en su día a día, cuando identifican oportunidades para mejorar la experiencia al cliente, los procesos de negocio, el desempeño financiero y los productos que comercializan.

En 2017 DIRECTV hizo frente al desafío **de robustecer la plataforma tecnológica, modernizando el datacenter y simplificando los procesos y aplicativos de IT.**

Otra iniciativa importante fue la introducción al mercado de un **nuevo decodificador de señal (LH01)** que permitió mejorar la eficiencia de la operación y brindar una mejor experiencia de servicio a los clientes.

Adicionalmente, **se desarrollaron mecanismos de autoatención para la activación de señal para los clientes prepago**, utilizando como mecanismo de transmisión SMS vía celular, con beneficio al 80% de los nuevos clientes de este segmento.

INTEGRIDAD Y ÉTICA EN LOS NEGOCIOS

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

GOBIERNO CORPORATIVO

Nuestra estructura de gobierno está conformada por el presidente regional y los vicepresidentes, quienes día a día definen las grandes líneas del negocio y establecen las estrategias y procesos centrales, así como los lineamientos de Sostenibilidad y Responsabilidad Social

ÓRGANO DE GOBIERNO

8 integrantes

DESGLOSE POR SEXO

3 mujeres

5 hombres

DESGLOSE POR GRUPO ETARIO

7

Entre 30 y
50 años

1

Mayores de
50 años

88%

7 de
nacionalidad
colombiana y 1
Norteamericano.

¿CÓMO ES LA ESTRUCTURA DE GOBIERNO EN DIRECTV COLOMBIA?

DTV COLOMBIA DICIEMBRE 2017



Michael Bowling
Presidente Regional



ESTEBAN TELLEZ
VP Mercadeo
Bogotá, Colombia



ROBERTO CASTRO
VP Customer Experience
Bogotá, Colombia



ENRIQUE PINEDO
Dir. SR Field Operations
Bogotá, Colombia

SOCIOS VERTICALES



Carolina Garcia
Vp Financiera
Bogotá, Colombia



Natalia Iregui
Vp Relaciones Institucionales
Bogotá, Colombia



Olga Lucia Giraldo
Vp Gestión Humana
Bogotá, Colombia



Juan Camilo Castro
Dir. Legal
Bogotá, Colombia



Edgardo Mosca
Dir. Broadcast Center
Bogotá, Colombia

EVALUACIÓN PARA TODOS

Al igual que se hace con todos los colaboradores de la compañía, el *staff* de Presidencia es evaluado **dos veces al año por parte del presidente**, en conjunto con el área de Gestión Humana. Este proceso busca asegurar que cada uno de los vicepresidentes esté alineado con los requerimientos internos de forma que se tomen las acciones correspondientes en el caso de que sea necesario.

CÓDIGO DE ÉTICA

La Junta Directiva de DIRECTV adoptó el Código de Ética y Conducta Empresarial, que está diseñado para promover una conducta honesta, ética y legítima. Cualquier empleado de la compañía que tenga información o conocimiento de una infracción o posible infracción de este código deberá denunciarlo inmediatamente al supervisor o a través de la Línea de la ayuda de la compañía.

POLÍTICAS DE ANTICORRUPCIÓN

Como DIRECTV es parte de AT&T, una empresa pública registrada en la Bolsa de Valores de Nueva York, las políticas anticorrupción de DIRECTV Colombia se rigen por **la normativa FCPA** estadounidense (Foreign Corrupt Practices Act, o ley sobre Prácticas Corruptas en el Extranjero). Esta normativa **prohíbe autorizar,**

ofrecer o prometer cualquier atención directa o indirecta en nombre de la compañía a un funcionario público, con el objetivo de obtener o retener un negocio, o de generar una ventaja inapropiada. La ley incluye, además, lineamientos para gestionar cualquier gasto vinculado con funcionarios o entidades de gobierno, como topes en monto, frecuencia, etc. Estas políticas de anticorrupción alcanzan a la totalidad de los empleados de DIRECTV Colombia.

El área de Recursos Humanos revisa que nuestros empleados no figuren en las listas OFAC (Office of Foreign Assets Control), donde aparecen aquellos individuos y empresas que incumplen con las leyes del Departamento de Tesoro de los Estados Unidos. Además, DIRECTV está vigilada por la Superintendencia de Sociedades de Colombia y por la DIAN (por ser usuario aduanero permanente), por lo cual, tiene implementado un SAGRLAFT¹/SIPLA² alineado con las características propias de la compañía -

1. Sistema de Autocontrol y Gestión del Riesgo de Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo.

2. Sistema Integral para la Prevención y Control de Lavado de Activos y de la Financiación del Terrorismo.



Actualmente se cuenta con un Manual de Políticas y Procedimientos, de acuerdo a las políticas adoptadas por parte de la Junta de Socios de DIRECTV Colombia Ltda. El manual contiene las directrices que buscan mitigar a través de controles el riesgo de Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo.

Nos encontramos registrados ante la Unidad de Información y Análisis Financiero (UIAF) y reportamos a través del sistema SIREL las operaciones sospechosas (intentadas o consumadas) y las transacciones individuales en efectivo.

Realizamos el proceso de debida diligencia en el conocimiento de las contrapartes (socios, empleados, proveedores y clientes) con el fin de determinar el riesgo al que está expuesta la compañía en caso que alguna de ellas esté relacionada con el Lavado de Activos, la Financiación del Terrorismo o alguno de sus delitos fuente y para tomar las decisiones que correspondan respecto a continuar o no la relación contractual con estas contrapartes.

Nuestro propósito es continuar con el fortalecimiento de los sistemas para la gestión del riesgo de Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo al interior de la compañía.

Todo proveedor que desee trabajar para DIRECTV debe pasar, antes de ingresar, por **un proceso de debida diligencia**, que consiste en un estudio reputacional (solicitud de documentación, verificación en listas e información pública), a criterio del área de Compras y de una compañía evaluadora seleccionada por esta misma área. En el caso de que en este estudio se obtengan resultados negativos frente a lavado de activos, financiación del terrorismo, extinción de dominio o sus delitos fuente, no será permitida la creación de este proveedor. El 100% de los proveedores es contrastado con diferentes listas, antes de iniciar una contratación. Esta revisión se realiza de manera periódica, para minimizar el riesgo de tener un proveedor inmerso en conductas reprochables o corruptas.

Por otro lado, cuando un tercero representa a DIRECTV ante entidades estatales, debe diligenciar unos formatos especiales para que dentro del proceso que

surte en ARIBA (sistema de gestión del proceso de compras y suscripción de contratos) se haga una revisión detallada del proveedor por parte de Compliance.

El área de Control Interno realiza un proceso similar con **todos nuestros clientes** y revisa que no figuren en las listas OFAC y las demás pertinentes¹.

1. Para mayor información, puede remitirse al manual de procedimientos para el autocontrol y la gestión del lavado de activos y financiación del terrorismo SAGRALFT.



El año 2017 DIRECTV no ha tenido casos de corrupción.

NO DISCRIMINACIÓN

DIRECTV Colombia posee una **política de antidiscriminación y de acoso**, que se aplica a todos los colaboradores de la compañía. En ese sentido, se establecen canales de comunicación para que los empleados puedan denunciar este tipo de conductas, como:

- Ethics point
- Comité de convivencia, que se establece como requerimiento legal de la Ley 1010 de Acoso Laboral, sancionada en 2006.

En 2017 no se ha reportado **ningún caso de discriminación**, teniendo en cuenta los criterios de recursos humanos de protección a la equidad de género e inclusión para los casos de sexualidad, raza y de regiones.

Derechos Humanos: Todos los empleados de DIRECTV están regidos por las políticas corporativas que determinan las conductas esperadas para sus colaboradores, destacan qué valores rigen su tarea diaria

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

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

Dentro de las mismas se encuentran las siguientes:

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

Este año se realizó una 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/EnglishCOBC.pdf>). A su vez, a través de la incorporación de una plataforma de AT&T, capacitamos a nuestros empleados para que estén en conocimiento del mismo.

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

Formación en el COBC

País: **Colombia**



3165 empleados
capacitados (89,8%*)



791 horas de formación

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

ETHICS POINT

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

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

Una vez llevadas a cabo las acciones y validando el resultado esperado, se cierra el caso, independientemente de que el sector de Recursos Humanos continúa el seguimiento de los empleados relacionados con la denuncia.

Ethics Point

- Estados Unidos: 1-800-385-9470
- Fuera de Estados Unidos:
1-800-385-9470 / 1-503-748-0500
- www.ethicspoint.com

Canales de denuncia

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

- Ethics Point a través de la web www.ethicspoint.com o comunicándose al 0800-444-8084
- Planteando el tema con su gerente o director
- Comité de Ética de DIRECTV vía mail a etica@DIRECTVla.com.ar

RECLAMACIÓN SOBRE LAS PRÁCTICAS LABORALES

DIRECTV Colombia aborda el tema de reclamaciones con dos públicos específicos: **personal directo y personal de terceros**. En la actualidad, con el personal directo el enfoque de la compañía es preventivo y busca cumplir cabalmente con todas las disposiciones que la ley determina.

Respecto al personal vinculado con terceros, se viene trabajando con un proceso de auditoría anual en temas laborales, de salud y de seguridad a fin de determinar y vigilar el cumplimiento en estas áreas. En temas laborales, de acuerdo a los resultados arrojados en las auditorías se trabaja con un plan de trabajo con cada Dealer para corregir las falencias encontradas y buscando el fin específico de llevar a la formalidad a

las empresas. Actualmente todas las reclamaciones en materia laboral son de terceros que vinculan a DIRECTV como solidario en sus demandas.

La **totalidad de los litigios laborales** atendidos en el período comprendido entre enero 1 de 2017 y el 31 de diciembre de 2017 fue de 22 demandas laborales.



CAPACITACIONES SOBRE LA TEMÁTICA

Las políticas FCPA son informadas al 100% de la compañía, al igual que el Código de Ética. En DIRECTV Colombia contamos con un Compliance Officer que pertenece al área de Compliance corporativa, encargada de realizar las capacitaciones anuales sobre este tema a toda la compañía.

Estas capacitaciones se dan a aquellos colaboradores a partir del rango de Jefe y se realizan de manera anual.

2. SOMOS SOSTENIBLES



UNA GESTIÓN DE 360 GRADOS

Creemos que invertir en potenciar a las personas, a la comunidad y al entorno que nos rodea es la base para nuestro desarrollo presente y futuro. ¿Por qué? Porque solamente podemos construir a largo plazo si la compañía crece generando un impacto positivo. DIRECTV gestiona la relación con sus grupos de interés a través de varias estrategias de inclusión y relacionamiento tanto en el ámbito interno como externo: Servicios de atención al cliente, espacios de trabajo con gobierno, espacios de diálogo con empleados, inversión social con comunidades, espacios de diálogo con dealers y proveedores. Ofrecer televisión e internet con cobertura nacional implica relacionarse constantemente con *dealers*, comunidad y gobierno, y buscamos **garantizar su participación** en la toma de decisiones y también en la operación del negocio.



Toda la estrategia de Responsabilidad Social de DIRECTV Colombia es gestionada y acompañada por el Gobierno Nacional, representado por el Ministerio de Educación, la Agencia Colombiana para la Reintegración ARN, los Gobiernos regionales y locales.



FORTALECIENDO EL VÍNCULO CON GRUPOS DE INTERÉS

Entendemos que la sustentabilidad va de la mano de escuchar las expectativas y preocupaciones de nuestros grupos de interés y de sumarlas a nuestra gestión diaria.

Nuestros grupos de interés se determinan bajo una base de desarrollo mutuo y despliegue de los negocios de televisión e internet. A partir de la relación con nuestra compañía, buscamos que todos ellos crezcan y generen valor compartido. Aspiramos a dejar capacidad instalada tanto en los aliados como en las regiones, pues de este modo todos nos desarrollamos.

Nuestros grupos de interés son los siguientes:



CLIENTES

que representan el centro de todo lo que hacemos y la razón que inspira a nuestra empresa.



COMUNIDAD

en su conjunto, con quien construimos una relación de apoyo mutuo y a la cual queremos ver crecer.



EMPLEADOS

que con su trabajo diario materializan nuestra misión de brindar la mejor experiencia de entretenimiento.



GOBIERNO

tanto nacional como local, para garantizar un buen ambiente regulatorio e implementar estrategias de Responsabilidad Social, en el marco de alianzas público-privadas.



NUESTRA CADENA DE VALOR

representada por proveedores y dealers que nos permiten asegurar la calidad de nuestros productos, desde que los concebimos hasta que llegan al hogar de nuestros clientes.

LA COMUNICACIÓN CON NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS

En DIRECTV, creemos que **la comunicación es una parte importante** del modelo de gestión de Responsabilidad Social. A través de diferentes espacios no convencionales y rendiciones de cuentas, acercamos a los diferentes grupos de interés información alineada al desarrollo de la empresa y del negocio.

Para lograrlo, existen canales directos, como la página web, la intranet, las redes sociales, los medios digitales, aplicaciones, puntos de venta en todo el país, medios impresos y contenidos en TV, además de una estrategia directa de Prensa con la que llegamos a generadores de opinión y espacios en foros, eventos y congresos.

Con nuestros clientes, la comunicación se enfoca en diferentes canales:

- **Atención Telefónica Inbound**, que se gestiona mediante estándares de calidad y satisfacción
- **Campañas de marketing directo vía SMS o Voice Push**, dirigidas a bases de datos segmentadas y definidas por área de producto. Este proceso de contacto se acoge a la política de Habeas Data, con lo que damos tratamiento solo a clientes que así lo han autorizado.

- **Canales de autogestión vía web**, aplicaciones móviles, SMS y menú telefónico, que brindan soluciones ágiles para que nuestros suscriptores puedan atender sus consultas en cualquier momento y desde cualquier lugar.

Con diferentes *stakeholders* (incluyendo agentes de gobierno y competidores), desde la Gerencia de Regulación de la compañía, establecemos un relacionamiento positivo para promover cambios en la política pública del sector TIC's y audiovisual, como ajustes a las normas regulatorias y reglamentarias que aplican a los servicios prestados por DIRECTV.

En este sentido, en 2017 se alcanzaron diferentes logros:

- Posicionamiento frente al Gobierno y los competidores sobre la necesidad de realizar ajustes a la política pública audiovisual en Colombia.
- Posicionamiento frente a reguladores sobre la necesidad de implementar análisis de impacto normativo en las diferentes regulaciones.
- Tender puentes con diferentes autoridades, como ProColombia, MINCIT³, DNP⁴ y Presidencia de la República, para sensibilizarlos sobre la importancia de realizar ajustes normativos para fomentar la inversión en el país.

DIALOGAR PARA CRECER

Gracias a una serie de mecanismos e instancias, como canales de comunicación, mesas de trabajo y rendición de cuentas, DIRECTV Colombia mantiene **un constante feedback de su labor por parte** de sus grupos de interés. Sus expectativas y preocupaciones son tenidas en cuenta como insumo fundamental para la planeación, el despliegue del negocio y la toma de decisiones.

Si bien en la actualidad no contamos con una medición formal de los impactos, DIRECTV está trabajando en este proceso para tener un alcance más medible del impacto de estas alianzas y los programas que se desarrollan a su alrededor.

3. Ministerio de Telecomunicaciones

4. Departamento Nacional de Planeación

PARTICIPACIÓN EN ASUNTOS PÚBLICOS

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

Entre otras, formamos parte de las siguientes organizaciones:

- Cámara Colombiana de Informática y telecomunicaciones (CCIT)
- Asociación Nacional de Empresas de Servicios Públicos y Comunicaciones (ANDESCO)
- Asociación Nacional de Industriales de Colombia (ANDI)
- Cámara de comercio colombo americana (AMCHAM)
- Asociación Interamericana de Empresas de telecomunicaciones (ASIET)
- Consejo de Empresas Americanas (CEA)

ACCOUNTABILITY Y TRANSPARENCIA

Para involucrarnos en un desempeño sostenible, es imprescindible definir objetivos, medir resultados y, por último, comunicarlos. Con nuestro segundo Reporte de Sustentabilidad, aspiramos a dar cuenta de nuestras actividades y de su impacto en el entorno. Y, si es posible, inspirar a los demás.

Para el Reporte de Sostenibilidad 2016 y con el objetivo de fortalecer la cultura de reporte en la región, se realizó un ejercicio de materialidad para **comunicar los principales resultados y logros de sostenibilidad** de las diferentes operaciones de la región. Así, se identificaron asuntos alrededor de los cuales se estaba teniendo una gestión relevante o una influencia significativa con relación a los grupos de interés de la compañía, y posteriormente, se implementaron estrategias a nivel local en cada una de las operaciones involucradas.

En concordancia con el contexto de la operación de DIRECTV Colombia, su gestión en términos de Res-

ponsabilidad Social y tomando en cuenta los resultados de los diálogos con los grupos de interés, se priorizaron los asuntos de triple cuenta y se identificaron cuáles, además de los sugeridos a nivel regional, aplican localmente. De esta manera, se clasificaron los asuntos de la siguiente manera:

Asunto Material	Cobertura	Vinculación ods (objetivos de desarrollo sostenible)	Vinculación ods (meta)
Calidad y satisfacción de clientes			
Gobierno corporativo, ética y transparencia		5. Igualdad de género 16: Paz, justicia e instituciones sólidas	5.1, 16.5
Innovación tecnológica	Internos y externos	9. Industria, innovación e infraestructura 12. Producción y consumo responsable	9.1, 9.4, 12.5
Diversidad, inclusión y empleabilidad		5. Igualdad de género 8. Trabajo decente y crecimiento económico 10. Reducción de las desigualdades	5.5, 8.5, 10.2
Gestión de talentos	Internos	4. Educación de calidad 5. Igualdad de género 8. Trabajo decente y crecimiento económico	4.3, 4.4, 4.5, 5.5, 8.5
Desempeño económico e impacto en Colombia	Internos y externos	8. Trabajo decente y crecimiento económico 9. Industria, innovación e infraestructura	8.1, 9.1
Gestión del impacto ambiental del negocio	Interno	12. Producción y consumo responsable	

Asunto Material	Cobertura	vinculación ods (objetivos de desarrollo sostenible)	vinculación ods (meta)
Inclusión social	Internos y externos	10.Reducción de las desigualdades	10.2
Seguridad de la información		16.Paz, justicia e instituciones sólidas	16.10
Inclusión tecnológica	Externos	10.Reducción de las desigualdades 11.Ciudades y comunidades sostenibles	10.2
Información de productos y servicios	Internos y externos		
Programas de inversión social		4: Educación de calidad 8. Trabajo decente y crecimiento económico 9. Industria, innovación e infraestructura 11. Ciudades y comunidades sostenibles	4.4, 4.5, 8.2, 8.5, 9.1, 9.2
Salud y seguridad laboral	Internos	8. Trabajo decente y crecimiento económico	8.8
Desarrollo de la cadena de valor	Internos y externos	9. Industria, innovación e infraestructura 12. Producción y consumo responsables	9.1, 9.4, 12.5
Canales de comunicación con los grupos de interés		16: Paz, justicia e instituciones sólidas	16.5 16.7
Pluralidad de contenidos		4: Educación de calidad	4.1, 4.3, 4.5, 4.6, 4.7, 4.10
Voluntariado		4: Educación de calidad 8. Trabajo decente y crecimiento económico 9. Industria, innovación e infraestructura 11. Ciudades y comunidades sostenibles	4.4, 4.5, 4.8, 4.10, 8.2, 9.1
Desarrollo de la industria nacional		8. Trabajo decente y crecimiento económico 9. Industria, innovación e infraestructura	8.1, 9.1

3. ENTRETENEMOS

RECTV
Plus HD



RESPONSABILIDAD Y ÉTICA DE PRODUCTOS

Tenemos una política de comunicación comercial transparente, honesta e inclusiva, que incluye el etiquetado adecuado de nuestros productos. Protegemos los datos personales de los clientes y monitoreamos su satisfacción como forma de mejorar cada día.

En DIRECTV:

- Estamos en contra de cualquier mensaje engañoso, ofensivo o de mal gusto, y promovemos **la sana competencia**, sin desacreditar ni desdeñar a nuestros competidores.
- Practicamos la **autorregulación publicitaria**. A su vez, desde el departamento de Legales de nuestra compañía, supervisamos todas las piezas de comunicación que se emiten desde las diferentes áreas, analizando los contenidos y las cuestiones referidas a lo monetario.
- Realizamos una **comunicación anticipada, completa y detallada** de cualquier modificación tanto en las modalidades de contratación como en

los beneficios o en las promociones. A través de comunicaciones especiales, informamos los aumentos de precio, los cambios en los ciclos de facturación y en la grilla.

PRÁCTICAS DE COMPETENCIA DESLEAL

Todos los procesos legales de la compañía, incluyendo los de competencia desleal, se centralizan en el área legal, que determina al abogado externo que llevará el caso, según los procedimientos de la política de Compras para la elección de proveedores y según lineamientos de nuestro corporativo. Ocasionalmente, cuando las condiciones del proceso lo ameriten, se contratan abogados fuera de esta política, pero siempre cumpliendo con los requisitos para este tipo de contrataciones.

Trimestralmente, se elabora un reporte de contingencias para el corporativo, llamado Litigation Report.

Las demandas pendientes o concluidas durante el año 2017 fueron:

1. Caracol/RCN vs. DIRECTV:

En 2013, los canales de televisión Caracol y RCN iniciaron una demanda contra los operadores de TV por suscripción por la retransmisión de su señal a través de sus parrillas, sin que hubiera una contraprestación económica. Al respecto, los operadores respondieron que esto se hacía con fundamento en el must carry consagrado en la Ley y la Jurisprudencia. En septiembre de 2016, la Superintendencia de Industria y Comercio falló en favor de los canales al afirmar que se requiere autorización de estos para la retransmisión de su señal. No obstante, en marzo de 2017, el juez de segunda instancia revocó la primera sentencia y reconoció el principio de must carry como una excepción a los derechos de autor. Así, les dio la razón a los operadores de TV por suscripción, incluido DIRECTV.

INFORMACIÓN Y ETIQUETADO

Las etiquetas de los decodificadores de DIRECTV Colombia indican dónde fueron fabricados, pero no su contenido, ya que no contienen sustancias peligrosas.

Los aparatos están acompañados por un manual que informa aspectos de seguridad y cuidado, y también sus funcionalidades.

COMUNICACIONES DE MERCADOTECNIA

En principio, todas las piezas de mercadeo son revisadas por legal con el fin de mitigar riesgos por publicidad engañosa o con el fin de disminuir los riesgos de incumplimientos legales. Además, las peticiones de clientes relacionadas con publicidad, promociones y oferta engañosa de productos son resueltas, en primera instancia, por el área de Servicio al Cliente. Aquí incluimos también a aquellas que son enviadas por los entes de vigilancia, como la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) y la Autoridad Nacional de Televisión (ANTV). No obstante, cuando se trata de investigaciones de la SIC por vía administrativa, la respuesta es resuelta directamente por el área de Legales de la empresa.

PRIVACIDAD DE LOS CLIENTES

En DIRECTV le damos mucha relevancia a la protec-

ción de los datos personales de nuestros clientes y empleados. Por eso, gestionamos los riesgos relacionados con esta información a través del cumplimiento de frameworks y políticas de seguridad, como PCI DSS, SANS 20 Critical Security Controls, Sarbanes-Oxley y la Ley de Protección de Datos Personales 1581 de 2012. Este enfoque de seguridad se basa en un ciclo de mejora continua y tiene como objetivo asegurar la confidencialidad, integridad y disponibilidad de los datos, a través de planes de trabajo y acciones en el ámbito de la prevención, detección, respuesta y cumplimiento.

DATOS: CONFIABLES, ÍNTEGROS, DISPONIBLES

Contamos con un equipo calificado para gestionar, asegurar y controlar la seguridad de la información, organizado en las siguientes funciones: Gobierno, riesgos y cumplimiento; Operaciones de seguridad; y Arquitectura de seguridad. Dicho equipo es liderado por el **Chief Information Security Officer (CISO)**, quien se en-

carga de identificar riesgos, necesidades y prioridades de la empresa, para coordinar la ejecución exitosa de los planes de seguridad y protección de datos.

DIRECTV ha establecido procesos de auditoría interna y externa, como medidas de mantenimiento y control de los planes de seguridad que se implementen en sus operaciones. Asimismo, contamos con un proyecto de implementación y seguimiento de las normas que regulan la protección de datos personales. En el desarrollo de dicho proyecto, se han llevado adelante diferentes acciones:

1. Se identificaron los riesgos de la compañía asociados al uso y tratamiento de datos.
2. Se comunicó el tema con los altos directivos de la compañía y se procedió con capacitaciones para sensibilizar a nuestros empleados.
3. Se trabajó la política de uso y tratamiento de datos de la compañía.

En 2017, no se registraron casos de incumplimiento de las normativas y los códigos voluntarios sobre comunicaciones de mercadotecnia.

4. Se identificaron responsables del uso de los datos dentro de la compañía.
5. El equipo de trabajo del proyecto está conformado por personas de las áreas de Legales, Seguridad de la información y Procesos y proyectos, lo que ha permitido el levantamiento de procesos asociados a estos temas, en la medida en que se van analizando las necesidades de la compañía relacionadas con el uso de datos.
6. Se adquirió una herramienta llamada NIMITY, que permite, por un lado, llevar una trazabilidad del desarrollo del proyecto y, por otro, analizar nuestro cumplimiento comparado con otras compañías de diferentes sectores.

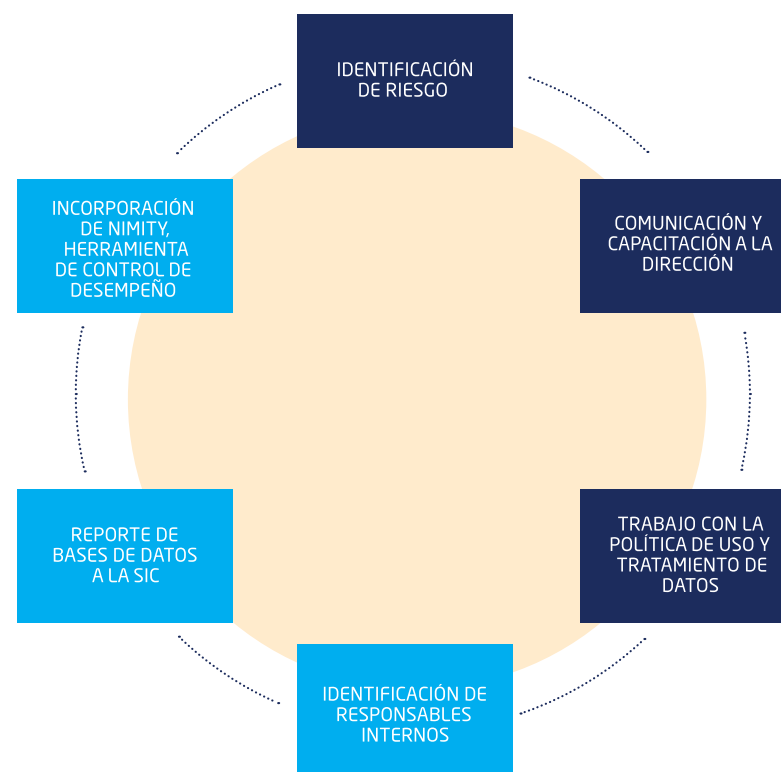
EN 2017, TUVIMOS:

111 reclamos

por parte de clientes en relación con habeas Data.

60 tutelas

relacionadas con actualizaciones de datos personales.



CUMPLIMIENTO REGULATORIO

Para DIRECTV, todas las multas son significativas, ya que su pago está a cargo del área que pudo haber cometido el presunto error. Cuando se impone una multa a nuestra empresa, esta es puesta en conocimiento del área legal, que se encarga de analizar el caso para montar la defensa, identificar dónde pudo estar el posible error y definir el área o centro de costos al que se le cargará la multa.

En 2017, DIRECTV recibió multas por la suma de \$338.612.103

MOMENTO, LUGAR Y FORMA EN QUE LOS CLIENTES LO DESEAN

Nuestra primera misión estratégica es brindar una gran experiencia a todos los clientes. Nuestros pilares de servicio así lo indican. Trabajamos por:

- Entregar a nuestros clientes un servicio libre de defectos.
- Cumplir con nuestros compromisos de forma oportuna.
- De forma amigable y cálida.
- Resolver los requerimientos de manera excepcional.

En el entorno empoderado de clientes de hoy, DIRECTV mantiene su compromiso en entregar las mejores experiencias a nuestros clientes. En consecuencia, hemos incorporado un nuevo concepto en nuestros pilares de servicio y es: **en el momento, el lugar y la forma en que los clientes lo deseen.**

Los pasos que hemos dado nos acercan hacia una experiencia avanzada de servicio donde el cliente en

línea pueda consultar, comprar o solucionar problemas desde cualquier dispositivo. Un valor clave es entender y facilitar los mecanismos para que nuestros clientes interactúen en sus propios términos a la vez que disfruten de vivir la experiencia de entretenimiento.

Para ello seguimos modernizando nuestras plataformas en los canales de servicio al cliente combinando experiencias web, redes sociales y de centro de contacto para brindar una solución de servicio de canales cruzados unificada, que nos permita entregar mejores productos, construir confianza y fortalecer relaciones con nuestros clientes, reduciendo el esfuerzo.

Todos estos pilares de servicio se monitorean mediante diversos indicadores. Los más representativos son: encuesta de servicio, %Service Level, Ab, Calls Per Subs, Repet Calls.

Con la nueva regulación (Régimen de Protección al Usuario unificada para TV e Internet) el indicador de NPS (Satisfacción) en todos los canales de servicio, tomará un papel preponderante en la industria. Hemos

liderado en la industria e influenciado positivamente en la regulación vigente, de modo que para los entes reguladores la noción de resolución de fondo y satisfacción sea mayormente valoradas que la velocidad en el tiempo de respuesta.

Rediseñamos nuestro Portal web de Servicio al Cliente y le hemos llamado Centro de Soluciones, disponible desde cualquier dispositivo para ser utilizado en cualquier momento.

RESULTADOS 2017

1. Resultados encuesta de servicio

45%

NPS¹ canal Telefónico

18%

Insatisfacción²

20%

Encuesta No Resolución (problema no resuelto)³

4. Calls per Subs⁴

0,36

5. Repet Calls⁵

37%

6. % Uso de canales virtuales

57%

¹ Net Promoter Score: Indicador que busca medir la lealtad del cliente con una escala de 0 a 10 en respuesta a la siguiente pregunta específica: ¿Cuán probable es que recomiende el producto o servicio a un familiar o amigo? Los que responden asignando 9 o 10 puntos: promotores; Los que asignan 7 u 8 puntos: pasivos y Los que otorgan 6 puntos o menos: detractores. Para obtener un resultado se restan los detractores a los promotores y se consigue un porcentaje, de manera de medir la calidad del servicio.

² Que tan insatisfecho quedó nuestro cliente con el servicio telefónico ofrecido por nuestro agente durante la llamada

³ Se le pregunta al cliente si su necesidad fue solucionada durante la llamada.

⁴ Cantidad de llamadas realizadas por suscriptor en un lapso de tiempo (mes). Llamadas ofrecidas/ base de suscriptores.

⁵ Porcentaje de recontactos realizados por los suscriptores en un lapso de tiempo (mes).

4. COLABORAMOS



DINAMISMO Y DIVERSIDAD PARA CRECER

El equipo de DIRECTV Colombia está formado por 877 personas: 478 hombres y 399 mujeres. Aunque la mayor parte de los empleados se desempeña en Bogotá, estamos presentes en la región Centro, Norte, Occidente y Oriente del país.

Número total de empleados: 877

BOGOTÁ

605315 HOMBRES | 290 MUJERES

NOROCCIDENTE

5942 HOMBRES | 17 MUJERES

OCCIDENTE

5433 HOMBRES | 21 MUJERES

CENTRO

3217 HOMBRES | 15 MUJERES

NORTE

8850 HOMBRES | 38 MUJERES

ORIENTE

3921 HOMBRES | 18 MUJERES

Nota: Todos los colaboradores incluidos en estas cifras son colaboradores directos de la compañía.

PLANTILLA DE EMPLEADOS	CANT. DE EMPLEADOS	PROPORCIÓN	CANT. DE EMPLEADOS	PROPORCIÓN	CANT. DE EMPLEADOS	PROPORCIÓN	CANT. DE EMPLEADOS	PROPORCIÓN	CANT. DE EMPLEADOS	PROPORCIÓN	CANT. DE EMPLEADOS	PROPORCIÓN	CANT. DE EMPLEADOS	PROPORCIÓN
Total categoría	1	0,11%	10	1,14%	38	4,33%	85	9,69%	351	40,02%	392	44,70%	877	100,00%
CATEGORÍA	PRESIDENTE		VICEPRESIDENTE Y DIRECTORES SR.		DIRECTORES Y GERENTES		GERENTES Y JEFES		ANALISTAS, ANALISTAS SR.		ASEDORES DE VENTAS Y CSR (CARGOS TÉCNICOS)		TOTAL	
Desglose por sexo														
Hombres	1	100,00%	6	60,00%	18	47,37%	49	57,65%	195	55,56%	209	53,32%	478	54,50%
Mujeres	0	0,00%	4	40,00%	20	52,63%	36	42,35%	156	44,44%	183	46,68%	399	45,50%
Desglose por grupo etario														
Menores de 30 años	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	3	3,53%	117	33,33%	167	42,60%	292	33,30%
Entre 30 y 50 años	1	100,00%	7	70,00%	37	97,37%	82	96,47%	232	66,10%	223	56,89%	577	65,79%
Más de 50 años	0	0,00%	3	30,00%	1	2,63%	0	0,00%	2	0,57%	2	0,51%	8	0,91%

Para DIRECTV es de suma importancia contar con una fuerza laboral diversa que nos permita **enriquecer el entorno de trabajo** y garantizar una cultura inclusiva que valore las diferencias. Por ello, nuestro Código de Ética, al igual que todas las políticas internas y nuestro Modelo de Liderazgo (ELM), son enfáticos en nuestro compromiso de promover una política de igualdad y de fomentar la diversidad e inclusión al valorar y respetar las diferencias.

EQUILIBRIO Y TOLERANCIA

A través de nuestras políticas de Recursos Humanos, trabajamos para que nuestros empleados logren el **equilibrio entre la vida profesional y la familiar**.

En DIRECTV facilitamos a los empleados que han sido padres para que quieran y puedan reintegrarse una vez que su licencia ha finalizado. Las licencias de maternidad y paternidad en Colombia son un derecho establecido por normas legales vigentes.

En nuestra empresa, el 100% de los empleados está cubierto por las normas legales que contemplan el derecho a baja por maternidad o paternidad.

EDAD	Menores o de 30		Entre 31-50		Mayores de 50	
	H	M	H	M	H	M
# de bajas	26	33	69	56	2	-
# de altas	52	40	46	27	-	-

	2017		2016	
	H	M	H	M
Número total de empleados, desglosado por sexo	478	399	494	436
Número total de empleados que pidieron la baja por maternidad o paternidad	20	26	26	24
Número total de empleados que se reincorporaron al trabajo una vez finalizada la baja	20	26	26	24
Número total de empleados que, tras reincorporarse al trabajo, conservaron el empleo después de 12 meses	13	18	9	19
Índice de Reincorporación al trabajo tras licencia por paternidad y maternidad	H	M	H	M
Licencia por maternidad	N/A	5%	N/A	6%
Licencia por paternidad	3%	N/A	5%	N/A
Índice de retención de los Empleados que ejercieron la licencia por maternidad o paternidad	65%	69%	35%	79%

DIRECTV Colombia no cuenta con convenios colectivos.

DESARROLLO Y MOVILIDAD

INSPIRAR Y COMPROMETERSE

Dentro de los objetivos estratégicos de la Compañía siempre está el talento en la agenda de negocio como prioridad, en el 2016 el objetivo se expresaba en: Inspirar y comprometernos con nuestros empleados y la comunidad, para el 2017 fue: Invertir en la Gente.



OBJETIVO 2017: Invertir en la Gente

Para cumplir esta meta, el Plan Estratégico de la Vicepresidencia de Gestión Humana se asegura que los procesos de capacitación y educación garanticen la atracción, retención y desarrollo del talento como el capital más importante de la empresa.

La inversión en estos procesos es muy importante. Sin embargo, más allá de la definición presupuestaria, revisamos constantemente los programas, cuidando que respondan a las necesidades actuales. Un ejemplo de ello es la Ruta de Profesionales, un programa creado en 2017 que responde a la percepción de nuestros empleados en la encuesta de eNPS (Employee Net Promoter Score)

EVALUACIONES DE EMPLEADOS 2016



860
EMPLEADOS
EVALUADOS

948*
TOTAL DE
EMPLEADOS



91%

**PORCENTAJE DE
EMPLEADOS EVALUADOS**

**POR
CATEGORÍA
GÉNERO**



91%
hombres



90%
mujeres

**POR
CATEGORÍA
LABORAL**



91%
líderes



91%
equipos

*Esta cifra representa el total de empleados evaluados durante el año y no coincide con la cifra del headcount al 31 de diciembre.



EN FORMACIÓN CONTINUA

Para que los empleados puedan optimizar su desempeño, en DIRECTV, les brindamos la oportunidad de experimentar nuevos desafíos, además de una gran oferta de capacitación alineada al negocio y al desarrollo de habilidades.

Ayudamos a nuestros equipos a descubrir y desarrollar su talento, superarse profesionalmente y gestionar su carrera a través de diversos programas formativos. En 2017, brindamos más de 48.000 horas de capacitación para todos los empleados.

DESGLOSE POR CATEGORÍA

	HC	HORAS	PROMEDIO
Horas formación total empleado	948	48.699	51,4
Horas formación líder	147	1.396	9,5
Horas formación equipo	801	47.303	59,1

Nota: Estos indicadores incluyen personal temporal de aliados de DIRECTV, que operan de manera directa con el negocio en áreas de ventas, operación y administración. Los valores representan el headcount activo que se formó durante el año.

Dentro de los programas de gestión de habilidades, formación y gestión de carrera que tenemos en la empresa, se encuentran:

- **Ruta de Formación Corporativa:** Tiene como objetivo acompañar y reforzar el conocimiento que el empleado tiene sobre DIRECTV desde que ingresa a trabajar, para la apropiación de la cultura organizacional, el desarrollo del modelo de competencias y el saber del negocio. Aquí se incluyen iniciativas como la Inducción corporativa, que va dirigida a todos los nuevos ingresos; cursos virtuales que refuerzan el conocimiento de temas de negocio para todos los empleados; VOC (Voz del cliente), programa de acompañamiento en el campo en el que el nuevo empleado vive la experiencia de venta e instalación del producto; capacitaciones del producto dirigidas a todos los empleados bajo la iniciativa “Yo sumo”, y el “Taller de pasión por el servicio”, que refuerza una de las promesas de valor de la compañía.
- **Formación específica:** Hace referencia al apoyo financiero para el desarrollo de cursos externos que esfuercen el conocimiento del idioma ingles y/o la pro-



fundización de un conocimiento específico, como por ejemplo actualizaciones en alguna ley. Este programa solo va dirigido a aquellos empleados que por necesidad en el cargo requieran el uso del idioma o el curso solicitado, el colaborador debe diligenciar un formato de solicitud con el visto bueno del jefe y posterior a la revisión de las condiciones y el presupuesto la Gerencia de Desarrollo da respuesta al requerimiento.

- **Ruta del líder:** Fortalece el Modelo del Líder Extraordinario (ELM) a través de programas de formación de competencias. Busca que los líderes gestionen equipos que impulsen su desarrollo y resultados de alto desempeño a través de trabajo colaborativo, incrementen resultados y gestionen su carrera. La Ruta del líder está compuesta por diferentes módulos que refuerzan el conocimiento técnico y las habilidades, según el nivel de cargo.

- **My Performance Plan:** Es el proceso de gestión de desempeño que busca alinear los objetivos individuales con las prioridades, los objetivos y el éxito de la compañía, para potenciar el desempeño individual y organizacional. El proceso promueve el mejoramiento continuo y el desarrollo de cada uno de nuestros colaboradores mediante el establecimiento de metas y expectativas claras, una cultura rica en retroalimentación, el coaching, el diálogo abierto, la evaluación del progreso y el reconocimiento. Este proceso va dirigido a todos los empleados de la compañía.

- **Altos potenciales:** Este programa va dirigido a los empleados que, por su alto desempeño, compromiso, aspiración y capacidad, demuestran la posibilidad de ser exitosos en un rol superior, en un menor tiempo que los demás. Los participantes son seleccionados de acuerdo con el modelo establecido en la compañía

y entran a un proceso de gestión diferencial de talento que refuerza conocimientos técnicos y de habilidades. El programa no garantiza que los participantes sean ascendidos, pero promueve el acompañamiento personalizado en sus planes de desarrollo.

- **Entrenamiento comercial:** Es el programa de formación para los asesores comerciales en el desarrollo de habilidades y conocimiento del producto. Se destacan aquí programas como la Escuela comercial y el Sendero del conocimiento.

- **Outplacement:** Es el proceso de acompañamiento de transición de carrera para aquellos empleados que, por definición de la compañía y como resultado de un proceso de reestructuración interna, deben finalizar su contrato laboral. Solo aplica para los trabajadores cuyo retiro sea producto de una reestruc-

turación. El acompañamiento es liderado por un proveedor externo.

- **Ruta para Profesionales:** en el 2017 inicia este programa cuyo objetivo es promover el desarrollo profesional y personal de los profesionales de DIRECTV, que, a través de herramientas de aprendizaje, acompañamiento y reto, fomenta la administración y gerencia de la carrera y el incremento de resultados.

17 nuevos programas de formación fueron implementados durante 2017.

CATEGORÍA	PROGRAMA	MODALIDAD	INTENSIDAD HORARIA	NUEVO 2017
Ruta de formación corporativa	Inducción 2017	Presencial	8	No
	VOC 2017	Presencial	8	No
	Indicadores financieros	Virtual	1	Si
	Hacer lo correcto	Virtual	1	Si
	Curso producto	Virtual	1	Si
Ruta para profesionales	Autoconocimiento	Presencial	4	Si
	Manejo emociones	Presencial	4	Si
	Excelencia de negocio	Presencial	4	Si
	Excel	Presencial	20	Si
	Ingles	Presencial	49,5	Si
Días de experiencia profesionales	Marca personal	Presencial	1	Si
	VP de Ventas	Presencial	1	Si
Formación HIPO	Administrativos	Presencial	48	No
	Ventas	Presencial	8	Si
Formación líderes	Formación equipo directivo	Presencial	41	Si
	Encuentro del líder	Presencial	64	Si
	Curso de Comunicación (Virtual)	Virtual	1	Si
	Formación MMP + On Air	Presencial	3	Si
	Refuerzo MMP	Presencial	3	Si
	Liderando Millenials	Presencial	1	Si
Formación Ventas	Inducción corporativa	Mixto	73	No
	Escuela comercial básico	Presencial	20	No
	Escuela comercial intermedio	Presencial	12	No
	Refuerzos específicos	Presencial	3	No
	Coaching en campo	Presencial	2	No

BENEFICIOS Y FLEXIBILIDAD EN LOS NEGOCIOS

Creemos que cada logro de la compañía tiene más peso si lo compartimos con quienes lo hicieron posible. Por eso, retribuimos a nuestros empleados a través de una compensación salarial equitativa, competitiva y alineada con el desempeño, y también de beneficios pensados especialmente para sus intereses y necesidades.

POLÍTICA DE REMUNERACIÓN

DIRECTV Colombia establece los parámetros salariales de acuerdo con una metodología definida: en general, se evalúa la posición en cuanto a impacto, conocimiento y habilidad, buscando siempre tener una equidad y competitividad establecida en la estrategia de compensación de la compañía.

	H	M
Salario Básico Más Bajo	\$ 1.058.000	\$ 1.000.000
Relación	143,42%	135,55%



En promedio, los salarios de la compañía son aproximadamente 1,39 veces superiores al mínimo que establece la ley.

EQUIDAD DE GÉNERO

DIRECTV Colombia promueve la equidad de género; por esto, nuestra población en proporción de género es homogénea. La asignación salarial está determinada por la valoración del cargo por ocupar y por sus responsabilidades, más que porque el colaborador sea hombre o mujer.

	TOTAL EMPLEADOS	RELACIÓN TOTAL
Presidente		
Mujeres	0	0,00%
Hombres	1	
Vicepresidente y Directores Sr.		
Mujeres	4	90,70%
Hombres	6	
Directores y Gerentes		
Mujeres	20	103,60%
Hombres	18	
Gerentes y Jefes		
Mujeres	36	109,80%
Hombres	49	
Analistas, Analistas senior		
Mujeres	156	107,50%
Hombres	195	
Cargos de Asesores de ventas y CSR(Cargos técnicos)		
Mujeres	183	104,00%
Hombres	209	
Total general	877	

La relación total hace referencia a la relación salario promedio de salario base entre Hombre con respecto a mujeres. El cálculo es el siguiente: $(\sum \text{Salarios Hombres por nivel} / \# \text{Hombres por Nivel}) / (\sum \text{Salarios Mujeres por nivel} / \# \text{Mujeres por Nivel})$

PLAN DE BENEFICIOS

DIRECTV Colombia ofrece a sus empleados un paquete diferencial de beneficios diseñado para abarcar varias dimensiones importantes del empleado; además de componentes económicos netos, se valoran el salario emocional y la calidad vida-trabajo. Este plan de beneficios está ajustado a los recursos económicos que dispone la compañía, con el fin de que este sea sustentable en el tiempo.

BENEFICIOS PLATINO¹

- **Seguro de Vida**
DIRECTV paga el 100% de la póliza de vida.
- **Incapacidad médica por enfermedad general²**
DIRECTV reconoce desde el cuarto día de su incapacidad hasta el día 180 como máximo, la cantidad no reconocida por el sistema de seguridad social, hasta ajustar su auxilio monetario por incapacidad al 100% del salario base de liquidación.
- **Medicina Prepagada/Plan Complementario**
DIRECTV otorga el auxilio de medicina prepagada o un plan complementario al empleado y a su gru-

po familiar básico, por un valor equivalente hasta el 50% del valor mensual (con un tope máximo de 40% del salario mínimo legal). Puede gestionarlo en cualquiera de las entidades de salud con las que la empresa tenga convenio.

- **Auxilio óptico**
DIRECTV apoya al empleado con la adquisición o mejora de lentes formulados con un auxilio que se maneja bajo la figura de reembolso y se paga con la nómina.
- **Póliza Exequial**
DIRECTV asume el 100% del valor de la póliza en caso de muerte del empleado o de su grupo familiar básico, de acuerdo con los parámetros y condiciones señalado por la compañía aseguradora.
- **Prima Extralegal de Vacaciones**
Una vez cumplido el periodo de vacaciones, DIRECTV entrega al empleado una prima extralegal de vacaciones equivalente a 15 días de salario mensual cuando solicite y disfrute al menos de 7 días hábiles de vacaciones del periodo causado.

- **Prima Extralegal de Navidad**
DIRECTV entrega a sus empleados una prima extralegal de navidad, equivalente a 15 días de salario básico mensual, en caso de haber trabajado todo el año o proporcional al tiempo trabajado, siempre que haya ingresado con anterioridad al 3 de octubre del año correspondiente.
- **Días de matrimonio**
DIRECTV otorga 2 días hábiles remunerados, que son definidos de común acuerdo entre el empleado y su jefe inmediato. Para formalizar este beneficio, el empleado debe presentar la partida de matrimonio.
- **Quinquenio**
DIRECTV entrega a sus empleados un beneficio representado en días de salario, cada vez que cumpla cinco años de servicio continuo con la empresa.
- **Señal DIRECTV**
DIRECTV otorga al empleado la instalación de una señal principal con decodificador digital con su programación y alquiler mensual sin costo, de acuerdo con la política vigente.

1. Los beneficios Platino aplican a todos los empleados que tengan un contrato de trabajo directo a término indefinido con la Compañía y que cumplan con las condiciones establecidas por la Compañía.

2. El beneficio de incapacidad médica por enfermedad general, aplica para todos los empleados que se encuentren vinculados con contrato de trabajo a término indefinido directamente con la Compañía, en donde se establece que "cuando un empleado sea incapacitado por enfermedad general por un periodo superior a 3 días por al E.P.S.; la Compañía reconocerá desde el día 4 de su incapacidad hasta el día 180 como máximo, la cantidad no reconocida por el sistema de seguridad social, hasta ajustar su auxilio monetario por incapacidad al 100% del salario base de liquidación.". En la legislación Colombiana la Compañía no está obligada a responder por el 100% del valor del salario en caso de incapacidad, puede ajustarse al valor de ley y únicamente reconocer el 66% del valor del salario.

- **Préstamos especiales para educación**

DIRECTV reconoce un préstamo educativo dependiendo del semestre y nivel educativo, así:

Pregrado:

I a VI semestre: 40% del valor de la matrícula por semestre. *Tope: 5 Salarios mínimos legales vigentes.
VII a X semestre: 50% del valor de la matrícula por semestre. *Tope: 5 Salarios mínimos legales vigentes.

Diplomado

50% del valor de la matrícula por semestre. *Tope: 4 salarios mínimos legales vigentes.

Posgrado

50% del valor de la matrícula por semestre. *Tope: 6 salarios mínimos legales vigentes.

- **Becas Hijos Empleados**

DIRECTV otorga este beneficio para los hijos destacados de empleados sobresalientes, como apoyo económico para su educación.

VIDA EN HD³

- **Horario flexible**

DIRECTV ofrece a los empleados de áreas administrativas 3 opciones de horario que pueden escoger de común acuerdo con su jefe inmediato, garantizando que no afecte la operación.

- **Viernes flexible**

DIRECTV ofrece a sus empleados de áreas administrativas 2 viernes durante el mes con una jornada única de 7:00 a.m. a 3:00 p.m., con media hora de almuerzo.

- **Día de cumpleaños**

DIRECTV otorga al empleado un día libre remunerado de común acuerdo con su jefe inmediato, que puede ser disfrutado durante el mes de la fecha de cumpleaños.

- **Días de vacaciones**

DIRECTV otorga 2 días adicionales a las vacaciones correspondientes por año laborado. Se suman, así, 17 días de vacaciones al año.

ALIADOS MAX

- **Convenios Corporativos**

DIRECTV ofrece al empleado la posibilidad de disfrutar de productos y servicios diferenciales con las entidades que se tiene alianzas.

3. Vida en HD es una de las aristas del plan de beneficios de la Compañía, en el cual se fomenta el equilibrio entre la vida familiar y la vida laboral, que permitan mejorar la calidad de vida de cada uno de nuestros empleados

SALUD Y SEGURIDAD OCUPACIONAL

La calidad de vida de nuestros empleados es una prioridad en DIRECTV, por lo que tomamos muy en serio todas las iniciativas vinculadas a la salud y la seguridad ocupacional.

La compañía se encuentra implementando el Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo de acuerdo al Decreto 1072/2015 y la Resolución 1111 de 2017. En el marco de estas normas, existen requisitos de planificación, ejecución, seguimiento y mejora del Sistema los cuales incluyen la definición de una Política de Seguridad y Salud en el Trabajo (SST). Esta política es el compromiso de la alta dirección de la organización con los temas de SST, objetivos y metas, asignación de responsabilidades a todos los niveles, la ejecución de los programas de gestión del riesgo, la medición de indicadores y oportunidades para la mejora.

La Seguridad y Salud en el Trabajo en DIRECTV se gestiona a través de 3 ejes principales: Soy Saludable, Conocimiento Vital y Gestores S&S.

- **Soy Saludable:** Son todas aquellas actividades

y campañas que promueven la salud de nuestros colaboradores y buscan su cuidado integral. Aquí se destacan las jornadas de vacunación y de salud visual, exámenes médicos ocupacionales, cuidado oral, así como actividades de prevención de lesiones osteomusculares, pausas activas, semana de la salud y adicionalmente, contamos con un consultorio médico empresarial.

- **Conocimiento Vital:** Buscamos a través de capacitaciones y entrenamientos clave que el colaborador pueda desempeñar su labor de forma segura, aquí se destacan programas como el de trabajo seguro en alturas, seguridad vial, gestión del riesgo psicosocial, entre otros.
- **Gestores S&S:** Son aquellos grupos al interior de la compañía que apoyan la gestión de SST como el COPASST¹, el Comité de Convivencia Laboral y la Brigada de Emergencias.

1. Comité Paritario de Seguridad y Salud en el Trabajo

En DIRECTV Colombia se registran los siguientes indicadores vinculados al área de salud:

Concepto	2017		2016	
	H	M	H	M
Número total de empleados, desglosado por sexo	478	399	494	436
Número de accidentes laborales	12	5	17	6
Número de enfermedades laborales	0	0	0	1
Número de días perdidos	138	13	129	16
Número de víctimas mortales	0	0	0	0
Índice de Lesiones	2,00%	0,97%	3,44%	1,38%
Tasa de días perdidos	0,06%	0,01%	0,07%	0,01%
Tasa de enfermedades profesionales	0,00%	0,00%	0,00%	0,23%
Tasa de ausentismo	Casos 8%	Días 19%	Casos -25%	Días -3%

La información No se registra indicando género del colaborador. La información se registra por total compañía (País) y por Regional (lugar geográfico de operación definido por la compañía) actualmente contamos con las siguientes: Bogotá, Centro, Norte, Noroccidente y Occidente.

- Tasa de accidentes con lesiones: Se registra un indicador con la tasa de accidentes únicamente laborales. #de Accidentes / # de Trabajadores expuestos
- Tasa de enfermedades profesionales: Se registra un indicador numérico: # de enfermedades laborales en el periodo.
- Tasa de días perdidos por accidentes: Se registra un indicador con la tasa de # días perdidos en el periodo actual / # de días perdidos en el periodo anterior *100 (identificar aumento o reducción)
- Tasa de ausentismo: Se registra una base de datos con información de # de casos de incapacidad médica y # de días perdidos por incapacidad.
- Número de víctimas mortales: Se registra un indicador numérico así: # de eventos mortales en el periodo por accidente o enfermedad laboral

En Colombia, la norma legal exige **identificar los peligros y valorar los riesgos** vinculados con la tarea diaria, tanto a nivel cuantitativo como cualitativo, a través de una metodología aceptada para ello. DIRECTV Colombia utiliza la Guía Técnica Colombia del ICONTEC (Instituto Colombiano de Normas Técnicas) para llevar a cabo esta valoración. A través de una matriz de peligros, se identifican por procesos, actividades o cargos los peligros asociados a ellos, que pueden desencadenar un accidente o enfermedad laboral.

Dentro de los más representativos, se encuentran:

- Riesgo de trabajo en alturas
- Riesgo vial (accidentes de tránsito)
- Riesgo biomecánico o ergonómico (posturas, movimientos repetitivos, manejo de cargas)
- Riesgo psicosocial (situaciones relacionadas con aspectos intra y extra laborales que pueden desencadenar estrés laboral)
- Riesgos naturales (sismo, incendio, terremoto, inundación, entre otros)

Para controlar estos peligros, se llevan a cabo actividades como capacitaciones enfocadas al riesgo, entrenamientos anuales, procedimientos de seguridad, programas de gestión, entrega de equipos de protección personal, encuestas, planes de intervención focalizados contando con el apoyo de las áreas y los Gestores S&S.

Los factores de riesgo prioritarios en los que estamos trabajando para prevenir enfermedades laborales son:

Se constituyen **3 grupos o comités de Salud y Seguridad:**

- COPASST (Comité Paritario de Salud & Seguridad en el Trabajo, responsable de gestionar en la organización las actividades de prevención)
- Comité de Convivencia Laboral (apoya la revisión de casos de presunto acoso laboral y acciones para promover la convivencia laboral)
- Brigada de Emergencias (grupo que apoya la atención primaria para el control de una emergencia como primeros auxilios, líderes de evacuación).



En la sede principal, ubicada en Bogotá, se cuenta con un consultorio médico y una sala de lactancia.

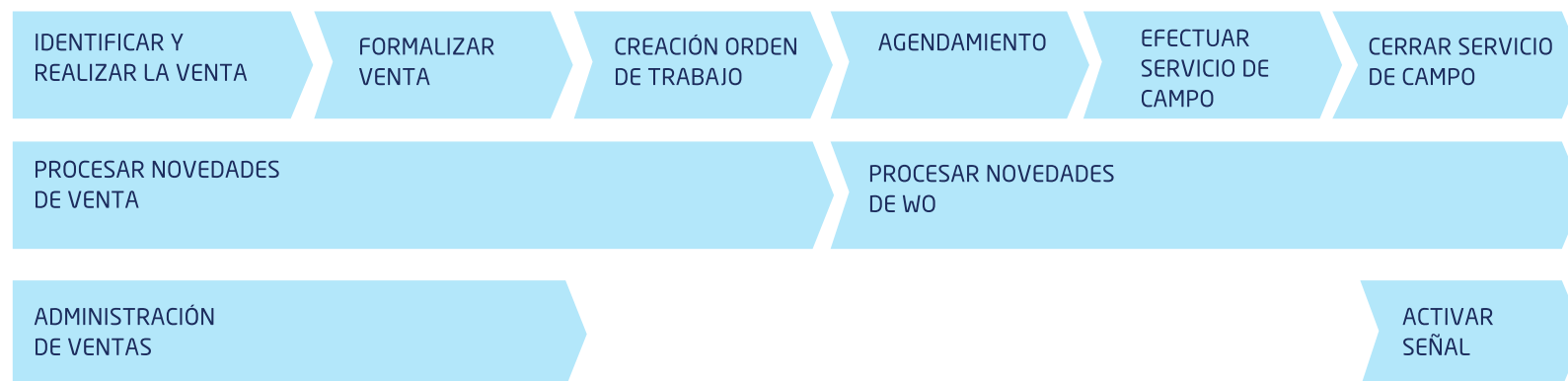
No hubo casos de salud y seguridad cubiertos formalmente por sindicatos, DIRECTV Colombia no tiene Sindicato.

5. INTEGRAMOS



VALOR EN CADENA

Cada integrante de nuestra cadena de valor es clave para cumplir con nuestra misión: llevar a los hogares colombianos la mejor oferta de entretenimiento.



NUESTROS PROVEEDORES

Buscamos establecer con nuestros proveedores de productos y servicios una relación sólida, de largo plazo, basada en la honestidad, la integridad, el trato justo y la libre competencia. Las compras se realizan teniendo en cuenta lo establecido en la política de compras regional la cual se encuentra vigente desde el 27 de enero de 2017 y con última actualización a junio de 2017. Anteriormente la adquisición de bienes/servicios se realizaba teniendo en cuenta lo establecido en la política local.

Nuestro alcance incluye **todas las actividades relacionadas con el manejo y alta de proveedores relacionados con la adquisición de bienes y servicios**, a excepción de:

- Agentes comerciales y Distribuidores
- Servicios públicos
- Servicios confidenciales

- Tarjetas SIM / SMART
- Compras directas (STB, controles remotos, antenas, etc.)
- Contenido (programación)

Todas las órdenes de compra y sus respectivas facturas son aprobadas de acuerdo con el Esquema de autorización (SOA) de AT&T y el correspondiente a DIRECTV LATAM / SKY Brasil SOA para los empleados basados en cada país de la región¹.



PROVEEDORES LOCALES, PRIMEROS

Actualmente, DIRECTV cuenta con una base de 1.168 proveedores activos, con un gasto de 80.5M dólares en 2017. La mayoría de solicitudes para compras de no productivos² son realizadas por los requisitores de Oficina Central³ para abastecer a todo el país. Los gastos relacionados con proveedores locales y ejecutados en lugares con operaciones significativas fueron de 30.000 dólares⁴, que entran, en su mayoría, por caja menor o legalización de gastos de viaje. En el 2017, el 98% de los proveedores fueron de origen local.

1 Totas aquellas compras que no llegan directamente al cliente. (Servicios de apoyo a la operación para que el servicio se preste: Contratación de transporte de decos, fuerza de ventas, servicio de seguridad, aseo y facturación y aseo, entre otros).

2 Requisitores: grupo de personas que generan en el sistema interno, servicios de cotización, para activar procesos de compra, por cada Vicepresidencia.

3 Dato suministrado por cuentas por pagar: gastos de caja menor o legalización de gastos de viaje.

4 Dato suministrado por cuentas por pagar: gastos de caja menor o legalización de gastos de viaje.

CLAVES DE UNA RELACIÓN DURADERA

Para nosotros es fundamental conocer a quienes trabajan diariamente para DIRECTV y mantener con ellos una relación cercana y de confianza.

Asimismo, es importante garantizar que todos nuestros proveedores tanto en la documentación como en la práctica cumplan con las obligaciones que la ley le establece, por lo cual se realiza una auditoría anual y con base en ella se realizan mesas de trabajo para subsanar los problemas encontrados y llegar a la meta principal, la cual es la formalización de los trabajadores de los proveedores.

Nuestro proveedor de Contact Center es Telecenter Panamericana, una empresa del grupo DIRECTV LATAM, el cual fue creado con el único propósito de operar los canales de contacto con el cliente. El contrato de prestación de servicios, con prórrogas automáticas, es manejado directamente por el área legal y de compras de DIRECTV Colombia.

18

Número de nuevos proveedores con los que la organización ha sopesado entablar una relación

1

De ellos incumplió con sus compromisos y su contrato fue finalizado al cerrar el 2017



¿Cuáles son los criterios evaluados?

- Prácticas de empleo
- Contratación laboral
- Política de remuneración
- Tiempo de trabajo
- Pagos a la seguridad social y parafiscalidad
- Terminaciones de contratos de trabajo
- Sindicatos, convenciones colectivas y pactos colectivos de trabajo aplicables.
- Prácticas de salud y seguridad
- Pensiones
- Litigios y reclamaciones administrativas
- Incidentes (tales como maltrato verbal, psicológico

- o físico, coacción o acoso);
- Relaciones laborales;
- Salarios y remuneración; y
- Horario de trabajo.

La calificación de las compañías que instalan el producto es realizada por la Oficina Regional. El resultado de esta evaluación aplica como filtro en la que se analizan adherencia a los procesos, relaciones positivas, comunicación y prioridades, estrategia, feedback y feedforward, y ética.

A fines del año 2017, se finalizó 1 contrato con los dealers, debido a un proceso que ejecutó DIRECTV Colombia Ltda. denominado “Zonificación”. En este proceso, se resolvió terminar dicha relación contractual.

Asimismo, el porcentaje de proveedores con impactos

negativos significativos reales y potenciales en las prácticas laborales con los cuales se han acordado mejoras después de la evaluación es 33,3% (contratos dealers).

Por otro lado, se realizó una calificación del desempeño, capacidad operativa y relevancia comercial de las Compañías Instaladoras presentes en cada Regional (Evaluación del periodo: enero - octubre 2017)

30%

Resultado del Ponderado de los KPIs Operativos en cada Regional.

20%

Volumen de servicios asignables atendidos en cada Regional.

50%

Resultado del Score Card de ventas en cada Regional

Los resultados incluyen todas las WO⁶ asignadas atendidas de Televisión e Internet POS+PRE.

La clasificación de los terceros (dealer) cuyos contratos seguirán vigentes en el año 2018, obedeció a la necesidad de DIRECTV Colombia de tener una red operativa organizada y eficiente, que cumpliera con los estándares de calidad de servicio y volúmenes de distribución de kit prepago autoinstalable de la zona asignada, y a la vez brindara un negocio rentable, tanto para DIRECTV como para sus socios estratégicos

6. Work Order

LÍDERES DEL CAMBIO

DIRECTV opera en Colombia a través de un modelo de negocio que implica logística interna y externa, marketing y ventas entre otras acciones que generan impactos positivos indirectos en la economía de comunidades y organizaciones involucradas en el despliegue de la empresa en todas las regiones del país.

La red de Internet a los hogares en 214 ciudades del país, es la razón de inversión en las regiones del país.

Adicionalmente, fomentamos la generación de 7000 empleos indirectos, a través de 20 empresas comercializadoras y distribuidoras de nuestros servicios.

943 clientes corporativos que tienen nuestra señal y se benefician del entretenimiento y bienestar que brinda nuestro producto y trabajamos con 1.168 proveedores asociados que su actividad económica depende de los servicios que nos prestan.

Hogares en zonas de mayor nivel de necesidades básicas insatisfechas cubiertos:

- Arauca: 15.619
- Caquetá 31.739
- Casanare 64.956
- Cauca 39.683
- Chocó 30.193
- Guaviare 10.357
- La Guajira 93.213
- Meta 124.338
- Putumayo 20.477
- Hogares cubiertos para servicio de Internet banda ancha de departamentos con mayores índices de necesidades básicas insatisfechas: 430.575

Los recursos invertidos son fondos propios de la compañía.

Diferentes organismos en el mundo incluida La CEPAL, han estudiado a fondo los beneficios económicos y el aporte al crecimiento de la penetración del Internet de banda ancha en los países en desarrollo, con conclusiones claras y más contundentes en la base de la pirámide. La disponibilidad de banda ancha en el hogar influye en el crecimiento del PIB de la región, creación de excedente del consumidor, contribución al empleo y a la producción.



Inversión en despliegue de red en 2017

\$6 millones de dólares

6. COMPARTIMOS



GENERACIÓN DIRECTV



A través de la estrategia de Responsabilidad Social, implementamos programas de Inversión Social que contribuyen a comunidades en condición de vulnerabilidad por medio de innovadores servicios enfocados a la Inclusión Tecnológica en educación e influencia positiva en nuestra programación y en el voluntariado de alto impacto en comunidades necesitadas y regiones afectadas por el conflicto armado.

La iniciativa GENERACIÓN DIRECTV involucra la tecnología, el servicio y especialmente a nuestra gente para generar cambios positivos en zonas en condición de vulnerabilidad. La reconciliación y paz en Colombia, no tendrán éxito si está únicamente a cargo del Estado, es por eso que DIRECTV se vincula, apoyando iniciativas que permitan una convivencia exitosa y sostenible.

Nuestros programas de Responsabilidad Social involucran a personas en proceso de Reintegración (excombatientes), quienes, de la mano de empleados,

comunidades, fundaciones, medios de comunicación, Gobierno nacional y Gobierno local, buscan reconstruir el tejido social en regiones afectadas por el conflicto armado, a través de acciones que transforman escuelas, parques y escenarios deportivos, entre otros.

DIRECTV apoya la Ruta de Reintegración de la ARN (Agencia para la Reincorporación y la Normalización), a través de su plataforma de voluntariado, vinculando a personas que participaron del conflicto armado y acompañándolos en el desarrollo de sus capacidades para la vida en sociedad. Con este programa, se espera que las personas en proceso de Reintegración comprendan que es posible **materializar sus aspiraciones** de vida en la legalidad.

Del mismo modo, la alianza TELECENTER, RCN y Secretaría Distrital de Educación, nos permitió desarrollar un trabajo conjunto para la transformación y dotación de la escuela Agustín Fernández, ubicada en la ciu-



dad de Bogotá - localidad de Usaquén, beneficiada a través de acciones de voluntariado de alto impacto y ESCUELA+.

Durante el 2017 hicimos parte integral de la estrategia de inversión social "Vamos Colombia" liderada por la Asociación Nacional de Industriales de Colombia – ANDI, cuyo objetivo es sensibilizar e inspirar al sector privado a trabajar por la reconciliación y la inclusión, a partir de la visibilización de acciones que apuestan a la construcción de un país más equitativo, incluyente y reconciliado. DIRECTV sumó su experiencia en Voluntariado y Educación con ESCUELA+ beneficiando comunidades e instituciones educativas afectadas por el conflicto armado en las regiones de Tolima, Chocó, Magdalena, Antioquia, Caquetá y Valle del Cauca.

Nuestro Compromiso Social también llegó a Santa Marta, de la mano con Carlos Vives y su Fundación Tras la Perla de la América, con quienes a través de ac-

ciones de voluntariado transformamos la Institución Educativa Jhon F Kennedy - Sede Almirante Padilla permitiendo mejoras estructurales, dotación de mobiliario y la llegada de ESCUELA+ a los colegios de la región del Magdalena.

Diversificamos nuestra estrategia de voluntariado, gracias a la alianza con Junior Achievement, con la cual inspiramos a cientos de niños y jóvenes, preparándolos en forma práctica para el mundo real en temas de emprendimiento y educación financiera, inmersos en una experiencia vivencial, en la que compartieron jornadas de trabajo en las oficinas de DIRECTV, recibiendo mentorías de nuestros empleados.

Agradecemos el compromiso de los gobiernos regionales y locales, quienes acompañaron el despliegue de nuestra estrategia de responsabilidad social, con la cual esperamos inspirar a empresas, fundaciones y ciudadanos a sumarse a la construcción de un mejor país.



ALIADOS:

- Agencia para la Normalización y la Reincorporación - ARN
- Ministerio de Educación Nacional
- Fuerzas Militares de Colombia: Ejército Nacional de Colombia, Armada de la República de Colombia y Fuerza Aérea Colombiana
- SATENA
- Fundación Tras la Perla de la América
- Presidencia de la República de Colombia
- Gobiernos regionales
- Gobiernos locales
- Asociación Nacional de Industriales de Colombia - ANDI
- Alcaldía de Bogotá
- Junior Achievement Colombia
- RCN
- Pinturas Tito Pabón

PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS:

En el marco de la CONMEMORACIÓN DE LA FIRMA DEL ACUERDO DE PAZ, el mundo celebró el fin del conflicto armado interno y la implementación de un proceso estable y duradero en Colombia.

A un año de que el Gobierno Nacional y las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia - FARC suscribieran el pacto para poner fin al conflicto armado en Colombia, para dejar las armas y entrar a la vida civil y democrática. Se conmemoró la terminación de un conflicto de más de 53 años.

De este modo, el presidente y Premio Nobel de Paz Juan Manuel Santos, desde el municipio de Montañita, Caquetá (Región afectada por el conflicto armado), entregó un balance de la implementación de los acuerdos de paz. Además, el Premio Nobel de Paz aprovechó este escenario para llevar a los colegios de la región acceso a Tecnología Satelital con ESCUELA+.

El Presidente colombiano estuvo con los estudiantes del Colegio Nuestra Señora del Perpetuo Socorro, quienes recibieron una de las 30 ESCUELAS+ que entregan el Ministerio de Educación y DIRECTV en la región.



PROYECTOS DESARROLLADOS:

Voluntariado Piedra, Papel, Tijera



Implementamos voluntariado de alto impacto involucrando a gobierno nacional, gobierno local, fundaciones, comunidades y personas en proceso de reincorporación, enviando así un mensaje de reconciliación y paz al país. Transformamos escuelas, parques y escenarios deportivos en comunidades necesitadas y en zonas afectadas por el conflicto armado.



Hasta la fecha y sin costo alguno para el Ministerio de Educación, se han formado más de 3.990 docentes y rectores a nivel nacional.

ALIADOS: AGENCIA COLOMBIANA PARA LA REINCORPORACIÓN Y LA NORMALIZACIÓN (ARN) Y MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL

REGIONES BENEFICIADAS: SOLEDAD - ATLÁNTICO; QUIBDÓ - CHOCO; VEREDA LOS KILÓMETROS, LETICIA - AMAZONAS; BOGOTÁ, TABIO Y CHÍA - CUNDINAMARCA; RIOHACHA - GUAJIRA; DOS QUEBRADAS - RISARALDA; CÚCUTA - NORTE DE SANTANDER; CALI - VALLE DEL CAUCA; TURBO Y APARTADÓ - ANTIOQUIA; TUMACO - NARIÑO; SANTA MARTA - MAGDALENA;

**800 voluntarios**

Directos: Empleados y dealers
indirectos: Comunidad

13 proyectos**8.900 horas****\$491.580.000**

HORAS DE VOLUNTARIADO EN PESOS



3. Más información en <http://escuelaplus.com/web>



ESCUELA+

Escuela+

Es un proyecto de TV Satelital con contenido pedagógico que acompaña la labor de docentes y estudiantes en colegios públicos ubicados en **zonas rurales, extra rurales y periferia de centros urbanos**. Tiene como objetivo colaborar, complementar y enriquecer el contenido educativo para las escuelas de educación primaria y secundaria, utilizando la tecnología de DIRECTV. ESCUELA+ no tiene límites geográficos: a través de tecnología satelital, llega a las regiones más alejadas de la geografía colombiana. En alianza con el Gobierno nacional, **reduce la brecha digital** que se presenta entre los centros urbanos y las zonas rurales.

Socios en producción de contenidos: Discovery Channel, Fundación Torneos, National Geographic y Ministerio de Educación Nacional de Colombia.

Aliados:

A. Ministerio de Educación Nacional: Convenio de Cooperación 256 de 2013, por medio del cual el MEN y DIRECTV desarrollan el Programa ESCUELA+. Con esta importante alianza entre las dos entidades, desde el año 2008 hasta el 2017, se han logrado los siguientes avances:

- **2.618 sedes educativas públicas** con ESCUELA+ a lo largo del territorio nacional, que reciben de manera completamente gratuita y vitalicia la instalación de antena satelital, decodificador y los contenidos educativos digitales de alta calidad, acompañados de guías pedagógicas de uso. **Más de 600.000 estudiantes de colegios públicos** beneficiados a nivel nacional con este programa. **41 secretarías de Educación beneficiadas:** Amazonas, Antioquia,



Apartadó, Armenia, Barrancabermeja, Barranquilla, Bogotá, Bolívar, Boyacá, Caldas, Cartagena, Cali, Cauca, Cesar, Chía, Chocó, Córdoba, Cúcuta, Cundinamarca, Dosquebradas, Duitama, Itagüí, Manizales, Medellín, Meta, Montería, Nariño, Neiva, Palmira, Pasto, Pereira, Putumayo, Quibdó, Riohacha, Risaralda, Santa Marta, Soledad, Tumaco, Turbo, Valledupar, Vichada y unas intervenciones especiales en Nuquí (SE Chocó) y en Tabío (SE Cundinamarca).

B. Agencia Colombiana para la Reintegración: ESCUELA+ beneficia a instituciones educativas ubicadas en zonas históricamente afectadas por el conflicto armado y a poblaciones involucradas en la Ruta de la Reintegración⁴.

4. La Ruta de Reintegración se define como el conjunto de condiciones, beneficios, estrategias, metodologías y acciones definidos por la Agencia para la Normalización y la Reincorporación de Personas y Grupos Alzados en Armas, concertados con la persona en proceso de reintegración, para promover el desarrollo de capacidades, la superación de la situación de vulnerabilidad y el ejercicio autónomo de la ciudadanía.” Resolución 1356 de 2016.



THE FORUM

Generamos espacios a través de la integración de nuestros canales de TV y redes sociales para que distintas Organizaciones No Gubernamentales (ONG) difundan sus iniciativas sociales y ambientales. A través de nuestra tecnología, difundimos masivamente la labor de las organizaciones, lo que les permite llegar a millones de personas.

MEDIOS:

- Canales on air: Difusión del spot en los canales exclusivos de DIRECTV.
- Redes sociales: Cuentas oficiales DIRECTV para América Latina

the forum DIRECTV En cifras



6 organizaciones
Beneficiadas



219 apariciones
EN LA TV DE AIRE



20.185 segundos
TIEMPO AL AIRE TV DONADO



33,734
MONETIZACIÓN DEL TIEMPO AL AIRE
DONADO (USD)

La comunicación es una parte importante del modelo de gestión de la RS en DIRECTV, de este modo la empresa genera un número significativo de publicaciones, noticias y contenidos destinados a compartir su gestión y resultados a sus grupos de interés. Esta información está alineada al desarrollo de la empresa y el negocio, en ese orden de ideas existen espacios no convencionales y rendiciones de cuentas donde se recibe y proporciona información que permite avanzar y mejorar la estrategia de negocio y gestión de RS. En ese orden de ideas DIRECTV mantiene activos diferentes canales directos, entre los que se destacan la página web, la intranet, redes sociales, medios digitales, aplicaciones app, puntos de venta en todo el país, medios impresos y contenidos en TV, adicionalmente, a través de estrategia de relaciones públicas, comunicamos a la opinión pública gestionando medios de comunicación (TV, radio y prensa), generadores de opinión y otros espacios como foros, eventos y congresos para llegar a nuestros principales grupos de interés.

7. PRESERVAMOS



COMPROMETIDOS CON EL FUTURO

Llevar adelante una gestión sustentable implica también cuidar los recursos involucrados, sin comprometer las necesidades de las próximas generaciones. Reducir el consumo de energía, promover una gestión eficiente de residuos e impulsar estos valores en proveedores y agentes son algunas de las acciones concretas. En DIRECTV, trabajamos por la sostenibilidad ambiental. ¿Qué implica esto? Entre otras cosas: -Impulsar la reducción en el consumo de recursos, como energía, papel y agua, y de todos los insumos que pueden afectar directa o indirectamente al medioambiente o a la salud de la población.

- Gestionar eficientemente los desechos, fomentando la reducción, reutilización y reciclado de residuos generados, con especial atención en aquellos que son peligrosos.
- Promover que toda la cadena de valor cumpla con estos estándares ambientales.

Energía

Para la gestión energética existen políticas de ahorro como: apagar las luces donde no requieran estar encen-

didas, instalación de sensores de movimiento en espacios de menor concentración de funcionarios, adquisición de equipos electrónicos con certificación energy star de menor consumo, programación de encendido y apagado de equipos de aire acondicionado en las instalaciones, aprovechamiento de luz natural en oficinas cerradas.

A partir de 2017 y a lo largo del 2018, como objetivo principal está el ahorro del consumo de energía en un 20%.

Como meta principal para el mismo periodo, se planteará el cambio de iluminación actual fluorescente, por iluminación eficiente de menor consumo (LED)

Efluentes y residuos

En DIRECTV, tenemos como objetivo gestionar adecuadamente la disposición final de los excedentes industriales, los residuos electrónicos y el material no procesable que se generan como producto de la operación de nuestra cadena de abastecimiento. Así, buscamos obtener su máximo aprovechamiento y que **se dispongan adecuadamente los residuos que manejamos.**

En el centro de reacondicionamiento y operador logístico, se realiza periódicamente la clasificación de los materiales irrecuperables, de los decodificadores obsoletos y de los residuos recibidos de la operación de Retrieval de DIRECTV. A continuación, se realiza un alistamiento logístico para el cargue y transporte de este material **hacia la compañía recicladora.** Luego, los materiales son segregados y enviados a una disposición final adecuada para contribuir a la preservación del medio ambiente, con el fin de reutilizarlos al 100%. DIRECTV obtiene una retribución económica por la venta y manejo adecuado de sus residuos.



El año 2017 DIRECTV no ha tenido multas significativas ni sanciones monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa ambiental.

Consumo responsable de recursos

AÑO	2016		2017	
mes	CONSUMO kwh	VALOR TOTAL	CONSUMO kwh	VALOR TOTAL
Enero	78.839 Kwh	\$ 36.205.799	81.341 kwh	\$ 39.665.081
Febrero	75.084 Kwh	\$ 42.551.411	72.581 kwh	\$ 34.187.985
Marzo	76.335 Kwh	\$36.763.348	73.207 kwh	\$ 53.059.254
Abril	64.447 Kwh	\$ 27.772.688	72.581 kwh	\$ 35.303.615
Mayo	70.704 Kwh	\$ 32.783.608	76.335 Kwh	\$ 36.350.198
Junio	75.084 Kwh	\$ 35.100.368	71.330 Kwh	\$ 37.349.528
JULio	70.078 Kwh	\$ 32.214.915	74.458 Kwh	\$ 34.262.894
Agosto	71.330 Kwh	\$ 33.462.874	77.587 Kwh	\$ 36.178.825
Septiembre	76.335 Kwh	\$ 36.400.692	71.330 Kwh	\$ 34.212.369
Octubre	75.084 Kwh	\$ 35.795.809	76.335 Kwh	\$ 37.124.646
Noviembre	73.833 Kwh	\$ 34.168.845	70.704 Kwh	\$ 34.109.904
Diciembre	79.464 Kwh	\$ 37.656.303	63.821Kwh	\$ 30.855.726
TOTAL	886.617 Kwh	\$ 420.875.660	881.611 Kwh	\$ 424.660.025
	Ahorros 2016 vs 2017	13%	-0.6%	0,9%
AÑO				
2016	73.885 Kwh	\$ 35.072.972		
2017	73.468 Kwh	\$ 35.388.335		

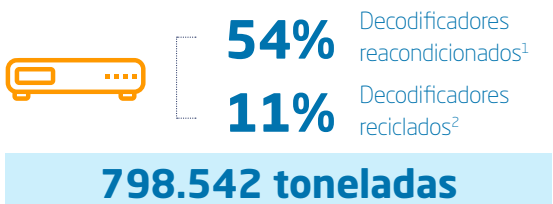
Aunque existe un ahorro en el consumo de energía en kWh del 0.6% del año 2016 con respecto al año 2017, se incrementa el valor final consolidado en el 2017 en un 0.9% debido al valor del kWh e IPC.

GESTIÓN EFICIENTE DE RECURSOS

Residuos electrónicos

En DIRECTV, entendemos que nuestra responsabilidad sobre los productos que comercializamos continúa incluso después de que llegan a la casa de los clientes. Así, **impulsamos la recuperación y el reciclado** de los decodificadores, cuando finalizan su vida útil, y sus materiales de embalaje.

Para ello, contamos con un sistema para recuperar los aparatos de Pospago cuando un cliente se da de baja del servicio, o cuando hacemos un recambio por falla técnica o mejora tecnológica. Los aparatos son revisados en laboratorios, propios y tercerizados, donde se trabaja en tres niveles de reparación: (1) reúso, (2) reacondicionamiento estético y (3) reacondicionamiento técnico. Cuando ninguna de estas alternativas es viable, el aparato se descarta.



de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (raee)

580.440 kilos
de aparatos (sd y dvr&hd) reutilizados



1. Para el cálculo de la disposición final se suman todas las cantidades reportadas por la recicladora en cada certificación de destrucción.
2. Para el cálculo de la reutilización, se multiplica la cantidad de equipos SD/HD DVR re manufacturados por el peso de cada tecnología.

Tipo de Residuo	2017
RAEE	798.542
Disposición Final	218.102
Reutilización	580.440
Total (en Kg/tn)	798.542

Tecnología	Peso Unitario	Cantidad	Peso total
SD	830	458.197	380.303.510
DVR&HD	4.000	50.034	200.136.000
Peso Total gr			580.439.510
Peso Total Kg			580.440

8. TABLA DE INDICADORES GRI

TABLA GRI REPORTE SUSTENTABILIDAD DIRECTV COLOMBIA 2017

G4-32

Aspectos generales de reporte	Página/Respuesta
ESTRATEGIA Y ANÁLISIS	
G4.1 Declaración del máximo responsable de la toma de decisiones de la organización sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización.	Sección “Mensaje presidente DIRECTV Colombia” - pág.4
G4.2 Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	
PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN	
G4.3 Reporte el nombre de la organización.	Sección “Nos comprometemos” - Qué es DIRECTV? - Pág.5
G4.4 Reporte las principales marcas, productos y servicios.	Sección “Nos comprometemos” - A la vanguardia de la tecnología -Pág.9
G4.5 Reporte la localización de la casa matriz.	Sección “Nos comprometemos” - Qué es DIRECTV? Pág.7
G4.6 Reporte el número de países donde opera la empresa y el nombre de los países donde la empresa tiene operaciones significativas o que son relevantes para los temas de sostenibilidad tratados en el informe.	Sección “Nos comprometemos” - Qué es DIRECTV? Pág.7
G4.7 Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	Sección “Nos comprometemos” - Qué es DIRECTV? Pág.7
G4.8 Mercados servidos (Incluyendo el desglose geográfico, los sectores que abastece y los tipos de clientes).	Sección “Nos comprometemos” - Qué es DIRECTV? Pág.7

<p>G4.9 Reporte la escala de la organización, incluyendo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Número de empleados. • Número total de operaciones. • Ventas netas o ingresos. • Cantidad de productos o servicios que ofrece. 	Sección "Nos comprometemos" - Qué es DIRECTV? Pág.7
<p>G4.10 Reportar la siguiente información laboral:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reporte el número total de empleados por contrato y genero. • Reporte el número total de empleados por región y genero. 	Sección "Colaboramos - Dinamismo y diversidad para crecer" Pág.36
G4.11. Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos	Sección "Colaboramos - Dinamismo y diversidad para crecer", Pág. 36.
G4.12 Describa la cadena de proveedores de la organización.	Sección "Integramos - Valor en cadena" Pág.47
G4.13 Comuníquese todo cambio significativo que haya tenido lugar durante el periodo objeto de análisis en el tamaño, la estructura, la propiedad accionarial o la cadena de suministro de la organización	Sección "Nos comprometemos" - Qué es DIRECTV? - pág. 7
G4.14 Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.	Sección "Integridad y ética en los negocios " - Pág. 10 Sección "Responsabilidad y ética de productos"- Pág. 23
G4.15 Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apoye.	Al 2017, DIRECTV Colombia apoya iniciativas externas en el ámbito de la educación, reconciliación y paz a través de una alianza con el Ministerio de Educación Nacional, trabajo con Gobierno nacional y gobiernos regionales y locales, La Agencia para la Reintegración y la Normalización ARN y la Asociación Nacional de Industriales ANDI.
G4.16 Principales asociaciones a las que pertenezca (tales como asociaciones sectoriales) y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización apoya.	Sección "somos sustentables - Participación en Asuntos Públicos" Pág.19
IDENTIFICACIÓN DE ASPECTOS MATERIALES Y LIMITES	
G4.17 Listar las entidades incluidas en los estados financieros consolidados y reportar si hay alguna de estas entidades que no haya sido incluida en el informe de sostenibilidad.	La entidad que figuran en los EEFF es DIRECTV Colombia Limitada.

G4.18 Explicar el proceso para definir el contenido del reporte y los aspectos a reportar.	
G4.19 Listar todos los aspectos materiales identificados en el proceso para definir el contenido del reporte.	
G4.20 Para cada tema material reportar si lo es para toda la organización. En caso contrario, indicar qué aspecto no es material para alguna de las entidades que hacen parte de la organización.	Sección "somos sustentables -Accountability y transparencia" Pág.20-21
G4.21 Para cada tema material, reportar si lo es por fuera de la organización.	
G4.22 Descripción del efecto que puede tener la re expresión de información perteneciente a memorias anteriores, junto con las razones que han motivado dicha re expresión.	En la actualidad no se identificaron reexpresiones de la información.
G4.23 Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados del informe.	El alcance de la información a reportar se mantiene con respecto al año anterior
GRUPOS DE INTERÉS	
G4.24 Listar los grupos de interés con los que la organización se relaciona.	
G4.25 Reporte la base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se relaciona.	Sección "Somos sustentables" - Fortaleciendo el vínculo con los grupos de interés Págs.17-18
G4.26 Enfoques adoptados para el diálogo con grupos de interés, incluida la frecuencia de su participación por tipo de grupos de interés, indicar si alguno de los diálogos se realizó como parte del proceso de elaboración del informe.	Sección "Somos sustentables" - Una gestión de 360 grados Pág.16
G4.27 Principales preocupaciones y temas de interés que hayan surgido a través de los diálogos con los grupos de interés y la forma en la que la organización ha respondido a estos temas en la elaboración del informe. Reportar los grupos de interés y los temas que identificaron como relevantes.	Sección "Somos sustentables" - Fortaleciendo el vínculo con los grupos de interés Pág.17-18
PERFIL DEL REPORTE	
G4.28 Periodo cubierto por la información incluida en el informe.	
G4.29 fecha mas reciente del informe anterior.	
G4.30 Ciclo de reporte (Anual-Bianual).	
G4.31 Punto de contacto para cuestiones relativas al reporte o su contenido.	Sección "Parametros del reporte" Pág.3
G4.32 Reporte la opción "De acuerdo" con la metodología GRI seleccionada por la organización (Core-Comprehensive). Reporte la tabla de contenido GRI.	
G4.33 Reportar la política o enfoque de la empresa para buscar auditoría externa del reporte.	

GOBIERNO	
G4.34 La estructura de gobierno de la organización, incluyendo los comités del máximo órgano de gobierno. Identificar si existe algún comité responsable de la supervisión de temas económicos, sociales y ambientales.	Sección “Nos comprometemos” - Integridad y ética en los negocios Pág.10
G4.44- Describa los procesos de evaluación del desempeño del órgano superior de gobierno en relación con el gobierno de los asuntos económicos, ambientales y sociales. Indique si la evaluación es independiente y con qué frecuencia se lleva a cabo. Indique si se trata de una autoevaluación.	Sección “Nos comprometemos” - Integridad y ética en los negocios Pág.10
G4.48 Reportar el más alto comité o cargo responsable de revisar y aprobar el informe de sostenibilidad y el asegurar que todos los temas materiales estén cubiertos.	La vicepresidencia de RRH y en específico la gerencia de RSE es la encargada de revisar y aprobar el informe de sostenibilidad.
ÉTICA E INTEGRIDAD	
G4.56 Describir los valores, principios, estándares y normas de comportamiento de la organización como códigos de conducta y códigos de ética.	Sección “Nos comprometemos - Nuestra esencia” pág. 8
G4.57- Describa los mecanismos internos y externos de asesoramiento en pro de una conducta ética y lícita, y para los asuntos relacionados con la integridad de la organización, tales como líneas telefónicas de ayuda o asesoramiento.	Sección “Nos comprometemos” - Integridad y ética en los negocios Págs 11-14
G4.58 Describa los mecanismos internos y externos de denuncia de conductas poco éticas o ilícitas y de asuntos relativos a la integridad de la organización, tales como la notificación escalonada a los mandos directivos, los mecanismos de denuncia de irregularidades o las líneas telefónicas de ayuda.	

Temas/Asuntos relevantes	Aspecto GRI	Indicadores GRI / Propios	Omisión	Página/Respuesta
Calidad y satisfacción de clientes	Etiquetado de productos	PR5. Resultados de las encuestas para medir la satisfacción de los clientes	N/A	"Entretenemos" pág.30
Gobierno corporativo, ética y transparencia	Cumplimiento regulatorio (pr)	PR9. Valor monetario de las multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios	N/A	"Entretenemos" pág.29
	Cumplimiento regulatorio	EN29. Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa ambiental	N/A	"Preservamos" Pág. 74
	Lucha contra la corrupción	SO3. Número y porcentaje de centros en los que se han evaluado los riesgos relacionados con la corrupción y riesgos significativos detectados	No se reportan los riesgos significativos relacionados con la corrupción que se han detectado en las evaluaciones	"Nos comprometemos" Pág. 11
		SO4. Políticas y procedimientos de comunicación y capacitación sobre la lucha contra la corrupción	No se desglosa la información por categoría laboral y región.	"Nos comprometemos" Pág. 11, pág. 14
		SO5. Casos confirmados de corrupción y medidas adoptadas	N/A	"Nos comprometemos" Pág. 12
	Prácticas de competencia desleal	SO7. Número de procedimientos legales por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados	N/A	"Entretenemos" Pág. 27
	Mecanismos de Reclamación prácticas laborales	LA16. Número de reclamaciones sobre prácticas laborales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación	N/A	"Nos comprometemos" pág.14
Innovación tecnológica	No aplica	No se cuenta en la actualidad con un indicador propio asociado a este asunto	N/A	N/A
Diversidad, inclusión y empleabilidad	Empleo	LA1. Número total y tasa de contrataciones y rotación media de empleados, desglosados por grupo etario, sexo y región	No se desglosa la información por género ni región.	"Colaboramos" Pág. 37
		LA2. Prestaciones sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por ubicaciones significativas de actividad	N/A	Seguro de Vida, Incapacidad Médica por Enfermedad General, Medicina Prepagada / Plan Complementario, Auxilio Óptico, Póliza Exequial, Prima Extralegal de Vacaciones, Prima Extralegal de Navidad, Días de Matrimonio, Quinquenio, Señal DIRECTV
		LA3. Niveles de reincorporación al trabajo y de retención tras la baja por maternidad o paternidad, desglosados por sexo	N/A	"Colaboramos" Pág. 37
	Diversidad igualdad oportunidades	LA12. Composición de los órganos de gobierno y desglose de la plantilla por categoría profesional y sexo, edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad	No se desglosa la información por indicadores de diversidad, pues la organización no los gestiona.	"Colaboramos" Pág. 36
	No discriminación	HR3. Número de casos de discriminación y medidas correctivas adoptada	A la fecha no se han presentado casos de discriminación en DIRECTV.	N/A
	Retribución hombres mujeres	LA13. Relación entre el salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por ubicaciones significativas de actividad	N/A	"Colaboramos" Pág. 42

Temas/Asuntos relevantes	Aspecto GRI	Indicadores GRI / Propios	Omisión	Página/Respuesta
Gestión de talentos	Capacitación y educación	LA9. Promedio de horas de capacitación anuales por empleado, desglosado por sexo y por categoría laboral	No se reporta la información desglosada por género.	"Colaboramos" Pág. 39
		LA10. Programas de gestión de habilidades y formación continua que fomentan la empleabilidad de los trabajadores y les ayudan a gestionar el final de sus carreras profesionales	N/A	"Colaboramos" Pág. 39
		LA11. Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional, desglosado por sexo y por categoría profesional	No se tiene el desdoble por género	"Colaboramos" Pág. 38
	Inversión	HR2. Horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluido el porcentaje de empleados capacitados		"Nos comprometemos" pág.13
	Presencia en el mercado	EC5. Relación entre el salario inicial desglosado por sexo y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollan operaciones significativas	N/A	"Colaboramos" Pág. 42
		EC6. Porcentaje de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollan operaciones significativas	N/A	"Nos comprometemos" pág.10
Desempeño económico e impacto en Colombia	Consecuencias económicas indirectas	EC7. Desarrollo e impacto de la inversión en infraestructuras y los tipos de servicios		"Integramos" Pág. 51
		EC8. Impactos económicos indirectos significativos y alcance de los mismos		"Integramos" Pág. 51
	Desempeño económico	EC4. Ayudas económicas otorgadas por entes del gobierno	N/A	"Nos comprometemos" pág.7
Gestión del impacto ambiental del negocio	Efluentes y residuos	EN23. Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento	N/A	"Preservamos" Pág. 75
	Energía	EN3. Consumo energético interno	N/A	"Preservamos" Pág. 76
		EN4. Consumo energético externo	N/A	No se tiene gestión de este indicador
		EN6. Reducción del consumo energético	N/A	"Preservamos" Pág. 75
		EN7. Reducciones de los requisitos energéticos de los productos y servicios	N/A	No se tiene gestión de este indicador
	Emisiones	EN15. Emisiones directas de gases de efecto invernadero (Alcance 1)	N/A	No se tiene gestión de este indicador
		EN16. Emisiones indirectas de gases de efecto invernadero al generar energía (Alcance 2)	N/A	No se tiene gestión de este indicador
		EN17. Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero (Alcance 3)	N/A	No se tiene gestión de este indicador
		EN19. Reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero	N/A	No se tiene gestión de este indicador
Inclusión social	No aplica	DMA	N/A	"Compartimos" Págs. 53-59

Temas/Asuntos relevantes	Aspecto GRI	Indicadores GRI / Propios	Omisión	Página/Respuesta
Seguridad de la información	Privacidad de los clientes	PR8. Número de reclamaciones fundamentadas sobre la violación de la privacidad y la fuga de datos de los clientes	N/A	"Entretenemos" Pág. 29
Inclusión tecnológica	No aplica	DMA	N/A	"Compartimos" Pág. 53
Información de productos y servicios	Etiquetado de los productos y servicios	PR3. Tipo de información que requieren los procedimientos de la organización relativos a la información y el etiquetado de sus productos y servicios, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos que están sujetas a tales requisitos	N/A	No se tiene gestión de este indicador
		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	N/A	No se tiene gestión de este indicador
		PR5. Resultados de las encuestas para medir la satisfacción de los clientes	N/A	"Entretenemos" Pág. 30
	Comunicaciones de Mercadotecnia	PR7. Número de casos de incumplimiento de las normativas y los códigos voluntarios relativos a las comunicaciones de mercadotecnia, entre otras la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes	N/A	"Entretenemos" Pág. 28
	Productos y servicios	EN27. Mitigación del impacto ambiental de los productos y servicios	N/A	No se tiene gestión de este indicador
		EN28. Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que se recuperan al final de su vida útil, desglosado por categoría	N/A	"Preservamos" Pág. 76
Programas de inversión social	Comunidades locales	SO1. Porcentaje de operaciones donde se han implantado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad local	Los programas de desarrollo no están asociados a las operaciones de la compañía sino a las zonas condición de vulnerabilidad identificadas como relevantes para Directv.	"Compartimos" Págs. 56-59
Salud y seguridad laboral	Salud y seguridad en el trabajo	LA6. Tipo y tasa de lesiones, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región y por sexo	N/A	"Colaboramos" Pág. 45
		LA7. Trabajadores cuya profesión tiene una incidencia o un riesgo elevados de enfermedad	N/A	"Colaboramos" Pág. 47
		LA8. Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos	No se tienen sindicatos en DIRECTV Colombia	N/A
Desarrollo de la cadena de valor	Evaluación laboral proveedores	LA14. Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a las prácticas laborales	N/A	"Integramos" Pág. 49
		LA15. Impactos significativos, reales y potenciales, de las prácticas laborales en la cadena de suministro, y medidas al respecto	N/A	"Integramos" Pág. 50

Temas/Asuntos relevantes	Aspecto GRI	Indicadores GRI / Propios	Omisión	Página/Respuesta
	Evaluación ambiental proveedores	EN32. Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios ambientales	N/A	No se tiene gestión de este indicador
		EN33. Impactos ambientales negativos significativos, reales y potenciales, en la cadena de suministro y medidas al respecto	N/A	No se tiene gestión de este indicador
Canales de comunicación con los grupos de interés	Canales de comunicación con los grupos de interés	DMA	N/A	"Somos sustentables" pág. 17
Voluntariado	Voluntariado	DMA	N/A	"Nos comprometemos" pág. 56
Desarrollo de la industria nacional	Prácticas de adquisición	EC9. Porcentaje del gasto en lugares con operaciones significativas que corresponde a proveedores locales	No se reporta el porcentaje del gasto sino el monto.	"Integramos" Pág. 48



@DIRECTVCo



DIRECTVla.co



@DIRECTVla