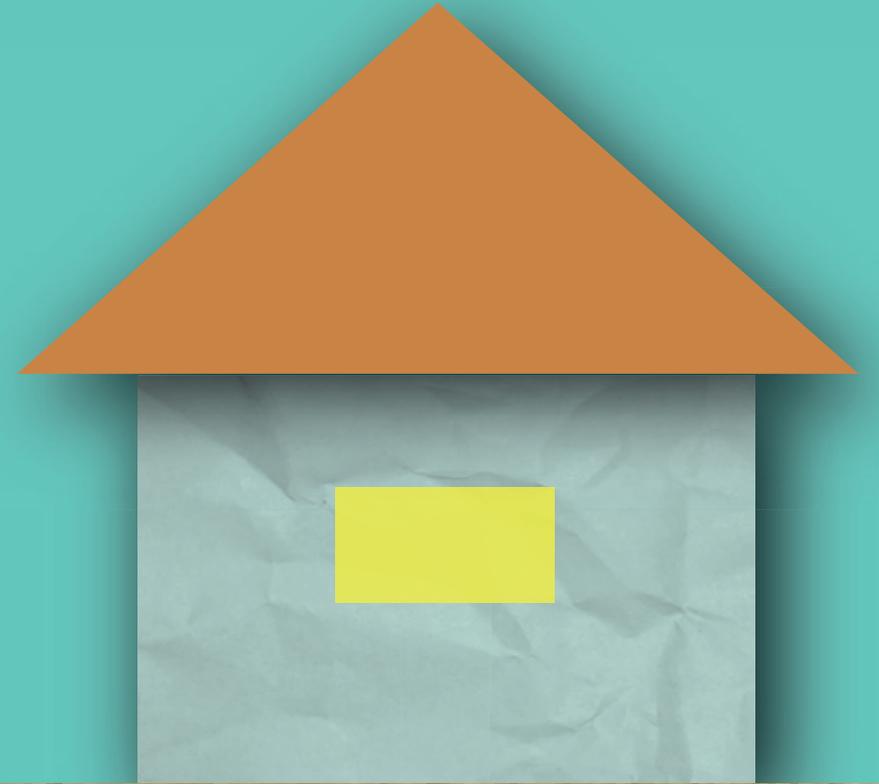


REPORTE DE SOSTENIBILIDAD 2016

JUNTOS SUMAMOS VALOR



PARÁMETROS DEL REPORTE

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

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

El siguiente reporte anual de sustentabilidad —el segundo presentado por DIRECTV Uruguay— abarca el período entre enero y diciembre de 2016. El anterior, que correspondió al año 2015 y fue publicado a finales de 2016, también siguió los lineamientos de GRI G4.

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

También pueden escribirnos a:

Área Responsabilidad Social Empresaria
DIRECTV Uruguay
21 de setiembre 2726
Montevideo, Uruguay

CARTA DEL DIRECTOR DEL CONO SUR

En DIRECTV buscamos estar siempre cerca de nuestros clientes, de nuestros equipos y de cada uno de los grupos de interés que hacen de nuestra compañía un lugar profesional, íntegro y transparente para trabajar.

También buscamos ofrecer el mejor entretenimiento en cada rincón del país. ¿La razón? Queremos conectar y entretener a todos los habitantes de la República Oriental del Uruguay.

El 2016 fue sinónimo de transición ya que comenzamos a trabajar regionalmente y el objetivo más importante fue lograr la integración de Uruguay, Argentina, Chile y Perú como un solo equipo. Y vamos por buen camino: nos enfocamos y optimizamos los resultados de negocio sin descuidar el mayor activo de la compañía: cada uno de los talentos.

Con el objetivo de potenciar nuestras capacidades de servicio al cliente y reafirmar nuestro liderazgo en televisión paga, este año lanzamos un nuevo satélite para servir a la región de manera exitosa.

Todos nuestros esfuerzos se vieron premiados con un aumento del 12% de los suscriptores en 2016 respecto al año anterior y altos niveles de satisfacción en relación a nuestros productos y servicios. Eso nos

llena de orgullo y nos impulsan a seguir trabajando en la misma línea.

Quiero destacar a su vez, los resultados que logramos con ESCUELA+, nuestro programa de educación audiovisual que se desarrolla en conjunto con el Consejo de Educación Inicial y Primaria (CEIP) y que tiene como primordial objetivo colaborar, complementar y enriquecer el contenido educativo para los centros de educación de América Latina, acortando la brecha tecnológica. En 2016 la iniciativa creció en Uruguay: mientras que en 2015 ESCUELA+ alcanzó a 100 escuelas rurales, en 2016 llegó a 188 establecimientos más, beneficiando a 5600 alumnos y 180 docentes.

Así como la educación, también el compromiso sustentable es parte de nuestra gestión y por eso contamos orgullosos que aportamos 6 paneles de ESCUELA+ Solar a la primera Escuela Sustentable de Latinoamérica.

Además, en 2016 gran parte de nuestros empleados realizaron al menos una acción de voluntariado, generando un total de 1800 horas de ayuda solidaria que impactaron a 12.000 personas. El acompañamiento que brindaron los Padrinos+ a los centros educativos que participan del programa ESCUELA+ fue una de las iniciativas más destacadas.

Estamos convencidos de que la clave del éxito de una empresa es su grupo humano. Por ello, en DIRECTV Uruguay conformamos un equipo dinámico y diverso, integrado por 196 colaboradores que trabaja codo a codo para brindarles el mejor servicio a nuestros clientes.

En este gran equipo del que somos parte valoramos tanto la formación como el compromiso a través de distintas acciones. Por eso implementamos de manera constante una serie de planes y programas para desarrollar a nuestros colaboradores. Por eso, en 2016 brindamos un total de 4.580 horas de formación para nuestros empleados.

Porque día a día trabajamos desde DIRECTV para conectar a todos los habitantes de la República Oriental del Uruguay, cumpliendo con nuestro compromiso de calidad e innovación permanente.

Manuel Abelleira
Presidente de DIRECTV Región Sur



01

¿Quién es
DIRECTV? 06

Misión,
visión y valores
corporativos 08

A la vanguardia
en tecnología 09

Integridad y ética
en los negocios 10

02

Una gestión
360 grados 14

Fortaleciendo
el vínculo con
grupos de interés 15

Participación
en asuntos
públicos 16

Accountability
y transparencia 17

03

Una propuesta
diferente y de calidad 21

Nuestros productos 22

Líderes en deporte 23

Responsabilidad
y ética de los
productos 24

Nuestro foco:
los clientes 25

En comunicación
permanente 26

Siguiendo el pulso
de la satisfacción 27

04

Dinamismo
y diversidad 29

Nuestra propuesta
de valor 31

Incorporación
de talento 32

Desarrollo
y movilidad 33

En formación
continua 35

Beneficios
y flexibilidad 36

Comunicación
interna 37

Salud y seguridad
ocupacional 38

05

Valor en cadena 40

Nuestros
proveedores 41

Claves de una
relación duradera 42

Nuestros agentes
de venta 43

06

Generación
DIRECTV 45

Generación
DIRECTV en Uruguay 46

La fuerza del
voluntariado 52

07

Comprometidos
con el futuro 54

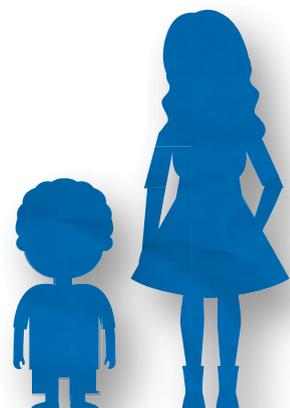
Gestión eficiente
de recursos 55

Consumo responsable
de recursos 57

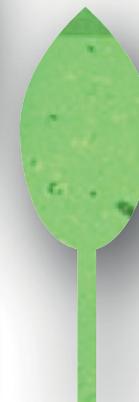
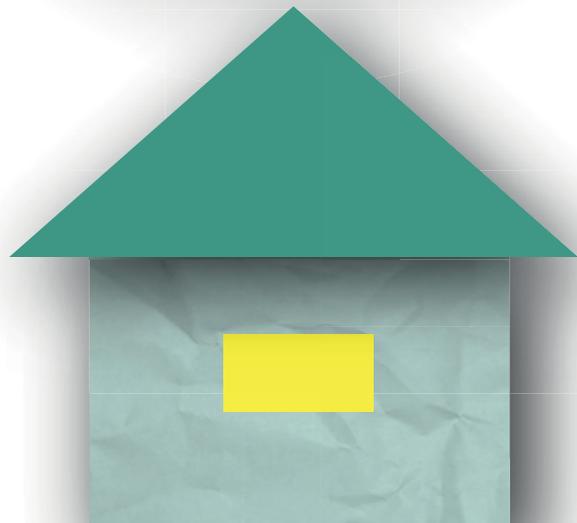
Control de la emisión
de gases con
efecto invernadero 59

08

Tabla de indicadores
GRI 61



Nos comprometemos



¿QUÉ ES DIRECTV?

Somos el mayor operador de TV paga satelital en el mundo, con 25,3 millones de clientes en Estados Unidos y 12,5 millones en Latinoamérica. Cotizamos la totalidad de las acciones en el mercado de valores de empresas tecnológicas de Nueva York, NASDAQ, hasta julio de 2015, cuando nos fusionamos con AT&T. Desde entonces, formamos parte de esta última compañía.

DIRECTV es el sistema de televisión satelital líder en el mundo, que ofrece una espectacular selección de programación con películas, deportes, eventos exclusivos, noticias, programas infantiles, canales educativos y muchas alternativas más.

El sistema DIRECTV fue creado en los Estados Unidos en el año 1994, y fue el primer servicio de televisión vía satélite directo al hogar en llegar a América Latina y el Caribe. En 2015 nos sumamos a la familia de AT&T, una de las corporaciones estadounidenses de telecomunicaciones más importantes del mundo. Esta alianza estratégica nos ubica a la vanguardia en tecnología y nos convierte en un nuevo competidor con capacidades sin precedentes en materia de distribución de contenidos a través de plataformas móviles, video y servicio de banda ancha.

Para DIRECTV Latin America, es un orgullo ser el proveedor líder de televisión paga satelital en Latinoamérica y el Caribe, brindando la mejor experiencia de televisión a más de 20 millones de clientes en la Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, Perú, Uruguay, Venezuela y partes del Caribe.

Nuestros más de 13.000 colaboradores trabajan todos los días para ofrecer la mejor experiencia de entretenimiento en la región con el contenido más exclusivo, tecnología de avanzada y un servicio de calidad al cliente. Además, estamos comprometidos con la excelencia, la colaboración, la innovación y la responsabilidad social empresarial, que son la base de nuestra cultura.

DIRECTV Uruguay

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



188.573
clientes



196
colaboradores



23
puntos de venta distribuidos en
13 departamentos



13
puntos dedicados a la instalación
y al servicio técnico

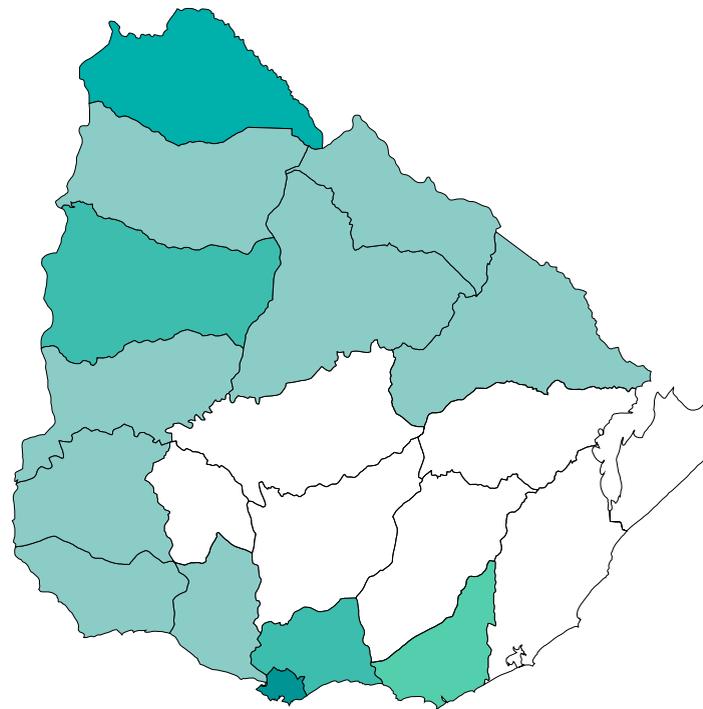
En Uruguay la principal sede de la organización está ubicada en la oficina de Punta Carretas (21 de Setiembre 2726, Montevideo), además contamos con otros puntos propios en el interior del país.

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

PRESENTES EN TODO EL PAÍS

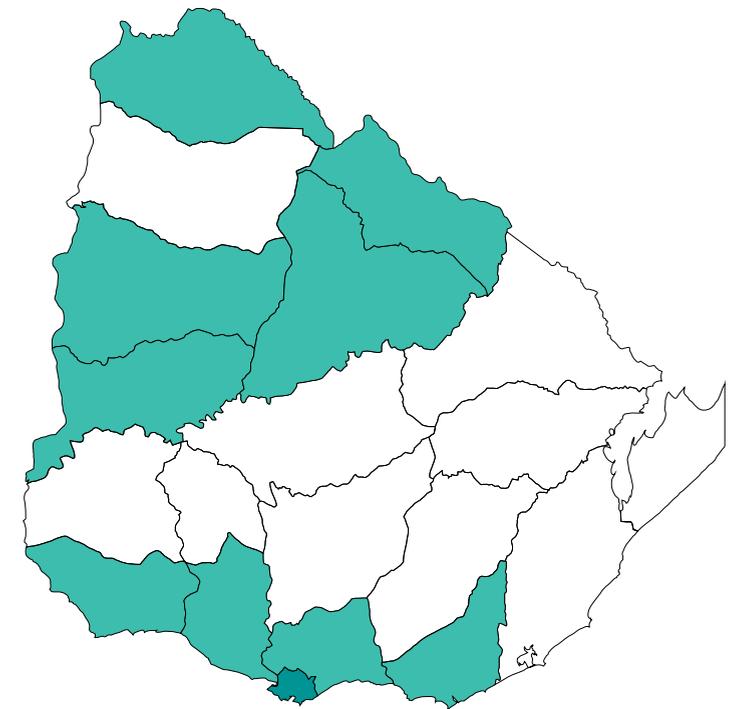
DIRECTV Uruguay cuenta con **23 puntos de venta** a lo largo del país.

Montevideo	6
Canelones	3
Maldonado	2
Paysandú	2
Artigas	2
Colonia	1
San José	1
Soriano	1
Cerro Largo	1
Salto	1
Tacuarembó	1
Rivera	1
Río Negro	1



Además, contamos con **13 puntos dedicados a la instalación y al servicio técnico.**

Montevideo	4
Canelones	1
Maldonado	1
Paysandú	1
Artigas	1
Colonia	1
San José	1
Tacuarembó	1
Rivera	1
Río Negro	1



MISIÓN, VISIÓN Y VALORES CORPORATIVOS

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

Juntos somos más fuertes. Y juntos, nuestros equipos están enfocados en mejorar nuestro negocio central, operar regionalmente e impulsar un crecimiento inteligente para nuestros colaboradores, clientes y comunidades en Latinoamérica y el Caribe. Todas nuestras acciones están enmarcadas en la Visión, Misión y Valores corporativos.

Nuestra Visión:

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

Nuestra Misión:

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

Valores Corporativos:

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

Mediante una combinación irresistible y diversa de contenido, tecnología y servicio, nuestro equipo de colaboradores lleva a nuestros clientes una experiencia excepcional de entretenimiento.

ADN de DIRECTV Uruguay

- Actuaremos con lealtad, responsabilidad, respeto y compromiso.
- El cliente es nuestro jefe.
- Seremos líderes, referentes y motor de crecimiento de la industria.
- Construiremos una organización de vanguardia de la cual estaremos orgullosos.
- Mantendremos un excelente ambiente de trabajo. Crecimiento sostenible.
- Lideraremos a través del servicio a los demás y el ejemplo.
- Seremos embajadores de DIRECTV en todo momento y lugar.
- Fomentaremos el "Sí se puede".
- Seremos socialmente responsables

A LA VANGUARDIA EN TECNOLOGÍA

En DIRECTV, trabajamos de manera incansable en busca de lo nuevo. Nuestro faro son el cambio y la innovación. Queremos romper fronteras y lo logramos gracias a una apuesta permanente por la tecnología digital de vanguardia.

DIRECTV Uruguay fue la primera empresa de televisión paga que ofreció imagen y sonido 100% digital e impulsó la alta definición en la región. Buscando la excelencia en servicio, tecnología y programación, ofrecemos la mejor opción de entretenimiento para lograr la fidelidad de nuestros clientes.

En 2016 se destacan las siguientes iniciativas:

- Se han desarrollado nuevas soluciones automáticas, como la solución de códigos por SMS.
- Se sumaron los sistemas Recarga SOS y Dame Saldo (Prepago).
- Se flexibilizó la recarga (Prepago).
- Se incorporaron planes *premium* (Prepago).

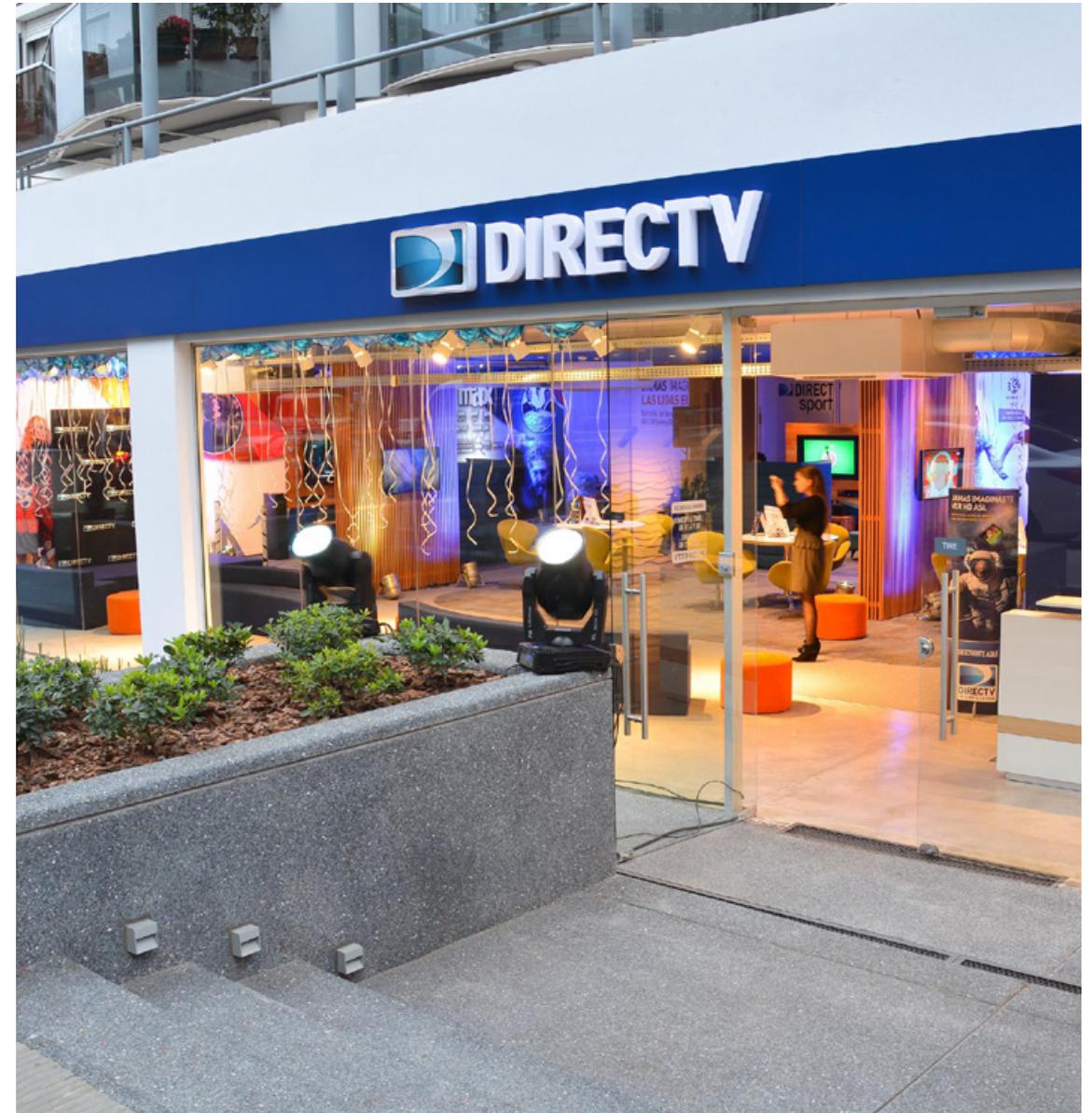
NUESTRO SERVICIO HOY

El sistema de televisión vía satélite que provee DI-

RECTV es líder en el mundo: ofrecemos más de 200 canales con nitidez de imagen y pureza de sonido de calidad inigualable. Esta tecnología alcanza a todos nuestros abonados, y somos la única compañía que la ofrece.

El nivel de servicio que brindamos a los hogares también se plasma en otras ventajas: el control remoto universal, la guía de programación en pantalla, DIRECTV On Demand y la posibilidad de ver pay per view (PPV) en formato cine (16:9) o de acceder al entretenimiento en cualquier pantalla o dispositivo digital, como televisores, computadoras, tabletas o teléfonos inteligentes. Para lograrlo, invertimos en tecnología y desarrollo de la red, contratación, capacitación, comunicación y marketing.

DIRECTV fue la primera empresa paga que ofreció cobertura a todos los puntos del país.



INTEGRIDAD Y ÉTICA EN LOS NEGOCIOS

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

Nuestro órgano de gobierno está conformado por siete altos directivos, cada uno de un área distinta de la compañía: Marketing, Sistemas, Administración y Finanzas, Operaciones, Legales y Ventas. Ellos son quienes, día a día, definen **las grandes líneas del negocio** y establecen las estrategias y procesos centrales. Todos ellos provienen de la comunidad en la cual operamos. Los miembros de la Dirección se reúnen una vez cada 15 días, durante 2 horas.

POLÍTICAS Y CÓDIGO DE ÉTICA

Todos los colaboradores conocen el Código de Ética de DIRECTV, lo firman una vez por año y lo reciben al ingresar a la compañía. **Todas las políticas internas están al alcance de los colaboradores.**

Además, en el primer día en la empresa, el colaborador recibe los siguientes documentos:

- Código de Conducta de AT&T
- Política de Gastos de viaje y representación
- Política de Vehículos (en caso que corresponda)
- Política de Protección de la información
- Política de Uso de recursos de la compañía
- Política Antidiscriminación
- Formulario de Conflicto de intereses

Tenemos altos estándares que nos permiten trabajar en **un ambiente de confianza, transparencia y de conducta ética corporativa** y, hacemos responsables a cada uno de nuestros colaboradores de cumplirlos, así como de reportar cualquier falta a ellos.

Estos estándares están establecidos en nuestras políticas, procesos y procedimientos internos, así como

EQUIPO DE DIRECCIÓN

7 COLABORADORES



57%

4 HOMBRES



43%

7 MUJERES

7 SON URUGUAYOS

MENORES DE 30

0%

ENTRE 30 Y 50

86%

MAYOR A 50 AÑOS

14%

en nuestro Código de Ética Empresarial. Dicho código establece **los 30 compromisos fundamentales** que asumimos como compañía frente a nuestros colegas, clientes y con todos nuestros *stakeholders*. Algunas de las áreas de este Código hacen referencia a leyes específicas y a reglas para el manejo de nuestro negocio. Otras simplemente apelan al criterio y buen juicio de nuestros empleados.

Nuestro Código de Ética, al igual que todas nuestras políticas internas y nuestro Modelo de Liderazgo (ELM), son enfáticos en nuestro compromiso de promover una política de igualdad y de fomentar la diversidad e inclusión al valorar y respetar las diferencias. Con ello, buscamos garantizar un trato justo y equitativo para todos nuestros empleados, independientemente del nivel del cargo que ocupen en la compañía.

Nuestros procesos para la gestión del desempeño, la compensación, los casos disciplinarios, los conflictos en el lugar de trabajo, las quejas de acoso y las denuncias de incumplimientos al Código de Ética buscan asegurar que cada persona **tenga la posibilidad** de ser escuchado y de tener acceso a canales de apelación en caso de no recibir un trato justo por parte de su líder o de cualquier otra persona en la compañía.

CÓDIGO DE CONDUCTA EMPRESARIAL

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

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

Durante 2016, de forma mandatoria, todos los colaboradores conocieron y aprendieron sobre:

- Cultura y valores éticos
- Leyes sobre competencia
- Antisoborno y anticorrupción
- Comercio global
- Conflictos de intereses
- Obsequios y hospitalidad
- Protección de datos

COMITÉ DE ÉTICA

Contamos con un Comité de Ética integrado por la Geren-

cia de Legales y Relaciones institucionales y la Gerencia de Administración y Finanzas. Su finalidad es asegurar la transparencia y el rápido tratamiento de cualquier temática o preocupación relacionada con la ética.

ETHICS LINE

La línea de ética constituye un canal de contacto a disposición de los empleados, mediante el cual estos, de manera anónima o consignando sus datos, pueden denunciar aquellos comportamientos que perciben como inadecuados o contrarios a los valores de DIRECTV. A partir de cada denuncia, se inicia un proceso de investigación interno que incluye el análisis por parte de un Comité de Ética y culmina con una devolución al empleado.

Para canalizar estos asuntos también está disponible una página web (ethicspoint.com) y una línea telefónica (000413-598-3075) de acceso permanente y de absoluto anonimato.

Actualmente, los mecanismos formales de reclamación que tienen los empleados de DIRECTV son la presentación de demandas laborales iniciadas ante los juzgados de Trabajo, las citaciones de conciliación previa o de aclaración de situación laboral ante el Ministerio de Trabajo, o reuniones ante la Dirección Nacional del Trabajo (Dinatra).

Nuestro compromiso: promover una política de igualdad y fomentar la diversidad e inclusión al valorar y respetar las diferencias.

POLÍTICAS ANTICORRUPCIÓN

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

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

Para promover las políticas anticorrupción, todos los años realizamos una capacitación de cumplimiento obligatorio para todos los gerentes y sus reportes directos.

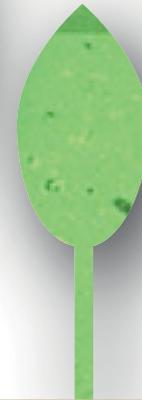
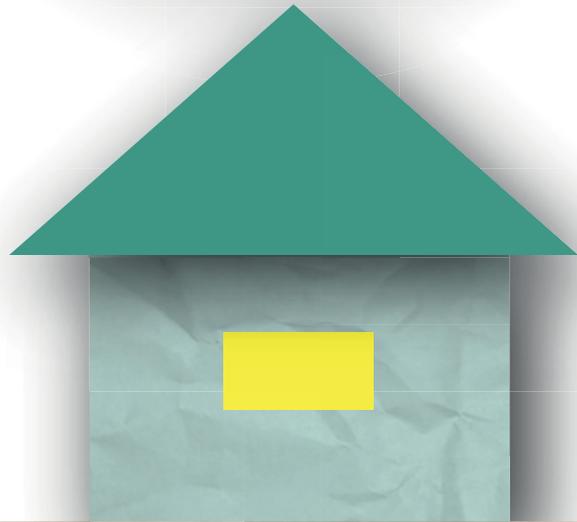
Todos los centros y sedes son evaluados en forma constante y a diario en nuestra operativa. Para promover la Política Anticorrupción a los proveedores que presentan **servicios en nombre de DIRECTV**, siempre agregamos a los contratos de servicios una cláusula que trata este punto. Y exigimos que los proveedores completen un formulario de revisión de cumplimiento en el cual se comprometen con la política.

Asimismo, el área de Auditoría Interna realiza revisiones operativas y de cumplimiento SOX (Ley Sarbanes Oxley), para evaluar los riesgos de los procesos y los controles que los mitigan. Entre los riesgos que se analizan, se incluyen aquellos vinculados con la corrupción.

La última auditoría que recibimos de FCPA fue en el año 2014, y Uruguay no tuvo observaciones.

Por más información sobre nuestras políticas de Ética, visite nuestra página web:
www.directv.com.uy/codigo-de-etica/

Somos Sustentables



UNA GESTIÓN 360 GRADOS

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

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

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



FORTALECIENDO EL VÍNCULO CON GRUPOS DE INTERÉS

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

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

Consideramos este Reporte como una herramienta para comunicar nuestros impactos de sostenibilidad, contemplando a nuestros grupos de interés e identificando **oportunidades de mejora** en nuestra organización.

Tomamos el compromiso de tratar el impacto de nuestras actividades y decisiones en los grupos de interés identificados, y en este marco nos orientamos a escuchar a los principales actores y representantes de dichos grupos, realizando encuestas para indagar sobre los aspectos materiales **más significativos** para ellos.

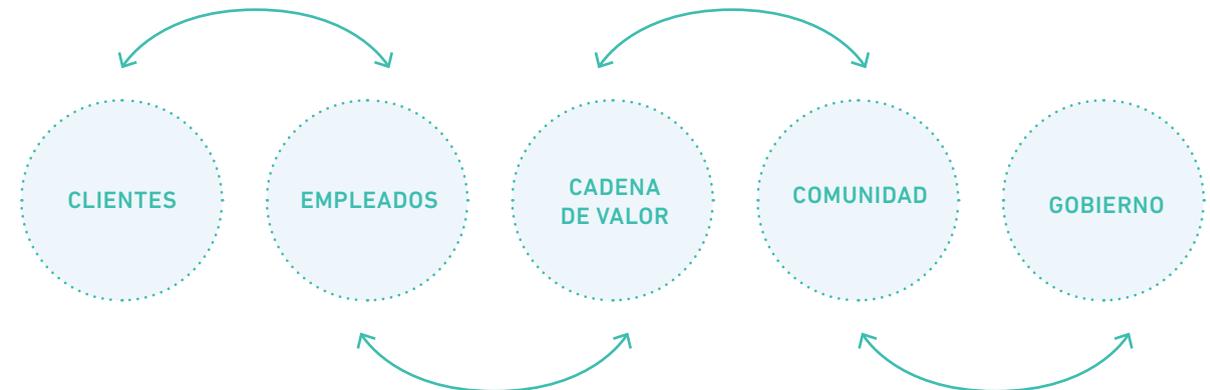
La consulta a los grupos de interés (clientes y colaboradores, en esta oportunidad) fue útil para reconocer

los temas de su interés, para integrarlos posteriormente en nuestra gestión, políticas y prácticas.

Para nosotros, es importante mantener una excelente y fluida relación con nuestros grupos de interés. Esta es gestionada desde **nuestros diferentes canales de comunicación** (*mails*, reuniones cara a cara, call center, web, encuestas, evaluaciones y gestiones de prensa, entre los más relevantes) interactuando en diferentes formatos y momentos.

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

- **Los clientes:** guiados por nuestro espíritu de servicio, dirigimos nuestros esfuerzos hacia nuestros clientes, para escucharlos y conocerlos, y así nutrirnos de ellos para colocarnos a la vanguardia tecnológica.
- **Los empleados:** cuidar, potenciar, valorar y fomentar las actitudes de nuestros colaboradores es prioridad para nuestra organización. El trabajo en equipo nos permite alcanzar los objetivos y consolidarnos como un grupo que asume desafíos y siempre va por más.



- **Nuestra cadena de valor (proveedores y agentes oficiales):** a través de nuestros proveedores y agentes oficiales, aseguramos la calidad de nuestros productos, algo que impacta directamente en la experiencia de nuestros clientes.
- **La comunidad:** asumimos el desafío de mirar nuestro entorno y colaborar en promover un verdadero cambio

social, aportando nuestro grano de arena para mejorar las comunidades en las cuales operamos y potenciar su desarrollo.

• **El gobierno:** es un actor central en la toma de decisiones políticas.

PARTICIPACIÓN EN ASUNTOS PÚBLICOS

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

Algunos de nuestros empleados mantienen vínculos y generan canales de diálogo con funcionarios, legisladores, cámaras y miembros de distintos organismos.

DIRECTV participa activamente de las siguientes organizaciones:

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

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

- **Alianza:** La Alianza contra Piratería de Televisión Paga es un grupo de proveedores de contenido, operadores de TV paga y proveedores de tecnología unidos con el objetivo de combatir en Latinoamérica una forma de piratería conocida en la industria como piratería de FTA (Free to Air). La Alianza reúne y cuenta con el apoyo de las principales empresas de la industria de la

TV paga, creando un marco para una colaboración más amplia en la lucha contra la piratería de FTA.

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

- **ADM** (Asociación de Dirigentes de Marketing).

Asimismo, la compañía promueve la capacitación de otros organismos, tanto en el ámbito público como privado, y en otros programas de RSE. Entre dichos programas, se encuentran:

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



ACCOUNTABILITY Y TRANSPARENCIA

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

NUESTRO REPORTE: ANÁLISIS DE MATERIALIDAD

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

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

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



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

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

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

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

VINCULACIÓN CON ASPECTOS GRI Y ODS

Una vez que determinamos cuáles temas materiales son estratégicos y relevantes para la compañía, los vinculamos con aspectos GRI que nos permiten relevarlos, medirlos y reportarlos. Presentamos esta vinculación, así como su cobertura en el Reporte 2016.

#	ASPECTO MATERIAL	RELACIÓN CON ASPECTO GRI	COBERTURA	LIMITACIONES DE LA COBERTURA
1	Innovación tecnológica	Enfoque de gestión (DMA)	Interna	No se presentan limitaciones a la cobertura para el presente Reporte
2	Satisfacción y servicios de atención al cliente	Etiquetado de productos y servicios (PR)	Interna	No se presentan limitaciones a la cobertura para el presente Reporte
3	Información de productos y servicios	Etiquetado de productos y servicios (PR)	Interna	No se presentan limitaciones a la cobertura para el presente Reporte
		Comunicaciones de mercadotecnia (PR)	Interna	No se presentan limitaciones a la cobertura para el presente Reporte
4	Seguridad de la información de los clientes	Privacidad de los clientes (PR)	Interna	No se presentan limitaciones a la cobertura para el presente Reporte
5	Oferta de productos y contenidos	Enfoque de gestión (DMA)	Interna	No se presentan limitaciones a la cobertura para el presente Reporte
6	Inclusión social y acceso a la tecnología	Comunidades locales (SO)	Interna	No se presentan limitaciones a la cobertura para el presente Reporte
7	Programas de inversión social	Comunidades locales (SO)	Interna	No se presentan limitaciones a la cobertura para el presente Reporte
8	Gestión del impacto ambiental	Energía (EN)	Interna y externa	Consumo de transporte de agentes oficiales y operadores logísticos no disponibles
		Emisiones (EN)	Interna y externa	Emisiones de transporte de agentes oficiales y operadores logísticos no disponibles
		Efluentes y residuos (EN)	Interna	No se presentan limitaciones a la cobertura para el presente Reporte
		Productos y servicios (EN)	Interna	No se presentan limitaciones a la cobertura para el presente Reporte
9	Desarrollo humano y formación en el lugar de trabajo.	Empleo (LA)	Interna	No se presentan limitaciones a la cobertura para el presente Reporte
		Capacitación y educación (LA)	Interna	No se presentan limitaciones a la cobertura para el presente Reporte
		Diversidad e igualdad de oportunidades (LA)	Interna	No se presentan limitaciones a la cobertura para el presente Reporte
10	Salud, seguridad y condiciones de trabajo	Salud y seguridad laboral (LA)	Interna	No se presentan limitaciones a la cobertura para el presente Reporte
11	Cultura y ambiente de trabajo	Enfoque de gestión (DMA)	Interna	No se presentan limitaciones a la cobertura para el presente Reporte
12	Compensación y beneficios al personal	Presencia en el mercado (EC)	Interna	No se presentan limitaciones a la cobertura para el presente Reporte
		Igualdad de remuneraciones para mujeres y hombres (LA)	Interna	No se presentan limitaciones a la cobertura para el presente Reporte
13	Promoción de la responsabilidad social en la cadena de valor	Prácticas de adquisición (EC)	Interna	No se presentan limitaciones a la cobertura para el presente Reporte
		Evaluación ambiental de los proveedores (EN)	Externa	No se presentan limitaciones a la cobertura para el presente Reporte
		Evaluación de las prácticas laborales de los proveedores (LA)	Externa	No se presentan limitaciones a la cobertura para el presente Reporte
14	Cumplimiento regulatorio	Evaluación de los proveedores en materia de Derechos Humanos (HR)	Externa	No se presentan limitaciones a la cobertura para el presente Reporte
		Cumplimiento regulatorio (EN)	Interna	No se presentan limitaciones a la cobertura para el presente Reporte
		Cumplimiento regulatorio (SO)	Interna	No se presentan limitaciones a la cobertura para el presente Reporte
15	Desempeño económico	Cumplimiento regulatorio (PR)	Interna	No se presentan limitaciones a la cobertura para el presente Reporte
		Desempeño económico (EC)	Interna	No se presentan limitaciones a la cobertura para el presente Reporte
16	Ética y transparencia	Mecanismos de reclamación sobre las prácticas laborales (LA)	Interna	No se presentan limitaciones a la cobertura para el presente Reporte
		No discriminación (HR)	Interna	No se presentan limitaciones a la cobertura para el presente Reporte
		Lucha contra la corrupción (SO)	Interna	No se presentan limitaciones a la cobertura para el presente Reporte
		Prácticas de competencia desleal (SO)	Interna	No se presentan limitaciones a la cobertura para el presente Reporte

OBJETIVOS PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE

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

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

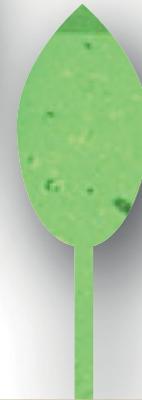
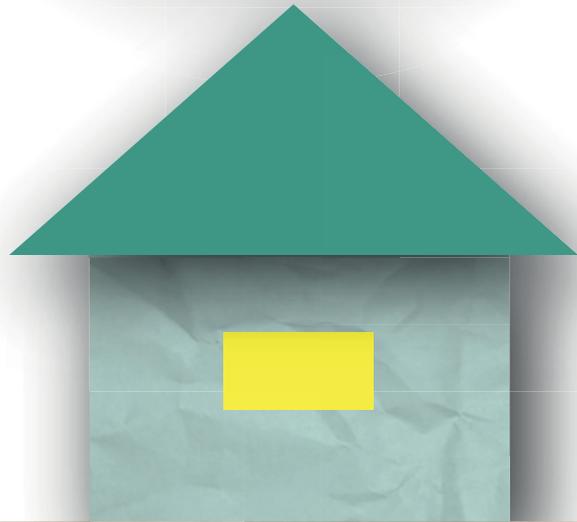
Aquí, los presentamos vinculados a las iniciativas de DIRECTV que les atañen.

Este análisis es un primer paso para orientar nuestro desempeño futuro en función de los objetivos planteados por la agenda mundial. En este sentido, la vinculación con AT&T resulta en una **sinergia de la gestión**, ya que la compañía ha comenzado a implementar este modelo de desempeño del negocio.

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



Entretenemos



UNA PROPUESTA DIFERENTE Y DE CALIDAD

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

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

Somos una **empresa líder en entretenimiento a nivel mundial**, a la vanguardia de las tecnologías que reúnen TV e Internet como fuente de contenidos. Proveemos un sistema de televisión satelital que ofrece más de 200 canales, con una espectacular programación que incluye películas, deportes, eventos exclusivos, noticias, programas infantiles, canales educativos y muchas alternativas más.

Gracias a nuestro nuevo satélite, podemos brindar canales con imágenes nítidas y sin distorsiones, para que nuestros clientes disfruten de una experiencia única.

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

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

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



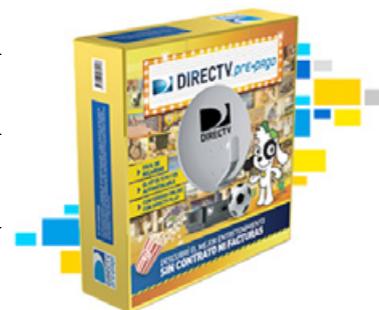
NUESTROS PRODUCTOS

POSPAGO:

- **Plata:** Ofrece 68 Canales SD + 36 Canales Audio, 1 deco digital, Canales Premium, DIRECTVPlay.com, Canales PPV.
- **Oro:** Es un paquete que consta de 115 Canales SD, 36 Canales Audio, 1 deco digital, Canales Premium, DIRECTVPlay.com, Canales PPV.
- **Oro HD:** En esta opción se agregan más canales de alta definición 57, además de 115 Canales SD, 36 Canales Audio, 1 deco HD, Canales Premium, DIRECTVPlay.com, Canales PPV.
- **Oro Nexus:** 115 Canales SD, 57 Canales HD, 36 Canales Audio, 1 deco Plus HD DVR, DIRECTV Nexus, DIRECTV On DEMAND HD*, DIRECTV TV Apps*, CONTROL Plus, Canales Premium, DIRECTVPlay.com, Canales PPV.
- **Platino:** 137 Canales SD, 69 Canales HD, 36 Canales Audio, 1 deco Plus HD DVR, HBO MAX HD y FOX+ HD, DIRECTV Nexus, DIRECTV On DEMAND HD*, DIRECTV TV Apps*, CONTROL Plus, Canales Premium, DIRECTVPlay.com, Canales PPV.

PREPAGO:

- Prepago es una experiencia de entretenimiento libre, sin factura fija mensual. Se recarga cuando uno desea controlando el consumo de televisión según convenga. Se obtiene un kit muy fácil de utilizar.
- **Básico:** 53 canales de video, 36 canales de audio, DIRECTV PLAY, canales PPV, opción de audios y subtítulos.
 - **Básico + VTV:** se agrega al plan básico las señales de VTV con el fútbol uruguayo incluido.
 - **Básico + FOX+ Premium:** se agrega al plan básico las señales de FOX+ Premium.
 - **Básico + Venus:** se agrega al plan básico la señal de Venus.
 - **Básico + VTV + FOX+ Premium:** se agrega al plan básico las señales de VTV y FOX+ Premium.
 - **Básico + VTV + Venus:** se agrega al plan básico las señales de VTV y Venus.



CONECTALO RECARGALO

RECARGÁ DESDE \$200

DIRECTV pre-pago

DIRECTV.COM.UY/PREPAGO

Promoción válida hasta el 31 de noviembre de 2016. Los días contemplados por conectividad y se activan al partir del momento en que se realiza la recarga. Los \$200 corresponden al precio por 6 días del Plan 1, 5 días del Plan 2, 5 días del Plan 3, 4 días del Plan 4 en base a una línea recarga, según los de precios vigentes a noviembre de 2016. El \$200 Prepago incluye un descubierto, un control remoto, una batería y un manual. Se requiere para acceder a DIRECTV Prepago. El \$200 Prepago de entrada \$10 más, es un producto 100% sustentable. DIRECTV se hace responsable por la instalación (no realizada por su personal o contratada por DIRECTV) y por el mantenimiento de los equipos. Consulte disponibilidad técnica y geográfica llamando al 800-7737. DIRECTV Uruguay S.A., Tarifa Regulada de Moneda S107, Montevideo.

LÍDERES EN DEPORTE

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

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

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

PROYECTO RUGBY

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

APP DIRECTV SPORTS

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

SPONSOREO DE PABLO CUEVAS

- Presencia en la camiseta del principal tenista de nuestro país.

SPONSOREO DE LA FEDERACIÓN DE BASKETBALL

- Presencia de 2 carteles en todas las canchas de primera y segunda división.
- Presencia en todas las camisetas de clubes de primera división.

SPONSOREO DE LA FEDERACIÓN DE HOCKEY

- Presencia en camisetas de la selección uruguaya Femenina.

- Televisación de la final del Torneo Uruguayo por DIRECTV SPORTS.

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

- Presencia en las dos mangas de todos los árbitros del fútbol uruguayo.

EN ESCENA

Segundo ciclo de un programa del estilo ON STAGE que muestra lo mejor de la música uruguaya y rio platense, producido en Uruguay íntegramente.

En este nuevo ciclo: Spuntone & Mendaro, Trotsky, Babasónicos y Fernando Cabrera.

URUGUAYO

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

CICLO DE CINE URUGUAYO 4TO CICLO

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



URUGUAY OPEN DE TENIS

Televisación para toda la región del principal torneo de Tenis en nuestro país con la participación de Pablo Cuevas.

Este año se transmitieron para toda la región 5 partidos en exclusiva.

RESPONSABILIDAD Y ÉTICA DE LOS PRODUCTOS

Tenemos una política de comunicación comercial transparente, honesta e inclusiva, que incluye el etiquetado adecuado de nuestros productos. De esta forma, buscamos proteger los datos personales de los clientes.

INFORMACIÓN Y ETIQUETADO

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

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

- La **Ley 17.250** regula las relaciones de consumo, protegiendo a quien adquiere o utiliza productos o servicios como destinatario final en una relación de consumo.
- La **Ley N° 17.283** del año 2000 (Ley General de Medio Ambiente), en cumplimiento de lo previsto por la Constitución, establece previsiones generales básicas sobre la política nacional ambiental y la gestión ambiental.

PROTECCIÓN DE DATOS

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

Algunas de estas herramientas son:

- el encriptado de nuestros equipos portátiles y móviles,
- las actualizaciones y parcheos de nuestros sistemas de forma diaria,
- la actualización de nuestra infraestructura tecnológica,
- herramientas que controlan el envío, manipulación o impresiones de información sensibles de nuestros clientes.

• Políticas:

Se cuenta con políticas de Seguridad de la información

Contamos con auditorías externas e internas que permiten llevar un mejor control de las políticas que aplicamos a la seguridad.

para toda la región; estas se encuentran aprobadas y publicadas en la web de la región.

• Compromisos:

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

• Objetivos y metas:

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

• Responsabilidades:

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

- Mecanismos implementados para soportar el procesamiento de las operaciones encaminadas al cumplimiento de las metas y estrategias del negocio.

- Evaluación de riesgos en la compañía en las que se identifican las amenazas, vulnerabilidades y el impacto potencial en los activos de información si estos se llegase a materializar.
- Identificación de los requisitos legales, reglamentarios y contractuales que se deben cumplir.

• Recursos:

El equipo de Seguridad de la información cuenta con personal distribuido en 5 países, que brindan soporte a toda la región. El equipo cuenta con personal especializado para cubrir los puestos de CISO, Arquitectura de Seguridad, Operaciones de la Seguridad y GRC (Gobierno, Riesgos y Cumplimiento).

• Medidas específicas:

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

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

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

NUESTRO FOCO: LOS CLIENTES

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

EVOLUCIÓN DE LA CARTERA DE CLIENTES SUSCRIPTORES

141.800
2014

169.001
2015

188.573
2016

+12%

BENEFICIOS EXCLUSIVOS

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

DIRECTV Fans:

Es un club de beneficios para clientes, con más de **50 descuentos** en comercios, restaurantes y agencias de viaje, al que los empleados acceden por tener instalado gratis el servicio de DIRECTV en su hogar. Y si aún no son clientes, pueden acceder con un número de usuario que les asignamos.

DIRECTV PLAY:

Es un paquete de películas, series, contenidos infantiles y eventos deportivos disponibles de forma online sin costo adicional. Les permite a nuestros clientes disfrutar de sus contenidos favoritos en un único lugar, desde cualquier soporte: PC, tableta o teléfono inteligente. Son **más de 5.000 títulos** accesibles en www.directvplay.com, que se pueden buscar por género, título y actores. Entre otras novedades de 2016, DIRECTV Play ofreció la transmisión completa de los Juegos Olímpicos.

MiDIRECTV:

En 2016, agregamos nuevas funcionalidades a MiDIRECTV, la plataforma *online* diseñada para la autogestión de los clientes. Entre ellas, podemos destacar:

- El reenvío de comando al decodificador, cuando aparecen los códigos 711,721 y 722 en pantalla.
- La consulta del estado de la próxima visita técnica agendada.
- La nueva recarga SOS para prepago, en la cual adelantamos 2 días de programación a los clientes que cumplan con ciertos requisitos.

EN COMUNICACIÓN PERMANENTE

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

Además de nuestras páginas web, línea telefónica, *email* y servicio de SMS, nos comunicamos a través de un newsletter mensual impreso, imágenes informáticas en las facturas impresas y mensajes promocionales en los call center.

SITIO WEB:
directv.com.uy

INFORMACIÓN ACERCA DE NUESTROS SERVICIOS
 Directvplay: directvplay.com.uy

LÍNEA TELEFÓNICA
 Clientes Pospago
0800 3888
 Clientes Prepago
0800 7737

E-MAIL:
atcliente@directvla.com.uy

CANAL 100
 Presenta el instructivo del servicio

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

REDES SOCIALES
 El canal de redes sociales es manejado por una asistente web, que se encarga de mantener todas las redes actualizadas. Por este medio, se mantiene a los clientes 100% informados acerca de novedades, promociones, programación, productos y todo lo que refiera al servicio de interés de nuestros clientes.

FACEBOOK
DIRECTV Sports:
 /DIRECTVSports

DIRECTV LA:
 /directvla

TWITTER

www.twitter.com/DIRECTVUy

INSTAGRAM

DIRECTV LA:
<https://www.instagram.com/DIRECTVLA/>

DIRECTV Sports:
<https://www.instagram.com/DIRECTVSports>

YOUTUBE

DIRECTV Sports:
www.youtube.com/directvsports

DIRECTV LA:
www.youtube.com/DIRECTVLatinAmerica

SIGUIENDO EL PULSO DE LA SATISFACCIÓN

Para brindar un mejor servicio, monitoreamos permanentemente las áreas que tienen contacto con el cliente: **Ventas, Field Services y Telecenter.**

• **Evaluación en Ventas**

(IGCV - Índice general de Calidad de la venta)

Las encuestas que se utilizan para evaluar la satisfacción del cliente con los equipos de Venta tienen por objetivos:

- Mejorar la calidad de la venta.
- Generar ventas sanas.
- Tener clientes conformes.
- Identificar desvíos y elevarlos a las diferentes áreas.

La encuesta consiste en un llamado al cliente en el que se le preguntan determinados conceptos sobre los cuales el vendedor debería haber informado al cliente. Si este último desconoce los temas sobre los que se le está preguntando, existe un desvío; por lo tanto, la venta no es óptima.

Dicho indicador tiene como objetivo interno mejorar la experiencia de venta, sensibilizar la fuerza de ventas, realizar encuentros para resaltar la importancia, conocer la posible causa raíz del desvío y, en conjunto, establecer acciones de mejora.

• **Evaluación de Field Services**

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

• **Evaluación en Telecenter**

Nuestro servicio de atención al cliente es evaluado por la encuesta de satisfacción Telecenter. La cantidad de encuestas efectivas del 2016 fue 108.559.

Al finalizar cada llamada atendida por un CSR de atención al cliente, se dispara la encuesta de forma automática. El cliente va escuchando y contestando las preguntas con sus respectivas opciones de respuesta. De ellas, extraemos los resultados mensuales.

En la encuesta, se indaga acerca de si nuestros clientes recomendarían DIRECTV a un amigo o miembro de la familia, cómo califica la atención general del ejecutivo que lo atendió, si su solicitud o consulta fue resuelta en el llamado, si era la primera vez que se comunicaba con DIRECTV por esta solicitud o consulta, y por último, que

por favor indique qué tan satisfecho está con el Servicio de Atención Telefónica al Cliente en general.

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.

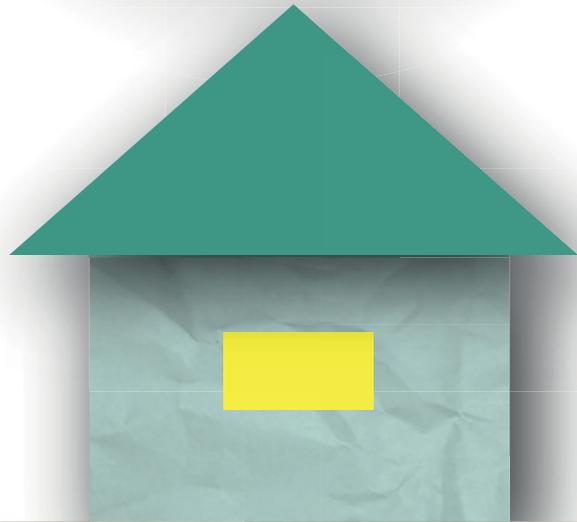
Para obtener el resultado, se restan los detractores a los promotores y se consigue un porcentaje que permite medir la calidad del servicio. Así, el índice NPS puede ser tan bajo como -100 ("Todo el mundo es un detractor") o tan alto como 100 ("Todo el mundo es un promotor"). Un NPS superior a 0 se percibe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



Durante el 2016 nuestro NPS fue de excelencia.

**PROMOTORES - DETRACTORES =
ÍNDICE NPS DE CALIDAD DE SERVICIO**

Colaboramos



DINAMISMO Y DIVERSIDAD

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

¿Quiénes hacemos DIRECTV? Actualmente, somos 196 personas: 108 hombres y 88 mujeres, con una edad promedio de 34 y 33 años respectivamente.

196
COLABORADORES

108
HOMBRES

88
MUJERES

96%
ESTÁ AMPARADO POR UN CONVENIO COLECTIVO

	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Número total de empleados	108	88	196
Categoría			
Gerentes	4	3	7
Jefes	17	11	28
Otros	63	74	137
Técnicos	24	0	24
Antigüedad			
15-19 años	0	0	0
10-14 años	0	1	1
5-9 años	35	28	63
Menos de 5 años	73	59	132
Edad			
Edad promedio	34	33	-
Entre 18 y 19 años	0	0	0
Entre 20 y 29 años	36	35	71
Entre 30 y 44 años	67	49	116
Mayor 45 años	5	4	9

Categoría	ENTRE 18 Y 19 AÑOS	ENTRE 20 Y 29 AÑOS	ENTRE 30 Y 44 AÑOS	MAYOR A 45 AÑOS
Gerentes		-	3	4
Jefes		-	27	1
Otros		61	72	4
Técnicos		10	14	0

	NÚMERO DE EMPLEADOS POR CONTRATO LABORAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Personal tercerizados		8	3	11
Personal fijo		108	88	196

UN EQUIPO DINÁMICO

Además de saber cómo está compuesto nuestro grupo de trabajo, para nosotros, es importante conocer cuánto se modifica, para seguir estableciendo iniciativas que nos lleven a ser cada día mejores empleadores.

Para ello, tenemos en cuenta el índice de rotación de empleados, que se calcula dividiendo el total de empleados al cierre de cada año (196) por la cantidad de personas que dejaron la compañía (60).

EQUILIBRIO Y RETENCIÓN

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

En DIRECTV Uruguay fomentamos beneficios tales como:

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

GRUPO ETARIO	BAJAS	ALTAS
Menores de 30 o igual a 30 años	23	10
Mayores a 30 años	21	6
TOTAL	44	16

SEXO	BAJAS	ALTAS
Hombres	28	9
Mujeres	16	7
TOTAL	44	16

En 2016 contamos con un índice del 100% de reincorporación luego de la licencia por maternidad y paternidad.

NUESTRA PROPUESTA DE VALOR

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

EXPERIENCIA DIRECTV

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

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

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



INCORPORACIÓN DE TALENTO

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

PROCESOS DE SELECCIÓN

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

Por ello, nuestro proceso de selección está diseñado para atraer a **personas talentosas, diversas y extraordinarias** que se enorgullezcan de brindar la mejor experiencia a nuestros clientes, que se identifiquen con nuestros propósitos y nos ayuden a impulsar nuestros objetivos corporativos. A su vez, esperamos que encuentren en nuestra compañía oportunidades para crecer y desarrollarse personal y profesionalmente.

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

Para ello:

- Se promueve la igualdad de oportunidades bajo las mismas condiciones de educación, experiencia, capacitación y responsabilidad, sin discriminar por motivos de raza, sexo, estado civil, ideología, preferencia sexual, opiniones políticas, nacionalidad, religión o cualquier otra condición personal, física o social.
- Se impulsa el posicionamiento de mujeres en cargos de liderazgo.
- Recursos Humanos coordina en forma centralizada el proceso de reclutamiento y selección, y garantiza que el proceso sea realizado de acuerdo con las políticas establecidas.
- El líder del área solicitante participa de manera activa durante el proceso y la toma de decisiones en conjunto con Recursos Humanos para identificar y emplear a la persona más indicada para cada puesto.

- Se definen criterios claros que permitan objetividad.
- Se documentan las decisiones.

PROCESO ON BOARDING

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

- Inducción corporativa.
- Experiencias de campo.
- Inducción en el rol.
- Seguimiento postinducción con la entrevista de 60 días.

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

DESARROLLO Y MOVILIDAD

Una vez que un nuevo colaborador comienza a trabajar en DIRECTV, queremos que encuentre el mejor lugar para desarrollarse y desplegar todo su potencial. Por eso, buscamos conocer a fondo cada sector de nuestro negocio para poder brindarle a cada equipo las oportunidades adecuadas a su necesidad.

TALENT REVIEW: MAPEO DEL TALENTO

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

TRANSPARENCIA EN ASCENSOS Y PROMOCIONES

• Job postings

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

mayor responsabilidad en los que pueda seguir creciendo y desarrollarse, o presentarse a una convocatoria interna, independientemente del resultado. También es una oportunidad que tiene el candidato de participar en un proceso formal de evaluación/assessment de sus competencias, identificar sus fortalezas y áreas de mejoramiento y recibir retroalimentación, un insumo útil para enriquecer tal como desarrollaremos posteriormente, su Plan de Desarrollo Individual (PDI).

• Traslados internacionales

Como compañía, somos abiertos y apoyamos la posibilidad de que personas de niveles gerenciales en adelante puedan optar a cargos en otros países. Creemos que estos movimientos son oportunidades para que nuestra gente aprenda a trabajar con personas de distintas culturas, valore las diferencias y la diversidad, y tenga exposición internacional. Por ello, hemos definido una Política de Traslados Internacionales, que como se mencionó en anteriormente establece las condiciones y beneficios que la compañía otorga al empleado trasladado y a su familia, al igual que los procesos y lineamientos por seguir en estos casos.

PROMOVER EL DESARROLLO

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

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

MEJORAR EL IDIOMA

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

Evaluación de desempeño

Una vez que el talento forma parte de nuestra compañía, nos interesa que se encuentre el **mejor lugar para desarrollarse y desplegar sus habilidades**. Por ello, nos ocupamos de conocer a fondo cada sector del negocio y cada equipo que lo conforma, y ofrecer las oportunidades adecuadas a su necesidad.



Contamos con una herramienta de Evaluación de desempeño llamada **Feedback to Grow** (FTG), para abordar el desarrollo de nuestros colaboradores a nivel profesional y personal. La base de esta herramienta es nuestro modelo de competencias, la Fórmula de Liderazgo de DIRECTV.

Esta herramienta tiene como objetivos:

- Alinear la estrategia organizacional con la gestión de nuestros colaboradores.
- Gestionar el QUÉ (objetivos de desempeño) y el CÓMO (competencias DIRECTV), midiéndolos objetivamente.
- Intercambiar expectativas mutuas entre jefatura y colaborador.
- Fortalecer una relación de comunicación, apoyo y confianza.
- Identificar necesidades, oportunidades de mejora y acciones de capacitación y desarrollo.

El proceso anual de FTG consiste en dos etapas al año, bien diferenciadas, y aplica al 100% de los colaboradores:

- Evaluación anual de desempeño.
- Evaluación de mitad de año.

De los 196 colaboradores,
194 tuvieron evaluación por
desempeño.

Todas las personas con más de tres meses en la compañía al momento de evaluar, les corresponde tener evaluación.

EN FORMACIÓN CONTINUA

En DIRECTV, creemos fuertemente que el aprendizaje más efectivo se produce a partir de la experiencia. Por este motivo, brindamos a los empleados la oportunidad de experimentar nuevos desafíos, junto a una robusta oferta de capacitación alineada al negocio y al desarrollo de habilidades, para que puedan optimizar su desempeño.

Ayudamos a nuestros equipos a descubrir y desarrollar su talento, superarse profesionalmente y gestionar su carrera a través de diversos programas formativos.

PROMEDIO DE HORAS DE CAPACITACIÓN POR EMPLEADO 2016

20,5
HOMBRES

19,46
MUJERES

MODELO DE DESARROLLO EN DIRECTV

DIRECTV está comprometida con el desarrollo de cada uno de sus colaboradores no solo como fundamento para el logro de los resultados del negocio, para el cre-

cimiento futuro y viabilidad financiera de nuestra compañía, sino también como un componente fundamental de nuestro compromiso social corporativo.

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

Consideramos que el desarrollo individual es una **responsabilidad compartida** entre la compañía, el líder y el colaborador. Por eso, invitamos a que:

- Cada empleado asuma un rol activo en el diagnóstico de sus fortalezas, áreas de oportunidad, planes de formación y desarrollo futuro.
- Cada supervisor/jefe/gerente asuma el liderazgo de los procesos de desarrollo de los miembros de su equipo. En la región, estas son las herramientas y procesos regionales que se han definido para propiciar el desarrollo del talento:

Estamos convencidos de que preparar y desarrollar nuestra fuerza laboral también es una manera de aportar al desarrollo de nuestros entornos y comunidades.

• Proceso de Gestión del Desempeño "My Performance Plan" (MPP)

Es el proceso formal de gestión de desempeño que ha implementado la compañía con el propósito de alinear los objetivos individuales con las prioridades, los objetivos y el éxito de la compañía, y potenciar el desempeño individual y organizacional. Este proceso promueve el mejoramiento continuo y el desarrollo de cada uno de nuestros colaboradores mediante el establecimiento de metas y expectativas claras, una cultura rica en retroalimentación, *coaching*, diálogo abierto, la evaluación del progreso y reconocimiento. Como resultado de este proceso, se definen metas y planes de desarrollo individual para cada colaborador.

• Planes de Desarrollo Individual (PDI)

Son planes en los que se establecen las acciones de desarrollo para un empleado. Pueden definirse como resultado de un proceso de desempeño, de un proceso formal de *assessment* o de selección interna, o simplemente como resultado de un diálogo entre el empleado y su líder en el que se establecen los compromisos adquiridos para su crecimiento y desarrollo futuro en cualquier momento del año.

BENEFICIOS Y FLEXIBILIDAD

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

COMPENSACIÓN SALARIAL

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

SALUD

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

La alimentación también está en nuestra lista de prioridades y nuestros colaboradores tienen a disposición

en las oficinas frutas frescas y de estación para que disfruten a diario.

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

DESARROLLO PROFESIONAL Y PERSONAL

Promovemos el desarrollo personal y profesional de nuestros colaboradores, facilitando el acceso a estudios de Grado, Posgrados y Maestrías, mediante la **financiación parcial de su costo**, sujeto al cumplimiento de ciertos requisitos. En las carreras de Grado, se financiará el 50% del curso; en los Posgrados, el 60% del curso; y en las Maestrías, el 70%.

También se establecen convenios con instituciones educativas, tanto de carreras terciarias como técnicas, para que los colaboradores tengan allí importantes descuentos.

Beneficios corporativos exclusivos
Todos los colaboradores disfrutan del mejor entretenimiento

en su hogar con la mejor tecnología de DIRECTV. Además, por ser parte de nuestra empresa, cuentan con descuentos y convenios en diferentes rubros, y con acceso a los descuentos y convenios del Programa de Beneficios para clientes "DIRECTV FANS" (*Ver capítulo 3*).

FLEXIBILIDAD LABORAL

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

COMUNICACIÓN INTERNA

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

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

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

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



SALUD Y SEGURIDAD OCUPACIONAL

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

Inspirados por la frase “Nada que hagamos merece que, por hacerlo, nos lastimemos” y bajo el programa “Trabajo seguro”, formamos un equipo multidisciplinario integrado por seis colaboradores de áreas diferentes —lo que representa el 3% de la plantilla—, que son los referentes del programa en su sector, para tratar todos los temas referidos a seguridad laboral.

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

El objetivo es medir los riesgos de nuestro trabajo para generar indicadores de gestión, capacitar y concientizar a cada público objetivo para la mejora continua, alcanzar niveles de excelencia en los indicadores de

Salud y Seguridad Ocupacional. El enfoque del programa contempla planes de acción para cada uno de los roles de acuerdo con los resultados de las evaluaciones, implementando talleres formativos, equipamientos de trabajo o diseños de procedimientos aplicables a las tareas relevadas.

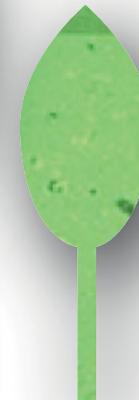
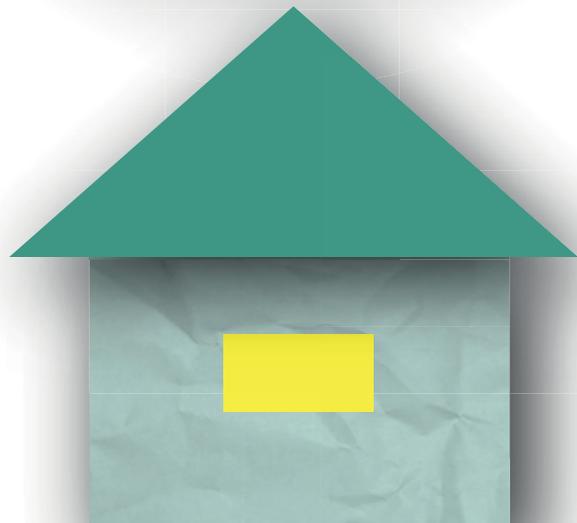
Entre las novedades que presenta el programa, se destacan:

- Taller de Seguridad vial
- Taller de Trabajos en altura para supervisores y ejecutivos
- Planes de Evacuación de los locales y realización de simulacros
- Taller de RCP y uso de los desfibriladores
- Concientización de trabajo en altura, programa CUI-DAME (entrega de cascos y heladera)

No hubo víctimas mortales ni accidentes graves durante el 2016 en DIRECTV Uruguay.



Integramos



VALOR EN CADENA

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

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

POSPAGO

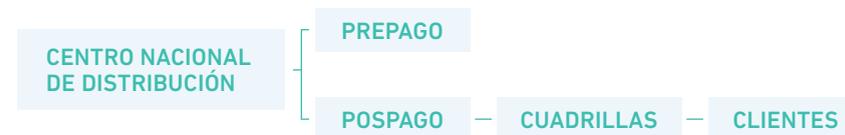
- Tenemos un total de 20 puntos de stock, entre propios y terceros y propios, distribuidos en todo el país, en donde son entregados de forma semanal, a través de nuestro Centro Nacional de Distribución, todos los materiales necesarios para realizar instalaciones, *upgrades*, *downgrades* y asistencias técnicas.
- A su vez, dichos puntos de stock distribuyen los materiales al personal técnico, integrado por 74 cuadrillas de instaladores, quienes son los responsables de realizar la instalación o el servicio requerido por los clientes.

PREPAGO

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

LOGÍSTICA INVERSA

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



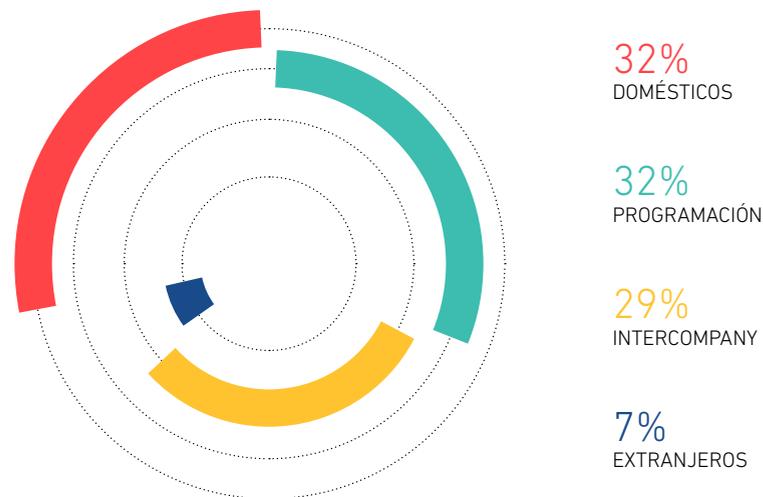
NUESTROS PROVEEDORES

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

Trabajamos con **proveedores locales, extranjeros e intercompany**. Por un lado, los proveedores extranjeros nos abastecen tanto del equipamiento necesario para la compañía, como de decodificadores, antenas y materiales para la instalación. También nos proveen de las señales para nuestros clientes.

Por otro, el costo asociado a proveedores locales representa el 32% del total de costo por proveedores.

FACTURAS CONTABILIZADAS 2016



Nota: Solo los proveedores domésticos son exclusivamente locales. Los costos de provedotes de programación son aquellos que incurre DIRECTV Uruguay por los canales que lo integran; si bien algunos son nacionales (ej: VTV) la mayoría son extranjeros (ej: HBO)

CLAVES DE UNA RELACIÓN DURADERA

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

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

Tanto en DIRECTV Uruguay como en la región, contamos con un proceso de compras que busca generar transparencia y libre competencia. El 98% de nuestras compras son locales, con lo que apostamos al **desarrollo y crecimiento de la industria local y de las comunidades** en las cuales operamos.

El 98% de nuestras compras son locales, con lo que apostamos al desarrollo y crecimiento de la industria local y de las comunidades en las cuales operamos.

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



2016

4.382
COMPRAS
LOCALES

107
COMPRAS EN
EL EXTERIOR

NUESTROS AGENTES DE VENTA

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

Contamos con ejecutivos de Mercado que velan por la calidad de los puntos de venta de cada agente y la imagen de la marca. Ellos también tienen la misión de **detectar las necesidades de los agentes y su fuerza de ventas** para cubrirlas en el menor tiempo posible sin generar impacto en su dinámica, la calidad de la venta y la atención.

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

- Revisión de principales indicadores de negocio del mes anterior.
- Principales indicadores relacionados con la calidad de la venta.
- Alineamiento de las prácticas de ventas, en las que el intercambio con el agente y su punto de vista sobre el mercado y las zonas de trabajo son el foco de interés.

A su vez, los ejecutivos de Mercado **reciben formación**

de DIRECTV para desarrollar mejor su labor:

- Una vez al mes, se realiza una capacitación inicial para toda la nueva fuerza de venta.
- Posteriormente, se detecta junto al agente, al capacitador y al ejecutivo las necesidades de la fuerza de ventas y se realizan capacitaciones específicas para que el futuro cliente reciba la mejor atención y asesoramiento.
- Durante ese mes, se le envía al ejecutivo un informe de su desempeño. Al cierre, se le presenta un documento con los datos finales, para que el agente esté adecuadamente informado y el trabajo se dé en un ambiente de transparencia.

SELECCIÓN DE PROVEEDORES

Los proveedores deben identificarse y seleccionarse según criterios escritos y objetivos. En otras palabras, un proveedor debe elegirse **según su competencia comercial y técnica** y no, por ejemplo, debido a las relaciones que tenga con un importante funcionario gubernamental o por alguna otra razón no relacionada con sus capacidades.

Por lo tanto, se realiza una investigación de anteceden-

tes que incluye tanto los negocios, la reputación comercial, las calificaciones técnicas y los propietarios, como la integridad del proveedor.

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

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

ÉTICA Y TRANSPARENCIA

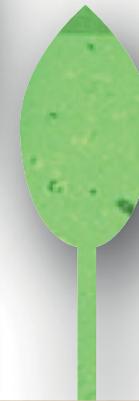
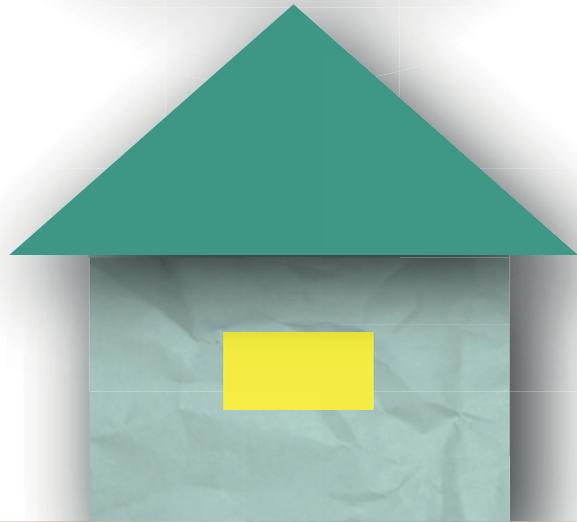
De todos nuestros proveedores y agentes, esperamos un **alto grado de integridad** y que respeten los valores que nos guían como organización y como personas. Para garantizar esta alineación, les solicitamos a los proveedores que comienzan a trabajar con nosotros que firmen el Código de Ética y Conducta de la compañía.

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

COMUNICACIÓN AL 100%

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

Compartimos



GENERACIÓN DIRECTV

Generación DIRECTV es la plataforma de responsabilidad social empresarial de DIRECTV en Latinoamérica. Por medio de **cuatro pilares de acción**, brindamos apoyo enfocado en la educación, actividades comunitarias a través del voluntariado, influencia positiva en nuestro aire de programación y programas ecológicos para un mundo sustentable. A través de nuestra tecnología, el servicio y, especialmente, nuestra gente, **generamos cambios positivos y sustentables** en áreas necesitadas de la región.

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



GENERACIÓN DIRECTV EN URUGUAY

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

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

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

- **Desde nuestro negocio:** Impulsamos y desarrollamos iniciativas que se alineen a lo que promovemos desde el negocio. Por eso, uno de nuestros criterios

de acción responde al deporte, foco de nuestro negocio, ya que es una disciplina que colabora para el desarrollo e inclusión social de poblaciones vulnerables. Además, utilizamos la tecnología como una ventaja competitiva para disminuir la brecha digital y mejorar la educación de personas de bajo recursos o en lugares remotos.

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

- **Desde nuestra gente:** Promovemos el voluntariado entre nuestros colaboradores, familiares, proveedores, clientes y socios estratégicos. Estamos convencidos de que es una gran fuerza de cambio que genera instancias de integración, crecimiento y acercamiento con personas en situación de vulnerabilidad y con su realidad.

Localmente, promovemos, gestionamos y difundimos los 4 programas regionales y sumamos proyectos lo-

cales que conforman nuestro programa anual de RSE y que los enmarcamos en 3 grandes áreas temáticas:

1. Comunidad,
2. Educación, y
3. Sostenibilidad y Medio Ambiente.

1. COMUNIDAD

A. DIRECTV te cambia la vida

El programa está destinado a colaborar con instituciones del interior del país, mediante donaciones recolectadas entre los colaboradores.

Una de las variantes de este proyecto es **colaborar en situaciones de emergencia**. En 2016, colaboramos con los damnificados de las inundaciones ocurridas en Salto y Paysandú, a través de la donación de artículos de limpieza y colchones. Y en abril, nos sumamos a la colaboración con los damnificados por el tornado de Dolores donde, además de la recolección entre los colaboradores, participamos con nuestros voluntarios en una jornada recreativa que realizamos para los habitantes de la zona.

Nuestra colaboración 2016:

ACCIÓN SOCIAL	INSTITUCIÓN BENEFICIADA	DONACIÓN
DIRECTV te cambia la vida – Inundaciones Salto y Paysandú	Club de Leones Salto	Artículos de limpieza e higiene personal, y
	Club de Leones Paysandú	colchones.
DIRECTV te cambia la vida – Tornado de Dolores	Club de Leones Dolores - Mercedes	Productos de higiene personal, alimentos y juguetes.

B. Donaciones

Canalizamos algunos de nuestros aportes a la comunidad a través de propuestas de donaciones que nos llegan a través de nuestros colaboradores. Así, **buscamos generar sinergia** entre las instituciones que apoyamos y también canalizar materiales en

desuso que se generan en la compañía o desde los colaboradores.

Nuestra colaboración en 2016:

ACCIÓN SOCIAL	INSTITUCIÓN BENEFICIADA	DONACIÓN
Donación de materiales	Gurises Unidos	Útiles de escritorio
Donación de materiales	CAIF N°5 Carrasco Norte	Útiles de escritorio
Donación de materiales	Escuela n°197 Las Piedras	Nave espacial de utilería

C. Piedra Papel Tijera

Este programa tiene como objetivo que nuestros voluntarios reacondicionen lugares en contextos carenciados para generar un impacto positivo en la calidad de vida de la comunidad. El programa presenta un nivel local y uno regional.

**NIVEL LOCAL
ALDEAS INFANTILES**

Sumamos a la Fundación Celeste como socios y transformamos –junto con voluntarios de la compañía, sus familiares, amigos y proveedores– una cancha de fútbol 11 en desuso ubicada en las cercanías de Santiago Vázquez, en un **campus deportivo** y recreativo.

La inauguración contó con la participación de jugadores integrantes de la Fundación Celeste, y con jugadores de la selección uruguaya de rugby, quienes brindaron una clínica deportiva a niños y adolescentes del lugar. La actividad se cerró con un espectáculo musical a cargo de los niños y jóvenes que asisten a los talleres de percusión y canto de Aldeas Infantiles.

Además, se refaccionaron tres casas de Aldeas Infantiles, donde realizaron trabajos de pintura, arreglos y equipamiento. Todas estas reformas posibilitaron que en el predio comenzara a funcionar la “Escuela Celeste”, que brindará oportunidades de socialización y formación integral a **más de 280 niños y adolescentes** que forman parte del centro de Aldeas Infantiles de Montevideo, y a otros niños y jóvenes de la comunidad de Santiago Vázquez.

TECHO

Realizamos junto a los voluntarios el reacondicionamiento de una calle del asentamiento La Aldea, ubicado en el barrio Casavalle de Montevideo, para mejorar su estado y el desagüe pluvial. Fue una jornada intensa de trabajo junto a voluntarios de TECHO y del barrio, que permitió **mejorar la calidad de vida de los más de 150 habitantes** de la zona.

**NIVEL REGIONAL
PIEDRA PAPEL TIJERA**

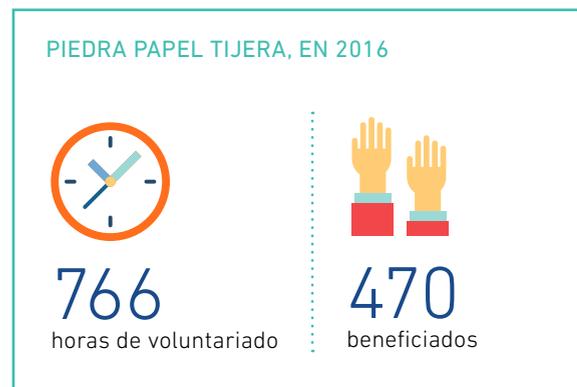
Tras el terremoto sufrido en la zona costera de Ecuador en 2016, voluntarios de DIRECTV de 9 países la-



tinoamericanos se reunieron en una de las regiones más afectadas, Canoa. El sismo, de magnitud 7,8, dejó un saldo de más de 650 fallecidos, más de 6.000 heridos, una zona costera devastada y miles de familias con sus casas destruidas.

Esta fue nuestra primera acción de voluntariado regional, en el marco del programa Piedra Papel Tijera que desarrolla la empresa. Durante la primera semana de diciembre de 2016, **cerca de 100 voluntarios latinoamericanos**, incluidos los de Uruguay, colaboraron durante tres días en la construcción de 10 casas para 10 familias afectadas por el terremoto.

Fueron días de esfuerzo, intercambio, compromiso y emoción, con el único fin de **brindar una mejor calidad de vida** a las familias afectadas.



AYUDAR EN DIRECTO

Algunas de las acciones de Piedra Papel Tijera son documentadas y transmitidas en nuestro canal DIRECTV para todos los clientes de Latinoamérica, con el objetivo de dar a conocer las problemáticas que se viven en la región y mostrar la fuerza del voluntariado como un motor de cambio social.

D. Teletón: crecemos todos

Como otros años, nos sumamos a las jornadas de recaudación de la Fundación Teletón, a través de una campaña interna y de jornadas de voluntariado en la cual participaron empleados junto a sus familiares en diferentes puntos de Montevideo. Los colaboradores tuvieron la posibilidad de conocer de cerca la Fundación a través de visitas guiadas que se realizaron durante los meses anteriores a las acciones.

Además, se realizó en cada oficina el "Almuerzo solidario" para recaudar fondos, donde los colaboradores podían comprar su almuerzo y colaborar con la causa. También se invitó a todos los colaboradores que están de cara al cliente a **"ponerse la camiseta DIRECTV-Teletón"**.

Por otra parte, se realizaron acciones para involucrar e invitar a participar a los puntos de ventas propios, representantes, clientes y a la sociedad en general con el fin de potenciar esfuerzos.



E. The Forum

The Forum es un programa regional que cede minutos en los canales de DIRECTV para difundir lo que hacen ONG e instituciones de Latinoamérica. En 2016, desde Uruguay, se participó de este programa a través de la ONG Gurises Unidos, una asociación civil sin fines de lucro, **comprometida en la defensa de los Derechos Humanos** de los niños, niñas y adolescentes, tanto a nivel nacional como internacional.

CONCURSO THE FORUM

Por segundo año consecutivo, se realizó regionalmente un concurso entre todas las organizaciones que participaron de The Forum durante el 2015, y el *spot* más votado obtuvo USD 10.000 para beneficio de su institución. Desde DIRECTV Uruguay, nos sumamos difundiendo el *spot* del Movimiento Tacurú, que participó de The Forum en 2015.

F. Generación DIRECTV y Techo: campaña Social Media

En el marco de un acuerdo regional, nos sumamos a la campaña de recaudación de fondos de Generación DIRECTV y Techo, difundiéndola en nuestros canales de comunicación digitales.

La consigna fue "Pide un deseo y @GeneracionDTV donará U\$S1 a @UnTecho por una sociedad más justa y sin pobreza". Techo **recibió USD 30.000** para concretar proyectos en diferentes localidades de Latinoamérica.

2. EDUCACIÓN

A. Escuela+

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

- **Tecnología de punta:** DIRECTV provee televisión satelital y digital, más un DVR (Digital Video Recorder) que permite guardar y administrar los contenidos audiovisuales.
- **Contenidos de excelencia:** la programación es indexada a una currícula especialmente adaptada para América Latina y el Caribe. Cuenta con programas de socios estratégicos que se suman al programa: Discovery en la Escuela, National Geographic y la Fundación Torneos.
- **Metodología innovadora:** se utiliza un modelo desarrollado por Discovery en la Escuela y otro por el equipo de ESCUELA+.
- **Seguimiento permanente:** el equipo evalúa los establecimientos educativos y se contacta periódica-

mente con ellos para acompañar y analizar la evolución de la herramienta.

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

El programa comenzó en Uruguay en 2014, con 48 escuelas piloto en los departamentos de Canelones, San José y Maldonado. Al cierre del 2016, el programa contaba con 288 centros rurales en **todos los departamentos del interior del país.**

Por otra parte, el programa posee **un fuerte foco en el seguimiento y la asistencia** a las escuelas. Los docentes reciben capacitaciones sobre el uso de la herramienta y su mejor aprovechamiento, y están en contacto con la figura del "Padrino+", voluntarios de DIRECTV que son el nexo con la escuela y los acompañan con la familiarización del programa y la asistencia de dudas o consultas. Además, los docentes cuentan con un número exclusivo de asistencia técnica.

CANAL ESCUELA+ **ESCUELA+**

A partir de junio de 2016, sumamos a la programación ya disponible para los docentes una señal exclusiva del programa. En este canal, se encuentran contenidos de National Geographic, Discovery en la Escuela y Fundación Torneos, además de material local.

ESCUELA+ EN 2016

 188 NUEVOS CENTROS EDUCATIVOS RURALES SE SUMARON A ESCUELA+

 288 ESCUELAS RURALES EN TODO EL PAIS

106 PADRINOS +

 713 HORAS DE VOLUNTARIADO

 7846 ALUMNOS BENEFICIADOS DESDE QUE SE INICIO EL PROGRAMA



PADRINOS+

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

ESCUELA+ SOLAR

Es un proyecto regional creado para llevar el programa a las escuelas rurales que **no cuentan con energía eléctrica**. En 2016, DIRECTV sumó a la Escuela Sustentable de Jaureguiberry a este proyecto y así el establecimiento se transformó en el primero en participar del proyecto en Uruguay y el quinto en América Latina.

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

• **Becas NatGeo Mundo Explorer:** NatGeo invitó a DIRECTV a formar parte de sus becas "Mundo Explorer", **para estudiantes de secundaria** que tengan interés en



viajar a lugares exóticos, aprender de las diversas culturas y enriquecer su formación. Esto lo realizamos en el marco enmarca del programa Escuela + en el cual DIRECTV mantiene una alianza estratégica con NatGeo, como proveedor de contenidos. Los aspirantes deben hablar inglés fluido, contar con un nivel de excelencia en su formación académica, sentir pasión por los viajes y tener un vínculo destacado con su comunidad.

Por Latinoamérica, una de las dos seleccionadas fue uruguaya: Lucía Canobra, estudiante de Maldonado, de la Alianza Cultural Uruguay-Estados Unidos.

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



B. CINEMA+ DIRECTVCINEMA+

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

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

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

De acuerdo con las condiciones de inscripción y los criterios de evaluación del jurado, cada país cuenta con 5 finalistas. El ganador de cada país recibe una beca para cubrir

localmente sus gastos de estudios, y además participa regionalmente por la beca de estudio en Los Ángeles. Durante el 2016, se llevó a cabo la cuarta edición del certamen y, al igual que el año anterior, **el ganador regional fue de Uruguay**, Guillermo Trochon, de la Escuela de Cine del Uruguay.

CINE ACADÉMICO

En el marco del certamen CINEMA+, se realizó en mayo la primera edición del Festival Académico de Cine Universitario (FACIUNI), que se llevó a cabo simultáneamente en ocho países de Latinoamérica, incluido Uruguay. La actividad, gratuita y dirigida a estudiantes y egresados de cine, fue en Cinemateca Pocitos, donde se exhibieron los cortos ganadores de la tercera edición de DIRECTV CINEMA+. También se ofreció un Master Class en *streaming* del famoso director colombiano Ciro Guerra. El festival tiene como finalidad difundir los cortometrajes de los talentos latinoamericanos e incentivar el desarrollo de esta industria en la región.

3. SUSTENTABILIDAD Y MEDIOAMBIENTE

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

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



SOMOS GENERACIÓN DIRECTV Y GENERAMOS UN CAMBIO POSITIVO EN NUESTRA COMUNIDAD

5 de junio
Día Mundial del Medio Ambiente

¿Sabés por qué es importante reciclar?

- Reducimos la contaminación CO₂
- Disminuimos el daño producido a zonas naturales
- Ahorramos espacio en los contenedores
- Creamos oportunidades de empleo en el campo del reciclaje
- Minimizamos la utilización de recursos naturales

En estos días estamos reacondicionando las huertas ubicadas en cada una de las cocinas.
¡Agregá a tus comidas un toque saludable!
Menta, perejil, ciboulette y más.



LA FUERZA DEL VOLUNTARIADO

En DIRECTV Uruguay, consideramos al voluntariado como un motor muy poderoso de generación de valor en las organizaciones y de transformación en las comunidades en las cuales impactamos.

El voluntariado forma parte de nuestro ADN y, por ello, generamos los espacios para promoverlo y fortalecerlo. Nos llena de orgullo contar con un equipo de colaboradores que dedican su tiempo y esfuerzo, desinteresadamente, para realizar acciones sociales, sintiendo y apostando al voluntariado como una forma de **generar cambios sociales positivos y de calidad** en las comunidades.

Asimismo, promovemos el voluntariado entre nuestros familiares, proveedores, clientes y socios estratégicos, como forma de potenciar esfuerzos, integrarnos y fortalecer los vínculos.

Durante el 2016, gracias al aporte de todos ellos, pudimos **concretar muchas acciones y beneficiar a públicos vulnerables** en diferentes situaciones.

VOLUNTARIADO 2016

42%

DE LOS COLABORADORES REALIZARON AL MENOS UNA ACCIÓN DE VOLUNTARIADO

22%

DE LOS COLABORADORES REALIZARON MÁS DE UNA ACCIÓN DE VOLUNTARIADO



1802 HORAS

HORAS DE VOLUNTARIADO

2177 HORAS

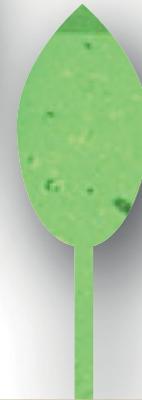
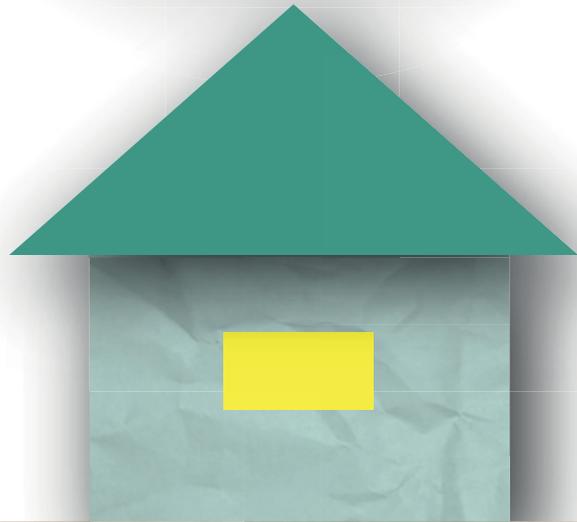
DE VOLUNTARIADO DE COLABORADORES, FAMILIARES Y AMIGOS, PROVEEDORES



12.093

PERSONAS BENEFICIADAS

Preservamos



COMPROMETIDOS CON EL FUTURO

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

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

- Impulsar la **reducción en el consumo de recursos**, ya sean renovables o no renovables, como energía, papel y agua, y de todos los insumos que pueden afectar directa o indirectamente al medioambiente o a la salud de la población.
- Promover una **gestión eficiente de los desechos**, fomentando la reducción, reutilización y reciclado de residuos generados, con especial atención en los residuos peligrosos.
- Impulsar el **cumplimiento de estándares ambienta-**

les a lo largo de toda la cadena de valor, incluyendo el cumplimiento de la legislación ambiental.

MANOS A LA OBRA

Durante el 2016, algunas de nuestras acciones estuvieron orientadas a reforzar la educación de los colaboradores en la correcta clasificación de residuos que realizamos en cada oficina y a contribuir con el cuidado del medioambiente, convocando a participar en la "Hora del planeta" y el "Día de la Tierra". Asimismo, en el "Día del Medioambiente", recordamos la importancia de tomar conciencia de nuestro aporte e informamos sobre tips para cuidar el planeta.

Además, en enero de 2016, se lanzó la campaña de facturación electrónica "Menos papel, más espacios verdes", en la que invitamos a nuestros clientes a recibir su factura vía e-mail. La campaña de comunicación puso el foco en el cuidado del medioambiente y en la practicidad de este nuevo servicio.



GESTIÓN EFICIENTE DE RECURSOS

Residuos electrónicos

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

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

Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento	2014	2015	2015
Residuos no peligrosos	3.608	13.343	54.140
RAEE (kg)	3.608	13.343	54.140
RSU reciclables	N/D	N/D	N/D
RSU no reciclables	N/D	N/D	N/D
Residuos peligrosos	ND	ND	ND
Baterías, pilas, etc. (kg)	N/D	N/D	ND
Total (en kg)	3.608	13.343	54.140

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

Laboratorio de reacondicionamientos

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

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

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



Reciclado y reúso

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

DESECHOS CONTROLADOS

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

Residuos peligrosos

Desde la inauguración del laboratorio, se ha notado la mejora de los procesos de reúso y reparación, imple-

mentando controles de calidad semanales.

En cuanto a los residuos peligrosos –mínimas cantidades de pilas, lámparas fluorescentes, tóners, etcétera–, actualmente no estamos midiendo el volumen generado al año, dada su baja materialidad.

CLASIFICACIÓN Y GESTIÓN DE RESIDUOS

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

En todas nuestras instalaciones, contamos con **papeles de clasificación de residuos**, colaborando responsablemente con la facilitación de su destino final.

DURANTE EL 2016 REACONDICIONAMOS



27.690

DECOS



Y RECICLAMOS RESPONSABLEMENTE OTROS

15.492

RECUPERO, REACONDIONAMIENTO Y RECICLAJE

Año	Decos en comodato (pospago)	Deco disponibles de recupero	Decos recuperados	Decos reacondicionados	%Reacondicionados/ Recuperados	Decos Reciclados	%Reciclados/ Recuperados
2014	215.379	28.683	26.746	21.399	80%	3.175	12%
2015	239.857	30.618	31.856	23.890	75%	7.314	23%
2016	255.035	43.657	32.030	27.690	86%	15.492	48%

CONSUMO RESPONSABLE DE RECURSOS

ENERGÍA

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

DURANTE EL 2016



445.56
ENERGÍA ELÉCTRICA
(kWh)



107.545
NAFTA
(Lts)

1. CONSUMO ENERGÉTICO INTERNO

Consumo de energía interno (Unidad Origen)	2014	2015	2016
Energía eléctrica (Kwh)	375.785	467.592	445.056
Nafta (lts)	NA	131.000	107.545

Consumo de energía interno (GJ)	2014	2015	2016
A. Consumo de combustible renovable	-	-	-
B. Consumo de combustible no renovable:	1.353	6.172	5.287
Energía eléctrica (GJ)	1.353	1.683	1.602
Nafta (GJ)	-	4.489	3.685
Consumo energético total dentro de la organización: A+B	1.353	6.172	5.287

Reducción del consumo energético por fuentes	2014	2015	2015	Cambio 2015-2016
Energía eléctrica (GJ)	1.353	1.683	1.602	-4,8%
Nafta (GJ)	-	4.489	3.685	-17,9%

Reducción del consumo energético por fuentes	Consumo referencia (2015)	Metros cuadrados (2015)	Consumo / m2	Consumo actual (2016)	Metros cuadrados (2016)	Consumo / m2	Cambio m2	Cambio consumo / m2
Energía eléctrica (kWh)	467.592	4.704	99	445.056	3.804	117	-19,1%	17,7%

Reducción del consumo energético por fuentes	Consumo referencia (lts) (2015)	Cant. Autos 2015	lts año / auto	Consumo actual (lts) (2016)	Cant. Autos 2016	lts año / auto	Cambio autos	Cambio lts año / auto
Total	131.000	80	1.638	107.545	80	1.344	0%	-18%



2. CONSUMO ENERGÉTICO EXTERNO

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

Consumo de energía externo (Unidad Origen)	2014	2015	2016
Viajes de empleados (kms)	NA	346.096	126.078
Producto (kWh)	17.707.358	20.968.420	23.697.413

Consumo de energía interno (GJ)	2014	2015	2016
A. Consumo de combustible renovable	-	-	-
B. Consumo de combustible no renovable:	63.746	75.486	85.311
Viajes de empleados (GJ)	-	-	-
Producto (GJ)	63.746	75.486	85.311
Consumo energético total dentro de la organización: A+B	63.746	75.486	85.311

REDUCCIÓN DEL CONSUMO ENERGÉTICO DE LOS PRODUCTOS Y LOS SERVICIOS

Consumo energía decos	2015	2016	Cambio
Pospago + Prepago (kWh)	20.968.420	23.697.413	13,0%
Cant. Decos activos	2015	2016	Cambio
Pospago + Prepago (Unid.)	358.577	409.996	14,3%

Fuentes factores de conversión	Source
Electricidad (Kwh/ GJ)	Energy Star Portfolio Manager https://portfoliomanager.energystar.gov/pdf/reference/Thermal%20Conversions.pdf

CONTROL DE LA EMISIÓN DE GASES CON EFECTO INVERNADERO

EMISIONES

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

Hemos registrado una baja en las emisiones de GEI de Alcance 1, dada por el consumo directo de combustibles y refrigerantes, respecto al año anterior.

En cuanto a las emisiones indirectas de Alcance 3 (dadas por el consumo de combustibles o energía eléctrica por parte de terceros), registramos un aumento de un 12%.

Se observó un incremento del 10% en nuestras emisiones GEI del Alcance 2.

EMISIONES DIRECTAS GEI ALCANCE 1

Emisiones directas de gases de efecto invernadero, en peso [TMC02 equivalente]	2014	2015	2016
Consumo de combustibles y refrigerantes	NA	300	246

EMISIONES DIRECTAS GEI ALCANCE 2

Emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso [TMC02 equivalente]	2014	2015	2016
Energía eléctrica	74	92	88

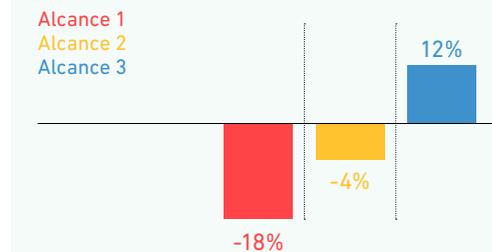
EMISIONES INDIRECTAS GEI DE ALCANCE 3

Otras emisiones indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso [TMC02 equivalente]	2014	2015	2016
Viajes de empleados (en avión)	NA	54	17
Uso de productos vendidos (y en comodato)	3.488	4.131	4.668
Total Alcance 3	3.488	4.184	4.686

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

	2014	2015	2016	%2016	% 2015-2016
Emisiones Alcance 1	NA	300	246	-54	-18%
Emisiones Alcance 2	74	92	88	-4	-5%
Emisiones Alcance 3	3.488	4.184	4.686	501	12%
TOTAL	3.562	4.576	5.020	100%	10%

VARIACIÓN DE ALCANCE DE EMISIONES



ANEXO

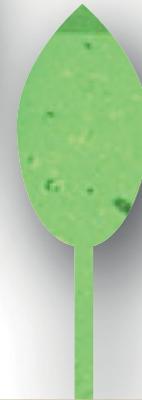
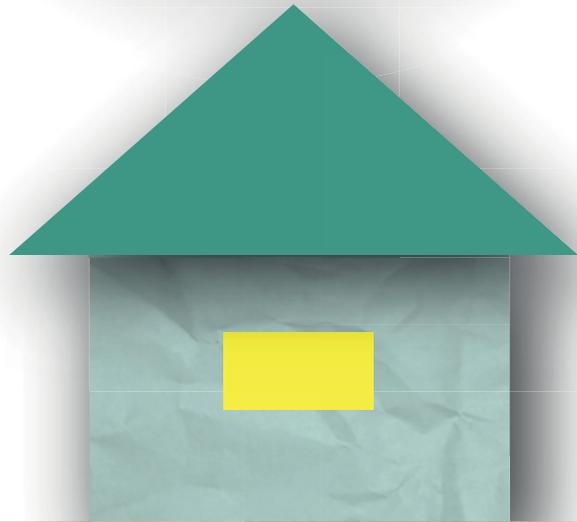


TABLA DE INDICADORES GRI

CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES	DESCRIPCIÓN	RESPUESTA	JUSTIFICACIÓN
ESTRATEGIA Y ANÁLISIS			
G4-1	Declaración del responsable principal de las decisiones de la organización.	3. Carta del Director del cono sur pendiente por Argentina	
PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN			
G4-3	Nombre de la organización.	DIRECTV de Uruguay Ltda.	
G4-4	Marcas, productos y servicios más importantes de la organización.	22	
G4-5	Lugar donde se encuentra la sede de la organización.	6	
G4-6	Países donde opera la organización y nombrar países donde se llevan a cabo operaciones significativas o que tienen relevancia específica en materia de sostenibilidad.	6	
G4-7	Naturaleza del régimen de propiedad y su forma jurídica.	La naturaleza de DIRECTV es Sociedad de Responsabilidad Limitada.	
G4-8	A qué mercados se sirve: desglose geográfico, por sectores, tipos de clientes y destinatarios.	7	
G4-9	Escala de la organización: número de empleados y operaciones, ventas netas, capitalización (desglose entre deuda y patrimonio), cantidad de productos o servicios.	6	No se reportan ventas netas y capitalización debido a imperativos específicos de confidencialidad de la organización
G4-10	Número de empleados por contrato laboral y sexo, empleados fijos, tamaño plantilla por región y sexo, cambios significativo en el número de trabajadores, etc.	29	
G4-11	Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos.	29	
G4-12	Describe la cadena de suministro de la organización.	40	
G4-13	Cambios significativos respecto al tamaño, estructura, propiedad accionaria o la cadena de suministro de la organización.	No hubo cambios significativos.	
G4-15	Lista de las cartas, los principios u otras iniciativas externas de carácter económico, ambiental y social que la organización suscribe o ha adoptado.	Se toman en cuenta los lineamientos de la ISO 26000 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible para definir las estrategias referentes a la responsabilidad social de la empresa.	
G4-16	Lista de asociaciones (por ejemplo, las asociaciones industriales) y las organizaciones de promoción nacional o internacional a las que pertenece.	16	

CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES	DESCRIPCIÓN	RESPUESTA	JUSTIFICACIÓN
ASPECTOS MATERIALES Y COBERTURA			
G4-17	Entidades que figuran en los estados financieros consolidados de la organización	DIRECTV de Uruguay Ltda.	
G4-18	Describir proceso para determinar contenido de la memoria y la cobertura de cada Aspecto. Explicar aplicación de los Principios para determinar contenidos.	17	
G4-19	Lista de aspectos materiales que se identificaron durante el proceso de definición del contenido de la memoria.	17	
G4-20	Cobertura dentro de la organización de cada Aspecto material.	18	
G4-21	Cobertura fuera de la organización de cada Aspecto material.	18	
G4-22	Consecuencias de las reformulaciones de la información facilitada en memorias anteriores y sus causas.	No hubo reformulaciones de la información facilitada en memorias anteriores.	
G4-23	Señale cambio significativo en el Alcance y Cobertura de cada Aspecto con respecto a memorias anteriores.	17	
PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS			
G4-24	Lista de grupos de interés vinculados a la organización.	15	
G4-25	Indique en qué se basa la elección de los grupos de interés.	15	
G4-26	Enfoque de organización sobre la participación de los grupos de interés.	15	
G4-27	Cuestiones y problemas clave que han surgido a raíz de la participación de los grupos de interés.	17	
PERFIL DE LA MEMORIA			
G4-28	Período objeto de la memoria.	2	
G4-29	Fecha de la última memoria.	2	
G4-30	Ciclo de presentación de la memoria.	2	
G4-31	Incluir punto de contacto ante dudas o consultas sobre el contenido.	2	
G4-32	Opción de conformidad, índice GRI de la opción elegida, referencia a verificación externa si aplica.	2	
G4-33	Sobre verificación externa.	No se realizó verificación externa de la memoria	
GOBIERNO			
G4-34	Estructura de gobierno: responsables de tomar decisiones en temas económicos, sociales y ambientales.	10	
ÉTICA E INTEGRIDAD			
G4-56	Describir los valores, principios, estándares y normas de la organización, tales como código de conducta o códigos de ética.	8	

CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS		DESCRIPCIÓN	RESPUESTA	JUSTIFICACIÓN
DESEMPEÑO ECONÓMICO				
Desempeño económico	G4-EC1	Valor económico directo generado y distribuido.		No se reporta esta información debido a imperativos específicos de confidencialidad de la organización
	G4-EC4	Ayudas económicas otorgadas por entes del gobierno.	No se registran ayudas económicas otorgadas por entes del gobierno	
Presencia en el mercado	G4-EC6	Porcentaje de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollan operaciones significativas.	10	
Prácticas de adquisición	G4-EC9	Porcentaje del gasto en lugares con operaciones significativas que corresponde a proveedores locales.	42	
DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL				
Energía	G4-EN3	Consumo energético interno.	57	
	G4-EN4	Consumo energético externo.	58	
	G4-EN6	Reducción del consumo energético.	58	
Emisiones	G4-EN15	Emisiones directas de gases de efecto invernadero (alcance 1).	59	
	G4-EN16	Emisiones indirectas de gases de efecto invernadero al generar energía (alcance 2).	59	
	G4-EN17	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero (alcance 3).	59	
	G4-EN19	Reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero	59	
Efluentes y residuos	G4-EN23	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	55	
Productos y servicios	G4-EN28	Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que se recuperan al final de su vida útil, desglosado por categoría.	55	

CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS		DESCRIPCIÓN	RESPUESTA	JUSTIFICACIÓN
Cumplimiento regulatorio	G4-EN29	Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa ambiental.	No hemos recibido multas por temas ambientales	
Evaluación ambiental de los proveedores	G4-EN33	Impactos ambientales negativos significativos, reales y potenciales, en la cadena de suministro y medidas al respecto.		No se cuenta con una evaluación formal de los impactos negativos en la cadena de suministro
DESEMPEÑO SOCIAL: PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DIGNO				
Empleo	G4-LA1	Número total y tasa de contrataciones y rotación media de empleados, desglosados por grupo etario, sexo y región.	30	Este indicador se reporta en términos absolutos de altas y bajas de colaboradores
	G4-LA3	Niveles de reincorporación al trabajo y de retención tras la baja por maternidad o paternidad, desglosados por sexo	30	
Salud y seguridad en el trabajo	G4-LA5	Porcentaje de trabajadores que está representado en comités formales de seguridad y salud conjuntos para dirección y empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de seguridad y salud laboral.	38	No se reportan días perdidos ni índices de absentismo.
	G4-LA6	Tipo y tasa de lesiones, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región y por sexo.	38	
Capacitación y educación	G4-LA9	Promedio de horas de capacitación anuales por empleado, desglosado por sexo y categoría laboral.	35	
	G4-LA11	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional, desglosado por sexo y categoría profesional.	34	
Diversidad e igualdad de oportunidades	G4-LA12	Composición de los órganos de gobierno y desglose de la plantilla por categoría profesional y sexo, edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	Composición de los órganos de gobierno:10 Desglose de la plantilla: 29	
Igualdad de retribución entre mujeres y hombres	G4-LA13	Relación entre el salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por ubicaciones significativas de actividad.		No se reporta información sobre la relación entre el salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, debido a imperativos específicos de confidencialidad de la organización.
Evaluación de las prácticas laborales de los proveedores	G4-LA14	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a las prácticas laborales.		No se han evaluado las prácticas laborales de nuestros proveedores.
Mecanismos de reclamación sobre las prácticas laborales	G4-LA16	Número de reclamaciones sobre prácticas laborales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación.	11	No se reporta este indicador debido a imperativos específicos de confidencialidad de la organización.

CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS	DESCRIPCIÓN	RESPUESTA	JUSTIFICACIÓN
DESEMPEÑO SOCIAL: DERECHOS HUMANOS			
No discriminación	G4-HR3	Número de casos de discriminación y medidas correctivas adoptadas.	Durante el 2016 hemos recibido una denuncia por discriminación por parte de un cliente externo. Habiendo sido condenados, actualmente nos encontramos gestionando la forma de pago de la suma condenada, la cual asciende a \$20.000.
Evaluación de los proveedores en materia de derechos humanos	G4-HR10	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a derechos humanos.	No se han hecho evaluaciones de nuestros proveedores en materia de DDHH.
DESEMPEÑO SOCIAL: SOCIEDAD			
Comunidades locales	G4-S01	Porcentaje de operaciones donde se han implantado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad local.	DIRECTV considera como centro de operaciones a las oficinas comerciales, bases operativas y oficinas administrativas de todo el país. En este sentido, se han implantado programas de desarrollo social en todos los departamentos del interior del país.
Lucha contra la corrupción	G4-S03	Número y porcentaje de centros en los que se han evaluado los riesgos relacionados con la corrupción y riesgos significativos detectados.	12
	G4-S04	Políticas y procedimientos de comunicación y capacitación sobre la lucha contra la corrupción.	12
Prácticas de competencia desleal	G4-S07	Número de procedimientos legales por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados.	DIRECTV DE URUGUAY LTDA. no ha recibido a la fecha ninguna denuncia o demanda vinculada con competencia desleal, prácticas monopolísticas o contra la libre competencia.
Cumplimiento regulatorio	G4-S08	Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y normativa.	No existen multas significativas sobre el incumplimiento de la legislación y la normativa.
DESEMPEÑO SOCIAL: RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS			
Etiquetado de los productos y servicios	G4-PR3	Tipo de información que requieren los procedimientos de la organización relativos a la información y el etiquetado de sus productos y servicios, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos que están sujetas a tales requisitos.	24
	G4-PR5	Resultados de las encuestas para medir la satisfacción de los clientes.	27
Comunicaciones de Mercado-tecnia	G4-PR6	Venta de productos prohibidos o en litigio.	DIRECTV URUGUAY no vende productos prohibidos o cuestionados a nivel público.
Privacidad de los clientes	G4-PR8	Número de reclamaciones fundamentadas sobre violación de privacidad y fuga de datos de los clientes.	DIRECTV URUGUAY no ha recibido reclamos vinculados con la violación de la privacidad de personas físicas ni jurídicas de ningún tipo, así como tampoco relativos a fuga de datos de clientes.
Cumplimiento regulatorio	G4-PR9	Valor monetario de las multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios.	No existen multas significativas sobre el incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos o servicios

A white Twitter bird icon inside a circular white border.

@DIRECTVUy

A white lowercase 'f' icon inside a circular white border.

directvla

A white camera icon inside a circular white border.

@directvla

