

DIRECTV

# CONECTAR

PARA  
IMPACTAR

Reporte de  
Sustentabilidad **2017**



# ÍNDICE

## 1. NOS COMPROMETEMOS

¿Qué es DIRECTV?	6
Nuestra Esencia	8
Siempre a la vanguardia	9
Integridad y ética en los negocios	10
Política y código de ética	11
Canales de denuncia	12
Premios y reconocimientos 2017	14

## 2. SOMOS SUSTENTABLES

Una gestión de 360 grados	6
Fortaleciendo el vínculo con los grupos de interés	8
Participación en asuntos públicos	9
Accountability y transparencia	10
Vinculación con aspectos GRI y ODS	11

## 3. ENTRETENEMOS

Líderes en experiencias	16
Nuestros productos	17
Contenido exclusivo y de calidad	18
Siempre en movimiento	19
Somos responsables y éticos	20
Los clientes, el centro de nuestra tarea	21
Con el foco en mejorar la gestión	22

## 4. COLABORAMOS

Estos somos	24
Un equipo dinámico	25
Nuestra propuesta	26
Suma de talentos	27
Oportunidades para crecer	28
Aprender haciendo	29
Llegar a la meta	30
Comunicación interna	31
Salud y seguridad ocupacional	32

## 5. INTEGRAMOS

Cada eslabón cuenta	53
Nuestros proveedores	54
Integridad y responsabilidad en la cadena de valor	55
Agentes de acción	56

## 6. COMPARTIMOS

Somos comunidad	58
El poder de ayudar	64
Iniciativas regionales	67

## 7. PRESERVAMOS

Comprometidos con el futuro	72
Consumo responsable de energía	73
Control de emisión de gases invernadero	75
Gestión de residuos	77
Gestión de ciclo de vida del producto	78
Promoviendo el compromiso ambiental	79

## 8. TABLA DE INDICADORES GRI

Tabla de indicadores GRI	81
--------------------------	----

# PARÁMETROS DEL REPORTE

G4-5, G4-28, G4-30, G4-31, G4-32, G4-33

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

Por eso, anualmente presentamos el Reporte de Sustentabilidad, que nos permite dar cuenta de nuestra gestión en materia social, económica y ambiental. Este informe 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 Empresaria de DIRECTV Argentina, con la colaboración fundamental de todas las áreas de la compañía que participaron en el relevamiento de la 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, creemos 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:**

 [rse@DIRECTVla.com.ar](mailto:rse@DIRECTVla.com.ar)

 **Capitán Justo G. Bermúdez 4547**  
Complejo Panamerican Bureau, Torre I,  
Piso 1  
Munro (B1605DII)  
Partido de Vicente López  
Buenos Aires, Argentina

# CARTA DE BIENVENIDA

G4-1, G4-2

A 20 años de nuestra llegada a la Argentina, desde DIRECTV buscamos conectar e impactar positivamente en nuestros clientes y en cada una de las comunidades donde estamos presentes. También buscamos compartir y dar a conocer los proyectos sociales y ambientales a nuestros grupos de interés. Los invito a recorrer nuestro Reporte de Sustentabilidad donde podrán encontrar información sobre nuestras principales iniciativas.

En 2017 nos preparamos para consolidar nuestro liderazgo en tecnología: los equipos de Ingeniería y ABC (Argentinian Broadcast Center) trabajaron intensamente en el desarrollo e implementación del nuevo decodificador 4k Ultra HD para poder ofrecer, por primera vez en el país, los 64 partidos de la Copa Mundial de la FIFA Rusia 2018™ con esta tecnología.

También queremos dejar nuestro impacto en la educación y es por eso que hace 10 años desarrollamos

nuestro programa Escuela+: programa que ofrece televisión educativa en escuelas rurales y capacita a docentes para que puedan incorporar contenidos audiovisuales en sus clases y de esta manera promover un mayor entusiasmo y motivación en los alumnos. Y en 2017 organizamos nuestro segundo Congreso Iberoamericano de Televisión y Educación. El encuentro se realizó en Buenos Aires y convocó, durante dos jornadas, a más de 500 personas, entre estudiantes, docentes, académicos, ejecutivos y autoridades provinciales y nacionales.

La Escuela N° 38 Presidente Raúl Ricardo Alfonsín fue donde nació nuestro programa educativo. Es una escuela muy particular ya que es la más austral del país y está ubicada en la Base Esperanza en la Antártida. El año último, capacitamos en el uso de nuestro programa, a los maestros que vivirán en la base durante un año.

Cuando hablamos de dejar nuestra huella también nos referimos a construir y reforzar vínculos con las comunidades donde desarrollamos nuestras operaciones. Y consolidar esos vínculos es una de nuestras prioridades. Por quinto año consecutivo recibimos un reconocimiento por parte del Municipio de Vicente López, donde se ubican nuestras oficinas centrales, por ser una de las empresas que lleva a cabo más iniciativas de responsabilidad social en la zona.

El gran equipo de trabajo de DIRECTV Argentina también tuvo su reconocimiento. Es un orgullo compartir con ustedes que DIRECTV se encuentra entre las 10 empresas Mejores para Trabajar en el país. Esta posición es la consecuencia del trabajo de cada uno de los colaboradores, que, día a día, se compromete a brindar un servicio de excelencia.

## **Manuel Abelleyra**

Presidente de DIRECTV Región Sur.



# 1. NOS COMPROMETEMOS



# ¿QUÉ ES DIRECTV?

G4-3,G4-4,G4-6,G4-7,G4-8,G4-9,G4-17

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

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

dos Unidos, mientras que la de AT&T está en la ciudad de Dallas, Texas.

En 2016, la compañía formalizó un nuevo modelo operativo y estructura para la Región Sur de DIRECTV Latin America, con Manuel Abelleira como presidente e incluyendo Argentina, Chile, Perú y Uruguay.



## DIRECTV ARGENTINA

DIRECTV es la única empresa de TV satelital de la Argentina. Está presente en el país desde hace 20 años y forma parte de las empresas más prestigiosas del mismo. Brinda servicios de televisión satelital -prepago y postpago- y entretenimiento vía streaming a lo largo del territorio Argentino, a más de 2,9 millones de clientes.

DIRECTV Argentina opera en el país como una sociedad anónima cuya composición accionaria está constituida por DIRECTV Latin America (dueña del 95,23%) y Galaxy Latin America Investments (que posee el otro 4,77%).

Con un servicio al cliente de excelencia, innovación en contenidos y tecnología, la mejor programación deportiva y una fuerte cultura de sustentabilidad, DIRECTV es líder en el mercado.

Ofrece TV paga con la mejor imagen y sonido digital, y TV prepaga, que le permite acceder al servicio a quie-

nes buscan una opción flexible y económica, acorde a sus posibilidades. Además, desde 2010 la empresa ofrece banda ancha en varias provincias del país y desde 2016, internet satelital. En cualquier momento y lugar, DIRECTV brinda una oferta de programación off y online que combina las señales más populares del mundo y la programación exclusiva de sus canales propios: OnDIRECTV y DIRECTV Sports.

Con el objetivo de estar cerca de los clientes, conocerlos y ofrecerles una experiencia acorde a sus necesidades particulares la estructura interna de la compañía está estratégicamente dividida en tres regiones: norte, sur y provincia de Buenos Aires. Además, ofrece internet en zonas urbanas y rurales de diversas provincias.

La empresa tiene 3.951 colaboradores y cuenta con oficinas en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y en las provincias de Buenos Aires, Santa Fé, Mendoza y Córdoba; además tiene 17 bases operativas distribuidas a lo largo de todo el país.

## Dimensiones de la organización

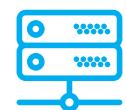
(empleados, operaciones, ventas, capitalización, productos y servicios)



**3.951**  
empleados



**2.949.960**  
clientes\*



**17**  
bases técnicas



**4 oficinas**  
comerciales



**\$2.615.558**  
millones de pesos en  
remuneraciones y cargas  
sociales



**\$3.527.867**  
millones de pesos en tasas e  
impuestos

\*Medición realizada en base a churn prepago 60 días.

# NUESTRA ESENCIA

G4-8, G4-56

Cada día, los empleados de DIRECTV trabajan para ofrecer una experiencia de entretenimiento superior, en cualquier momento y lugar, con la mejor tecnología y más amplia y completa programación deportiva.

Los **valores** que nos distinguen son:

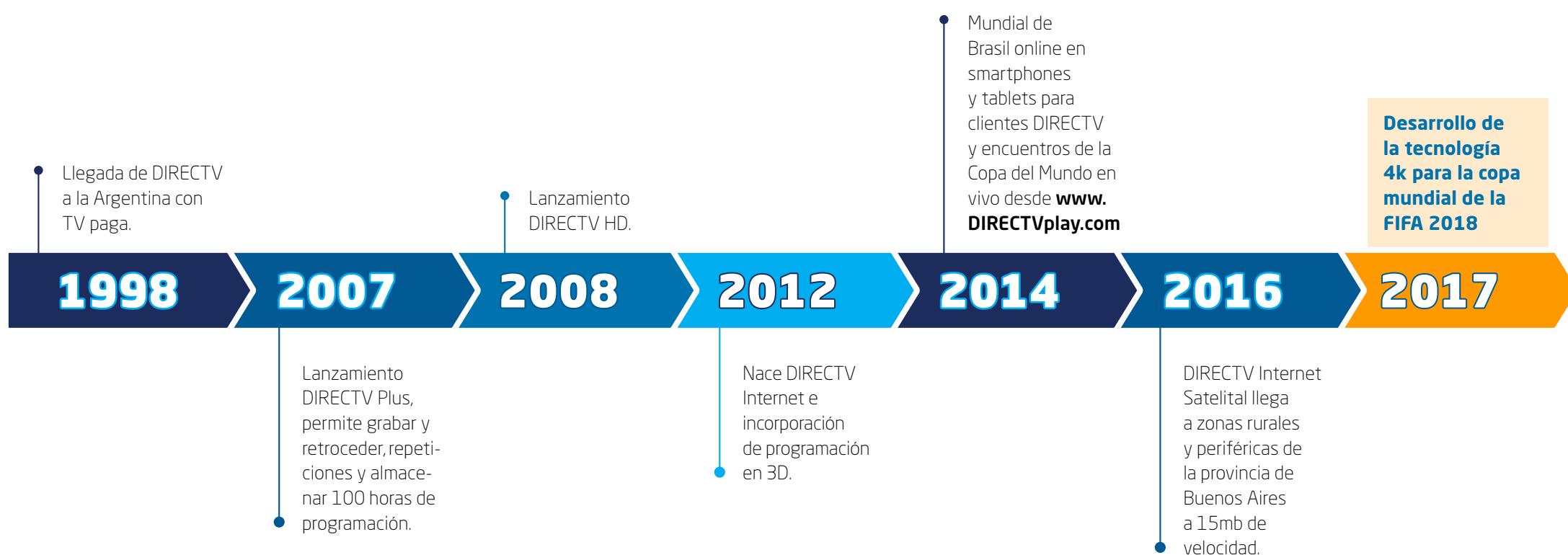
- Liderazgo
- Innovación
- Determinación
- Agilidad
- Trabajo en equipo
- Integridad

En 2017 redefinimos nuestros **objetivos de negocio**:

1. Operar regionalmente para generar resultados ganadores.
2. Crecer inteligentemente: innovar productos y servicios para brindar a nuestros clientes un valor agregado.
3. Foco en el negocio central: acelerar nuestro liderazgo en la experiencia del cliente, tecnología y contenido Premium.



# SIEMPRE A LA VANGUARDIA



# INTEGRIDAD Y ÉTICA EN LOS NEGOCIOS

G4-14, G4-34, G4-44, G4-EC6, G4-LA12

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

## GOBIERNO CORPORATIVO

DIRECTV define como órgano de Gobierno al Gerente General y sus reportes directos (locales), representados por siete hombres y mujeres argentinos quienes día a día definen las grandes líneas del negocio y establecen las estrategias y procesos centrales, así como los lineamientos de Sustentabilidad y Responsabilidad Social Corporativa.

A través de la herramienta de gestión de desempeño **Feedback to Grow**, anualmente realizamos una evaluación de todo nuestro equipo. Esto nos permite

fijar objetivos claros para cada ejercicio y evaluar a las personas por su compromiso en alcanzarlos. El puntaje obtenido es clave para la definición del bono anual de los miembros de la Dirección.

### Diversidad en el órgano de gobierno de DIRECTV Argentina



**57%**

- Manuel Abelleyra
- Marcelo Alejandro Grant
- Francisco Barreto
- Maximiliano Kassai



**43%**

- Nicole Levy
- María Casanovas
- Nadine Pavlovsky

**Todos tienen entre 30 y 50 años.**



# POLÍTICA Y CÓDIGO DE ÉTICA

G4-57, G4-S04, G4-HR2

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

En 2017 se lanzó una nueva plataforma de Compliance



**Invertimos 553 horas en formación en derechos humanos**



**3.686 empleados capacitados en el COBC**



**Capacitamos al 100% de nuestros empleados (\*)**

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

([www.dtvla.compliancetraining.com/](http://www.dtvla.compliancetraining.com/)) mediante la cual todos los empleados deben realizar cursos anuales online (Ética, conflicto de interés, política de regalos, etc.), y se puede acceder a las políticas de la compañía.

**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/English-COBC.pdf>).** Esto fue comunicado a través de nuestra herramienta de e-learning a todos los empleados.

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.

<b>Empleados informados en el COBC por categoría profesional</b>		
Directores	35	% 100
Gerentes	129	% 100
Jefes	272	% 100
Staff	2186	% 100
Técnicos	1064	% 100

# CANALES DE DENUNCIA

G4-58, G4-LA16, G4-HR3, G4-S03, G4-S04, G4-S05

Tenemos un sistema de denuncias y se incentiva a los empleados a utilizarlo. 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](http://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](mailto:etica@DIRECTVla.com.ar)

## 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.

## Política Anticorrupción

Además de contar con nuestro Código de Conducta, nuestras políticas anticorrupción se rigen por la normativa FCPA estadounidense (Foreign Corrupt Practices Act, o ley sobre Prácticas Corruptas en el Extranjero), que DIRECTV debe cumplir por ser, como parte de AT&T, una empresa pública registrada en la bolsa de valores de Nueva York (NYSE).



**Nuestros canales de comunicación para elevar consultas o denuncias están al acceso de todos nuestros empleados.**

**En 2017 se recibió una denuncia por discriminación, y se tomaron las medidas correctivas correspondientes. Por otro lado, se recibieron 2 denuncias por hechos relacionados a corrupción. En ambos casos se realizaron las debidas investigaciones y se aplicaron las sanciones correspondientes.**

Esta normativa prohíbe autorizar, ofrecer o prometer cualquier atención directa o indirecta en nombre de la compañía a un funcionario público con el fin de obtener o retener un negocio, o de generar una ventaja inapropiada. Además, incluye lineamientos para gestionar cualquier gasto vinculado con funcionarios o entidades de gobierno (topes en monto, frecuencia, etc.).

En 2017 se capacitó al 100% de los miembros del Órgano de Gobierno sobre las políticas y los procedimientos de la organización para luchar contra la corrupción, específicamente sobre FCPA y Ethics@Work, en ambos casos las capacitaciones fueron presenciales.

Por otra parte, anualmente Compliance de AT&T informa quienes deben hacer el curso de FCPA, denominado High Risk Group, acorde a sus cargos y responsabilidades. Este año, ese grupo se amplió a 440 empleados, a diferencia del 2016, donde se capacitaron a 298. La metodología de capacitación fue presencial y se realizaron *MOOC up sessions* realizados a través de videoconferencia. No obstante, la política

de FCPA está disponible en la intranet para todos los empleados.

### Empleados capacitados en temas de anticorrupción

Categoría	Capacitados	% Capacitados
Directores	32	100,00
Gerentes	127	100,00
Jefes	268	99,63
Staff	13	92,86
<b>Total</b>	<b>440</b>	<b>99%</b>

Durante el año 2017, se verificaron varios procesos en diferentes centros de la compañía, a saber:

• **Oficinas Administrativas:** se realizaron numerosas revisiones de los diversos procesos que se llevan a cabo en las oficinas corporativas de Munro y en Óptima.

- **Bases técnicas:** se realizaron revisiones presenciales las siguientes ubicaciones (que conforman el 38% de las bases propias): Ituzaingo, Munro, Berazategui, Junín, Mendoza I, Mendoza II y Fraga. No obstante, en todas las ubicaciones se realizan revisiones no presenciales.

- **Operador Logístico:** se realizaron varias visitas a la sede principal en Buen Ayre y adicionalmente sobre las ubicaciones en Poeta Rizzo y Mendoza. Asimismo, se realizaron visitas a los centros de reciclaje ubicados en CABA y Bs As.

- **Sitios NET:** se ejecutaron revisiones aleatorias sobre 20 sitios de Net (7% del total de 285 sitios) incluyendo las siguientes ubicaciones: Ezeiza, Esteban Echeverría, La Matanza, y Mendoza.

# PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS 2017

**Trabajamos para que nuestros clientes disfruten del mejor entretenimiento en cualquier momento y lugar, nuestros empleados potencien su desarrollo y capacidades en un entorno laboral favorable, equilibrando su vida personal y profesional, y la empresa continúe posicionada como líder en el mercado.**

Nuestro esfuerzo diario por lograrlo se ve en resultados concretos, cuando nos reconocen con premios y reconocimientos.

## Reconocimiento desde adentro

En 2017 obtuvimos el 10mo puesto en el Ranking "Great Place to Work", en la categoría de más de 1000 empleados. Oportunidades de desarrollo profesional, work-life balance y una excelente política de remuneración y beneficios son algunas de las cualidades de nuestro equipo que se valoraron a la hora de calificar a la empresa en la prestigiosa encuesta que publica Clarín iEco.

## Amplio reconocimiento en el ranking MERCO

Otra vez fuimos reconocidos en el primer monitor auditado del mundo: el ranking Merco (Monitor Empresarial de Reputación Corporativa), con reconocimientos en 4 categorías.

Escalamos 29 lugares en el Merco Talento, quedando en el puesto 30 por nuestra capacidad para atraer y retener talento en Argentina. Además, continuamos posicionados, en los puestos 63 en Merco Empresas, en el 53 en el de Responsabilidad y Gobierno Corporativo, y se reconoció una vez más a nuestro presidente Manuel Abelleira, con el puesto 84 en el ranking de líderes empresariales.

## Excelencia en comunicación institucional

En 2017 recibimos dos premios Eikon a la excelencia en comunicación institucional, en las categorías Patro-

cincio o Sponsoring Deportivo y Sustentabilidad Social. Por un lado, el caso "Historia de un regreso", sobre el emblemático Club de Estudiantes de La Plata, obtuvo el Eikon de Oro en la categoría Patrocinio o Sponsoring Deportivo, mientras que el especial "Piedra, Papel, Tijera: Canoa, la reconstrucción", sobre el voluntariado internacional llevado a cabo tras el terremoto en Ecuador, ganó el Eikon de Plata en la categoría Sustentabilidad Social.

## Empresa responsable

Por quinto año consecutivo, DIRECTV fue reconocida como una de las empresas locales más comprometidas con el Municipio de Vicente López. Desde 2013 recibimos todos los años un premio por nuestras acciones de RSE y el compromiso que la compañía tiene con la comunidad.



## 2. SOMOS SUSTENTABLES

LIDERAZGO DIGITAL: AMÉRICA LATINA Y EL  
FUTURO DEL MERCADO CONVERGENTE

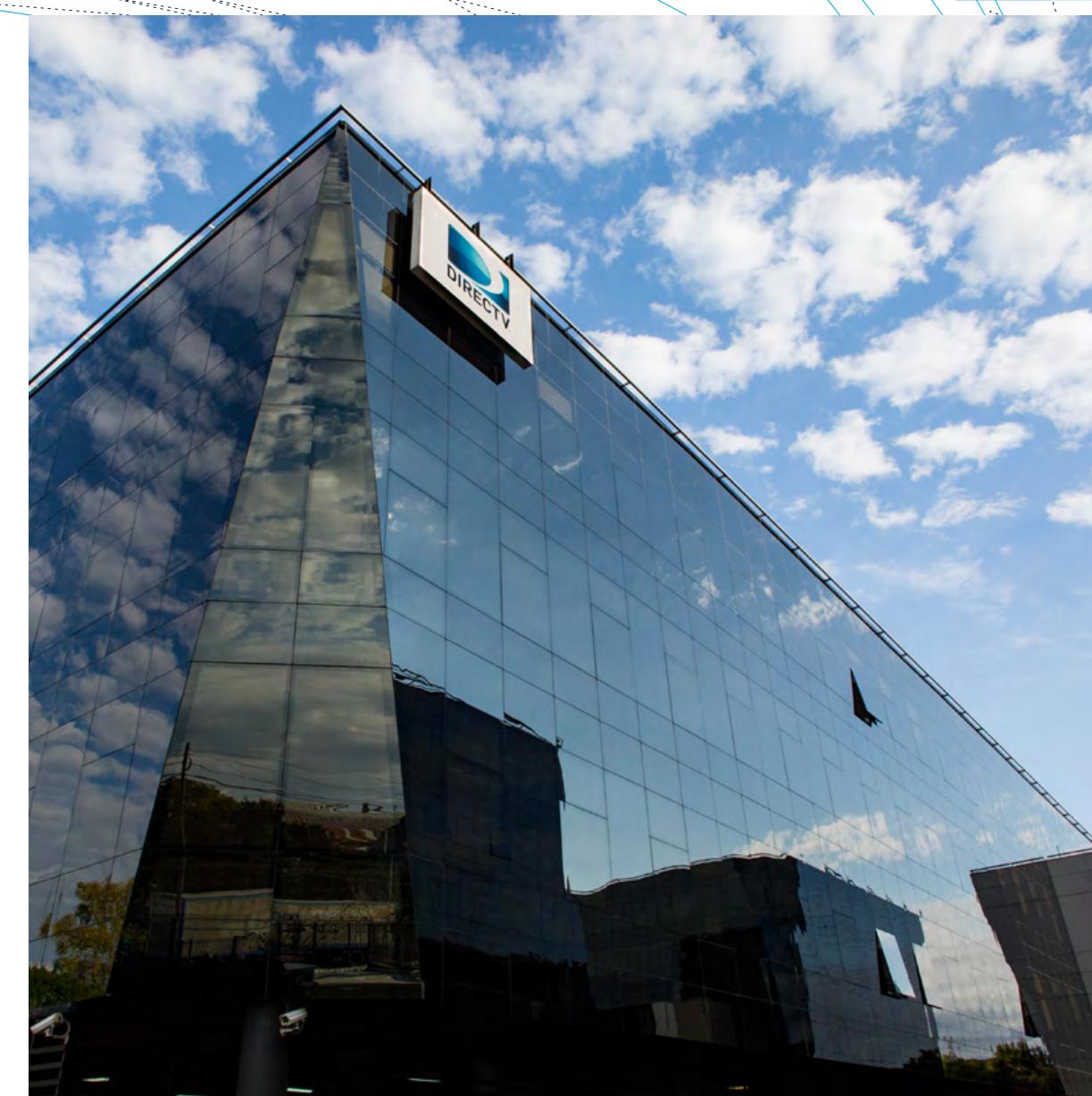
DIGITAL LEADERSHIP: LATIN AMERICA AND THE FUTURE CONVERGED MARKET



# UNA GESTIÓN DE 360 GRADOS

En DIRECTV sabemos que construir una empresa sólida, que perdure a lo largo del tiempo sólo es posible si se genera una huella positiva en las personas, en la comunidad y en el entorno que la rodea. Por eso, trabajamos diariamente en pos de la sustentabilidad sumando las preocupaciones sociales y ambientales del resto de la comunidad a las operaciones de la propia compañía y al vínculo con nuestros interlocutores más importantes.

Al ser líderes en el mercado, somos actores de peso en la sociedad. Por eso, nuestro enfoque de sustentabilidad involucra a todos los grupos de interés con los que nos relacionamos y atraviesa todas nuestras operaciones. Es un enfoque 360 grados.



# FORTALECIENDO EL VÍNCULO CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

G4-24, G4-25, G4-26, G4-27

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.

Con estos grupos de interés, formamos una red en constante interacción, con la que aspiramos a generar una relación de confianza y un diálogo fructífero para el crecimiento de todos. Mantenemos un diálogo constante a través de diversos canales de comunicación, mediante los cuales relevamos cuestiones y expectativas enriquecedoras para nuestra gestión.

## Nuestros grupos de interés son los siguientes:



### CLIENTES:

Son nuestra gran motivación diaria y el centro de todas nuestras iniciativas y esfuerzos.



### COMUNIDAD

Nos apoyamos mutuamente para el mejor crecimiento de todos.



GOBIERNO  
Se trata de un actor clave en la toma de decisiones.



### EMPLEADOS

Tenemos un gran y talentoso equipo que trabaja diariamente para brindar la mejor experiencia de entretenimiento a los clientes de la compañía.



### CADENA DE VALOR

Proveedores y agentes oficiales: trabajamos con proveedores que están alineados con nuestros valores y políticas de trabajo



FORMADORES DE OPINIÓN  
Periodistas, prensa especializada, blogueros, creadores de tendencias e influencers.

# PARTICIPACIÓN EN ASUNTOS PÚBLICOS

G4-15, G4-16

**Vincularse con organizaciones del espacio público es uno de los focos clave de DIRECTV como actor social, para potenciar la eficiencia en la rendición de cuentas, lograr un mejor desempeño de toda la industria y sumar al crecimiento de la Argentina.**

La empresa cumple con todas las normas y regulaciones que establece la vía legislativa, pero además le interesa participar en el debate que impacta en las políticas públicas del sector. Por eso formamos parte activamente de las siguientes organizaciones.

- ALIANZA (Alianza contra la Piratería de TV Paga)
- CAPPSCA (Cámara Argentina de Productores y Programadores de Señales Audiovisuales).
- IDEA (Instituto para el Desarrollo Empresarial de la Argentina).
- AMCHAM (Cámara de Comercio de Estados Unidos en la Argentina).
- CEADS (Consejo Empresario para el Desarrollo Sostenible).
- Council of the Americas.

- RAP (Red de Acción Política).
- CICOMRA (Cámara de Informática y Comunicaciones de la Argentina).

## Tecnología y desarrollo en AMCHAM

En un contexto de digitalización creciente, la tecnología y la conectividad son primordiales para el desarrollo económico de los países. Por eso en 2017, participamos en AMCHAM en la presentación del informe "Las siete recomendaciones de la política pública para atraer inversiones a Latinoamérica en la era de la revolución digital".

## Convención Azul

Participamos de la primera edición del Foro Internacional sobre Libre Comercio y Mercado Digital. El evento reunió a especialistas, empresarios, académicos y funcionarios de Europa y América Latina en el Centro Cultural Kirchner. Jeff McElfresh, presidente de DIRECTV Latin America fue el primer speaker del panel "Liderazgo Digital: América latina y el mercado digital futuro" y comentó: "Nuestra industria crece cuando cooperamos unos con otros en marcos regulatorios y políticas públicas. Somos un mosaico de compañías operando en muchos países, en lo que queremos generar valor y potenciar la innovación".



# ACCOUNTABILITY Y TRANSPARENCIA

G4-18

## Análisis de materialidad

El proceso de definición del contenido del reporte (identificación, priorización y validación) fue determinado el año 2016 con la participación activa de los gerentes de la organización y los grupos de interés. El Reporte aborda cuestiones de carácter social, medioambiental y económico que impactan significativamente en la compañía y que resultan relevantes para nuestros grupos de interés.

Aunque a partir de los resultados no se identificaron grandes variaciones respecto a los temas del reporte anterior, para DIRECTV el aspecto VOLUNTARIADO merece atención y desarrollo, pues creemos que es fundamental para generar un negocio sustentable.



# VINCULACIÓN CON ASPECTOS GRI Y ODS

G4-19, G4-20, G4-21

A continuación, presentamos la vinculación de los temas materiales (estratégicos y relevantes) con los aspectos GRI y su cobertura en el Reporte 2017.

Orden	Temas	Relación con aspecto GRI y Guía Sectorial	Cobertura
1	Calidad y satisfacción de clientes	Etiquetado de los productos y servicios (PR)	Interna
2	Desarrollo de la industria nacional	Prácticas de adquisición (EC)	Interna
		Cumplimiento regulatorio (EN)	Interna
		Mecanismos de reclamación sobre las prácticas laborales (LA)	Interna
		No discriminación (HR)	Interna
3	Gobierno corporativo, ética y transparencia	Lucha contra la corrupción (SO)	Interna
		Prácticas de competencia desleal (SO)	Interna
		Cumplimiento regulatorio (PR)	Interna
		Inversión (HR)	Interna
4	Desempeño económico e impacto en Argentina	Desempeño económico (EC)	Interna

Orden	Temas	Relación con aspecto GRI y Guía Sectorial	Cobertura
5	Inclusión tecnológica		
	Acortar la brecha digital, acercar contenidos a poblaciones vulnerables	Comunidades locales (SO)	Interna
	Diversidad, inclusión y empleabilidad	Presencia en el mercado (EC)	Interna
6	Acciones para la captación de potenciales empleados	Diversidad e igualdad de oportunidades (LA)	Interna
		Prácticas de adquisición (EC)	Interna
7	Desarrollo de la cadena de valor	Evaluación ambiental de los proveedores (EN)	Externa
		Evaluación de las prácticas laborales de los proveedores (LA)	Externa

Orden	Temas	Relación con aspecto GRI y Guía Sectorial	Cobertura
	Inclusión social		
8	Facilitar herramientas para el uso del servicio para personas con algún tipo de discapacidad.	Enfoque de Gestión (DMA)	Interna
	Programas de inversión social	Comunidades locales (SO)	Interna
9	Con foco en educación, deporte e inclusión laboral	Consecuencias económicas indirectas	Interna
	Gestión de talentos	Empleo (LA)	Interna
10	Clima laboral interno, equilibrio laboral y personal, retención de talentos, beneficios y flexibilidad.	Formación y educación (LA)	Interna
	Innovación tecnológica		
11	Producto, calidad, servicio	Enfoque de Gestión (DMA)	Interna
		Energía (EN)	Interna y externa
12	Gestión del impacto ambiental del negocio	Emisiones (EN)	Interna y externa
		Efluentes y residuos (EN)	Interna
		Productos y servicios (EN)	Interna
13	Salud y seguridad laboral	Salud y seguridad laboral (LA)	Interna
14	Pluralidad de contenidos	Enfoque de Gestión (DMA)	Interna
		Presencia en el mercado (EC)	Interna

**NOTA:** No se presentan limitaciones a la cobertura en ninguno de los temas materiales definidos para el presente Reporte.

En línea con las iniciativas globales, presentamos la vinculación de los temas materiales (estratégicos y relevantes) para la gestión sustentable de DIRECTV respecto de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) que fueron definidos por los países miembros de Naciones Unidas en septiembre de 2015 para la Agenda 2030.

ODS	Contribución DIRECTV Argentina
 4 EDUCACIÓN DE CALIDAD	Fortalecemos las competencias de nuestros talentos a través del <b>Center for Leadership Development</b> y de la Escuela de Liderazgo y Cultura. Adicionalmente, colaboramos con la comunidad a través de nuestro programa Escuela plus.
 5 IGUALDAD DE GÉNERO	DIRECTV Argentina con un 40% de dotación femenina y con un 43% de participación femenina en el órgano de gobierno. Para brindar oportunidades iguales a todos nuestros integrantes, disponemos del "Women Leadership Program" creado especialmente para potenciar el crecimiento de las mujeres.
 8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO	Brindamos y velamos por condiciones de trabajo seguras y sostenidas a través de nuestros ejes de trabajo: <ul style="list-style-type: none"><li>• Diversidad, inclusión y empleabilidad</li><li>• Salud y seguridad laboral</li><li>• Gestión de talentos</li></ul> Trabajamos de manera articulada para el ensamblaje del kit pre pago con <b>RedActivos</b> , una ONG que trabaja en la inclusión laboral de personas con discapacidad.
 9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA	A mediados de 2016 DIRECTV lanzó un nuevo satélite, el DLA-2, que nos permite potenciar nuestras capacidades de servicio al cliente y solidificar nuestra posición como el servicio de TV paga líder en la región. DLA-2 es idéntico a DLA-1, lanzado en 2014, y entregará el respaldo necesario para seguir entregando la mejor experiencia en entretenimiento para los clientes en Latinoamérica. Está ubicado en la misma posición orbital que el otro satélite, 95° longitud oeste, por lo que los suscriptores de Centro y Sudamérica de DIRECTV no tendrán que hacer ningún cambio en la orientación de su antena o en sus decodificadores cuando el nuevo satélite comience a operar. El módulo satelital DLA-2 está alojado en el satélite Intelsat 31, una nave espacial de Space Systems/Loral modelo SSL 1300 la misma empresa que construyó el DLA-1.
 11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES	Desde el 2013 colaboramos con la <b>Cooperativa El Correcamino</b> , organización compuesta por ex cartoneros es la encargada de retirar los residuos reciclables de nuestras oficinas centrales, call center y broadcast center.
 12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES	<b>Kit Prepago:</b> un servicio flexible que funciona con recargas, enfocado a sectores de bajos ingresos. El mismo es autoinstalable. Para el ensamblaje del producto articulamos con Redactivos. Por otro lado, en el 2017 la facturación electrónica creció un 25% con respecto al 2016.
 16 PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS	Enfocamos este objetivo a través de dos ejes de trabajo: <ul style="list-style-type: none"><li>• Gobierno corporativo</li><li>• Seguridad de la información e información sobre productos y servicios.</li></ul>

### 3. ENTRETENEMOS



# LÍDERES EN EXPERIENCIAS

En DIRECTV trabajamos diariamente para ser los mejores para nuestros clientes. Ofreciendo una propuesta única con productos exclusivos y de calidad, enfocándonos en la última tecnología y en brindar un servicio personalizado.

El servicio de DIRECTV está disponible en cualquier parte del país, ya que utiliza la señal de un satélite como medio de transporte y una antena parabólica que la reciben desde cada hogar. Otros componentes del sistema son el decodificador y la tarjeta inteligente de seguridad. Nuestro servicio cuenta con las siguientes características:

- Sistema de televisión satelital con **más de 260 señales** y una programación que incluye películas, deportes, eventos exclusivos, noticias, programas infantiles, canales educativos y muchas opciones más.
- Satélite que permite brindar más de **81 canales en alta definición** con imágenes nítidas y sin distorsiones.
- La mejor música a través de canales de audio y radio.
- Primer servicio de televisión paga con recarga en la Argentina: DIRECTV Prepago, mediante el cual los clientes pueden abonar por un mínimo de días que quieran ver televisión, sin la necesidad de tener facturas fijas ni contratos.



# NUESTROS PRODUCTOS

G4-4

## Televisión



### DIRECTV SD

(Standard Definition o Definición Estándar)

- Es un servicio básico que propone una oferta pensada para toda la familia: deportes, cine, programas infantiles, noticias y conciertos con imagen y sonido de calidad digital.

### DIRECTV HD (High Definition o Alta Definición)

- Es el formato de televisión digital con la mejor resolución y máxima calidad de imagen, superior a la definición SD. Imágenes más nítidas y con increíble riqueza de colores, con sonido Dolby Digital 5.1 para una experiencia de sonido envolvente.

### DIRECTV Plus HD

- Es un sistema que permite grabar, pausar, adelantar y retroceder la TV en vivo y en Alta Definición. Permite elegir qué película o programa ver, cómo

y en qué momento. Cuenta con la mejor imagen con hasta 1.080 líneas de resolución y con sonido Dolby Digital 5.1 para una experiencia envolvente.

### DIRECTV Nexus

- Permite grabar, pausar, retroceder y mirar los programas grabados desde cualquier televisor, ya que cumple las funciones de un decodificador digital en cualquier decodificador. Y ofrece a los clientes la mejor oferta On Demand HD y las aplicaciones DIRECTV App y TV Apps.

### DIRECTV On Demand

- Es la mejor oferta *on demand* del mercado, con más de 2.000 títulos, 100 de ellos exclusivos. Toda la programación *on demand* se puede disfrutar en HD y está siempre disponible para ser consumida.



Lanzamos el nuevo Pack Futbol: donde además de poder mirar de la cobertura más completa de la Superliga, se puede disfrutar de todos los partidos en Alta definición. Para más información: [directv.com.ar/futbol](http://directv.com.ar/futbol)

## Plataforma online



## Aplicaciones



### DIRECTV Play

- Es la plataforma *online* de DIRECTV, en la que nuestros clientes pueden disfrutar sin costo adicional de las mejores películas, series completas, contenidos infantiles y eventos deportivos en vivo. Los usuarios de DIRECTVplay.com pueden acceder a sus contenidos favoritos en cualquier momento y en cualquier lugar a través de sus PC, tableta o smartphone.

## Internet



### DIRECTV Internet

- Es nuestro servicio propio de banda ancha, con internet de entre 3 y 9 megas, con tecnología Wimax, LTE y FTTH a clientes distribuidos en Mendoza y Córdoba y Buenos Aires.

# CONTENIDO EXCLUSIVO Y DE CALIDAD

G4-4

En DIRECTV, constantemente pensamos cómo enriquecer y ampliar la experiencia de entretenimiento a nuestros clientes. Es por ello, que ofrecemos la señal OnDIRECTV, un canal de entretenimiento con contenidos exclusivos y originales: series propias y clásicos del cine, documentales, conciertos, eventos especiales y top shows diarios, que incluyen a reconocidas figuras.

En 2017, como parte de la **programación**, OnDIRECTV presentó la tercera temporada de *Kingdom*, una serie exclusiva de DIRECTV ambientada en el mundo de las artes marciales mixtas. También, se estrenaron series de gran envergadura, como: *Fargo* (tercera temporada), *Broadchurch* (tercera temporada), *Versalles*, *Ouro*, *Happy Valley* y *Doctor Foster*, entre otras.

En el **rubro cine**, contó con un especial de Ciclo de Cine Argentino, donde se reprodujeron grandes hitos del cine nacional, como "Un novio para mi mujer", "El hijo de la novia", "Viudas" y "Elefante blanco". Además, continuamos con nuestra serie de voluntariado y apoyo a la comunidad: *Piedra, papel, tijera*.

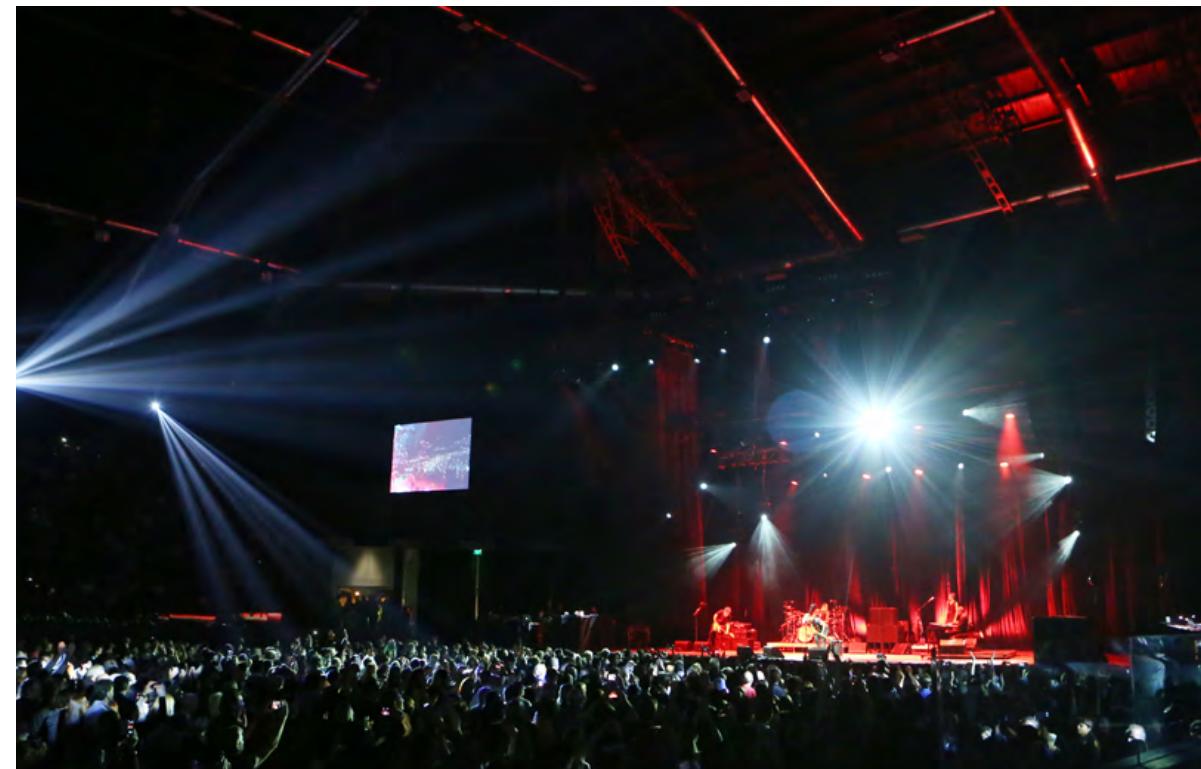
## DIRECTV Arena

Inaugurado en 2015 con un recital de Sting, el estadio DIRECTV Arena continúa siendo el lugar más elegido por los más grandes artistas nacionales e internacionales. Durante 2017 se realizaron 11 shows, en los que tocaron figuras consagradas como Valeria Lynch y Diego Torres, y también estrellas internacionales como Ariana Grande, Incubus, 10000 Maniacs, The Ten Tenors, Arjona, Playing for Change y Ceelo Green, entre otros.



**"Seguimos apoyando la producción nacional, ofreciendo contenidos exclusivos de alta calidad para nuestros clientes. Posicionamos a DIRECTV como productor de contenidos y superamos todos los pronósticos: hoy somos jugadores relevantes en este ámbito. Es un lujo formar parte de este grupo que trabaja con tanta pasión".**

*Paula Massa - Jefa de Desarrollo y Contenido de Espectáculos.*



# SIEMPRE EN MOVIMIENTO

Gracias a la mejor tecnología del mercado y a contenidos exclusivos, como DIRECTV Sports y DIRECTV Sports+, brindamos la mejor programación original, con programas como:

- *Alma de Potrero*, con Diego Korol.
- *Ascenso Directo*, con Daniel Cacioli y Héctor Gallo.
- *Al Mediodía se Habla Así*, con Juan Carlos Pasman, Gustavo Kuffner y Ramiro Penas.
- *Todo en 30*, con Juan Pablo Varsky.

Por otro lado, transmitimos partidos exclusivos de la Liga de España, la Premier League, la Liga de Francia, la Copa del Rey, FA Cup, la Coppa Italia, la Coupe de France, la Copa de Alemania, el fútbol de ascenso de la Argentina, la Liga Nacional de Básquet, la NBA, la DIRECTV Liga de las Américas, la DIRECTV Liga Sudamericana y muchas competencias más.

También tenemos como protagonistas, al rugby en el canal ESPN Extra-DIRECTV; el automovilismo, con el Rally Argentino DIRECTV y OnBoard en DIRECTV Sports.

Gracias a los DIRECTV Sports App, los usuarios pueden disfrutar los partidos exclusivos en vivo, en su computadora, tableta o teléfono inteligente, sin costo adicional. Entre otras funciones, la app combina transmisiones en vivo y repeticiones en VOD, noticias, contenido editorial y estadísticas en tiempo real.

## Social Media Day

Participamos de la 8va edición del Social Media Day Buenos Aires, el evento sobre redes sociales y comunicación digital más importante de Argentina. Nicolás Albistur, director de Marketing y Programación de DIRECTV Latin American- Región Sur destacó como la calidad y los avances tecnológicos en cada gran evento deportivo mundial, revolucionan la forma de consumir contenidos. Además, agregó: "El deporte en vivo supera a cualquier serie o película, por más taquillera que sea".



**En 2017 lanzamos "Alma de Potrero" un homenaje a la Selección Argentina. Con los testimonios de Messi, Di María, Mascherano, Goycochea, Ortega, Simeone y Ruggeri, entre otros símbolos de la Celeste y Blanca, llegó a DIRECTV Sports el ciclo de entrevistas donde Diego Korol realiza un mano a mano con los protagonistas de la historia de la Selección Argentina de fútbol.**



# SOMOS RESPONSABLES Y ÉTICOS

G4-14, G4-S07, G4-PR3, G4-PR4, G4-PR7, G4-PR8, G4-PR9

**Nuestra política de comunicación comercial transparente, honesta e inclusiva, incluye el etiquetado adecuado de nuestros productos. Además, estamos comprometidos con el cliente, protegiendo sus datos personales y monitoreando la satisfacción como forma de mejorar cada día.**

Fomentamos la **sana competencia**, sin desacreditar ni desdeñar a nuestros competidores y estamos en contra de cualquier mensaje engañoso, ofensivo o de mal gusto.

Ejercemos la **Autorregulación Publicitaria** dispuesta por el Consejo de Autorregulación Publicitaria (CONARP). Del mismo modo, nuestro departamento de Legales, supervisa todas las piezas de comunicación que se emitirán desde las diferentes áreas de la compañía, analizando los contenidos y las cuestiones referidas a lo estrictamente monetario.

Además, realizamos una **comunicación anticipada, completa y detallada** de cualquier cambio en las modalidades de contratación, en los beneficios o en las

promociones. Informamos a través de comunicaciones especiales los aumentos de precio, las modificaciones en los ciclos de facturación y los cambios en la grilla.

En caso de recibir notificaciones asociadas a incumplimiento en cualquiera de las temáticas mencionadas, como cualquier otra notificación es recibida por el área de Legales quien se encargará de solicitar, en caso de ser necesario, información a las áreas de la empresa que correspondan y confeccionar la contestación y/o descargo. Asimismo, en caso de ser necesario, se cuenta con la asistencia de Estudios Jurídicos externos. En este sentido, cabe aclarar que en 2017 no tuvimos antecedentes de que se registraran casos asociados.

## Información y Etiquetado

Siguiendo distintas normativas nacionales, el etiquetado adecuado de nuestros productos es una de las prácticas comerciales responsables que llevamos adelante en DIRECTV.

En primer lugar, el etiquetado cumple con la identificación de los productos y a la denominación de origen

como exige la **Ley de Lealtad Comercial**, en sus artículos 1º al 7º. En segundo lugar, la **Ley de Defensa del Consumidor**, en sus artículos 4º al 6º, hace referencia a la información al consumidor y a la protección de su salud.

Asimismo, nuestros productos cuentan con otros tipos de certificación de seguridad eléctrica, de acuerdo con lo regulado por el Instituto Argentino de Normalización y Certificación (**IRAM**) en su resolución N.º 92/1998, de cumplimiento obligatorio. Esta norma solicita que todos los productos eléctricos y electrónicos que se comercializan en la Argentina deben llevar una Certificación de Seguridad Eléctrica, que debe ser emitida por un organismo de certificación acreditado por el Organismo Argentino de Acreditación (OAA) y reconocido por el Gobierno nacional.

Nuestros decodificadores y equipos electrónicos cumplen con la directiva 2002/95/CE de la normativa RoHS (Restriction of Hazardous Substance), que busca reducir en aparatos eléctricos y electrónicos el contenido de sustancias peligrosas para la salud y para el medio ambiente. Mediante esta normativa, **exigimos**

**a nuestros proveedores que limiten el contenido de ciertas sustancias**, como plomo, mercurio, cadmio, etc., en las partes que componen los equipos eléctricos o electrónicos que luego serán comercializados por DIRECTV.

Gracias a esta restricción, los equipos no representan un peligro para el medio ambiente ni para la salud de las personas, durante su fabricación y tampoco al final de su vida útil. Además, se trata de un punto relevante en los procesos de reutilización o reciclaje y especialmente para la eliminación de materiales y residuos. También es importante que los equipos que sean reparados utilicen materiales que también cumplan con dicha normativa.

Todos nuestros productos cuentan con un logo que indica que el equipo cumple con la normativa, o bien, se indica en el manual correspondiente.

En este sentido, cabe destacar que en 2017, no se registraron incumplimientos a las normativas que regulan la información y el etiquetado de los productos.

## Privacidad de los clientes

En DIRECTV, conservamos una política de protección total de la información de nuestros clientes y también de quienes acceden a nuestra página web a través de una política de privacidad propia de la empresa. Esta se encuentra alineada con la normativa que regula estos temas, en particular a DIRECTV, en virtud de su actividad: la Ley de Protección de Datos Personales (LPDP) N° 25.326, modificada por la ley 26.343 y reglamentada por el decreto 1558/2001, y la Ley de Confidencialidad sobre Información (LDCI) N° 24.766.

Además, la compañía está inscripta en el Registro Nacional No Llame, creado por la Subsecretaría de Coordinación y Control de Gestión Registral de la Secretaría de Asuntos Registrales del Ministerio de Justicia y Derechos Humanos de la Nación.

En 2017 respondimos en tiempo y forma a cada uno de los reclamos recibidos, tomando las medidas correspondientes:

- En el marco de la Ley de Defensa del Consumidor, en 2017 recibimos 14 multas por un total de \$411.600, de las cuales abonamos 4 y apelamos 10. Asimismo, se abonaron otras 6 multas (sin hacer distinción de la fecha de notificación) por la suma de \$47.512.
- En el marco del Registro Nacional No Llame la compañía recibió 4 apercibimientos y 1 multa por \$25.100. Todos fueron apelados y aún se encuentran pendientes de resolución. Adicionalmente, DIRECTV recibió 2 demandas por un total de \$40.000 invocando la Ley de creación del Registro Nacional No Llame. Ambos juicios se encuentran pendientes de resolución.
- En éste período, DIRECTV fue multada en la Ciudad de Comodoro por la suma de \$20.400.- por supuesto incumplimiento a la Ordenanza Municipal N° 9422/09 sobre Defensa al Consumidor, la cual ya fue abonada.
- No hemos recibido denuncias ante la Dirección Nacional de Protección de Datos Personales.



# LOS CLIENTES, EL CENTRO DE NUESTRA TAREA

G4-26

Nuestra meta es brindar a nuestros clientes la máxima experiencia en el servicio. Para eso, les ofrecemos programas y herramientas que buscan reconocer su lealtad, y estamos en contacto permanente, brindándoles información a través de distintos canales:



Plataforma online de autogestión MiDIRECTV:  
[www.directv.com.ar/miDIRECTV](http://www.directv.com.ar/miDIRECTV)



A través de nuestro sitio web:  
[DIRECTV.com.ar](http://DIRECTV.com.ar)



Para conocer más sobre la programación:  
[DIRECTVplay.com.ar](http://DIRECTVplay.com.ar)



Vía línea telefónica:  
• **0810-333-4732** (Clientes Pospago)  
• **0810-999-8636** (Clientes Prepago)



Vía Email:  
[at\\_cliente@DIRECTVla.com.ar](mailto:at_cliente@DIRECTVla.com.ar)



A través de SMS: "ANTENA" al número **77999**

Respondemos consultas de quienes puedan estar interesados en contratar DIRECTV Prepago. Para mejorar el servicio, pueden mandar un SMS con el código postal del lugar donde se instalará y en el que se asesorará sobre el diámetro necesario de antena para tener la mejor señal.

- En nuestro **CANAL 100**, donde se encuentra el instructivo del servicio.

- Encontranos en las Redes Sociales:**

- Twitter:** @DIRECTVAR / @DIRECTVServicio
- Facebook:** /DIRECTVla
- Youtube:** +DIRECTVLatinAmerica
- Instagram:** DIRECTVLatinAmerica

Además, nos comunicamos con nuestros clientes a través de un newsletter mensual impreso, imágenes en las facturas impresas, mensajes promocionales en los call centers y cartas institucionales.



# CON EL FOCO EN MEJORAR LA GESTIÓN

G4-27,G4-PR5

Nuestro objetivo principal es brindar la mejor experiencia a todos los clientes. Para medir nuestros esfuerzos y sus resultados, realizamos distintos tipos de encuestas de satisfacción y monitoreamos las áreas que tienen contacto con el usuario:

## 1. Ventas

Para evaluar la satisfacción utilizamos encuestas a través de los equipos de ventas, buscando detectar oportunidades de mejoras en los procesos, identificando aquellos puntos que presentan una mayor cantidad de desvíos, y registrando los *drivers* que mueven la satisfacción del cliente.

Para ello, tomamos información de dos fuentes:

- La base diaria de Ventas Cargadas y Aprobadas el día anterior.
- Una encuesta telefónica al cliente, en la que consultamos acerca de la información recibida sobre funcionalidades, programación y condiciones comerciales, entre otros temas.

## 2. Field Services

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

En 2017, se llevaron a cabo **198.708 encuestas** efectivas. La insatisfacción de los clientes con respecto a Field Services mantuvo similares resultados respecto al año anterior: ahora es de 6,8%, mientras que en 2016 fue un 6,6%.

Motivos de insatisfacción	2017
<b>Q Encuestas realizadas</b>	<b>198.708</b>
% Insatisfacción Gral	<b>6,8%</b>
% Insatisfacción con el plazo	14,8%
% Impuntualidad	4,3%
% Sin capacitación al cliente	3,7%
% Falta de Interés	4,7%
% Mal Funcionamiento	5,3%

Según el tipo de trabajo	Cantidad de Encuestas	% Insatisfacción Gral
Básica	61.218	5,2%
Servicios Adicionales	68.757	6,4%
Asistencia Técnica	68.733	8,6%
<b>Total General 2017</b>	<b>198.708</b>	<b>6,8%</b>

### 3. Telecenter

Durante 2017, realizamos 1.312.560 encuestas para evaluar el nivel de satisfacción de nuestros clientes con el servicio del Telecenter. El nivel de insatisfacción es de 8,7%, manteniendo valores similares respecto al año anterior. Este año las encuestas fueron enfocadas solamente en clientes con servicio de TV.

### Net Promoter Score (NPS)

Para medir la lealtad de nuestros clientes, utilizamos el índice Net Promoter Score (NPS), que se elabora sobre la base de una sola pregunta de **recomendación del servicio**.

Según los resultados, los clientes se clasifican en:

- Promotores: aquellos que asignan 9 o 10 puntos.
- Pasivos: los que evalúan con 7 u 8 puntos.
- Detractores: los que otorgan 6 puntos o menos.

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

En 2017, se decidió migrar a la **metodología online** (reemplazando las encuestas CATI – telefónico). La metodología online obtiene valores más bajos vs. la telefónica, como característica de la metodología per se. Menor sesgo de cortesía, sin la interacción con un encuestador (no existen la repregunta, ni los sesgos de cortesía), obtenemos opiniones más crudas, aparecen segundas marcas o marcas value. Los resultados de DIRECTV, producto de mediciones online 2016 y 2017 son consistentes entre sí. Los valores de ambos años tanto de NPS como de indicadores clave de satisfacción son:

<b>Valores T2B “Totalmente Satisfecho” + “Satisfecho”</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
NPS	4%	<b>3%</b>
Sat. Programación en general	67%	<b>70%</b>
Sat. Func. Y tecnología	80%	<b>81%</b>
Sat. Precio por servicio	36%	<b>36%</b>
Base consultada	5763	<b>4234</b>

## 4. COLABORAMOS



# ESTOS SOMOS

G4-10, G4-11, G4-LA12

Nuestro equipo está formado por 3.951 personas: 2.383 hombres y 1.568 mujeres, quienes tienen una edad promedio de 36 años. Aunque la mayor parte de los empleados se desempeña en Buenos Aires, estamos presentes en once regiones del país.



**3.951**  
personas

   
**2.383** hombres      **1.568** mujeres

*El 81% de nuestros empleados trabaja en Buenos Aires*



**Antigüedad promedio:  
5,6 años**



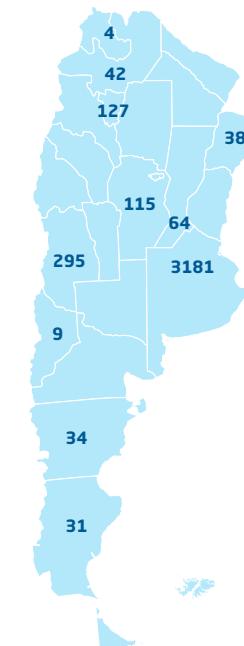
**Puesto 10 en el Ranking “Great Place to Work”,  
en la categoría de más de 1000 empleados.**

## El equipo en cifras 2017

	Hombres	%	Mujeres	%	Total
Número total de empleados	2383	60,31%	1568	39,69%	<b>3951</b>
<b>Por categoría</b>					
Directores	29	80,56%	7	19,44%	<b>36</b>
Gerentes	92	69,17%	41	30,83%	<b>133</b>
Jefes	190	68,84%	86	31,16%	<b>276</b>
Empleados	1111	44,10%	1408	55,90%	<b>2519</b>
Técnicos	961	97,37%	26	2,63%	<b>987</b>
<b>Por edad</b>					
Edad promedio		36,00		36,00	
Entre 20 y 29 años	550		415		<b>965</b>
Entre 30 y 44 años	1440		975		<b>2415</b>
Dotación mayor a 45 años	393		178		<b>571</b>

<b>Empleados por antigüedad</b>	<b>Hombres</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Total</b>
Antigüedad promedio	5,60	5,60	
<b>Desglose de empleados por antigüedad</b>			
30 años	0	0	<b>0</b>
25-29 años	0	0	<b>0</b>
20-24 años	2	1	<b>3</b>
15-19 años	62	67	<b>129</b>
10-14 años	99	119	<b>218</b>
5-9 años	1300	801	<b>2101</b>
Menos de 5 años	920	580	<b>1500</b>

<b>Por región</b>	<b>Hombres</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Total</b>
Corrientes	35	3	<b>38</b>
Buenos Aires	1773	1408	<b>3181</b>
Salta	32	10	<b>42</b>
Chaco	4	7	<b>11</b>
Neuquén	6	3	<b>9</b>
Tucumán	100	27	<b>127</b>
Jujuy	2	2	<b>4</b>
Mendoza	251	44	<b>295</b>
Córdoba	87	28	<b>115</b>
Rosario	41	23	<b>64</b>
Río Gallegos	29	2	<b>31</b>
Chubut	23	11	<b>34</b>



#### **Por tipo de empleo**

Jornada completa	2382	1556	3938
Tiempo parcial	1	12	13

#### **Por tipo de contrato**

Contrato indefinido o permanente	2380	1565	3945
Contrato de duración determinada o temporal	3	3	6
Pasantías	0	0	0

#### **Otros indicadores**

Cantidad de empleados con discapacidad (*)	2	1	3
--	---	---	---

(\*) La única discapacidad sobre la cual se lleva registro por cuestiones de acompañamiento y adaptación del puesto de trabajo es la de discapacidad intelectual.

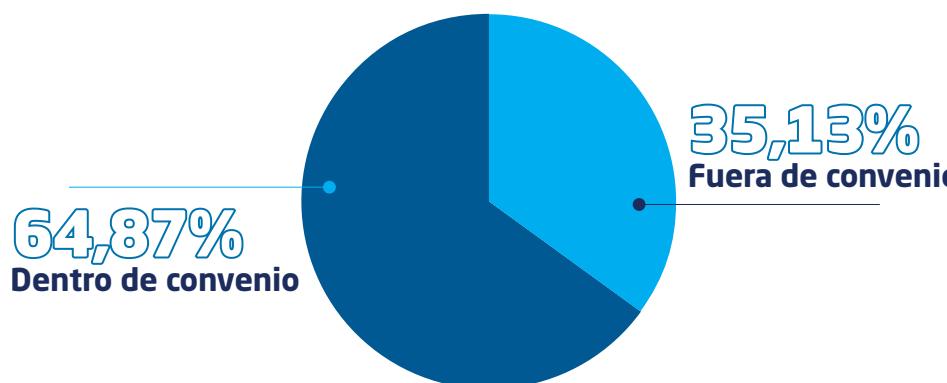
### Colaboradores por categoría y grupos de edad

	Entre 20 y 29 años	Entre 30 y 44 años	Mayores de 45 años	Total
Director	0	0,00%	24	66,67%
Gerente	1	0,75%	97	72,93%
Jefe	14	5,07%	189	68,48%
Empleado	720	28,58%	1527	60,62%
Técnico	230	23,30%	578	58,56%
<b>Total</b>	<b>965</b>	<b>24,42%</b>	<b>2415</b>	<b>61,12%</b>
			<b>571</b>	<b>14,45%</b>
				<b>3951</b>

**Nota:** En 2017 no contamos con empleados entre 18 y 19 años dentro de nuestra nómina.

### El equipo en cifras 2017

	Hombres	Mujeres	Total
Fuera de convenio	22,65%	12,48%	<b>35,13%</b>
Dentro de Convenio	37,66%	27,21%	<b>64,87%</b>



# UN EQUIPO DINÁMICO

G4-LA1, G4-LA3

Para nosotros es importante conocer no solo la composición de nuestro equipo de trabajo, sino también, las variaciones de ingresos y egresos de la compañía, para poder así continuar estableciendo iniciativas que nos lleven a ser mejores empleadores. Para ello, calculamos el índice de rotación y retención de empleados.

## Índice de rotación 2017



un 30% menos  
que en 2016.

## Índice de contrataciones

**3,75%**

### ÍNDICES POR GÉNERO

	Contrataciones	Índice de Contratación (%)	Bajas	Índice de Rotación (%)
<b>Mujeres</b>	46	1,16%	126	3,19%
<b>Hombres</b>	102	2,58%	167	4,23%
<b>Total</b>	<b>148</b>	<b>3,75%</b>	<b>293</b>	<b>7,42%</b>

Puesto 30 en Ranking MERCO Talento por nuestra capacidad para atraer y retener talento en Argentina.

### ÍNDICES POR EDAD

	ALTAS					BAJAS					ROTACIÓN TOTAL
	Hombres	Contratación	Mujeres	Contratación	CONTRATACION TOTAL	Hombres	Rotación	Mujeres	Rotación		
Entre 18 y 19 años	2	0,05%	0	0,00%	<b>0,05%</b>	2	0,05%	0	0,00%	<b>0,05%</b>	
Entre 20 y 29 años	35	0,89%	30	0,76%	<b>1,65%</b>	65	1,65%	53	1,34%	<b>2,99%</b>	
Entre 30 y 44 años	58	1,47%	14	0,35%	<b>1,82%</b>	85	2,15%	58	1,47%	<b>3,62%</b>	
Dotación mayor a 45 años	7	0,18%	2	0,05%	<b>0,23%</b>	15	0,38%	15	0,38%	<b>0,76%</b>	
<b>TOTAL</b>	<b>102</b>	<b>2,58%</b>	<b>46</b>	<b>1,16%</b>	<b>3,75%</b>	<b>167</b>	<b>4,23%</b>	<b>126</b>	<b>3,19%</b>	<b>7,42%</b>	

### Contrataciones por región y sexo

Altas					
	Mujeres	% Contratación	Hombres	% Contratación	% Contratación total
Corrientes	0	0,00%	1	0,03%	<b>0,03%</b>
Salta	3	0,08%	12	0,30%	<b>0,38%</b>
Buenos Aires	39	0,99%	76	1,92%	<b>2,91%</b>
Tucumán	1	0,03%	4	0,10%	<b>0,13%</b>
Mendoza	1	0,03%	2	0,05%	<b>0,08%</b>
Córdoba	4	0,10%	4	0,10%	<b>0,20%</b>
Santa Fe	0	0,00%	1	0,03%	<b>0,03%</b>
<b>Total</b>	<b>48</b>	<b>1%</b>	<b>100</b>	<b>3%</b>	<b>4%</b>

### Bajas por región y sexo

Bajas					
	Mujeres	%Rotación	Hombres	%Rotación	% Rotación total
Chubut	1	0,03%	3	0,08%	<b>0,10%</b>
Salta	2	0,05%	3	0,08%	<b>0,13%</b>
Buenos Aires	107	2,71%	140	3,54%	<b>6,25%</b>
Tucumán	3	0,08%	4	0,10%	<b>0,18%</b>
Mendoza	2	0,05%	7	0,18%	<b>0,23%</b>
Córdoba	5	0,13%	9	0,23%	<b>0,35%</b>
Sta. Fe	3	0,08%	1	0,03%	<b>0,10%</b>
Chaco	1	0,03%	-	0,00%	<b>0,03%</b>
Neuquén	2	0,05%	-	0,00%	<b>0,05%</b>
<b>Total</b>	<b>126</b>	<b>3%</b>	<b>167</b>	<b>4%</b>	<b>7,42%</b>

# NUESTRA PROPUESTA

G4-LA2

Desde nuestra **política de Recursos Humanos**, trabajamos para que nuestros empleados logren una armonía entre la vida profesional y familiar. Algunos de los beneficios en este sentido son la reducción de la jornada laboral post maternidad, el teletrabajo y los horarios flexibles.

## Beneficios

DIRECTV ofrece a sus empleados una propuesta de valor completa y diferencial, que se plasma en un programa de beneficios pensado exclusivamente para ellos. Para facilitar el conocimiento sobre la propuesta de valor, contamos con el micro sitio en **Experiencia DIRECTV** para que nuestros colaboradores puedan buscar los beneficios por categoría y por zona, y desarrollamos una campaña de comunicación para promover su uso.

### Experiencia DIRECTV

El compromiso que tenemos con cada miembro de la compañía se traduce en nuestros cinco pilares que cubren la vida de la organización y de cada colaborador:

- 1. Liderazgo:** Líderes que viven los valores de la compañía día a día, que inspiran, dan feedback y ayudan a otros a lograr lo mejor de sí.
- 2. Crecimiento:** Experiencias que posibilitan el crecimiento profesional y personal.
- 3. Calidad de vida:** Políticas y prácticas que promueven el bienestar, la inflexibilidad y la conciliación de las responsabilidades.
- 4. Reconocimiento:** Iniciativas que valoran y distinguen a las personas por su mérito o su desempeño superior.
- 5. Clima laboral:** Un entorno de trabajo divertido y desafiante que fomenta el compañerismo y alienta a todos a impactar positivamente en el equipo, la comunidad y el medio ambiente.

### WORK-LIFE BALANCE

- Licencias especiales y flexibilidad
- Vacaciones más largas
- Cobertura de salud de primera línea (Medicus)
- Consultorio médico propio en planta
- Programa de asistencia al empleado
- Descuento en gimnasios (Megatlón y SportClub)
- Descuentos en farmacia
- Servicio gratuito de micros
- Refrigerios y snacks sin cargo
- Cuponera para el patio de comidas Norcenter

### PARA DISFRUTAR CON LA FAMILIA

- Servicio gratuito de DIRECTV
- Pack HBO y Movie City
- DIRECTV Fans
- DIRECTVÍSIMO (festejo del Día del Niño)
- Nuestros Hijos nos Visitan en vacaciones de invierno
- Día Mágico - festejo de Navidad y obsequio
- Descuentos para viajes al exterior
- Reintegro por guardería.
- Regalo de cochecito por nacimiento
- Programa Cuadro de Honor para hijos de empleados
- Becas Scholarship para hijos de empleados
- Financiamiento de útiles escolares

### PARA DESARROLLO PROFESIONAL

- Descuento en la Universidad de San Andrés: 20% de descuento en posgrados de Management.
- Descuento en la Universidad Siglo 21: 10% de descuento en carreras de grado y posgrado para empleados y sus familiares directos
- Descuento en la universidad Torcuato Di Tella: descuentos del 15% al 20% según la carrera o curso
- Becas para estudiantes universitarios

### PARA DIVERTIRNOS

- Fiesta de fin de año
- Clases anuales de yoga
- Maratones
- Descuentos en restaurantes, bares y espectáculos
- Sorteos y concursos especiales
- Descuentos para compra de indumentaria y electrónica
- Spring break

## Beneficios exclusivos

- Beneficios corporativos DIRECTV: más de 100 comercios con descuentos especiales en restaurantes, delivery de comidas, viajes y mucho más!
- Descuentos exclusivos en supermercados, combustible y espectáculos
- Movistar: descuentos en abonos, equipos y tablets.
- Seguros AON descuentos de hasta 30% en seguros para auto y hogar.

## Licencias por maternidad y paternidad

ÍNDICES DE REINCORPORACIÓN Y RETENCIÓN	Hombres	Mujeres	Total
Índice de reincorporación al trabajo tras licencia por paternidad o maternidad	100,00%	98,28%	98,53%
Índice de retención de los empleados que ejercieron la licencia por maternidad o paternidad	43,10%	39,58%	40,18%



# SUMA DE TALENTOS

## Procesos de selección

Además de las búsquedas abiertas para cubrir posiciones concretas, llevamos adelante procesos de selección durante todo el año incluyendo la realización de entrevistas exploratorias de manera constante. A su vez, hacemos especial foco en la difusión de búsquedas internas, porque sabemos que el talento está entre nosotros y solo tiene que abrirse camino.

## Modalidades de convocatoria

Los canales de convocatoria se definen según la posición que se requiera, y el perfil de los colaboradores actuales:

- **Job posting interno:** enviamos un mail semanal a los empleados de DIRECTV con los puestos a cubrir y los requisitos mínimos. A su vez las publicamos en nuestro sitio Experiencia DIRECTV y en la app. También trabajamos con los líderes para que promuevan las postulaciones y difundimos cada mes las búsquedas cubiertas internamente.

- **Job posting externo:** a través de diferentes bases de datos, campañas de candidatos referidos, anuncios en webs laborales o en periódicos, consultoras especializadas en selección de personal, el contacto con universidades, bolsas de trabajo institucionales y las redes sociales, desde donde desarrollamos búsquedas 2.0 publicamos nuestras búsquedas en el Facebook y en el LinkedIn de DIRECTV y en el Facebook de universidades.

- **Job posting mixto:** en aquellas búsquedas que lo ameritan, consideramos candidatos internos y externos.

## Taleo

Para favorecer la interacción entre las distintas áreas y permitir que los líderes puedan aprobar ofertas y vacantes desde su correo electrónico creamos Taleo, un sistema automatizado que desarrolla el proceso de **reclutamiento de forma online:** desde la descripción del perfil buscado hasta la aprobación de la vacante.

## PROGRAMA TALENTO HD JÓVENES PROFESIONALES

El programa Talento HD consiste en la elección de jóvenes talentosos para brindarles una experiencia de formación, aprendizaje y desarrollo. En 2016 se llevó adelante la 8va. edición del programa Talento HD, la cual transcurrió hasta fines de 2017.

Los candidatos pueden ser:

- **externos:** estudiantes universitarios o graduados, con sólida trayectoria académica, dominio del idioma inglés, disponibilidad para viajar y habilidades interpersonales y de trabajo en equipo.
- **empleados de DIRECTV:** deben contar con una antigüedad mínima en su función actual de 12 meses y muy buenos indicadores de productividad y desempeño en el trabajo.

Una vez que ya fueron elegidos, los jóvenes profesionales acceden a:



**En los cinco años que ya lleva, más de 160 proyectos fueron conducidos por estos jóvenes profesionales con alto potencial.**

- Un proceso de involucramiento a la compañía de un mes de duración, durante el cual conocen el negocio, la cultura y los líderes de cada Dirección;
- Un plan de aprendizaje acorde a sus competencias e intereses, en un proyecto con impacto real en el negocio;
- Una rotación a lo largo de todo el año, liderando de tres a cuatro proyectos en distintas áreas, con una duración de entre dos y tres meses cada uno;
- Programas de capacitación intensiva, para que adquieran una visión integral de la compañía;
- Un coach por proyecto, que los acompaña en la realización de la tarea concreta y que, al finalizar, brinda feedback tanto al participante como al equipo de Recursos Humanos;
- Un consejero que cumple el rol de mentor y acompaña al JP a lo largo de todo el programa, aportando una mirada clave por su experiencia y conocimiento de nuestra cultura, nuestra gente y el negocio.

- Seguimiento de Recursos Humanos para que los proyectos sean verdaderas experiencias de formación y se asegura el adecuado desarrollo del programa y sus integrantes.

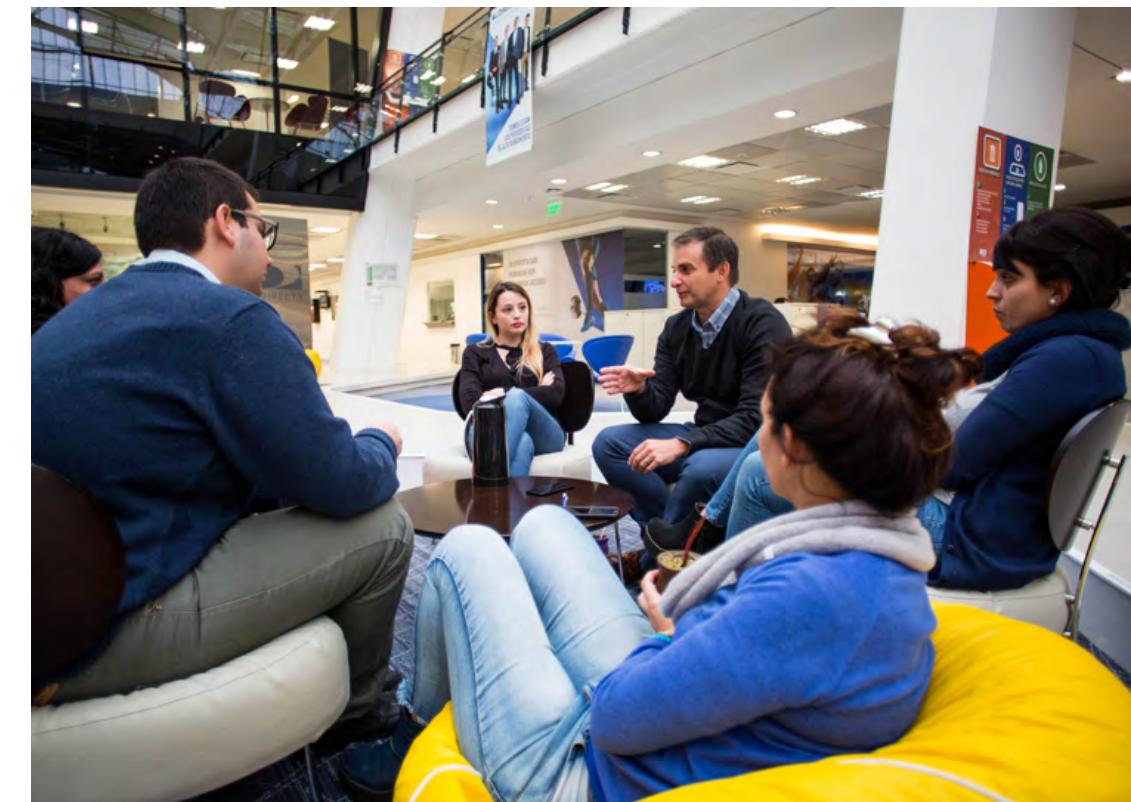
### **El proceso de onboarding**

Consideramos, que en gran medida nuestro diferencial como empresa depende del grado de profesionalismo y pertenencia de nuestros empleados. Por eso desde el primer día de los nuevos ingresantes iniciamos un proceso de involucramiento que consta de cinco etapas y alcanza a la dotación de todo el país bajo distintas modalidades, según su posición.

El programa consta de las siguientes etapas:

**1. Inducción e integración corporativa.** Actividad de bienvenida "Welcome Day" en su primer día, con un desayuno, un kit con información básica más el *employee handbook* y el Programa de Inducción corporativa.

**2. Experiencias de campo.** Visitas a puntos de venta y bases operativas, visitas a clientes junto



al personal técnico de instalaciones, experiencias de escuchas telefónicas con el equipo de Telecenter (Customer Service y Televentas) o visitas al Regional Broadcast Center.

**3. My performance plan.** Capacitación en el uso y el programa de gestión del desempeño del *feedback*.

#### **4. Capacitación, según su función y su rol.**

A través de nuestra Universidad Corporativa, DIRECTV Learning, alineado a los roles, funciones y áreas en los que se desarrollarán los colaboradores. En lo que refiere a los puestos operativos, la inducción está donde cada colaborador se desempeña, ya sea Field Services (bases operativas), ventas y TLC (Telecenter).

#### **5. Focus group post onboarding y Taller sobre nuestras competencias corporativas**

Step1	Step2	Step 3
ONBOARDING DIRECTV	EXPERIENCIA CLIENTES	MY PERFORMANCE
Inducción Institucional + E-learning	Instalación Venta Atención	Introducción

#### **Programa de asimilación para líderes**

Para crear un ambiente de apertura entre el líder y los empleados, reducir su tiempo de adaptación al equipo, identificar prioridades y aumentar el compromiso organizacional, entre otras ventajas, todos los nuevos líderes pasan por un programa de asimilación que acelera su integración al equipo.

#### **Modelo del Líder Extraordinario**

Alineados con un proyecto regional, implementamos un esquema de las competencias y los comportamientos que esperamos de nuestros líderes, que tiene como ejes las cinco dimensiones del Modelo de Líder Extraordinario:

1. Carácter
2. Enfoque a resultados
3. Lidera el cambio
4. Habilidades interpersonales
5. Capacidad personal

# OPORTUNIDADES PARA CRECER

G4-LA11

**Queremos que cada colaborador encuentre el mejor lugar para desarrollarse y desplegar todo su potencial. Por eso, buscamos conocer cada sector de nuestro negocio para poder brindarle a cada equipo las oportunidades adecuadas a su necesidad.**

## • Diagnóstico

Para contar con las capacidades que requieren nuestros objetivos actuales y futuros, realizamos un diagnóstico de las estructuras organizacionales a través del proceso de Talent Review. Este incluye el mapeo de la compañía para identificar los altos potenciales, la planificación de los equipos, la formación de los líderes en herramientas de evaluación de potencial, el análisis de resultados y la calibración del plan de acción. Para los talentos detectados en este proceso, se desarrollan sesiones de coaching y entrenamientos a medida.

## • Transparencia

Para darle mayor equidad a las promociones, cuando se trata de posiciones de liderazgo, realizamos un estudio previo con la consultora Hay Group, que nos permite evaluar el puesto y compararlo con funciones similares en el mercado. Así, estandarizamos el proceso de promoción con información objetiva que asegura la competitividad externa.

Por otra parte, incorporamos una entrevista de potencial que valida y confirma la promoción. Y cerramos el proceso de manera transparente, difundiendo internamente todos los movimientos. Enviamos un comunicado por mail que incluye las últimas incorporaciones y promociones con la foto y un breve currículo de colaboradores.

## • Evaluación del desempeño

Para promover el mejor desempeño de cada empleado,

contamos con la herramienta de gestión My Performance compuesta de tres etapas:

1. Planificación: Establecimiento y carga de metas.
2. Seguimiento: Cuatro instancias de conversación.
3. Evaluación: revisión de fin de año.

Además, para mejorar nuestro desempeño aplicamos **Feedward**, una retroalimentación ascendente entre el líder y el colaborador que permite abarcar los aspectos para trabajar, con información positiva, basada en hechos concretos y enfocada en el futuro.

Anualmente todos los empleados de DIRECTV -con más de 3 meses en la compañía- son evaluados por su desempeño 2017, sin contemplar a los tercerizados, temporales ni técnicos satelitales.

<b>Evaluación Empleados 2017</b>	
Empleados evaluables	3911
Empleados evaluados	2969
<b>Por sexo</b>	
Hombres evaluados	63%
Mujeres evaluadas	96%
<b>Por categoría profesional</b>	
Categoría 1 (Admin./Técnico/CSR/Vendedor)	64%
Categoría 2 (Analistas)	98%
Categoría 3 (Analistas Sr./Coordinador)	99%
Categoría 4 (Jefe)	100%
Categoría 5 (Gerente)	100%
Categoría 6 (VPs/Director)	100%
Categoría 7 (CEO)	100%

# APRENDER HACIENDO

G4-LA9, G4-LA10

**Para que los empleados puedan mejorar su desempeño les brindamos la oportunidad de experimentar nuevos retos, además de una interesante propuesta de capacitación alineada al negocio y al desarrollo de habilidades. Dado que sabemos que el aprendizaje depende tanto de la experiencia, del feedback y de la capacitación formal.**

## Plan de desarrollo individual

El Plan de Desarrollo Individual (PDI), es una herramienta que invita a los empleados a pensar en su desarrollo profesional, planificando junto con el líder nuevos desafíos y experiencias. Para participar de las iniciativas de formación de DIRECTV Learning, cada colaborador puede incluir su solicitud dos veces al año. Una vez que acuerda el plan con su jefe, selecciona qué actividades de capacitación de la oferta de DIRECTV Learning responden a sus objetivos de aprendizaje y se inscribe en aquellas que le interesan. Además de ayudar a su equipo a desarrollar el PDI, los líderes también trabajan

en el diseño de su propio plan. Los PDI de directores y gerentes reciben un seguimiento personalizado por parte de Recursos Humanos.

## Cursos y capacitaciones

Los talleres llevados a cabo en DIRECTV son de carácter optativo en su mayoría excepto el Onboarding que se realiza el primer día de ingreso a la compañía y talleres específicos del Telecenter. Nuestro objetivo es ofrecer una propuesta de capacitación variada y alineada a las Prioridades 2017 (Operar regionalmente, Foco en el Negocio Central y Crecimiento Inteligente).

- Poseemos una Política de inglés para aquellas personas que participan del Programa de Idiomas.
- Durante el 2017 realizamos el Programa de Formación Ejecutiva para gerentes y jefes, compuesta por módulos dictado por Universidad Torcuato Di Tella, así como también focalizados para analistas

de la misma universidad. Realizamos talleres tanto hard como soft (Excel, Impuesto a las ganancias, Innovación y Creatividad, Liderazgo y Neurociencias entre otros).

- ¡Ampliamos la oferta de Capacitación a nuevos puntos de país! Estamos trabajando en conjunto con la consultora **Whalecom para llegar a distintos puntos del país con cursos presenciales como Innovación y Creatividad, Inteligencia Emocional y Negociación, dictados por profesionales de primer nivel académico, y también impulsar iniciativas internas como: Fundamentos de Coaching y Liderazgo.**

Queremos que cada uno tome las riendas de su propio desarrollo, por eso, tenemos estrategias múltiples de aprendizaje.

## El 2017 en números



**1818**  
cursos dictados



**1.156**  
**participantes:**  
606 hombres y  
910 mujeres



**7.981 horas**  
de capacitación



**2 horas anuales**  
Promedio por empleado

## 1. Center for leadership development

El Center for Leadership Development busca mejorar y potenciar las competencias de liderazgo de todos los empleados. Incluye un programa de desarrollo continuo con acciones formales según segmento, asignaciones a proyectos y *on the job learning* diseñado por rol.

Ofrecemos las siguientes alternativas de capacitación:

Programa	Descripción
<b>Escuela de idiomas</b>	Programa para perfeccionar el inglés en forma oral y escrita. Es un formato presencial y virtual in company realizando cursos grupales o individuales según posición.
<b>Escuela Telecenter</b>	Para mejorar el desempeño y potenciar el desarrollo de nuestros empleados del Call Center.
<b>Cross learning</b>	Trata de una variedad de cursos de temáticas diversas libres de inscripción para todos los empleados (presentaciones orales, creatividad, coaching, liderazgo, manejo de Excel y Power Point, etc).
<b>Escuela de liderazgo y cultura</b>	<p><b>Fundamento de Coaching y Liderazgo:</b> Tiene como objetivo darles a todos los líderes de DIRECTV las habilidades y la confianza necesarias para construir relaciones productivas y significativas con los empleados y para desarrollar el talento a través de una gestión deliberada del desempeño.</p> <p><b>Women Leadership Program:</b> Para brindar oportunidades iguales a todos nuestros integrantes, disponemos de un programa creado especialmente para potenciar el crecimiento de las mujeres. Consiste en un espacio para que puedan compartir experiencias, problemáticas y dispongan de herramientas que les permitan pensar su autodesarrollo.</p> <p>Leaders as teachers: Los líderes y especialistas de DIRECTV tienen oportunidades de viajar y compartir experiencias con colegas de otros países (Estados Unidos o países de América Latina). Así, invitamos a diferentes expertos a ofrecer su tiempo como formadores en talleres. Entre otras actividades, participan de workshops, conferencias, reuniones regionales y cursos sobre <i>best practices</i> y herramientas de gestión.</p>

## 2. On demand

Se trata de un espectro de temas que incluyen ciencias, tecnología y educación, bajo un formato similar a TED Talk. Este espacio busca generar aprendizaje sobre temáticas innovadoras y de interés general (Programación y Contenido, Calidad, Elecciones, Neurociencia y Broadband), para inspirar a los equipos con nuevas ideas. Un video de las charlas se comparte luego en Experiencia DIRECTV, para que puedan acceder desde todo el país.

## 3. DIRECTV talks

Son espacios inspiradores, encuentros de 2 horas, donde profesionales expertos tratan un amplio espectro de temas que incluyen ciencias, tecnología y educación. Este espacio busca generar aprendizaje sobre temáticas innovadoras y de interés general e inspirar a nuestros equipos con nuevas ideas.

# LLEGAR A LA META

G4-EC5, G4-LA13

**En DIRECTV, 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.**

## Compensación salarial

DIRECTV encuadra su estructura salarial bajo la premisa de equidad interna apuntando a mantener una estructura homogénea, donde el salario esté acorde con las responsabilidades de cada función. Para ello, aplicamos un modelo de bandas salariales, que clasifica a los puestos según su nivel complejidad. La competitividad externa es fundamental: nos permite captar y retener los talentos en la compañía. Para mantener actualizando este aspecto, en DIRECTV utilizamos encuestas de mercado provenientes de los mejores proveedores (Mercer, Hay Group y Towers Watson).

## Análisis de estructura de posiciones

Para nuestra estructura de posiciones contamos con la metodología de evaluación de puestos Global Grading System, de la firma Towers Watson. Se trata de una herramienta transparente y sistemática que permite la comparación interna de puestos con pesos relativos equivalentes, más allá de la función que ocupen o del nombre asignado a los cargos. La aplicación de esta metodología implica las siguientes oportunidades:

- Identificar y agrupar puestos de contribución similar.
- Entender mejor las exigencias de cada puesto.
- Clarificar oportunidades de carrera profesional.
- Facilitar el diseño de estructuras salariales con foco en la equidad interna.
- Determinar otras prácticas de Recursos Humanos (incentivos, beneficios, etc.).



## Diferencia entre el salario inicial y el mínimo, vital y móvil

En DIRECTV, el salario inicial más bajo durante el período reportado corresponde al cargo "ejecutivo de cuenta" y es un 142% superior al salario mínimo, vital y móvil.

### Relación entre el salario inicial y el SMVM 2017

Rango entre el salario inicial y SMVM - Mujer **195%**

Rango entre el salario inicial y SMVM - Hombre **142%**

Como ninguna mujer ocupó esa posición durante 2017, tomamos para la comparación otra posición similar, cuyo salario es ligeramente superior, cuya diferencia no se vincula con el género del colaborador.

## Relación entre el salario de hombres y mujeres

Administramos los salarios de cada empleado fuera de convenio en función de las bandas salariales por nivel de responsabilidad de la posición, permitiendo también diferencias en el posicionamiento de banda en función del desempeño individual. Por lo tanto, las diferencias entre salarios de mujeres y de hombres responden a diferentes niveles de responsabilidad y seniority dentro de cada una de las categorías, así como también a diferentes niveles de desempeño individual.

Esta explicación resulta significativa, por ejemplo, al analizar la categoría "empleado", la cual engloba niveles organizacionales muy diferentes (personas asignadas a roles operativos englobados en el convenio colectivo de la actividad, administrativos, analista junior, analistas senior, especialistas, coordinadores y supervisores). Este mix de posiciones heterogéneas, cada una de las cuales tiene una composición distinta de cantidad de hombres y mujeres, hace que el porcentaje de diferencia no refleje adecuadamente las distancias salariales por género.

### Relación entre salarios base promedio de mujeres y hombres

Director	23%
Gerente	-3%
Jefe	-8%
Empleado	-9%
Técnico	-1%

(\*) Estas diferencias fueron calculadas en función al salario base promedio por categoría y género. Los porcentajes positivos representan los salarios de las mujeres cuando son superiores y los negativos cuando están por debajo del sueldo de los hombres.

# COMUNICACIÓN INTERNA

G4-26

## Hacer de la comunicación una experiencia

Estar comunicados de forma permanente es fundamental para sentirnos parte de cada una de las iniciativas y los logros de la compañía. Además de los encuentros cara a cara o de los espacios de reconocimiento como Momento DIRECTV, mantenemos abiertos canales internos como los siguientes:

### 1. Intranet Experiencia DIRECTV, con su propia app

Es la intranet disponible para el 100% de los empleados en [experienciaDIRECTV.com](#), y también desde tablets y smartphones (disponible para Android). Allí pueden encontrar tanto novedades como los valores de la compañía, prioridades del negocio, detalle de productos, datos para trámites en DIRECTV, beneficios, programa de referidos, entre otros. También posee un servicio de mensajería interna para técnicos y vendedores.

### 2. Newsletters de áreas específicas

Los equipos de Operaciones, IT, Marketing, ABC cuentan con un newsletter exclusivo de sus novedades, además de la difusión diaria a todos los empleados de los nuevos contenidos de Experiencia DIRECTV.

### 3. Campañas de comunicación

A cargo del equipo de Comunicación Interna, quienes desarrollan el plan anual de comunicación, en línea con los objetivos de negocio y brindando soporte a todas las áreas. Funciona como medio y difusor de todos los temas internos para llegar a cada una de las audiencias que componen la comunidad de colaboradores de DIRECTV a lo largo del país.

### 4. Carteleras físicas en áreas de soporte y bases técnicas, y digitales

Desarrollamos piezas de comunicación para carteleras físicas (como las que tenemos en áreas de soporte y bases técnicas) o digitales: televisores



donde proyectamos avisos y videos para el personal que pasa gran tiempo fuera de oficina o sin acceso directo a una PC.

### 5. Anticipo a líderes de todas las acciones

En todas nuestras comunicaciones, seguimos como política informar en primer lugar a los líderes, para que estén al tanto de todas las novedades y puedan promover el efecto cascada hacia sus equipos, y también responder eventuales consultas que reciban de la dotación en general. Para ello, les explicamos en detalle la novedad y los referimos a notas en Experiencia DIRECTV en donde ampliar la información.

### 6. Calendario mensual con las acciones/actividades relevantes del mes

También contamos con un calendario mensual de acciones, que permite a todos los empleados visualizar las principales iniciativas en un único lugar: desde las instancias de celebración, actividades de recreación, participación en sorteos, comienzo de la etapa de fijación de objetivos, y evaluación de desempeño, entre otras.

# SALUD Y SEGURIDAD OCUPACIONAL

G4-LA6, G4-LA7, G4-LA8

Nuestra **política de salud y seguridad ocupacional** se transmite a toda la organización y se basa en los siguientes objetivos:

- Desarrollar nuestras actividades garantizando la integridad física de nuestro personal, de quienes que le dan soporte y de terceros que podrían verse afectados por nuestras acciones.
- Crear y mantener un ambiente de trabajo seguro y saludable.
- Mejorar de forma progresiva y continua nuestros estándares de seguridad e higiene laboral.

Estos objetivos parten del compromiso y del convencimiento de que, para promover la buena salud y obtener un alto nivel de seguridad, es necesario guiarse por las siguientes pautas básicas:

- La salud y seguridad ocupacional deben estar integradas a todas las actividades de la empresa desde su inicio.

- Todos los accidentes, lesiones y enfermedades ocupacionales pueden prevenirse.
- La formación y el entrenamiento continuo son esenciales para prevenir de manera eficaz los riesgos derivados del trabajo, y constituyen la base para mejorar de forma permanente la seguridad en todas las actividades.
- Los recursos dedicados a la seguridad optimizan la calidad de la gestión de la empresa.
- La revisión, actualización y comunicación de la Política de Seguridad e Higiene Laboral es fundamental para renovar nuestro compromiso y el de todos nuestros empleados.

## Seguridad e higiene en el trabajo

Nuestra **política de Seguridad e Higiene Laboral** establece que el desarrollo de nuestras actividades debe garantizar la integridad física de nuestro personal, proveedores, equipos e instalaciones, así como la de terceros que podrían verse afectados por nuestras acciones.

Nos regimos por el Convenio Colectivo que regula la Actividad (Nº 223/75) y con el reglamento de Higiene y Seguridad en el Trabajo para el Sector de Televisión por Cable. Este establece acciones puntuales sobre Prevención, Seguridad y Salud Ocupacional.

Esta normativa que regula la Actividad en Materia de Seguridad e Higiene es la Res. 311/03 SRT (Reglamento de Higiene y Seguridad en el Trabajo para el Sector de Televisión por Cable), la cual se perfecciona a través de nuestro Manual de Seguridad e Higiene y tiene aplicación en todo el ámbito de la República Argentina donde los trabajadores en relación de dependencia y los trabajadores de empleadores contratados y subcontratados por nuestra empresa desarrollen su actividad.

Este Manual interno de Seguridad e Higiene está a disposición para la totalidad de los trabajadores, que podrán encontrar fundamentos sobre: riesgos generales y específicos, matriz de prevención, organización



**En el período 2017 se registró una mejora en el índice de lesiones, por accidentes laborales, con una reducción del 13% al igual que en la cantidad de días caídos por accidentes, del 27%. Esto surge como resultado de que se reformuló el plan de comunicación y capacitación, orientándolos a los causales de accidentes y haciendo foco con programas específicos de seguridad en los sitios críticos.**

de la seguridad, capacitación, herramientas (normas generales, prevención de riesgos), prevención y adecuación segura de bases operativas, primeros auxilios y prestaciones de la ART.

### Trabajo en conjunto con el sindicato

Para evaluar las condiciones de trabajo, se trabaja con el objetivo de crear un clima de cooperación en la empresa y fomentar la colaboración entre trabajadores, empleadores y el Sindicato, con el fin de promover la salud, prevenir los riesgos laborales y mejorar las condiciones de trabajo y el medio ambiente de los empleados.

Para ello existe un diálogo permanente y acuerdos en procedimientos de trabajo como:

- Participación de representantes de los trabajadores (gremio) en las inspecciones, auditorías relacionadas con la salud y la seguridad.
- Inspecciones periódicas a trabajadores y establecimientos.

mientos. En mesa técnica se acuerdan los planes de acciones correctivas, si las hubiera.

- Capacitación y educación. Existe un plan en materia de Seguridad e Higiene, que corresponde a un plan de trabajo y necesidades específicas de la operación de los distintos sitios/ áreas de la Compañía.
- Mecanismos de reclamación.
- Derecho a negarse a realizar trabajos peligrosos.

### Acciones específicas

Para controlar la Salud y Seguridad de los trabajadores se realizan las siguientes acciones:

- Procesos de información, formación y capacitación.
- Entrenamiento teórico práctico en manejo a la defensiva.
- Talleres prácticos de prevención, como stretching y fonoaudiología.

- Desarrollo de normas y procedimientos generales y específicos.
- Suministro de equipos y elementos de protección personal.
- Controles y monitoreos periódicos de contaminantes físicos.
- Campaña de vacunación antigripal.

Esta normativa y los planes de acción definidos en nuestro Manual de Seguridad aplican al 100% de las tareas realizadas por el personal, así como los accidentes por la realización de tareas fuera o dentro del ámbito laboral.

CONCEPTO	MUJERES	HOMBRES
Índice de lesiones <sup>(1)</sup>	2,6%	11,3%
Índice de días perdidos <sup>(2)</sup>	0,15%	1,0%
Índice de enfermedades profesionales <sup>(3)</sup>	0,26%	0,04%
Tasa de absentismo <sup>(4)</sup>	4,23%	4,75%
Número de víctimas mortales	0	0

#### Referencia de índices:

(1) Cantidad de accidentes sobre cantidad de empleados

(2) Cantidad de días perdidos sobre días hábiles

(3) Cantidad de empleados con enfermedades sobre totales

(4) Cantidad de días ausentes sobre días trabajados

Durante 2017 no se registraron nuevas enfermedades profesionales.

## 5. INTEGRAMOS



# CADA ESLABÓN CUENTA

G4-12

Cada integrante de nuestra cadena de valor está comprometido con la calidad y ética de las operaciones. Desde los proveedores de insumos y servicios hasta los agentes comerciales y los instaladores, son actores fundamentales para cumplir nuestra misión: llevar a los hogares argentinos la mejor oferta de entretenimiento.

Para esto, coordinamos cada eslabón de nuestra cadena de valor:

- Para los **Productos Prepago**, los ensambles de antena, decodificador, cables, conectores y LNB (low noise block) trabajamos con **Redactivos**, una empresa social sin fines de lucro que promueve la inclusión social empleando a personas con capacidades diferentes. Luego del ensamble, se distribuye a los minoristas de las grandes cadenas. El cliente de Prepago puede comprar directamente el decodificador en los comercios e instarlo él en su propia casa.

## ENSAMBLADO

Ensamblado de decodificadores en Planta Productora de Río Grande (Tierra del Fuego)

## TRASLADO

Traslado de equipos al Centro de Distribución en Buenos Aires.

## DISTRIBUCIÓN Y VENTA

Distribución a bases operativas y agentes de la ciudad de Buenos Aires y Gran Buenos Aires, y centros regionales.

## INSTALACIÓN

Instalación de productos en los hogares a cargo de técnicos especializados.



# NUESTROS PROVEEDORES

G4-12, G4-EC9

La **honestidad**, la **integridad**, el **trato justo** y la **libre competencia**, son valores que en DIRECTV buscamos para establecer con nuestros proveedores de productos y servicios una relación sólida, de largo plazo.

Trabajamos con tres tipos de proveedores:

- Proveedores de productos para la **operación**, como decodificadores, antenas, materiales para la instalación y servicios de logística;
- Proveedores de **señales de televisión**;
- Proveedores de **soporte interno**, ya sea en proyectos de inversión, mantenimiento de sistemas y Call Center.

En lo que respecta al período 2017, no se han registrado nuevos proveedores, ya que la compañía se encuentra en un proceso de reducción, alineando servicios en aquellos de primera línea en el mercado.

## Política de alta de proveedores

Esperamos un alto grado de integridad de parte de todos nuestros proveedores y agentes. Al seleccionar a un nuevo proveedor, velamos para que cumpla con la Política de Alta de Proveedores, que define aspectos de regularidad impositiva, económica, financiera y constitutiva, y que dé su conformidad al Código de Ética de nuestra compañía. Además, evaluamos que dichas compañías cumplan con las condiciones básicas de seguridad y que se respeten los derechos humanos.

También trabajamos con empresas del exterior. A todas ellas, les solicitamos que cumplan con una documentación de similares características al Código de Ética de la Argentina y que estén en línea con los requerimientos definidos desde Estados Unidos. Por ejemplo, en el caso de los insumos productivos, les pedimos que se adhieran a la norma "Conflict Minerals Regulation", la cual busca que las compañías que importan estaño, tantalio, tungsteno y oro lo hagan de fuentes responsables.



**El 90% de nuestros proveedores son locales, mientras que el 10% restante corresponde a compras y contrataciones realizadas a proveedores del exterior.**

## Los agentes de venta

En DIRECTV buscamos que nuestros agentes comerciales se consoliden cada día más. Por eso, trabajamos para que fortalezcan el conocimiento que tienen sobre el negocio, su capacidad y su conducta ética. Darle más valor al eslabón más cercano al cliente es, sin dudas, desarrollar nuestra cadena de trabajo. Con este objetivo, realizamos reuniones semanales con los agentes comerciales para revisar indicadores del negocio —como volúmenes de venta y la evolución de la

industria— y organizamos convenciones anuales para aunar criterios generales.

Disponemos de seis capacitadores que, en distintas provincias, brindan formación y asistencia a los nuevos agentes. Asimismo, les enviamos todos los meses las condiciones comerciales vigentes, para que las agencias estén actualizadas sobre políticas comerciales, comisiones y novedades. Por último, a través de nuestros ejecutivos de mercado, visitamos a los agentes en forma cotidiana.

# INTEGRIDAD Y RESPONSABILIDAD EN LA CADENA DE VALOR

G4-14, G4-LA14, G4-LA15, G4-EN32

Para nosotros, es fundamental conocer a quienes trabajan diariamente para DIRECTV y mantener con ellos una relación cercana y de confianza, para ello, organizaciones especializadas e independientes nos ayudan a evaluar cada propuesta. Nos aseguramos de que cada uno cumpla con todas las obligaciones legales con sus empleados. A su vez, tenemos en cuenta no solo el tamaño de las contrataciones, sino también la situación societaria, legal y patrimonial de la compañía en cuestión.

Por otro lado, permanentemente, el Departamento de Control de Contratistas hace un control de aquellos proveedores más críticos para evaluar que todo esté en regla.

En casos puntuales y si las circunstancias lo ameritan, se adjudica directamente el contrato a un proveedor,

pero luego esta acción debe ser justificada por el director del área que la realiza y validada por Compras.

## Evaluar la gestión

Cada cierto tiempo, visitamos a nuestros proveedores para asegurarnos que cumplan con las condiciones acordadas al momento de la selección y estén alineados a las políticas de sustentabilidad y calidad de DIRECTV. Principalmente, evaluamos a aquellos proveedores que tienen una relación contractual a mediano y largo plazo con nosotros, y sobre los cuales se delega parte de la operación de la compañía. Controlamos y verificamos el cumplimiento de sus obligaciones laborales, seguridad social y toda otra obligación derivada de las leyes vigentes (Art.30 de LCT) y convenios colectivos aplicables a la Materia (SATSAID 223/75).

En este sentido, los rubros de proveedores que se eva-

lúan son: empresas de Gestión de Cobranzas; Call de Ventas Indirectas; proveedores de venta e instalación, recupero y reciclado de equipos, Seguridad y Limpieza.

- A 2017 se encuentra bajo evaluación de cumplimiento de obligaciones laborales el 100% de los proveedores de la compañía.
- Se han evaluado 87 proveedores de los segmentos mencionados, observando 13 con incumplimientos en sus obligaciones laborales. Con 12 se ha implementado planes de regularización y 1 finalización de la relación comercial.
- Comenzamos a trabajar en la definición e incorporación de la evaluación de aspectos con criterios ambientales.

# AGENTES DE ACCIÓN

G4-EC8

En nuestra cadena de valor, trabajamos también junto a organizaciones de la sociedad civil. Aspiramos a promover su crecimiento y su desarrollo.

## Cooperativa el correcamino

Esta organización compuesta por ex cartoneros es la encargada de retirar los residuos reciclables de nuestras oficinas centrales, call center y broadcast center. Desde 2013 los apoyamos de distintas maneras, como con la donación de una camioneta y la asistencia técnica para armar sus balances contables.

## Redactivos

Es una empresa social que nuclea a 18 talleres protegidos. Estos a su vez emplean a más de 600 personas con discapacidad intelectual. Ellos son proveedores de DIRECTV desde el 2013 en el ensamblado de nuestro producto prepago. Actualmente arman los kits de control remoto y también han realizado para nosotros proyectos de diseño como el reporte de sustentabilidad

dad 2015 o las cajas de navidad 2014, producción de eco-bolsas o procesos como kits de fijación y grampas. Además, financiamos para ellos la capacitación de los talleres a través de terapistas ocupacionales para mejorar su productividad.



Durante 2017 DIRECTV financió un plan de fortalecimiento para mejorar los procedimientos productivos e incrementar la producción mensual de RedActivos.



## 6. COMPARTIMOS



# SOMOS COMUNIDAD

G4-EC8

Desde DIRECTV queremos generar una huella en la comunidad en la que nos desarrollamos día a día. Buscamos poner la visión en el largo plazo y en ubicar la mirada más allá de lo inmediato. Por esto mismo, invertimos nuestro tiempo y recursos en programas y actividades que realizan más de 22 organizaciones sociales comprometidas con el mañana.

Nos enfocamos en tres ejes:

**EDUCACIÓN****DEPORTE****INCLUSIÓN LABORAL**

## EDUCACIÓN

La educación es un componente indispensable para lograr la igualdad social. Desde DIRECTV, anhelamos una Argentina en la que todos los chicos tengan acceso a una enseñanza de calidad. Por eso, nos aliados

con organizaciones clave que comparten esta visión y nos involucramos a través de diversas iniciativas.

**ESCUELA+** es un programa de educación audiovisual creado e implementado para diferentes instituciones de nivel primario y secundario de la región. Es nuestro principal programa de Responsabilidad Social Empresaria a nivel regional y sienta sus bases en las posibilidades tecnológicas de nuestro servicio, y busca impulsar un modelo escolar en América Latina que acorte la brecha tecnológica, social y cultural para mejorar la enseñanza y el aprendizaje de los estudiantes. Complementa con la currícula de cada país y busca aportar innovadores recursos audiovisuales que mejoren el aprendizaje de los alumnos.

Desde hace más de 10 años, ESCUELA+ ofrece televisión educativa en escuelas y capacitación a docentes para que puedan incorporar contenidos audiovisuales en sus clases y de esta manera promover un mayor entusiasmo y motivación en los alumnos.

Para lograr los objetivos, combina cuatro elementos:

**1. Tecnología de punta:** DIRECTV provee televisión satelital y digital más un DVR (Digital Video Recorder) que permite guardar y administrar los contenidos audiovisuales.

**2. Contenidos de excelencia:** La programación es indexada a un currículo especial para América Latina y el Caribe. Cuenta con programas educativos de Discovery, National Geographic, Fundación

Torneos y la reciente incorporación de Disney.

**3. Metodología Innovadora:** Se utilizan dos modelos de uso: uno desarrollado por Discovery en la Escuela y otro desarrollado por el equipo de ESCUELA+.

**4. Seguimiento permanente:** El equipo de ESCUELA+ evalúa los establecimientos educativos y se contacta periódicamente con ellos para acompañar y analizar la evolución de la herramienta.

**ESCUELA+****the forum**  
DIRECTV**eco**  
DIRECTV**DIRECTV CINEMA+**

## Escuela+ en la Antártida

En el 2004, DIRECTV llegó a la Antártida y cuatro años después llevó su tecnología a la Base Esperanza, la única base antártica donde viven familias. Lugar donde, desde entonces funciona el programa educativo ESCUELA+, en la Escuela N° 38 Presidente Raúl Ricardo Alfonsín, que depende del Ministerio de Educación de Tierra del Fuego. Ese establecimiento, ubicado en la zona más austral del continente, fue el primero del país en recibir la tecnología de ESCUELA+, el programa de televisión educativa de DIRECTV.

Cada año, un matrimonio de maestros viaja a la Antártida junto a su familia para trabajar en la Escuela N° 38 y dar clases a los chicos que residen allí.

En noviembre del año pasado invitamos a nuestras oficinas a los docentes fueguinos Mariana Ibarra, directora de la escuela, y Víctor Navarro Salazar, que se desempeñará como maestro, para brindarles una capacitación sobre la tecnología y los contenidos de

## Números 2017



Sumamos **92 escuelas**, llegando a **693 en Argentina** y **8.500 instituciones** en la región de **8 países**



Beneficiando a **2 millones de alumnos**



ESCUELA+ con el fin de que puedan aprovechar el uso de la herramienta en sus clases.

### Congreso Iberoamericano sobre Televisión y Educación Escuela+

Por primera vez en Argentina, en septiembre de 2017 se realizó la **segunda edición** del Congreso Iberoamericano sobre Televisión y Educación Escuela+, en el Centro Cultural Borges. Con la temática Multi-pantallas en el Aula, durante dos días docentes, profesores y universitarios pudieron disfrutar de plenarias y talleres, que estuvieron a cargo de expertos internacionales y de referentes locales.

### Cumbre de socios Escuela+

Después del II Congreso Iberoamericano de TV y Educación y de grandes noticias como el lanzamiento de la APP del programa, la incorporación de Disney como socio y la llegada a dos millones de alumnos, se realizó un encuentro entre todas las empresas participantes



**20 instituciones educativas**  
participaron activamente



**10 Docentes rurales**  
premiados por su dedicación y labor



**10 países**  
presentes



**500 asistentes**  
entre estudiantes, docentes, académicos, ejecutivos y autoridades provinciales y nacionales



**Trending topic top 5 y top 6**  
durante las dos jornadas del congreso #EscuelaPlus2017



**+40.000 personas conversando online**  
sobre el Congreso a nivel global

Enterate de todo en: <https://www.youtube.com/watch?v=ZdQIMloBbIM>

de ESCUELA Plus. En las oficinas de DIRECTV se reunieron representantes de National Geographic, Discovery en la Escuela, Fundación Torneos, Takeoff Media y Disney para cerrar el año y pensar el 2018.

Una de las metas es que el programa llegue a 40 mil escuelas y alcance a 80 mil docentes y 6 millones de alumnos a nivel regional. Además, planean alcanzar al 50% de las escuelas rurales de Latinoamérica en 2030.

Una de las conclusiones que compartieron durante el encuentro los socios de ESCUELA Plus es que el acceso a las tecnologías y la formación de competencias digitales son fundamentales para una educación más inclusiva.

También se destacó la iniciativa en conjunto con el Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología de la provincia de Salta. Durante 2017 se instaló televisión educativa en 123 escuelas de Salta y se capacitó a más de 120 maestros para que puedan incorporar contenidos audiovisuales en sus clases.

## Apoyo a organizaciones

Además, apoyamos el trabajo de varias organizaciones sociales que hacen posible una educación de calidad privilegiando a quienes más la necesitan.

## Escuela Primaria y Centros de Apoyo.



### • Propuesta DALE!

Es un programa pensado como una herramienta para enseñar a leer y a escribir a niños en contextos de pobreza que no avanzan al ritmo de sus pares. Desde DIRECTV financiamos parte del proyecto de Investigación **DALE! +TIC**, con el apoyo a esta iniciativa y la inclusión de TICs en las aulas logramos disminuir la barrera que dificulta la implementación a escala del programa principal de DALE!.

En 2015, la Provincia de Mendoza adoptó el programa DALE! como estrategia oficial para la atención de niños con extra-edad. El programa fue implementado en 486 escuelas con 3055 niños y niñas de 8 a 14 años. En 2016, 600 nuevos docentes se capacitaron para utilizar el programa y durante 2017 se utilizó esta herramienta con una muestra de 200 niños que asisten a escuelas públicas dependientes de esta provincia.

Para conocer más ingresa a: [www.propuestadale.com](http://www.propuestadale.com)



### • Comunidades Rurales

Es una organización integrada por más de 600 personas que tiene como misión articular esfuerzos y movilizar recursos para acompañar el desarrollo de los pobladores rurales en situación de riesgo o exclusión social. DIRECTV apoyó para el diseño e implementación de un taller dirigido a educadores y referentes comunitarios rurales que desarrollan sus actividades en contextos rurales con situación socio ambiental crítica. Además colaboramos en un programa para acompañar la labor de los educadores y referentes comunitarios, poniendo a disposición plataformas, materiales, información, redes y otras herramientas relacionadas con el buen uso de las tecnologías de la información y comunicación.

Conoce más de comunidades locales en:  
[www.comunidadesrurales.org](http://www.comunidadesrurales.org)

## Escuela Secundaria



### • Enseñá por Argentina.

Desde 2012 acompañamos esta organización que atrae a líderes universitarios al sector educativo para tener una experiencia de primera mano en el

aula, capacitarse en pedagogía y colaborar directamente en los colegios en los que trabajan. Los profesionales de Enseña por Argentina no sólo trabajan en los resultados académicos, sino que también fomentan el sentido de posibilidad en los alumnos, los empoderan y ayudan para que puedan identificar sus muchas capacidades e intereses. Uniendo este trabajo a sólidos valores de compromiso y esfuerzo, se busca que todos los chicos tengan la oportunidad de elegir y definir su futuro.

Averiguá más en: [www.ensenaporargentina.org](http://www.ensenaporargentina.org)

## Estudio terciario/universitario



### • Ashoka.

Ashoka es una organización global que promueve la cultura emprendedora y la innovación social, con la premisa de que el método más eficaz para promover el cambio social positivo es invertir en emprendedores sociales con soluciones innovadoras, sostenibles y replicables a nivel regional y global. Tiende puentes entre distintos actores de la sociedad: personas, organizaciones sociales, universidades, empresas y sector público para estimular procesos de impacto que tiendan a un mundo más inclusivo y sustentable. Nuestro aporte principal es para la generación de

líderes de cambio. Además, sus otros dos programas de emprendedores sociales y economías integradas se tocan muy de cerca con temas de educación y desarrollo de empleo.

[www.argentina.ashoka.org](http://www.argentina.ashoka.org)



### • Fundación Integrar.

La fundación tiene como objetivo acompañar a los estudiantes para que puedan iniciar, sostener y finalizar sus estudios de nivel superior, y puedan convertirse en profesionales. DIRECTV aporta becas personalizadas para 5 estudiantes, donde cada uno participa activamente de un proceso de orientación vocacional para decidir de la mejor manera que y donde estudiar; es acompañado por un tutor voluntario exclusivo, profesional del área de estudio del joven; protagoniza la conformación y ejecución de una agenda barrial de actividades que suman recursos y herramientas para elaborar mejor su proyecto personal de vida y recibe un aporte económico a medida que se ajusta a sus necesidades académicas.

Más información en: [www.fintegrar.org](http://www.fintegrar.org)



### • Residencias Universitarias de la Fundación SI.

Su objetivo principal es promover la inclusión social de los sectores más vulnerables de Argentina. Desde lo material, el proyecto consiste en brindar alojamiento, alimentos, ayuda económica para la adquisición de material de estudio y viáticos a jóvenes de localidades rurales con escasos recursos, así como también asistencia médica, psicológica, psicopedagógica y de apoyo a quienes lo necesiten. Desde DIRECTV, el aporte al proyecto de las Residencias apunta a financiar a 8 estudiantes para que puedan desarrollar sus estudios universitarios, la mayoría de estos chicos provienen de lugares muy remotos donde no tienen acceso a universidades, dejan sus hogares y familias para poder tener un título universitario (en general estos chicos son los primeros de sus familias en contar con uno).

### Poblaciones vulnerables



#### • Colegio Las Lomas Oral.

Una asociación civil sin fines de lucro que enseña a chicos sordos a hablar y escuchar mediante la metodología auditivo-oral. Los programas de educa-

ción de Las Lomas Oral se dirigen a niñas y niños, desde recién nacidos hasta los 3 años, además de Nivel Inicial y Escuela Primaria. Cada uno de los niños es atendido por un plantel profesional, capacitado y auditado por el Moog Center for Deaf Education (Estados Unidos).

Conocé el colegio: [www.colegiolaslomasoral.org.ar](http://www.colegiolaslomasoral.org.ar)



#### • Colegio Madre Teresa de Virreyes.

Es una escuela de gestión social que se propone desarrollar las capacidades de los niños, niñas y jóvenes de comunidades altamente vulneradas, a través de un proyecto educativo integral que les permita construir sus proyectos de vida iluminados por los valores del evangelio y con la Madre Teresa como modelo, y de esta forma, como institución educativa, participar activamente de la construcción de una sociedad más justa. Desde DIRECTV colaboramos con becas que comprenden una asignación económica mensual, que llega directamente a la familia del becado para solventar gastos de estudio u otro tipo de carencias que incidan directamente en su posibilidad de asistir a la escuela.

Más información sobre Colegio Madre Teresa:  
[www.colegiomadreteresa.edu.ar](http://www.colegiomadreteresa.edu.ar)



### Deporte Social

DIRECTV lleva como emblema el deporte, pero no sólo por esto lo tenemos presente como uno de nuestros pilares de inversión social. Además de brindar entretenimiento, es una herramienta de prevención a problemas sociales, promoviendo el desarrollo de valores como la superación, el trabajo en equipo y el cuidado de la salud.

Desde 2015, colaboramos con la organización Power-

Chair Football Argentina (PCFA) que promueve el desarrollo del deporte aptado para personas con discapacidades motrices severas. Desde DIRECTV, colaboramos con la financiación de sus actividades y los acompañamos en la búsqueda de más oportunidades. En 2017 realizamos una reforma de la casa de uno de los jugadores de PowerChair para mejorarle la calidad de vida.

Descubrí la fundación ingresando a: [www.pcfa.com.ar](http://www.pcfa.com.ar)

## Inclusión laboral

Consideramos al trabajo como una de las actividades humanas que más dignifica y desarrolla el potencial de las personas, permitiéndoles valerse por sí mismas y a su vez, contribuir en la sociedad.

En DIRECTV somos conscientes de que, para ciertos grupos de la población, es más difícil encontrar oportunidades laborales. Por eso nos involucramos con esta temática, y aportamos nuestro granito de arena:

- **"Apto para Todo Público".**

A través de la Fundación Nordelta desarrollamos el curso "Apto para Todo Público" (ATP) destinado a capacitar a personas desempleadas en las principales competencias orientadas al servicio, la calidad de atención, la venta y la fidelización. Luego de finalizado el curso, los egresados vienen a DIRECTV y tienen una entrevista grupal. Se trata de facilitar su inserción en el mundo del trabajo con nuevas capacidades y para realizarlo, nos asociamos con la Funda-

ción y la Secretaría del Trabajo de la Municipalidad de Vicente López. Durante el 2017 realizamos 2 cursos de atención al cliente al cliente y 6 de alfabetización digital. Desde el inicio del curso en 2012, han pasado a trabajar en DIRECTV de forma permanente 13 personas que hicieron el curso y otras 22 han conseguido trabajo en otras empresas.

- **Nuestras Huellas.**

Es una Asociación Civil sin fines de lucro que trabaja en barrios vulnerados del Gran Buenos Aires Norte y Oeste implementando el programa de Bancos Comunales con mujeres emprendedoras para la construcción de una sociedad más justa, autónoma y participativa. Desde el 2016 apoyamos a esta organización a través de un sistema de microcréditos y bancos comunales, que permiten el desarrollo de muchas mujeres en situación de vulnerabilidad, esto se da a través del auto-empleo o emprendedorismo. Conoce más de la organización en: [www.nuestrashuellas.org.ar](http://www.nuestrashuellas.org.ar)

- **RedActivos.**

Es una empresa social sin fines de lucro, que genera trabajo para personas con discapacidad ofreciendo productos y servicios desarrollados por ellos en talleres protegidos, a potenciales clientes. Es una interface entre los emprendimientos productivos de personas con discapacidad y las empresas.

RedActivos es un desprendimiento de La Usina Asociación Civil, y busca en su accionar fomentar la interacción social y la autonomía económica de las personas con discapacidad, para lograr que ejerzan plenamente su condición de ciudadanos activos. Para más información ingresa a:

[www.lausina.org](http://www.lausina.org) [www.redactivos.org.ar](http://www.redactivos.org.ar)



**Durante 2017 DIRECTV financió un plan de fortalecimiento para mejorar los procedimientos productivos e incrementar la producción mensual.**

# EL PODER DE AYUDAR

G4-EC8

Nuestros colaboradores son quienes más definen nuestro espíritu y accionar diario. Por esto mismo, canalizamos las ganas de ayudar a través de nuestros voluntariados corporativos, porque consideramos que es una excelente forma de contribuir en el desarrollo personal y de la comunidad de la que formamos parte.

¿Qué hicimos?	Voluntarios	Hs	Personas alcanzadas
Banco de alimentos	272	1202	59125
Cajas Navideñas	640	1064	1036
Caminando juntos	8	64	48
Desde tu lugar	312	855,5	387
Escuela Plus Solar	6	342	180
FUHESA-Donación de sangre	77	100	231
Fundación Si (Fábricas de juguetes, útiles, panadería, etc)	948	3544,5	3713
Fundación Si (Inundaciones)	74	316	1216
Geriátrico Municipal Vicente López	16	64	96
Green Team	47	55	0
Charlas de Inserción Laboral	123	463	512
Las dos palmeras	10	50	200
Construcción de muebles con materiales reciclados	42	335	50
Acciones Piedra, Papel, Tijera (voluntariados)	249	1894	3985
Clasificación de medicamentos	46	208	720
<b>Total general</b>	<b>2870</b>	<b>10557</b>	<b>71499</b>



## Números 2017

**108**

 actividades sociales  
en horario laboral

**10.577**

 horas donadas | **2870**


## 317 voluntarios

 del interior del país, casi 5 veces el número  
alcanzado en 2016

**100%**

### De las actividades

 fueron implementadas en  
alianza con el gobierno, los  
municipios u Organizaciones  
No Gubernamentales

**89%**

### De los programas de inversión social

 fueron aplicados en donde  
tenemos mayor número de  
empleados

## DIRECTIVISMO + FÁBRICA DE JUGUETES

En el mes del Día del Niño nos sumamos a ayudar con las manos de nuestros empleados en distintas oficinas de todo el país fabricando útiles para el comienzo de clases, amasamos distintas preparaciones para repartir a las personas en situación de calle que acompaña la Fundación y fabricamos juguetes para que los chicos de diferentes centros sociales puedan disfrutar de actividades lúdicas.

A su vez, festejamos el Día del Niño en colaboración con empleados de las oficinas de DIRECTV en Tucumán, junto a sus hijos y voluntarios de la Fundación Sí. La jornada se realizó con juegos, inflables y sorpresas, y también fabricamos juguetes para un merrero para que más chicos puedan disfrutar de su niñez jugando.



## LA ESCUELA TEODORO FELS DE CHACO QUEDÓ COMO NUEVA

Gracias a la Base Corrientes, la Escuela de N° 272 nivel inicial y educación primaria del paraje El Naranjito, ubicado en zona rural de Chaco, fue pintada y refaccionada en una acción solidaria.

Se colocaron carteles indicadores en las bibliotecas, comedor, cocina, dirección y baños. También cercas y luces en el patio interno con el reciclado de malla sima para evitar el ingreso de animales. El frente del colegio también quedó colorido, iluminado y pintado. La escuela recibió donaciones de ventiladores que se colocaron en las aulas, una heladera y una televisión con el servicio de DIRECTV incluido.

Los hermanos Gómez, ambos pertenecientes a la base de DIRECTV Corrientes, trabajaron con sus herramientas para armar con pallets una tranquera, una mesa para laboratorio, estanterías para biblioteca y estantes más cajonera para la cocina.



**"Agradecer a la gente que hizo posible este cambio en mi casa, en la vida de mi hijo Valentín es poco. Agradezco a los voluntarios que fueron a mi casa, que fueron a pintar, a limpiar, a acomodar y a hacer todo lo que era posible para que mi hijo ese más cómodo. Les agradezco infinitamente para con uds, nunca nos vamos a olvidar"**

*Testimonio de José Bracco (papá de Valentín)*



## UNA CASA PARA VALENTÍN

En una emotiva jornada, más de 15 voluntarios de Rosario, Santa Fe, ayudaron a reconstruir y pintar la casa de Valentín Olmedo, jugador de la Selección Nacional de Fútbol en Silla de ruedas.

Las reformas de la casa sin dudas mejorarán su calidad de vida: con una habitación para él solo y los accesos a su vivienda mucho más amplios. A través de esta gran acción solidaria, queremos concientizar sobre la problemática de la discapacidad, las necesidades especiales que deben ser atendidas y los espacios de inclusión como el Power Chair Football, equipo para las personas que utilizan sillas de ruedas eléctricas en donde Valentín juega desde hace tiempo. Fue una jornada de mucho trabajo en equipo y por supuesto, muchísima empatía.

## EN EQUIPO SE PUEDE MÁS

Como parte de un Team Building Solidario, el equipo de Operaciones de Buenos Aires se acercó al Jardín 910, vecino de la oficina central de DIRECTV, para darle vida y color a sus instalaciones. Junto a una muralista, realizamos el sueño de la comunidad, que era poder contar con una pintura en su entrada que lo identificara como jardín. Plantamos distintas especies verdes, limpiamos el patio y los desagües, y se colocaron ventiladores de techo.



**En palabras de su directora Adriana Gravina**  
**“Decir gracias es poco. Nunca vivimos algo así, un gesto de solidaridad tan grande”.**



# INICIATIVAS REGIONALES

G4-EC7

Alineamos nuestros esfuerzos y recursos con toda la región de Latinoamérica, a través de actividades sociales, a las que nos sumamos desde la Argentina.

## The Forum

Es un programa de responsabilidad social de Generación DIRECTV que apoya y difunde los esfuerzos comunitarios de Fundaciones y organizaciones sociales, a través de la donación de segundos de aire y de espacios publicitarios en sus canales exclusivos OnDIRECTV, DIRECTV Sports y plataformas de comunicación. Con este espacio las organizaciones llegan con sus mensajes a más de 10 millones de hogares y 40 millones de personas en toda Latinoamérica.

Título	ON DIRECTV	Total Segundos	Monto
Generación DIRECTV - Casa Ronald McDonalds	42	2100	<b>10.500 USD</b>
Generación DIRECTV - Fundación Leer	90	3600	<b>\$18.000 USD</b>
Generación DIRECTV - Fundación Fcbola	101	5050	<b>\$25.250 USD</b>
Generación DIRECTV - Fundación Nobleza Obliga	96	3840	<b>\$ 19.200 USD</b>
Generación DIRECTV - Fundación Aiken	32	1600	<b>\$ 8.000 USD</b>
Generación DIRECTV - Fundación Cimientos	50	2500	<b>\$12.500 USD</b>
Generación DIRECTV - Aldeas Infantiles	31	1240	<b>\$ 6.200 USD</b>
Generación DIRECTV - Ironman Pcfca	21	1260	<b>\$ 6.300 USD</b>
Generación DIRECTV - Manos En Acción	38	2090	<b>\$10.450 USD</b>
<b>Total</b>		<b>23.280</b>	<b>\$116.400 USD</b>

## Concurso The Forum

Generación DIRECTV invita a las comunidades a colaborar en la difusión de las organizaciones y Fundaciones latinoamericanas, sumándolas también al proyecto The Forum. Cada año, las instituciones presentan una campaña solidaria que hable de sus intereses, objetivos y metas a cumplir, para que los usuarios puedan conocerlos, difundir sus proyectos y ayudarlos con su voto. Las tres organizaciones más votadas reciben un premio económico destinado a su crecimiento.

En la primera edición del concurso, se presentaron 20 organizaciones y participaron 31.115 usuarios a través de las redes sociales.

Los ganadores de la segunda edición en 2017 fueron, en el 1º puesto la Fundación María Luisa, en 2º lugar la Fundación Haciendo Camino y en el 3º puesto la Fundación Red Papaz.



**La difusión creció significativamente en la edición siguiente, en 2017, en la que participaron 22 organizaciones y participaron más de 52.000 personas.**

## PIEDRA, PAPEL, TIJERA

Bajo este programa regional nos proponemos realizar mejoras edilicias y de equipamiento en distintas organizaciones sociales y educativas que impactan en el mejoramiento de la calidad de vida de comunidades vulnerables.



**249**

voluntarios



**1894**

horas



**3985**

beneficiarios

## CONSTRUIMOS 10 CASAS PARA LOS AFECTADOS EN LIMA, PERÚ

A casi un año de la tragedia que afectó a Lima y 11 regiones del país, más de 100 colaboradores de DIRECTV, AT&T, SKY, LATAM y Fundación Juguete Pendiente, nos unimos en una gran acción.

Por segundo año consecutivo, voluntarios de 10 países viajaron a Carapongo, Lima en Perú para construir 10 casas de familias que fueron destruidas en abril por los huaycos que azotaron varias zonas limeñas.



**"Cuando no conoces la zona y las necesidades, te imaginas algo muy distinto. Me llevé una sorpresa mayor porque me encanta lo que estoy viviendo. Guardo la esencia de las personas, más allá de lo que estoy haciendo porque el cansancio físico no me está importando. Es más, el agradecimiento que te dicen, el respeto hacia uno y que igual da entre todos los que estamos acá. No importa qué somos, qué cargo tengas, lo importante es ayudar al otro. Eso es lo que llevaré conmigo para siempre".**

*Joanna Espinoza Carreño, vendedora de AMBA NORTE, una de las elegidas para viajar*



## Acción Generación

A través de este programa regional, la compañía brinda ayuda monetaria para comprar materiales de construcción y herramientas de trabajo para los damnificados ante desastres naturales. Los empleados que quieren donar dinero pueden hacerlo a través de su recibo de sueldo, y DIRECTV realiza un matching del total donado, que se canaliza a través de la Fundación Sí.

**Durante 2017, pudimos colaborar con los afectados de Volcán, Jujuy; Las Lajitas, Salta; La Emilia, Buenos Aires; Comodoro Rivadavia; y La-madrid, Tucumán.**



## DIRECTV CINEMA+

DIRECTV Cinema Plus, que va por la 5° edición, es un programa que busca impulsar el desarrollo de la industria local audiovisual, ofreciendo becas estudiantiles y actuando como patrocinador en festivales cinematográficos nacionales.

La primera iniciativa del programa es un certamen de cortos orientado a estudiantes de cine y carreras afines, que ofrece 30 mil pesos como máximo galardón. Luego, el finalista argentino compite con sus pares latinoamericanos y uno de ellos se lleva el gran premio: una beca para el programa de verano en la Escuela de Artes Cinematográficas de la Universidad del Sur de California, una de las más prestigiosas en Estados Unidos. Además, de aquellos cortos que hayan sido seleccionados, tanto finalistas como ganadores, tendrán la oportunidad de ser exhibidos a través de la pantalla de DIRECTV y el canal INCAA TV, llegando a una audiencia de más de seis millones de televidentes.



**“Como empresa líder en entretenimiento, asumimos el compromiso de contribuir al desarrollo de la industria audiovisual a través de diversas iniciativas. Invertimos en tecnología y servicio y también en el talento de nuestros realizadores, que son la base del séptimo arte”.**

Juan González del Solar, gerente de Programación de DIRECTV Argentina.

## Cortos presentados por país

CINEMA+	2017	2016	2015	2014	2013
<b>Argentina</b>	129	45	55	156	102
<b>Brasil</b>	74	48	N/A	N/A	N/A
<b>Chile</b>	32	38	39	37	25
<b>Colombia</b>	34	56	126	59	60
<b>Ecuador</b>	35	33	65	42	19
<b>EEUU</b>	19	N/A	N/A	N/A	N/A
<b>Perú</b>	4	15	42	74	24
<b>Puerto Rico</b>	0	19	22	23	N/A
<b>Uruguay</b>	16	19	28	24	24
<b>Venezuela</b>	28	92	73	72	89
<b>Total: 2.016</b>	<b>371</b>	<b>365</b>	<b>450</b>	<b>487</b>	<b>343</b>



## Los ganadores de la 4° Edición fueron:

Guillermo Trochón (Uruguay) | Daniel Riglos Flores (Perú) | Alice Nicolau (Brasil)



Conoce más sobre el programa de Cinemaplus en: <http://directvcinemaplus.com.ar/>

## 7. PRESERVAMOS



# COMPROMETIDOS CON EL FUTURO

G4-EN4, G4-EN6, G4-EN7

**En DIRECTV Argentina, trabajamos por la sustentabilidad ambiental.**

Esto implica principalmente:

- Promover 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.
- Promover que toda la cadena de valor cumpla con estos **estándares ambientales**.
- Asimismo, creemos que es importante ser respetuosos con el entorno y trabajamos para que nuestros productos tengan el **menor impacto sobre el planeta**. Estamos comprometidos con el medioambiente y somos la primera compañía del sector que mide su Huella de Carbono.



# CONSUMO RESPONSABLE DE ENERGÍA

G4-EN3, G4-EN4, G4-EN6, G4-EN7

A lo largo de todas nuestras operaciones, desde los centros de transmisión, hasta las oficinas, trabajamos para reducir constantemente el consumo de recursos (energía eléctrica y agua). Asimismo, monitoreamos el uso de combustible de nuestra flota de vehículos.

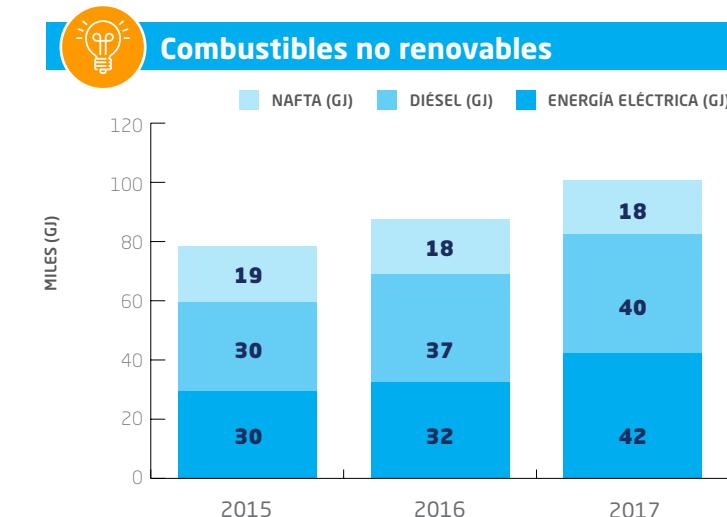
## Consumo energético interno

Con respecto al año pasado, nuestro consumo de energía eléctrica se incrementó en un 31%. Este crecimiento se debe en parte al aumento en un 10% en superficie de nuestras oficinas y bases técnicas.

Por otro lado, el consumo de combustibles fósiles total de nuestra flota aumentó sólo en un 6% aun cuando nuestro número de vehículos se incrementó en un 12%.

Consumo de energía interno no renovable (Unidad Origen)	2015	2016	2017	Evolución interanual
Energía eléctrica (Kwh)	8.212.132	9.002.596	11.798.370	<b>31,1%</b>
Diésel (lts)	827.417	1.016.490	1.111.724	<b>9,2%</b>
Nafta (lts)	553.348	534.052	526.848	<b>-1,3%</b>
Gas Natural (m3)	-	-	13.188	<b>N/A</b>
Consumo de combustible en GJ				
Energía eléctrica	29.564	32.409	42.474	<b>31,1%</b>
Diésel	29.886	36.716	40.155	<b>9,2%</b>
Nafta	18.960	18.299	18.052	<b>-1,3%</b>
Gas Natural	-	-	428	<b>N/A</b>
Consumo energético total dentro de la organización	<b>78.410</b>	<b>87.424</b>	<b>100.682</b>	<b>15,16%</b>

Reducción del consumo energético por fuentes	Consumo referencia (lts) (2016)	Cant. Autos 2016	Its año / auto	Consumo actual (lts) (2017)	Cant. Autos 2017	Its año / auto	Cambio autos	Cambio Its año / auto
Total	<b>1.550.542</b>	<b>1.022</b>	<b>1.517</b>	<b>1.638.572</b>	<b>1.144</b>	<b>1.432</b>	<b>12%</b>	<b>-6%</b>



## Consumo energético externo

Además de monitorear el consumo de energía que realizamos en nuestras oficinas, centro de transmisión y call center, también velamos por el que se produce externamente **como consecuencia de nuestras operaciones**. Por ejemplo, por viajes de empleados en avión o por el consumo de nuestros equipos decodificadores en los hogares de nuestros clientes, tanto del servicio Prepago como del Pospago.

Consumo energía decos	2016	2017	Cambio
Pospago + Prepago (GJ)	1.644.667	1.729.859	5,2%
Cant. Decos activos	2016	2017	Cambio
Pospago + Prepago (unid.)	6.973.841	7.436.848	6,6%

Consumo de energía externo (Unidad Origen)	2015	2016	2017
Viajes de empleados en avión (kms) (*)	13.582.860	4.386.548	2.301.903
Producto Prepago (kWh)	93.801.034	107.876.493	133.649.529
Producto Pospago (kWh)	340.526.337	348.975.330	346.866.987
Consumo de energía externo en GJ	2015	2016	2017
Producto Prepago	337.684	388.355	481.138
Producto Pospago	1.225.895	1.256.311	1.248.721
Consumo total por productos prepago y pospago (GJ)	1.563.579	1.644.667	1.729.859

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

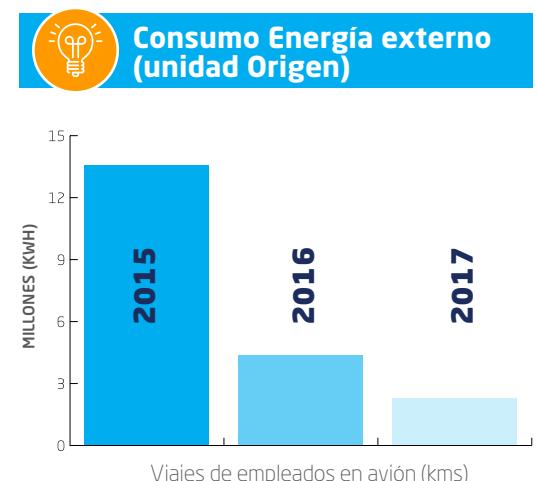
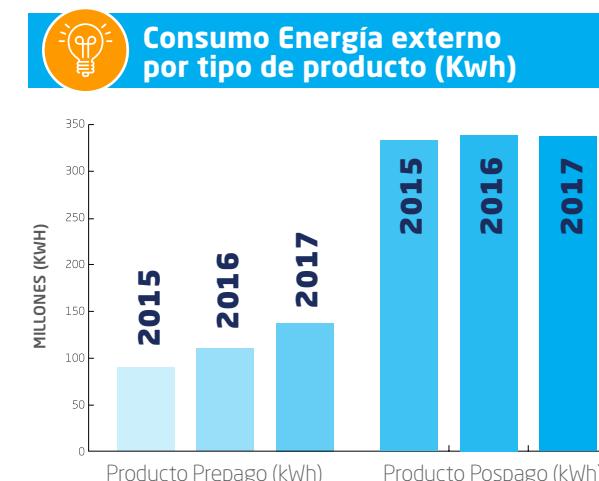
Con respecto al 2016 nuestra base activa de decodificadores aumentó un 6,6%. Sin embargo, la variación en el consumo agregado fue de tan solo 5,2% gracias al crecimiento de nuestros productos más eficientes.

Además, los kilómetros recorridos en avión por nuestros empleados en 2017 se redujeron en un 48% con respecto al 2016. Esto se explica en buena medida por un mayor uso de herramientas de teleconferencia, una mejor planificación de viajes y más controles presupuestarios.



## La reducción de nuestro impacto, siempre presente

Si bien en 2017 no hemos desarrollado grandes avances en cuanto a la eficiencia energética de nuestros decodificadores, el tema forma parte de nuestra agenda. Nos encontramos trabajando continuamente en el desarrollo y la innovación de nuestros productos, con el objetivo de reducir nuestro impacto ambiental a lo largo de nuestra cadena de valor.



# CONTROL DE EMISIÓN DE GASES INVERNADERO

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

Somos conscientes de que los gases de efecto invernadero influyen directamente en el calentamiento global. Por eso, en DIRECTV, nos comprometemos a reducir su emisión.

Los diferentes frentes en los que trabajamos para ese compromiso sustentable son: la disminución del impacto ambiental en la logística y la distribución de insumos, el servicio de instalación y asistencia técnica, en consumos de la oficina y el centro de transmisión, y en el desarrollo de decodificadores más eficientes.

La medición de nuestra **Huella de Carbono**, que realizamos de manera ininterrumpida desde 2012, nos permite identificar las fuentes de mayor impacto de nuestra operación y encontrar oportunidades de mejora. El reemplazo de las computadoras con monitor y CPU por modelos *all-in-one* que consumen 50%

menos de energía, es un ejemplo concreto de medidas que tomamos para reducir nuestras emisiones.

A pesar de que nuestro consumo de combustibles de nuestros vehículos aumentó un 5,9% con respecto al año 2016, **nuestras emisiones directas de GEI de Alcance 1** aumentaron solo un 4,9%. Esto se explica, en buena medida, a la compra de vehículos más modernos y de mayor autonomía.

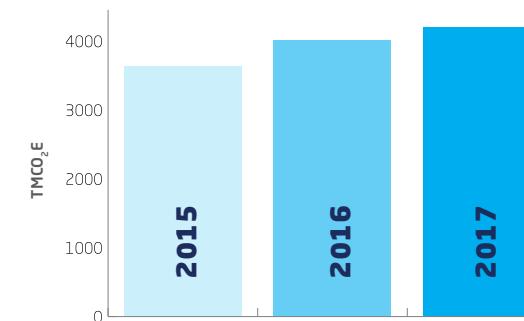
A pesar de que nuestro consumo eléctrico creció un 31% con respecto al año anterior, se observó un incremento del 29% en **nuestras emisiones GEI del Alcance 2**. Principalmente debido a una actualización de los factores de conversión que surgen de la manera en que se genera la energía en el país.

## Emisiones directas de gases de efecto invernadero, en peso [TMCO<sub>2</sub> equivalente]

Consumo de combustibles y refrigerantes

**3638**  
2015      **4012**  
2016      **4207**  
2017

## Emisiones directas GEI Alcance 1

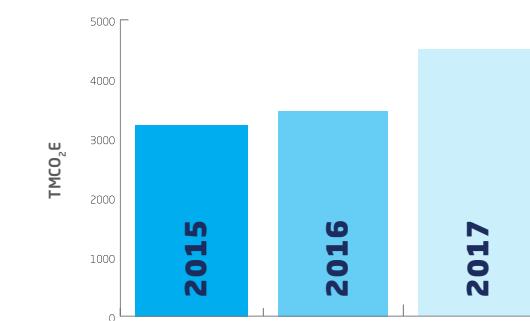


## Emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso [TMCO<sub>2</sub> equivalente]

Energía eléctrica

**3203**  
2015      **3511**  
2016      **4546**  
2017

## Emisiones indirectas GEI Alcance 2



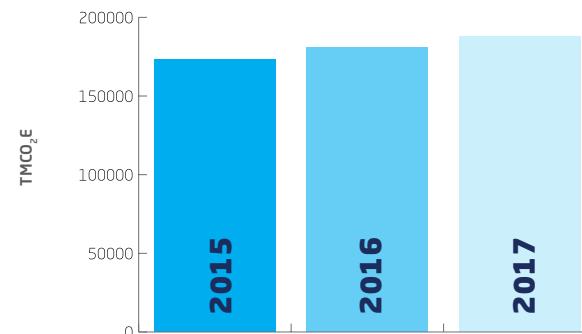


**Con respecto al 2016 nuestras emisiones por viajes en avión se redujeron en un 71%. Esto se explica, en buena parte por un mayor uso de las herramientas de teleconferencia y un mayor control sobre los gastos en viajes.**

Otras emisiones indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso [TMCO <sub>2</sub> equivalente]	2015	2016	2017
Viajes de empleados en avión	2.228	755	219
Uso de productos en hogares de clientes	169.388	178.172	185.167
<b>Total Alcance 3</b>	<b>171.616</b>	<b>178.927</b>	<b>185.386</b>

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

### Emisiones indirectas GEI Alcance 3



Evolución de emisiones [TMCO <sub>2</sub> equivalente]	Consumo (2015)	Consumo (2016)	Consumo actual (2017)	Cambio 2016-2017	Cambio % 2016-2017
Emisiones directas de GEI (Alcance 1)	3.638	4.012	4.207	195	<b>5%</b>
Emisiones indirectas por generación de energía (Alcance 2)	3.203	3.511	4.546	1.035	<b>29,5%</b>
Otras emisiones indirectas (Alcance 3)	171.616	178.927	185.386	6.459	<b>4%</b>

# GESTIÓN DE RESIDUOS

G4-EN23

Los escasos residuos que generamos durante el trabajo en nuestras oficinas e instalaciones son gestionados adecuadamente. Además, gestionamos los desechos electrónicos y residuos peligrosos con proveedores especializados.

En DIRECTV Argentina, contamos con un **programa de separación de residuos en origen**, que apunta a reducir la cantidad de basura generada en nuestras instalaciones y que termina en los rellenos sanitarios. Para ello, sepáramos los materiales reciclables (papel y cartón, PET, tapitas plásticas y envases de aluminio) de los que no lo son.

Para los residuos electrónicos (RAEE), contamos con un sistema integrado de gestión y monitoreo de los volúmenes de productos que alcanzan el final de su vida útil y entran al proceso final de reciclaje.



## Notas:

No se comunica los resultados de la gestión de RSU Reciclables/No reciclables ya que, aún contando con un programa de separación de residuos, no tiene aún un sistema de control y seguimiento apropiado de esos volúmenes.

El significativo aumento en 2016 se debe a que, a partir de septiembre, se llevó adelante un fuerte relevamiento de todos los equipos que estaban en espera para ser reparados y, muchos de ellos -por mal estado o falta de partes-, fueron enviados a nuestro proveedor final de reciclaje electrónico.

# GESTIÓN DE CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO

G4-14, G4-EN28, G4-EN27

En DIRECTV, entendemos que nuestra responsabilidad sobre los productos que comercializamos continúa incluso después de que llegan a la casa de nuestros clientes. Es por eso que aplicamos la estrategia de las 3Rs a nuestra gestión del ciclo de vida de nuestros productos:

- **Reducir**
- **Reutilizar**
- **Reciclar**

**Reducimos** la cantidad de residuos electrónicos mediante **la recuperación** y de los decodificadores que tienen alguna falla o que -por baja, upgrade o cambio de tecnología- el cliente no necesita más.

**Reutilizamos**. Los equipos son revisados en laboratorios propios y tercerizados, donde se trabaja en tres niveles de reparación: (1) reuso, (2) reacondicionamiento estético y (3) reacondicionamiento técnico.

Finalmente, cuando ninguna de estas alternativas es viable, **reciclamos** los equipos con un proveedor debidamente habilitado que procesa todos los materiales para reaprovecharlos como insumos de otras industrias.

En 2015 y 2016, observamos un aumento de los decodificadores reacondicionados con respecto a los recuperados. Esto se explica porque, de acuerdo a la demanda del mercado, en ocasiones existe un volumen de equipos del año anterior en espera para ser reparados y reincorporados al circuito comercial.

Responsabilidad extendida	2014	2015	2016	2017
Decodificadores reacondicionados	61%	82%	65%	38%
Decodificadores reciclados	3%	7%	15%	8%

Año	Recupero y Reacondicionamiento				Reciclaje Responsable		
	Decos en comodato (Pospago)	Decos disponibles recuperado	Decos recuperados	Decos Reacondicionados	%Reacondic./ recuperados	Decos scrap (reciclados)	% Reciclados/ recuperados
2015	4.196.062	821.605	669.934	674.811	101%	60.405	9%
2016	4.322.278	1.125.636	649.650	735.151	113%	163.776	25%
2017	4.338.809	1.412.372	614.844	537.703	87%	108.672	18%

# PROMOVRIENDO EL COMPROMISO AMBIENTAL

Solo pueden encontrarse soluciones efectivas para los problemas medioambientales si trabajamos en conjunto con otros actores sociales.

## PREMIO LATINOAMÉRICA VERDE

Conformar una red de cuidado ambiental, compartir experiencias y galardonar a todas aquellas personas que piensan sustentablemente son algunos de los objetivos de los Premios Latinoamérica Verde. Se trata de un concurso que reúne a los **500 mejores proyectos sociales y ambientales de América Latina**, el cual es organizado por la consultora ambiental Sambito y patrocinado CAF-Banca de Desarrollo de América Latina, la Municipalidad de Guayaquil y otros socios. DIRECTV participa desde 2015 como *media partner* del evento, potenciando la difusión y repercusión de este movimiento por una región más sostenible.

En la edición 2017, Argentina inscribió 251 casos, de los cuales el 39 estuvieron entre los 500 mejores y 2

entre los finalistas de sus categorías. Las ciudades con más proyectos inscritos fueron Buenos Aires, Mendoza y Córdoba. En 2015 un emprendedor argentino, Charly Karamanian, se coronó en la categoría Energía, con el proyecto La Casa G: La Casa Sustentable<sup>1</sup>.

1 La Casa G es una vivienda unifamiliar que integra de manera sustentable, eficiente y funcional diferentes criterios, sistemas y tecnologías. La implantación en el terreno y la orientación de las plantas fue realizado adoptando estrategias de **climatización pasiva**, aprovechando los beneficio de la **luz solar** y las ventilaciones cruzadas. En la construcción de la vivienda se han utilizado técnicas y materiales tradicionales, ejecutando la obra de manera racional e incorporando de manera complementaria algunos materiales y tecnologías más avanzadas, logrando de esta forma, un confort térmico óptimo, consumiendo menos del 50% de energía de lo que requiere una casa estándar.



**"DIRECTV apoya y se suma a proyectos que inspiran y reconocen el cuidado al medio ambiente, como los Premios Latinoamérica Verde. Esto forma parte de nuestro compromiso con la comunidad, y lo hacemos a través del corazón de nuestro negocio: la televisión"**

**Sandro Mesquita,  
Vicepresidente de  
Responsabilidad Social  
Empresaria & Sustentabilidad  
Ambiental de AT&T-DIRECTV  
Latinoamérica.**



## FACTURA ELECTRÓNICA

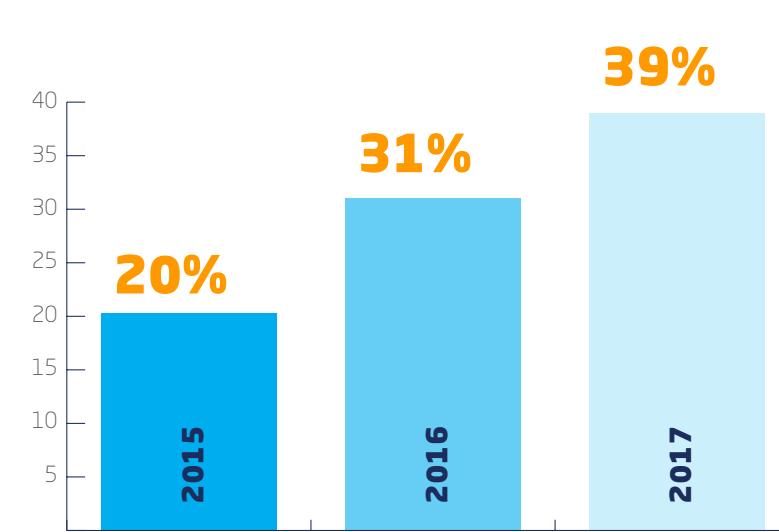
Para reducir el uso del papel, implementamos una campaña en la que convocamos a los clientes de Pospago a que elijan la facturación electrónica o **e-billing**.

¿En qué consistió la campaña? Enviamos **e-mails** para motivar a toda la base de clientes, publicamos banners en el sitio MIDIRECTV y sumamos un mensaje en las facturas físicas para que los clientes se adhieran fácilmente a este nuevo sistema.



**En total 677.350 clientes suscribieron a este modo de facturación en 2017, lo que equivale a evitar la tala de aproximadamente 1,828 árboles.**

### Argentina / evolución factura electrónica 2015 • 2016



## **8. TABLA DE INDICADORES GRI**

# TABLA GRI REPORTE SUSTENTABILIDAD DIRECTV ARGENTINA 2017

G4-32

Contenidos básicos generales - G4	Descripción	Respuesta y/o Página	Justificación por omisión
<b>ESTRATEGIA Y ANÁLISIS</b>			
G4-1	Declaración del responsable principal	4	
G4-2	Descripción de los principales efectos, riesgos y oportunidades	4	
<b>PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN</b>			
G4-3	Nombre de la organización	6-7	
G4-4	Marcas, productos y servicios más importantes para la organización	25-26	
G4-5	Lugar de la sede principal de la organización	3	
G4-6	Países en los que opera	6	
G4-7	Naturaleza del régimen de propiedad y su forma jurídica	6	
G4-8	Mercados servidos	6-8	
G4-9	Dimensiones de la organización (empleados, operaciones, ventas, capitalización, productos y servicios)	6-7	
G4-10	Desglose de empleados (tipo de contrato, región y sexo)	34-36	
G4-11	Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos	36	
G4-12	Cadena de suministro de la organización	53-54	
G4-13	Cambios significativos durante el periodo en el tamaño, estructura, propiedad accionaria o en la cadena de suministros de la organización	No hubo cambios	

<b>Contenidos básicos generales - G4</b>	<b>Descripción</b>	<b>Respuesta y/o Página</b>	<b>Justificación por omisión</b>
G4-14	Forma en que la organización aborda el principio de precaución	10,28,55,78	
G4-15	Cartas, principios u otras iniciativas externas que la organización ha adoptado	18	
G4-16	Asociaciones y organizaciones de promoción nacional o internacional a las que la organización pertenece	18	
<b>ASPECTOS MATERIALES Y COBERTURA</b>			
G4-17	Entidades que figuran en los EIFF consolidados de la organización	7	
G4-18	Proceso para determinar el contenido de la memoria y cobertura de cada aspecto	19	
G4-19	Aspectos materiales identificados durante el proceso de definición del contenido de la memoria	20-21	
G4-20	Cobertura dentro de la organización de cada aspecto material	20-21	
G4-21	Cobertura fuera de la organización de cada aspecto material	20-21	
G4-22	Consecuencias de las reformulaciones de la información facilitada en memorias anteriores y sus causas	No hubo reformulaciones	
G4-23	Cambios significativos en el alcance y la cobertura de cada aspecto con respecto a memorias anteriores	No hubo cambios	
<b>PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS</b>			
G4-24	Grupos de interés vinculados a la organización	17	
G4-25	Base para la elección de los grupos de interés con los que se trabaja	17	
G4-26	Enfoque de la organización sobre la participación de los grupos de interés	17,30,49	
G4-27	Cuestiones y problemas clave surgidos a raíz de la participación de los grupos de interés	20-21,31	
<b>PERFIL DE LA MEMORIA</b>			
G4-28	Periodo de la memoria	3	
G4-29	Fecha de la última memoria	Reporte 2016	
G4-30	Ciclo de presentación de memorias	3	
G4-31	Contacto para solventar dudas en relación con el contenido de la memoria	3	

<b>Contenidos básicos generales - G4 Descripción</b>	<b>Respuesta y/o Página</b>	<b>Justificación por omisión</b>
G4-32 Opción de conformidad con la guía elegida por la organización	3,82-89	
G4-33 Políticas y prácticas de la organización con respecto de la verificación externa	3	
<b>GOBIERNO</b>		
G4-34 Descripción de la estructura de gobierno de la organización	10	
G4-44 Procesos de evaluación del desempeño del órgano de gobierno	10	
<b>ÉTICA E INTEGRIDAD</b>		
G4-56 Valores, principios, estándares y normas de la organización	8	
G4-57 Mecanismos internos y externos de asesoramiento en pro de una conducta ética y lícita	11	
G4-58 Mecanismos internos y externos de denuncia de conductas poco éticas o ilícitas	12	
<b>CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS - G4</b>		
CATEGORÍA: Economía		
<b>Desempeño económico (DMA)</b>		
G4-EC4 Ayudas económicas otorgadas por entes del gobierno	No tuvimos ayuda económica de ningún ente de gobierno durante 2017	
<b>Presencia en el mercado (DMA)</b>		
G4-EC5 Relación entre el salario inicial desglosado por sexo y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollan operaciones significativas	47-48.Nota 1	
G4-EC6 Porcentaje de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollan operaciones significativas	10.Nota 1	
<b>Consecuencias económicas indirectas (DMA)</b>		
G4-EC7 Desarrollo e impacto de la inversión en infraestructuras y los tipos de servicios	67-69	
G4-EC8 Impactos económicos indirectos significativos y alcance de los mismos	56,58,63-64	
<b>Prácticas de adquisición (DMA)</b>		
G4-EC9 Porcentaje del gasto en los lugares con operaciones significativas que corresponde a proveedores locales	54	
CATEGORÍA: Medio Ambiente		

<b>Contenidos básicos generales - G4</b>	<b>Descripción</b>	<b>Respuesta y/o Página</b>	<b>Justificación por omisión</b>
<b>Energía (DMA)</b>			
G4-EN3	Consumo energético interno	73	
G4-EN4	Consumo energético externo	74	
G4-EN6	Reducción del consumo energético	73-74	
G4-EN7	Reducciones de los requisitos energéticos de los productos y servicios	74	
<b>Emisiones (DMA)</b>			
G4-EN15	Emisiones directas de gases de efecto invernadero (ALCANCE 1)	75	
G4-EN16	Emisiones indirectas de gases de efecto invernadero al generar energía (ALCANCE 2)	75	
G4-EN17	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero (ALCANCE 3)	76	
G4-EN19	Reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero	75	
<b>Efluentes y residuos (DMA)</b>			
G4-EN23	Peso total de los residuos, según tipo y método de tratamiento	77	Actualmente no se mide el volumen generado de los residuos peligrosos –mínimas cantidades de pilas, lámparas fluorescentes, tóners, etc.–, dada su baja materialidad.
<b>Productos y servicios (DMA)</b>			
G4-EN27	Grado de mitigación del impacto ambiental de los productos y servicios	78	
G4-EN28	Porcentaje de los productos vendidos y sus materiales de embalaje que se recuperan al final de su vida útil, por categoría de productos	78	
<b>Cumplimiento regulatorio (DMA)</b>			
G4-EN29	Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa ambiental		En 2017, no hemos recibido ninguna multa relacionada con el incumplimiento de normativa ambiental.
<b>Evaluación ambiental de los proveedores (DMA)</b>			
G4-EN32	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios ambientales	55	No se cuenta con una evaluación a proveedores con criterios ambientales.

<b>Contenidos básicos generales - G4 Descripción</b>	<b>Respuesta y/o Página</b>	<b>Justificación por omisión</b>
<b>CATEGORÍA: Desempeño social</b>		
<b>Subcategoría: Prácticas laborales y trabajo digno</b>		
<b>Empleo (DMA)</b>		
G4-LA1 Número y tasa de contrataciones y rotación media de empleados, desglosados por grupo etario, sexo y región	37-38	
G4-LA2 Prestaciones sociales para los empleados a jornada completa que no se ofrecen a los empleados temporales o a media jornada, desglosadas por ubicaciones significativas de actividad	39	El único beneficio otorgado a todo el personal con jornada completa que no aplica para el personal con jornada part time o temporal, es el beneficio de Servicio de televisión DIRECTV bonificado.
G4-LA3 Índices de reincorporación al trabajo y de retención tras la baja por maternidad o paternidad, desglosados por sexo	40	
<b>Salud y seguridad en el trabajo (DMA)</b>		
G4-LA6 Tipo y tasas de lesiones, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región y por sexo	50-51. Nota 2	
G4-LA7 Trabajadores cuya profesión tiene una incidencia o un riesgo elevados de enfermedad	50-51	
G4-LA8 Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con los sindicatos	50-51	
<b>Capacitación y educación (DMA)</b>		
G4-LA9 Promedio de horas de capacitación anuales por empleado, desglosado por sexo y por categoría laboral	45	No se indica la cantidad de horas promedio por sexo y categoría, dado que no forma parte de la gestión actual.
G4-LA10 Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomentan la empleabilidad de los trabajadores y les ayuda a gestionar el final de sus carreras profesionales	46	No tenemos programas específicos para empleados próximos a jubilarse.
G4-LA11 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional, desglosado por sexo y por categoría profesional	44	
<b>Diversidad e igualdad de oportunidades (DMA)</b>		
G4-LA12 Composición de los órganos de gobierno y desglose de la plantilla por categoría profesional y sexo, edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad	10,34-36	
<b>Igualdad de retribución entre mujeres y hombres (DMA)</b>		
G4-LA13 Relación entre el salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosada por categoría profesional y por ubicaciones significativas de actividad.	47-48 Nota 1	

<b>Contenidos básicos generales - G4 Descripción</b>	<b>Respuesta y/o Página</b>	<b>Justificación por omisión</b>
<b>Evaluación de las prácticas laborales de los proveedores (DMA)</b>		
G4-LA14 Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a las prácticas laborales	55	
G4-LA15 Impactos negativos significativos, reales y potenciales, en las prácticas laborales en la cadena de suministros, y medidas al respecto.	55	
<b>Mecanismos de reclamación sobre las prácticas laborales (DMA)</b>		
G4-LA16 Número de reclamaciones sobre prácticas laborales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación	12	
<b>CATEGORÍA: Desempeño social</b> <b>Subcategoría: Derechos humanos</b>		
<b>Inversión (DMA)</b>		
G4-HR2 Horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los DDHH relevantes para sus actividades, incluido el porcentaje de empleados capacitados	11	
<b>No discriminación (DMA)</b>		
G4-HR3 Número de casos de discriminación y medidas correctivas adoptadas	12	
<b>CATEGORÍA: Desempeño social</b> <b>Subcategoría: Sociedad</b>		
<b>Comunidades locales (DMA)</b>		
G4-SO1 Porcentaje de centros donde se han implementado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad local	64	
<b>Lucha contra la corrupción (DMA)</b>		
G4-SO3 Número y porcentaje de centros en los que se han evaluado los riesgos relacionados con la corrupción y riesgos significativos detectados	12	
G4-SO4 Políticas y procedimientos de comunicación y capacitación sobre la lucha contra la corrupción	11-13	No se cuenta con los desglose solicitados dado que no forma parte de la gestión actual, se trabajará para futuros reportes.
G4-SO5 Casos confirmados de corrupción y medidas adoptadas	12	

<b>Contenidos básicos generales - G4</b>	<b>Descripción</b>	<b>Respuesta y/o Página</b>	<b>Justificación por omisión</b>
<b>Prácticas de competencia desleal (DMA)</b>			
G4-S07	Número de demandas por competencia desleal, prácticas monopolísticas o contra la libre competencia y resultado de las mismas	28-29	
<b>CATEGORÍA: Desempeño social</b>			
<b>Subcategoría: Responsabilidad sobre productos</b>			
<b>Etiquetado de los productos y servicios (DMA)</b>			
G4-PR3	Tipo de información que requieren los procedimientos de la organización relativos a la información y el etiquetado de sus productos y servicios, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos que están sujetas a tales requisitos	28	
G4-PR4	Número de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, desglosados en función del tipo de resultado	28-29	
G4-PR5	Resultados de las encuestas para medir la satisfacción de los clientes	31-32	
<b>Comunicaciones de mercadotecnia (DMA)</b>			
G4-PR7	Número de casos de incumplimiento de la normativa o de los códigos voluntarios relativos a las comunicaciones de mercadotecnia, tales como la publicidad, la promoción y el patrocinio, desglosados en función del tipo de resultado	28-29	
<b>Privacidad de los clientes (DMA)</b>			
G4-PR8	Número de reclamaciones fundamentadas sobre la violación de la privacidad y la fuga de datos de los clientes	29	
<b>Cumplimiento regulatorio (DMA)</b>			
G4-PR9	Costo de las multas significativas por incumplir la normativa y la legislación relativas al suministro y el uso de productos y servicios	29	

**NOTAS**

Nota 1: A los efectos del presente indicador, DIRECTV considera la República Argentina como el lugar en que desarrolla operaciones significativas.

Nota 2: Por "región" DIRECTV hace referencia a la totalidad de las operaciones en el país, motivo por el cual no se presenta la necesidad de realizar dicho desglose.



 @DIRECTVar

 DIRECTVla

 @DIRECTVla