



DIRECTV
HISTORIAS
EN MODO **on**
REPORTE DE SUSTENTABILIDAD
DE LATINOAMÉRICA 2019

INTRODUCCIÓN

- 05** Historias en modo on
- 06** Operar y reportar regionalmente
- 07** Mensaje de nuestro presidente
- 09** Somos DIRECTV Latin America
- 09** Ofrecemos los mejores productos
- 10** Acortamos la brecha digital

PRIORIDADES

- 12** Cómo definimos nuestra sustentabilidad
- 12** Materialidad
- 14** Temas materiales y ODS
- 15** Grupo de interés
- 16** Iniciativas externas
- 16** Afiliación a asociaciones

CLIENTES

- 18** Cómo creamos experiencias excepcionales
- 18** Protegemos a nuestros usuarios
- 18** Nos comunicamos
- 19** Conocemos a nuestros clientes
- 20** Aseguramos la experiencia

COLABORADORES

- 22** Cómo armamos el mejor equipo
- 23** Integramos colaboraciones externas
- 23** Comprometidos con la diversidad y la inclusión
- 25** Promovemos el bienestar de nuestra gente
- 28** Acompañamos el desarrollo
- 29** Evaluamos el desempeño
- 30** Cuidamos la salud y la seguridad de nuestros colaboradores
- 31** Aseguramos la integridad de nuestros negocios

RSE

- 35** Cómo transformamos comunidades
- 35** Generamos cambios positivos

PROVEEDORES

- 41** Cómo sumamos valor
- 42** Ofrecemos los mejores contenidos
- 43** Generamos redes
- 43** Actualizamos nuestra política regional de compras
- 45** Seleccionamos y evaluamos a proveedores de materiales productivos

AMBIENTE

- 47** Cómo preservamos
- 47** Mejoramos el uso de la energía
- 49** Reducimos nuestra huella de carbono
- 50** Gestionamos sustentablemente los “decos”

INNOVACIÓN

- 52** Cómo evolucionamos con tecnología
- 52** Generamos experiencias únicas con innovación





#ElMejorEquipoDIRECTV



INTRODUCCIÓN

HISTORIAS EN MODO 

Historias en modo on

EN DIRECTV SABEMOS QUE LAS BUENAS HISTORIAS PUEDEN ENTRETENER, PERO TAMBIÉN EDUCAR, INFORMAR Y MOTIVAR A LAS PERSONAS.

Con esta visión, nuestro Reporte de Sustentabilidad 2019 reúne las historias que dan cuenta de nuestro desempeño económico, social y ambiental; historias que definen nuestros valores y muestran de forma fehaciente el impacto de DIRECTV en las comunidades; historias en modo on.



En el presente documento consolidamos, por primera vez, nuestra gestión a nivel regional. Y además elaboramos seis reportes que resumen el desempeño local de cada una de nuestras operaciones.



Nuestras redes

OPERAR Y REPORTAR REGIONALMENTE

(GRI 102-7)

Nuestro reporte de sustentabilidad 2019 resume la gestión de las operaciones de DIRECTV Latin America¹ en Argentina, Chile, Colombia, Ecuador, Perú, Uruguay y Venezuela².

El mismo fue elaborado de conformidad con los Es-

tándares GRI³, opción Esencial, gracias a la colaboración fundamental de todas las áreas de la compañía que participaron en el relevamiento y captura de datos. Toda la información de desempeño que presentamos en este reporte corresponde a DIRECTV Latin America.



DIRECTV Latin America y SKY (en Brasil) constituyen las principales marcas de televisión paga satelital en la región. Juntas, conforman Vrio Corp. -subsidiaria de AT&T-.



Más de
8,6 millones
de suscriptores DIRECTV Latin America.



¹ La información presentada alcanza del 01 de enero al 31 de diciembre de 2019. | ² DIRECTV Latin America dejó de operar en Venezuela en mayo de 2020. | ³ Global Reporting Initiative.

Mensaje de nuestro presidente

(GRI 102-14)

Les doy la bienvenida al primer reporte integrado de DIRECTV Latin America, donde compartimos los resultados en la gestión sustentable de nuestras operaciones en la región. A través de este informe reafirmamos nuestro compromiso de informar regularmente -y de manera transparente- sobre el rendimiento y el progreso de nuestro desempeño como compañía. Nos enfocamos en tres áreas: nuestro liderazgo como proveedores de entretenimiento digital, el compromiso con las comunidades en donde operamos y nuestros colaboradores.

Durante 2019 consolidamos nuestra plataforma regional de streaming, DIRECTV Go, que llegó para dar respuesta a los nuevos hábitos de consumo de contenidos. De esta manera, continuamos recorriendo un camino de evolución para posicionarnos en la industria de contenidos, que actualmente atraviesa una gran transformación.

¿Y cómo buscamos generar impacto en las comunidades donde estamos presentes? Es una pregunta que nos hacemos constantemente. Una respuesta es Escuela Plus, nuestro programa de Responsabilidad Social Empresaria dirigido a escuelas rurales de Latinoamérica que nos permite acercar contenidos audiovisuales a chicos de primaria y secundaria, promover la innovación en las estrategias formativas para docentes, posibilitar el acceso a plataformas digitales y acompañar el proceso con capacitaciones y asistencia técnica. Este programa surgió en 2006 y actualmente

beneficia a casi 10 mil escuelas, 2 millones de alumnos y más de 100 mil docentes.

Me gustaría destacar que, además de buscar impacto en las comunidades, también nos comprometemos a generar el mejor clima de trabajo y reconocer a nuestros colaboradores. Gracias a estos esfuerzos, somos un gran equipo que se nutre de la diversidad de las personas que lo conforman. Así lo reconoce Great Place to Work: estamos orgullosos porque DIRECTV ingresó al ranking en todos los países donde está presente, y también se destaca entre los 25 Best Work Places de Latinoamérica por tercer año consecutivo.

Por último, si bien el reporte hace referencia a nuestra gestión realizada durante 2019, es importante tener en cuenta que su elaboración tuvo lugar cuando el mundo afrontaba la crisis global por la pandemia del coronavirus, que impactó -y continúa impactando- significativamente en la organización y en la sociedad.

En este contexto, las pantallas pasaron a tener un rol fundamental como fuente de información, entretenimiento y educación, y desde DIRECTV asumimos esa responsabilidad trabajando para acompañar de diversas maneras a nuestros empleados y clientes, a la comunidad en general y a las autoridades de gobierno.

Quiero agradecer especialmente la dedicación y el compromiso de nuestros equipos, porque, a pesar del contexto complejo e incierto en el que nos toca inte-

ractuar, trabajaron en el desarrollo de este reporte y se esfuerzan día a día para seguir brindando nuestro servicio a los clientes.

Los invito a conocer con mayor detalle la forma en que llevamos adelante nuestro aporte. Tenemos mucho para contar: son historias de unidad, acción y transformación.

Michael Bowling
Presidente de DIRECTV Latin America



#HistoriasEnModoOn

(GRI 102-16)



Somos DIRECTV Latin America

(GRI 102-1)

SOMOS EL PROVEEDOR LÍDER DE TELEVISIÓN PAGA SATELITAL EN LATINOAMÉRICA⁴. NUESTROS SERVICIOS DE ENTRETENIMIENTO INCLUYEN LA MÁS AMPLIA PROGRAMACIÓN DEPORTIVA Y LOS MEJORES CONTENIDOS EN CADA PAÍS.

A través de nuestra infraestructura tecnológica de avanzada, que incluye satélites y centros de transmisión equipados para formatos de video 4K, brindamos servicios de alta calidad, gran escala y contenido 100% digital que nuestros suscriptores disfrutan en cualquier momento y lugar.

OFRECEMOS LOS MEJORES PRODUCTOS

GRI 102-2

Queremos que cuando nuestros clientes pulsen ON vivan las mejores historias. Trabajamos para ofrecer una propuesta única con productos exclusivos y de calidad, y apostamos por la tecnología para enriquecerla.



Prepago es un servicio que se adapta a nuestros clientes, ya que no tiene una factura fija mensual. El usuario recarga cuando desea y puede controlar su consumo. Mediante DIRECTV Prepago, llegamos a esos clientes que buscan una opción flexible y económica o no pueden comprometerse con una factura mensual.

Este año realizamos incorporaciones a la cartera de Prepago, ampliando la oferta y permitiendo elegir el tipo de programación⁵. Ofrecemos los planes Bronce, Plata y Oro, que incluyen entre 65 y 166 señales, dependiendo de cada país, con sus versiones HD, que

disponen de entre 115 y 255 señales⁶.

Desde este año, nuestros clientes de Prepago pueden acceder a DIRECTV GO, nuestra plataforma de streaming TVE (TV everywhere) disponible para nuestros clientes de televisión satelital, que ofrece entre 50 y 94 señales, dependiendo el país y el paquete contratado.

Y ahora, cuando nuestros clientes se quedan sin saldo, tienen la posibilidad de continuar disfrutando de nuestros servicios entre 2 y 5 días más⁷ y abonarlo al realizar la próxima recarga.

Durante 2019 habilitamos un nuevo canal de atención al cliente vía WhatsApp para realizar préstamos de saldo, activaciones y consultas en general, sin gastos de llamadas telefónicas.



A través de este servicio nuestros clientes eligen su paquete preferido y lo contratan mensualmente, abonando una cuota fija. Este año realizamos la apertura de nuevas señales a todos nuestros clientes de Pos-

pago⁸. Ofrecemos los planes Bronce⁹, Plata y Oro, que incluyen entre 67 y 166 señales, dependiendo de cada país, con sus versiones HD, que disponen de entre 118 y 255 señales. Además, todos nuestros clientes de DIRECTV Pospago pueden acceder a nuestra plataforma de streaming TVE DIRECTV GO. También incorporamos nuestra propuesta 4k, ideal para quienes buscan disfrutar de la más alta calidad en imagen y sonido¹⁰.

DIRECTV On Demand

DIRECTV 4K^{ULTRA} HD

DIRECTV GO

DIRECTV Internet

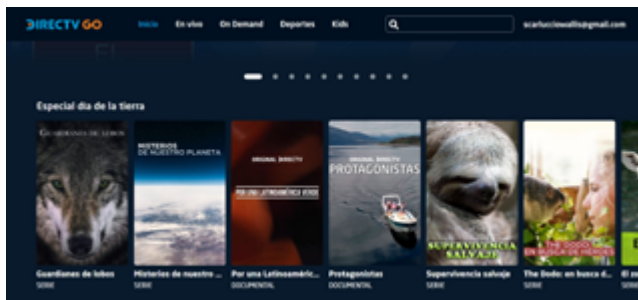
⁴ Proveemos también Internet en Colombia y Argentina, en una cobertura geográfica muy limitada. | ⁵ A excepción de Venezuela. | ⁶ En Colombia hay un solo plan Prepago y se llama FAMILIA, disponible en SD y HD, con 80 y 129 señales, respectivamente. | ⁷ Válido para todos aquellos clientes de Prepago con saldo en sus cuentas. | ⁸ Dependiendo de cada país. | ⁹ En Colombia el plan equivalente a Bronce se llama ACCESS, disponible en SD y HD. | ¹⁰ A excepción de Venezuela.

DIRECTV GO (OTT, Over The Top)

Este período continuamos trabajando para que nuevos clientes puedan disfrutar de DIRECTV GO en todos los países de la región¹¹, sin necesidad de adquirir nuestro servicio de televisión satelital.

Con DIRECTV GO, los usuarios pueden acceder a contenido como y cuando quieran a través de distintos dispositivos, como smartphones, tabletas, laptops, computadoras o Smart TVs.

Es un servicio de suscripción over-the-top (OTT) que ofrece acceso online a una variada programación en distintos países de Latinoamérica. Incluye acceso a canales lineales, en vivo, contenido On Demand y deportivo, y la opción de suscripción a programación premium. DIRECTV GO además está disponible sin costo adicional para los suscriptores de DIRECTV en Argentina, Chile, Colombia, Ecuador, Perú y Uruguay, gracias a un acuerdo entre Vrio y los proveedores del servicio de televisión satelital de DIRECTV.



ACORTAMOS LA BRECHA DIGITAL

(GRI 203-2, 413-1, IP1, IP2)

En un mundo cada vez más digitalizado, muchos hogares que no tienen la posibilidad de acceder a un servicio mensual de televisión e Internet cuentan con la opción de DIRECTV Prepago, que les permite estar informados y entretenidos a través de la mejor tecnología digital.

DIRECTV Prepago es mucho más que un servicio de TV: brinda contenidos de excelencia a la medida de las posibilidades de los ciudadanos de menores recursos, y es fundamental para disminuir la brecha social y digital en las comunidades.



¹¹ A excepción de Venezuela y Argentina.



PRIORIDADES

Cómo definimos nuestra
sustentabilidad

Cómo definimos nuestra sustentabilidad

COMO LÍDERES DE NUESTRO SECTOR TENEMOS EL POTENCIAL PARA TRANSFORMAR COMUNIDADES Y ENTORNOS DE INFLUENCIA.

Por eso asumimos el compromiso de involucrar a nuestros grupos de interés y trabajar continuamente en un modelo de negocio sustentable, que sea transversal a todas nuestras operaciones.

MATERIALIDAD

(GRI 102-44, 102-46, 102-47)

Para nuestro primer reporte regional desarrollamos un análisis de materialidad que integra los temas materiales de todos los países participantes. Nos basamos en la siguiente información:

- El análisis de materialidad AT&T 2019, haciendo foco en los resultados obtenidos para la región latinoamericana.
- Análisis de materialidad realizado para los reportes de DIRECTV 2018 de cada uno de los países de la región.
- Análisis de benchmark.
- Tendencias globales en sustentabilidad para los sectores de Internet, medios y servicios.

Una vez identificados los principales temas materiales, realizamos una priorización en base al análisis de su presencia y recurrencia. Finalmente, validamos los resultados obtenidos con nuestra Coordinación General Regional de Sustentabilidad.





TEMAS MATERIALES Y ODS

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) definen prioridades de desarrollo sostenible a nivel mundial, y buscan movilizar los esfuerzos internacionales en torno a un conjunto de objetivos y metas comunes.

En DIRECTV compartimos los intereses por esta agenda y sus objetivos, y nos involucramos activamente. Para nosotros, la sustentabilidad es acción. En el siguiente esquema detallamos nuestra contribución.

CAPITAL HUMANO E INVERSIÓN SOCIAL

Nuestra iniciativa Escuela+ es un programa de educación audiovisual creado e implementado para diferentes instituciones de nivel primario y secundario de Latinoamérica. Complementa la currícula de cada país y busca aportar innovadores recursos audiovisuales que mejoren el aprendizaje de los alumnos, sobre todo en contextos rurales.

ENERGÍA Y CLIMA

Estamos comprometidos con la gestión de nuestras emisiones de CO₂, tal es así que este es el 7º año consecutivo de medición de nuestra huella de carbono. Además, promovemos la realización de acciones de eficiencia energética y reducción de emisiones, tales como el cambio de luminarias convencionales por luminarias LED.

GESTIÓN DE FIN DE VIDA DEL PRODUCTO, ENERGÍA Y CLIMA, Y CADENA DE VALOR

Promovemos el desarrollo de una economía circular, a través del recupero y reciclado de decodificadores. Fomentamos el consumo eficiente de recursos y de energía proporcionando equipos cada vez más reducidos, sofisticados y eficientes en su uso de energía eléctrica.



CAPITAL HUMANO Y CADENA DE VALOR

A través de nuestras actividades y políticas de adquisición, colaboramos con el desarrollo económico de los países donde operamos y velamos por condiciones laborales seguras, sostenibles e inclusivas, mediante políticas de diversidad, inclusión y empleabilidad, salud y seguridad laboral.

INNOVACIÓN TECNOLÓGICA

Con el objetivo de mantener el liderazgo en el mercado del entretenimiento en una industria que se está reconvirtiendo constantemente a partir de nuevas tecnologías y hábitos de consumo, DIRECTV asegura su desarrollo y crecimiento a través de continuos procesos de digitalización de su negocio.

CAPITAL HUMANO, INVERSIÓN SOCIAL Y MENOS BRECHA DIGITAL

A través de nuestro kit Prepago acercamos nuestros productos a los sectores con menores ingresos, reduciendo la brecha social y tecnológica. Con el programa de RSE regional "Piedra, Papel, Tijera" contribuimos al desarrollo de las comunidades donde operamos.

GRUPO DE INTERÉS

(GRI 102-40, 102-42, 102-43)

La relación sólida y confiable con nuestros grupos de interés resulta fundamental para construir una compañía socialmente responsable y ambientalmente sustentable.

Clientes

Fuente de motivación diaria y el centro de todas nuestras iniciativas y esfuerzos.

Boleta de servicios | Sitio web DIRECTV | Promociones | Sucursales presenciales | Call center | Factura | Encuestas | Correo electrónico | Redes sociales.

Accionistas

Con quienes sostenemos una comunicación extensa y detallada.

Reportes financieros | Comunicados de prensa | Correo electrónico | Sitio web DIRECTV | Redes sociales.

Colaboradores

Un enorme y talentoso equipo que trabaja diariamente para brindar la mejor experiencia de entretenimiento a clientes y potenciales.

Intranet corporativa | Gestión de desempeño | Reuniones presenciales | Encuesta GPTW | Sitio web DIRECTV | Boletín de actualidad | Correo electrónico | Marketing interno (afiches, diario mural, etc.) | Contacto telefónico | Redes sociales | Contrato de trabajo | Comités paritarios y seguridad | Mensajes en pantalla | Reporte de Sustentabilidad.

Cadena de valor

Proveedores y agentes de servicio alineados con nuestros valores y políticas de trabajo.

Contrato | Reuniones presenciales | Contacto telefónico | Correo electrónico | Encuestas | Redes sociales | Sitio web DIRECTV | Reporte de Sustentabilidad.

Comunidad

Con la que mantenemos un apoyo mutuo para el mejor crecimiento de todos.

Comunicados de prensa | Marketing y canales de venta | Reuniones comunitarias | Sitio web DIRECTV | Redes sociales | Actividades de RSE | Redes sociales | Contacto telefónico | Eventos | Acciones de voluntariado | Nuestra pantalla | Encuestas | Reporte de Sustentabilidad.

Formadores de opinión

Periodistas, prensa especializada, bloggers, creadores de tendencias e influencers que amplifican y replican valores y acciones de la compañía.

Sitio web DIRECTV | Redes sociales | Comunicados de prensa | Correo electrónico | Newsletter y web institucional | Contacto telefónico | Destacados de programación | Eventos.

Gobierno

Un actor clave en la toma de decisiones.

Reporte de Sustentabilidad | Notas de prensa | Comunicaciones institucionales | Participación en cámaras y asociaciones | Sitio web DIRECTV | Reuniones presenciales | Correo electrónico | Contacto telefónico | Redes sociales.



INICIATIVAS EXTERNAS Y AFILIACIÓN A ASOCIACIONES

(GRI 102-12, 102-13)

INICIATIVAS EXTERNAS

En DIRECTV apoyamos las siguientes iniciativas internacionales:

- › ONU Mujeres.
- › Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas (ODS).
- › GHG Protocol.
- › Pacto Global.
- › A través de AT&T Inc. somos parte del Dow Jones Sustainability Index y reportamos a nivel global (incluyendo las operaciones de todo Vrio Corp. y AT&T México) nuestra huella de carbono al Carbon Disclosure Project (CDP).

AFILIACIÓN A ASOCIACIONES

Colaboramos con diferentes asociaciones y organizaciones para trabajar conjuntamente en cuestiones ambientales, sociales y económicas de nuestro sector y que resultan de interés para nuestros stakeholders:

› ARGENTINA

- AMCHAM - Cámara de Comercio.
- ASIET- Asociación Interamericana de Empresas de Telecomunicaciones.
- ATVC - Asociación de Televisión por Cable.
- CAPPSA - Proveedores de señales satelitales.
- CABASE - Cámara Argentina de Internet.
- CICOMRA - Cámara de Información y Comunicación.
- ALIANZA - Lucha contra la piratería de televisión pagada en Latinoamérica.

› CHILE

- AMCHAM - Cámara de Comercio.
- Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo A.G.
- Observatorio del Comercio Ilícito.
- Acceso TV - Asociación Gremial Chilena.
- Cámara de Comercio de Santiago de Chile.
- ALIANZA - Lucha contra la piratería de televisión pagada en Latinoamérica.

› COLOMBIA

- ANDI - Asociación Nacional de Empresarios de Colombia.
- ASIET - Asociación Iberoamericana de Empresas de Telecomunicaciones.
- CCIT - Cámara Colombiana de Informática y Telecomunicaciones.
- CEA - Consejo de Empresas Americanas.
- ANDESCO: Asociación Nacional de Empresas de Servicios Públicos.
- AMCHAM - Cámara de Comercio Colombo Americana.

› ECUADOR

- ASETEL - Asociación de Empresas de Telecomunicaciones de Ecuador.
- AEPROVI - Asociación de empresas proveedoras de servicios de Internet, valor agregado, portadores y tecnologías de la información de Ecuador.
- AMCHAM - Cámara de Comercio.
- CEE - Comité Empresarial Ecuatoriano.
- CCQ - Cámara de Comercio de Quito.
- SERES - Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social.
- ICC - Cámara de Comercio Internacional.

ASIET - Asociación de Empresas de Telecomunicaciones de América Latina.

ALIANZA - Lucha contra la piratería de televisión pagada en Latinoamérica.

› PERÚ

- AMCHAM - Cámara de Comercio.
- AFIN - Asociación para el Fomento de la Infraestructura Nacional.
- ASIET - Asociación Internacional de Empresas de Telecomunicaciones.
- IPAE - Instituto Peruano de Administración de Empresas.
- COMEX - Sociedad Nacional de Comercio Exterior.
- ALIANZA - Lucha contra la piratería de televisión pagada en Latinoamérica.

› URUGUAY

- AMCHAM - Cámara de Comercio.
- ALIANZA - Lucha contra la piratería de televisión pagada en Latinoamérica.



CLIENTES

Cómo creamos experiencias
excepcionales



Cómo creamos experiencias excepcionales

(GRI 103-1, 103-2, 103-3)

TRABAJAMOS PARA SER CADA VEZ MEJORES: CONOCEMOS A NUESTROS CLIENTES Y AGREGAMOS VALOR A SU EXPERIENCIA.

Incorporamos tecnología para transformar el consumo de contenidos hacia un servicio cada vez más personalizado, y lo hacemos en el marco de políticas y procedimientos que nos permitan fortalecer la protección de los datos personales.

PROTEGEMOS A NUESTROS USUARIOS

(GRI 418-1)

Nuestro compromiso es que los usuarios se sientan seguros con la información que nos confían. Por eso trabajamos para garantizar la privacidad de sus datos y la seguridad de nuestra infraestructura tecnológica, alineados con las políticas y normas de Vrio y AT&T:

- ▶ Desarrollamos capacitaciones en seguridad informática.
- ▶ Implementamos renovación tecnológica y mejora continua para maximizar estándares.
- ▶ Realizamos auditorías internas y externas de los procesos de IT y seguridad de la información.

NOS COMUNICAMOS

Como parte de las experiencias que brindamos a nuestros clientes, promovemos un relacionamiento permanente a través de diferentes canales de comunicación:



CONOCEMOS A NUESTROS CLIENTES

(GRI 103-1, 103-2, 103-3, IP3, IP4)

Buscamos el feedback de nuestros clientes. Realizamos encuestas a usuarios y potenciales para conocer cómo viven nuestra experiencia y qué percepción tienen de nuestro desempeño. Sus comentarios nos permiten definir acciones estratégicas de mejora continua para sostener nuestro posicionamiento.

En 2019 realizamos más de 1.872.000¹³ encuestas en la región.

NET PROMOTER SCORE (NPS)

De manera semanal y online, sondeamos el nivel de lealtad de los clientes a través de su intención de recomendación del servicio. La opinión de los clientes detractores, aquellos que otorgan 6 puntos o menos respecto de los clientes promotores, nos entrega el índice NPS de calidad del servicio. Reportamos esa información en forma interna para la implementación de acciones de mejora.

Durante 2019 el NPS se mantuvo similar al año anterior, a pesar de registrarse una caída sobre el producto Pospago (la cual se enmarca dentro de los cambios en los hábitos de consumo de contenidos: los usuarios están adoptando cada vez más plataformas de streaming, como DIRECTV GO).



	AÑO 2018	AÑO 2019
Net Promoter Score	21	16
Satisfacción general programación	75%	73%
Satisfacción programación deportes	74%	73%
Satisfacción imagen y sonido	87%	86%
Tecnología	79%	76%
Base consultada de DIRECTV	34.116	32.413
Base consultada total	50.326	49.236

Las encuestas dicen que somos la marca número 1 en el corazón de clientes y no clientes. Somos líderes en programación deportiva y contenidos exclusivos, atributos de la marca DIRECTV que nos distinguen en los países de la región.

IMAGEN DE MARCA

Cada semana realizamos cerca de 200 encuestas online para conocer la percepción sobre nuestra imagen en clientes, usuarios de la competencia y personas que no poseen televisión paga.

Superamos las
16.400
encuestas en toda la región.

Nuestro producto Prepago tiene un reconocimiento indiscutido entre clientes y no clientes.

¹³ No incluye encuestas de Field Services y Customer Care de Venezuela.

FIELD SERVICES Y CUSTOMER CARE

Evaluamos la percepción del cliente sobre nuestro producto Pospago, así como el nivel de satisfacción de la atención telefónica.

Nuestra área de Field Services se encarga de gestionar instalaciones, asistencia tecnológica, planificación de trabajo y reporting. Al término de cada visita técnica, realizamos una encuesta para evaluar el servicio prestado. En 2019 cursamos 274.863 encuestas efectivas, cuyo resultado indicó una mejoría respecto de los niveles de insatisfacción de los clientes: 5,1% contra 5,6% del año anterior.

Durante el mismo período también realizamos 1.531.458 encuestas para evaluar el grado de satisfacción de nuestros clientes con el servicio de atención telefónica de nuestro call center.

Los indicadores mostraron una mejora del

8,13% Customer Care

8,93% Field Services
respecto del año previo.



	AÑO 2018 ¹⁴	AÑO 2019 ¹⁵
Insatisfacción general Field Services	5,6%	5,1%
Insatisfacción general Customer Care	12,3%	11,3%
Encuestas realizadas Field Services	371.629	274.863
Encuestas realizadas Customer Care	2.107.367	1.531.458

¹⁴⁻¹⁵ No incluye Venezuela.

ASEGURAMOS LA EXPERIENCIA

(IP5)

Cuidamos la calidad de la señal que entregamos a nuestros clientes con una diversidad de indicadores. Contamos con coeficientes que miden las interferencias ocasionadas por terceros ajenos a DIRECTV, y otros que monitorean la potencia de las señales desde y hacia los satélites.

También evaluamos la señal en la casa del cliente a través del indicador ESNO, que nos permite seguir la pérdida del estándar de calidad por la ocurrencia de

situaciones climáticas adversas para la transmisión. Trabajamos permanentemente para minimizar la frecuencia de interrupciones y asegurar a nuestros clientes el acceso a la mejor experiencia.



#LaMejorExperiencia



COLABORADORES

Cómo armamos el mejor equipo

Cómo armamos el mejor equipo

(GRI 102-7, 102-8, 103-1, 103-2, 103-3, 405-1)

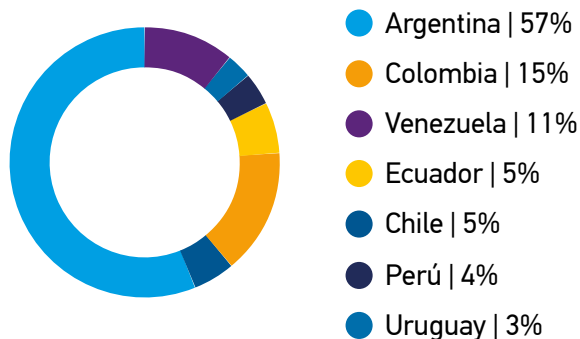
NUESTRO EQUIPO HACE LA DIFERENCIA. LA SINERGIA DE TALENTOS, A LO LARGO DE TODAS NUESTRAS OPERACIONES REGIONALES, NOS PERMITE ASPIRAR A LA MEJORA CONTINUA QUE EXIGE UNA INDUSTRIA COMO LA NUESTRA.

Con esta visión, trabajamos para garantizar el bienestar de nuestros colaboradores y acompañarlos en su desarrollo, en el marco de una cultura organizacional de ética e integridad.

SOMOS 6.305 PERSONAS

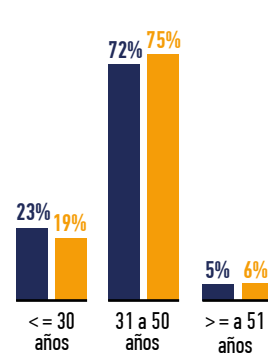


en modo on, generando experiencias únicas para nuestros clientes de Latinoamérica.



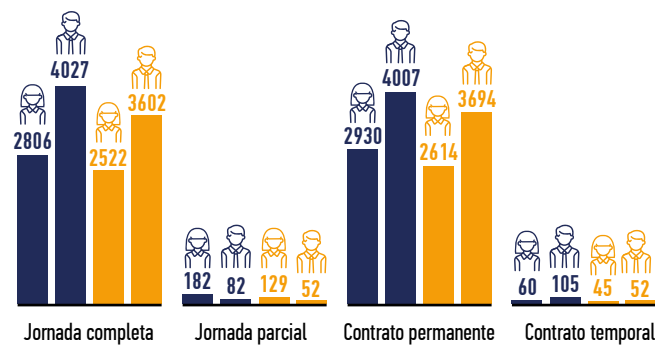
Dotación

■ 2018 ■ 2019



Distribución por género* según tipo de contrato y jornada

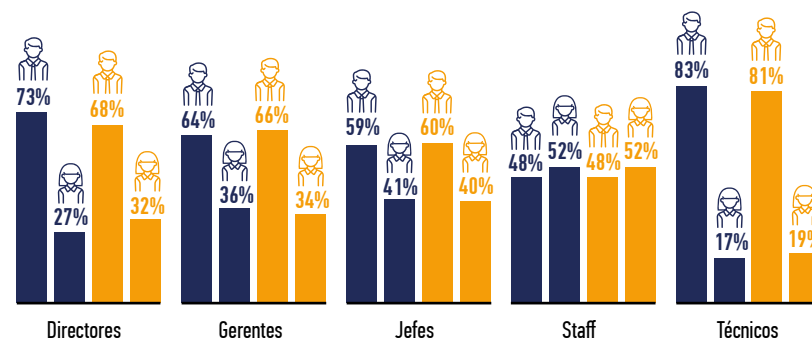
■ 2018 ■ 2019



El 98,4% de nuestro equipo tiene contrato permanente.

Distribución por género* y categoría

■ 2018 ■ 2019



*En DIRECTV respetamos el género como una vivencia interna e individual de cada persona, que puede corresponder o no con el sexo asignado al momento del nacimiento. En este sentido, la autopercepción puede involucrar la modificación de la apariencia o la función corporal a través de medios farmacológicos, quirúrgicos o de otra índole, siempre que sea libremente elegido.

RECONOCIMIENTOS DE GREAT PLACE TO WORK A DIRECTV LATIN AMERICA:

- » 25 Best Work Places en América Latina, Puesto N° 20
- » World's Best Work Places, Puesto N° 25
- » Best Place to Work en Argentina, Puesto N° 6
- » Best Place to Work en Chile, Puesto N° 3
- » Best Place to Work en Colombia, Puesto N° 14
- » Best Place to Work en Colombia TLC, Puesto N° 11
- » Best Place to Work en Ecuador, Puesto N° 4
- » Best Place to Work en Perú, Puesto N° 12
- » Best Place to Work en Uruguay, Puesto N° 2
- » Best Work Places for Woman –Argentina
- » Best Work Places for Woman –Ecuador
- » Certificación GPTW: Perú, Uruguay y Venezuela



INTEGRAMOS COLABORACIONES EXTERNAS

Somos un gran equipo, y nos hacemos más fuertes trabajando en unidad con personas de otras organizaciones, que nos ayudan en actividades de venta, instalación, recupero y reciclado, seguridad física, limpieza, entre otras, a lo largo de toda la región.

Este modelo colaborativo facilita nuestra tarea y nos ayuda a entregar una experiencia destacada para nuestros clientes. Además, nos permite contribuir indirectamente con la generación de empleo local.



Empleados de otras organizaciones

2018

5.246

2019

7.696

COMPROMETIDOS CON LA DIVERSIDAD Y LA INCLUSIÓN (D&I)

Creemos que la convergencia de diferentes miradas, experiencias y opiniones nos convierte en un equipo ganador, capaz de generar los mejores resultados.

El compromiso con esta diversidad empieza con nuestra CEO de Vrio, Melissa Arnoldi, y es compartido por el resto de los líderes, quienes promueven contextos de trabajo en donde todos los colaboradores se sienten respetados para contribuir desde sus diferentes perspectivas, generando innovación y experiencias superiores para nuestros clientes.

Por todo esto Diversidad & Inclusión (D&I) se convirtió en una prioridad clave para el negocio, y definimos una estrategia para contribuir a la sostenibilidad y crear prácticas que reconozcan la importancia y el impacto que existe en la diversidad de pensamientos, opiniones y visiones, independientemente del grupo de pertenencia de cada miembro del equipo.

Diseñamos un plan a tres años, con foco en concientizar (2019), crear equipos diversos a través del liderazgo inclusivo (2020) y empoderar a esos equipos en D&I (2021). Así estamos logrando que nuestros colaboradores se sientan responsables y capaces de propiciar un ambiente inclusivo para todos.

Para apoyar los esfuerzo de la compañía en D&I, creamos la Gerencia de Diversidad e Inclusión de Vrio, dentro de Recursos Humanos.

LA DIVERSIDAD SUMA

Nuestra iniciativa internacional "La Diversidad Suma" promueve la igualdad y el desarrollo continuo de las mujeres, personas con discapacidades visibles o no, y comunidades LGBTQ+, celebrando nuestras identidades, la diversidad multicultural y generacional.

Estamos comprometidos a crear las condiciones necesarias para promover a nuestras talentosas mujeres y asegurar la disponibilidad de herramientas y recursos para personas con discapacidades, para apoyar el desempeño en igualdad de condiciones, crear conciencia y generar espacios de confianza y diálogo abierto con los miembros de nuestro equipo en toda la organización.

MUJERES LATAM: POR LA EQUIDAD DE GÉNERO

En el marco de la iniciativa regional Mujeres LATAM, generamos propuestas para patrocinar y acelerar sus carreras y, a la vez, asegurar su representación en el plantel y los espacios de liderazgo. Trabajamos sobre tres pilares:

► **Exposición.** Damos a las mujeres mayor visibilidad dentro de la compañía y fomentamos la búsqueda de oportunidades. Promovemos su protagonismo en reuniones de alta exposición, como los town halls y las management meetings, y también las alentamos a liderar proyectos regionales de alto impacto.

► **Experiencia.** Organizamos los foros Women Leadership, espacios pensados para que nuestras líderes

compartan su visión de carrera, desafíos y decisiones, y participen en paneles de debate sobre el desarrollo personal y profesional.

► **Educación.** Preparamos contenidos especiales, como videos, artículos y estudios relacionados con los retos que enfrentan en el ámbito laboral. Contamos con módulos de formación disponibles en Integra que buscan informar, sensibilizar y aportar contenidos sobre liderazgo femenino y el mercado de trabajo.

Mentoring Mujeres LATAM

A través del programa de mentoring Mujeres LATAM, buscamos fortalecer las habilidades de nuestras colaboradoras en cargos de liderazgo (gerentas y jefas), generar oportunidades de exposición y ampliar sus redes profesionales, al tiempo que potenciamos la dinámica organizacional y facilitamos una cultura de diversidad.

En 2019, la red de mentoring se amplió a todo Vrio y, por primera vez, alcanzó el nivel de jefas, a través de una metodología grupal y virtual, que permitió vincular a personas de diferentes países que se anotaron voluntariamente para participar.

Las temáticas analizadas fueron "Comunicación y relacionamiento"; "Características del liderazgo exitoso"; "Marca personal y exposición" y "Rol de la mujer en la empresa", entre otras.

Participaron un total de 134 mentees y 52 mentores de Vrio (incluyendo DIRECTV Latin America y SKY en Brasil). Se crearon 26 grupos, que tuvieron intercambios en tres idiomas: español, portugués e inglés.



PROMOVEMOS EL BIENESTAR DE NUESTRA GENTE

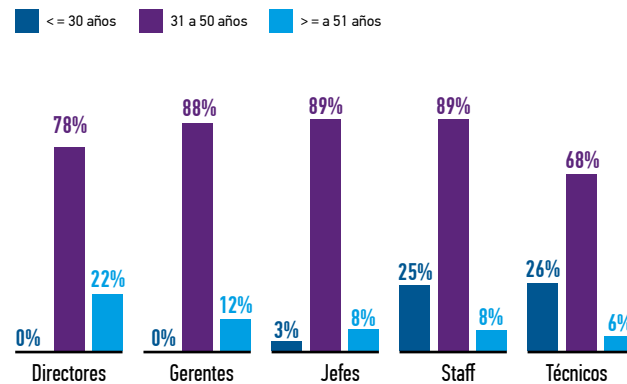
(GRI 405-1)

Nuestras políticas y prácticas contemplan la equidad de género y una cultura intergeneracional para mejorar las oportunidades de desarrollo de nuestra gente y facilitar el equilibrio entre la vida personal y profesional.

- » Programas de balance entre el trabajo y la vida personal.
- » Programas para disfrutar en familia.
- » Programas para el desarrollo profesional.
- » Programas de recreación y generación de experiencia de equipo.



Distribución por edad y categoría 2019



WOMEN LEADERSHIP

Promovemos espacios para potenciar las carreras de nuestras colaboradoras, con acciones de mentoring, capacitación y visibilidad, y búsqueda de oportunidades. También compartimos experiencias, buenas prácticas, eventos con referentes internacionales y aprendizajes, a nivel regional.

EQUIDAD EN LA REMUNERACIÓN

Definimos las escalas salariales en función del desempeño y las responsabilidades, y no consideramos otros factores, como el género. Las remuneraciones de DIRECTV se encuentran por encima de los salarios mínimos legales de la región para todas las categorías.

LÍDER EXTRAORDINARIO

El equilibrio entre la vida personal y profesional es necesario para motivar el dinamismo de nuestro equipo. Con esta visión, diseñamos nuestras iniciativas y acciones en base al Modelo de Líder Extraordinario, que nos impulsa a asegurar los valores que consideramos clave desde y hacia nuestros equipos.



BENEFICIOS

A través de los beneficios que ofrecemos promovemos la satisfacción de nuestros colaboradores, más allá del reconocimiento de su tarea y su retribución salarial. Los inspiramos a vivir experiencias y generar espacios personales de bienestar.

- › Reducción de jornada laboral posmaternidad.
- › Posibilidad de home office.
- › Licencia por emergencia familiar.
- › Licencia por cumpleaños.
- › Licencia por mudanza.
- › Día DIRECTV.
- › Cursos de grado y posgrado.
- › Seguro de vida y seguro médico.
- › Alimentación saludable en oficinas.
- › Pausa para gimnasia.
- › Convenios con gimnasios.

ENCUESTAS DE CLIMA

Nuestros colaboradores nos inspiran y movilizan a través de sus experiencias. Por eso, todos los años realizamos encuestas de clima interno para evaluar si nuestra gestión con los equipos de trabajo se percibe asociada a los valores que proponemos con el modelo de Líder Extraordinario.

LICENCIAS PARA MADRES Y PADRES

(GRI 401-3)

Brindamos a nuestros colaboradores condiciones flexibles para gozar de las licencias por maternidad y paternidad, que superan el marco legal de los países en los que estamos presentes.

Gracias a esta posibilidad, durante el período que reportamos casi la totalidad de las personas que se tomaron estas licencias regresaron a su término.

Durante el año 2019, la tasa de retención luego de 12 meses de regresar al trabajo tras una licencia, fue del 80% para nuestras colaboradoras y del 91% para nuestros colaboradores.

COLABORADORAS

Acceso a licencias por maternidad:

2018 | 159

2019 | 116

Reincorporaciones al finalizar las licencias:

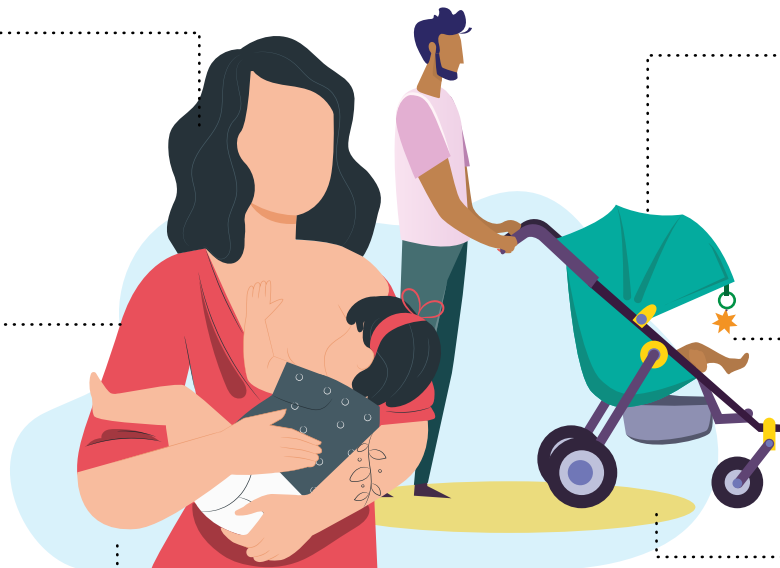
2018 | 148

2019 | 115

Tasa de regreso al trabajo:

2018 | 93%

2019 | 99,14%



COLABORADORES

Acceso a licencias por paternidad:

2018 | 152

2019 | 137

Reincorporaciones al finalizar las licencias:

2018 | 152

2019 | 137

Tasa de regreso al trabajo:

2018 | 100%

2019 | 100%

ACOMPAÑAMOS EL DESARROLLO

(GRI 404-1, 412-2)

Nuestro modelo de desarrollo se construye sobre el objetivo de generar experiencias únicas para los clientes y hacer propia la responsabilidad social corporativa. Lo implementamos a través de procesos, herramientas y planes de capacitación, que nos permiten acompañar a nuestro equipo en el logro de su plan de desempeño personal y promover los planes de carrera y permanencia de largo plazo.

Nos apoyamos en nuestra herramienta Integra, que nos permite registrar objetivos, evaluaciones, feedback cruzado, formación online y otra información de seguimiento de cada colaborador.

FORMACIÓN

Contamos con una variada oferta de formación online y presencial. Sabemos que facilitar el acceso a la capacitación ofrece igualdad de oportunidades de progreso, tanto para el crecimiento interno como para la empleabilidad en general.

A través de nuestra plataforma U DIRECTV, ofrecemos capacitaciones presenciales, digitales y blended, obligatorias y optativas. Dadas las necesidades y las competencias que requiere nuestro negocio, trazamos 4 rutas de formación y desarrollamos capacitaciones específicamente diseñadas.

En 2019 lanzamos iniciativas de entrenamiento virtuales para toda la región, generando oportunidades

de intercambio cultural. Todos los cursos poseen encuestas de satisfacción y evaluación de los contenidos de la capacitación.

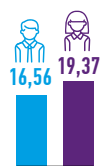
MENTORING Y LIDERAZGO

Generamos espacios de mentoring para que un especialista facilite recursos, habilidades, perspectivas, valores y competencias al colaborador participante. Impulsamos acciones de capacitación para el desarrollo de competencias y habilidades, así como programas de desarrollo de líderes (PDL) para determinadas posiciones.

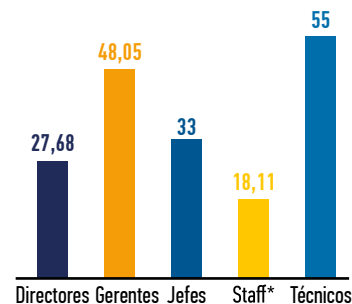
VALOR ESTRATÉGICO

Para nuestro equipo estratégico, promovemos la formación en temas de ventas e instalaciones. También desarrollamos DIRECTV Talks, para abordar una diversidad de temas transversales y promover su inspiración y motivación integral.

Media de horas de formación de los empleados por género



Media de horas de formación de los empleados por categoría laboral



*En particular, los vendedores de DIRECTV alcanzaron una media de 55 horas de capacitación en el año.

- Plataforma online disponible 24hs con amplio contenido audiovisual teórico- práctico.
- Formación presencial transversal dentro de la empresa.
- Plataforma de idiomas para todos los niveles y cargos.

En 2019 superamos las 4.800 horas de formación en políticas sobre derechos humanos y diversidad. En el próximo ejercicio esperamos implementar capacitaciones que aborden temáticas específicas, como acoso laboral y no represalias.

En 2019 promediamos 17,74 horas de formación.



EVALUAMOS EL DESEMPEÑO

(GRI 404-3)

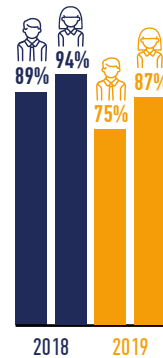
Porque queremos seguir creando las mejores historias, buscamos y proponemos desafíos a nuestros equipos. Implementamos revisiones anuales para analizar su desempeño y potencial, detectar las necesidades de desarrollo y las posibilidades para convertirse en sucesores de cargos críticos y talento clave.

Consolidamos el My Development Plan de cada colaborador en forma estandarizada dentro de nuestra plataforma Integra. Promovemos el dinamismo y la búsqueda de desafíos a través de posibilidades de movilidad locales e internacionales. Contamos con plataformas online de job postings para acceder a puestos vacantes regionales, priorizando la generación del talento dentro de la organización.

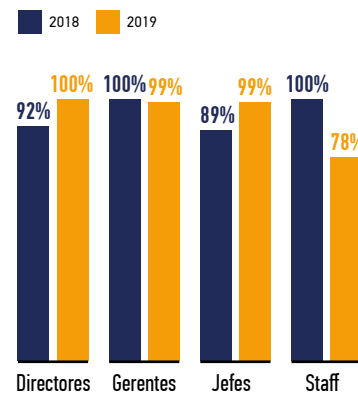
También brindamos oportunidades para asumir desafíos en otras culturas, a través de políticas de traslados internacionales, que contemplan las condiciones y prestaciones tanto para el colaborador como para su familia, disponibles a partir de niveles gerenciales.



Empleados que recibieron una evaluación de desempeño por género



Empleados que recibieron una evaluación de desempeño por categoría*



*No aplica para la categoría Técnicos.

Reconocemos el desempeño destacado de nuestros equipos, porque sabemos que nos permite alcanzar las expectativas de nuestros clientes. Junto al orgullo de pertenencia, la actitud y el compromiso, tenemos diversas instancias para resaltarlo:

- » Café con mérito
- » Sorpresa!
- » Luz, cámara, entrevista
- » Protagonistas

MANTENEMOS UNA BUENA CONEXIÓN

Una comunicación transversal y fluida nos permite vivir la experiencia de ser parte del equipo de DIRECTV. Actualmente, promovemos la utilización de la plataforma online SINCRO, disponible además en dispositivos móviles. Nuestros colaboradores también tienen a su disposición canales de comunicación para la gestión de reclamos: habilitamos mecanismos a través de agentes autorizados, personal directo de Recursos Humanos y líneas externas.

CUIDAMOS LA SALUD Y LA SEGURIDAD DE NUESTROS COLABORADORES

(GRI 403-9)

En DIRECTV procuramos que toda la organización conozca nuestra política de salud y seguridad ocupacional, a fin de integrar sus pautas a cada una de nuestras actividades. Alineamos la planificación anual con los objetivos del negocio. Promovemos una cultura de prevención y autocuidado, a través de estructuras internas colaborativas y programas de formación y entrenamiento para evitar riesgos derivados del trabajo y fortalecer la seguridad en todas nuestras tareas.

Durante el año 2019 no tuvimos fatalidades. Registramos 5 lesiones derivadas de accidentes laborales, consistentes en traumatismos, golpes, aplastamientos y daños musculares. Esto significa que logramos bajar la tasa de lesiones con grandes consecuencias en un 71%.



	AÑO 2018	AÑO 2019
Fallecimientos por lesión de accidente laboral	0	0
Accidentes laborales con grandes consecuencias	10 Tasa 2,3	5 Tasa 0,67
Accidentes laborales registrable	334 Tasa 28	242 Tasa 20,8
Horas trabajadas	12.680.312	11.629.569



ASEGURAMOS LA INTEGRIDAD DE NUESTROS NEGOCIOS

(GRI 102-18, 102-22, 102-23, 205-2, 405-1)

El desarrollo profesional de nuestros colaboradores se fomenta en el marco de una cultura organizacional de ética e integridad. Nuestro Gobierno Corporativo cuenta con políticas que determinan las conductas esperadas, destacan nuestros valores y comparten buenas prácticas de honestidad, responsabilidad e integridad en el trabajo.

Sobre esta base, formamos líderes que nos permiten definir estrategias y evaluar su implementación, tomando en consideración las expectativas de nuestros grupos de interés. A su vez, construimos equipos que dan soporte a los lineamientos establecidos por los órganos de gobierno.

Órgano de Gobierno DIRECTV Latin America 2019

Michael Bowling Presidente de DIRECTV Latin America	
Eric Simpson VP-Care & Digital Transformation	Maximiliano Kassai Chief Operations Officer
Nadine Pavlovsky Chief Marketing & Strategy Officer	María Luján Casanovas CFO – VP Administración y Finanzas
Marcelo Grant VP Recursos Humanos	Ángel Melguizo VP Asuntos Públicos
Gonzalo Estarli VP IT	Juan Sola AVP OTT
Lina Enriquez Caicedo Dir. Senior de Legales	Nicolás Albistur VP Programación y Contenido

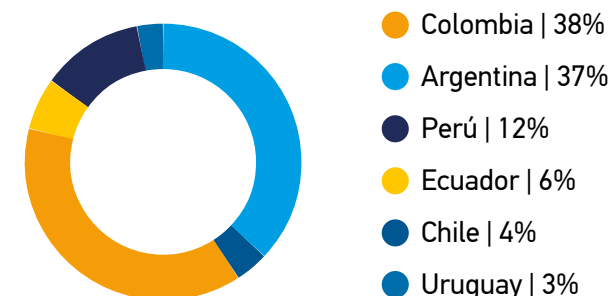
Michael Bowling es el presidente de DIRECTV Latin America. Como líder de la región coordina los equipos de Argentina, Chile, Uruguay, Perú, Ecuador, Colombia y Venezuela¹⁶. Michael es reportero de Melissa Arnoldi, Chief Executive Officer de Vrio Corp., quien es nexa con AT&T. Cada país tiene su estructura de gobernanza y sus propios reportes.

Nuestro gobierno lidera las estrategias y definiciones macro del negocio, incluidos los lineamientos de sustentabilidad y responsabilidad social corporativa.

En 2019 realizamos capacitaciones vinculadas a prevención del fraude y anti corrupción, superando los 1.200 participantes estratégicos en la región.

¹⁶ DIRECTV Latin America dejó de operar en Venezuela en mayo de 2020.

Total de horas de capacitación en anticorrupción distribuidas por país



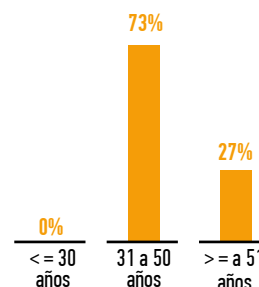
El 73% de los miembros del órgano de gobierno de DIRECTV Latin America participó de las actividades de capacitación anticorrupción*.

*Mientras que al 18% de los miembros del órgano de gobierno no le aplica esta capacitación.

Composición del órgano de gobierno por género



Composición del órgano de gobierno por franja etárea



Antigüedad de los miembros en el órgano de gobierno



#GobiernoCorporativo

LOS VALORES QUE NOS INSPIRAN

(GRI 205-1, 205-2, 205-3)

Promovemos ambientes de trabajo íntegros y éticos, a través de comunicaciones periódicas y capacitaciones presenciales y online, que refuerzan los valores y principios de nuestro Código de Conducta y los lineamientos que define Vrio Corp.

Nuestras políticas y procedimientos están disponibles en la base Integra y además son comunicados al órgano de gobierno y a todos los colaboradores, con la obligatoriedad de una revisión anual y el seguimiento de líderes y miembros de la alta dirección.

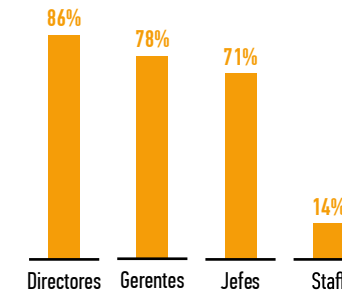
Durante 2018 y 2019 fueron comunicados la totalidad de los miembros de los órganos de gobierno sobre las políticas, procedimientos anticorrupción y Código de Ética. En el mismo período, el 100% de nuestros colaboradores fueron comunicados acerca de los valores y prácticas éticas.

En el marco de la ley de prácticas anticorrupción fuera de los Estados Unidos, auditamos en forma anual todas nuestras operaciones respecto de los riesgos de corrupción y soborno. Durante 2018 y 2019 evaluamos el 100% de nuestra organización en Latinoamérica, sin hallazgos significativos.

Para comunicar dudas o realizar denuncias, todos nuestros colaboradores disponen de canales específicos y líneas directas de EthicsPoint.

También integramos a nuestros proveedores en la implementación de prácticas éticas e íntegras de negocio, incluyendo en los pedidos de compra cláusulas referentes al Código de Conducta y Ética: indicamos su adhesión y aceptación, y facilitamos los medios de contacto para comunicar situaciones incompatibles con nuestros valores. En este sentido, todos los años realizamos una evaluación de nuestros proveedores con carácter Due Diligence.

Colaboradores capacitados según categoría laboral



En 2019 no existieron casos de corrupción confirmados.



#Ética #Valores

CÓDIGO DE ÉTICA DE DIRECTV

Por la estructura de nuestra organización, adherimos al Código de Ética de AT&T, que promueve herra-

mientas de consulta y denuncia online para tomar decisiones que nos beneficien a todos.

Compromiso con la honestidad y entre nosotros

Honestos e íntegros en la actuación | Respeto en el trato, rechazo a la intimidación, discriminación y acoso en el trabajo | Seguridad y protección en el trabajo.

Compromiso con las comunidades

Apoyo a las comunidades | Apoyo a la política pública | Comunicación honesta | Responsabilidad sobre el medio ambiente.

Compromiso con los clientes

Ética en las ventas | Cumplimiento de reglamentos pertinentes para clientes gubernamentales | Protección de la privacidad de las comunicaciones del cliente | Protección de la información de los clientes.

Compromiso con la empresa y los accionistas

Respeto a la normativa y a los reglamentos aplicables | Coherencia en los mercados | Protección de los activos físicos y la propiedad intelectual | Adecuada administración de registros e información | Comunicación electrónica responsable | Resolución de conflictos de interés | Negocios con proveedores éticos.

Compromiso con el Código

Respeto y aplicación del Código | Colaboración en las investigaciones | Conocimiento de las responsabilidades y derechos.

Compromiso con otros

Integridad de informes financieros y registros comerciales | No participación en el tráfico de información confidencial o privilegiada | Competencia justa y cumplimiento de leyes antimonopolio | No realización de pagos indebidos.





RSE

Cómo transformamos
comunidades

Cómo transformamos comunidades

EN DIRECTV ESTAMOS COMPROMETIDOS CON EL DESARROLLO DE LAS COMUNIDADES DONDE OPERAMOS.

Aportamos tiempo y recursos para ayudar a transformar realidades vulnerables, trabajando en alianza con diferentes organizaciones sociales.

GENERAMOS CAMBIOS POSITIVOS

(GRI 103-1, 103-2, 103-3, 203-2)

Generación DIRECTV es nuestra iniciativa regional de responsabilidad social, donde buscamos ser un agente de cambio social. Aportamos nuestra tecnología, servicios, recursos, y -lo más valioso- nuestros colaboradores, que donan horas de dedicación. Se trata de una experiencia que contribuye en un doble sentido: mientras transformamos realidades vulnerables, nuestros voluntarios se benefician con el ejercicio de capacidades internas y un mayor relacionamiento con otras personas.

PIEDRA, PAPEL, TIJERA: ¡GANAMOS TODOS!

Este programa de voluntariado hermana a colaboradores de DIRECTV de toda la región. Ellos aportan tiempo y trabajo para equipar y mejorar las instalaciones de organizaciones sociales y educativas que impactan en la calidad de vida de comunidades vulnerables.

En sus 10 años de vigencia, el programa se ha hecho cada vez más fuerte sumando historias de mejoras en hogares, escuelas y orfanatos de la región, que pueden verse en una serie documental por OnDIRECTV.

AÑO 2019

10 países de
Latinoamérica

29 iniciativas

1.465 voluntarios

13.695 horas de
voluntariado



PIEDRA, PAPEL, TIJERA EN DIRECTV LATIN AMERICA

#CorazónProfundo

Voluntarios de toda la región en Santa Marta. A través de la fundación del cantante colombiano Carlos Vives, Tras la Perla, el Ministerio de Educación Nacional, y con el apoyo de LATAM Airlines, 150 voluntarios de 10 países de Latinoamérica construyeron la ludoteca NAVES, instalaron un Aula Escuela+ en el barrio Pescaíto y dictaron una capacitación a 85 sedes educativas, junto a suscriptores y 20 periodistas e influencers, para ayudar a los niños de Santa Marta, Colombia.

La construcción de “La Casa de los Pescaítos”, como se conoce a la ludoteca en el barrio, involucró 3 días de voluntariado y beneficia de manera directa a 1.200 niños y adolescentes, y a 17.000 miembros de la comunidad.



#ArribaPuertoRico

Voluntarios de toda la región en Loíza, Puerto Rico. Junto a Fundación Ricky Martin, AT&T, SKY y nuestros aliados estratégicos, Fundación Puerto Rico y Hyatt Home + Hyatt Place, realizamos tareas de limpieza, eliminación de escombros, replantación de árboles, y construcción de casas para las familias damnificadas por los huracanes Irma y María (2017), en el municipio de Loíza, Puerto Rico.

Esta acción incluyó la participación de más de 100 voluntarios de 11 países, entre los que incluimos colaboradores de SKY Brasil, Directv Latin America, AT&T México y AT&T US. Entre todos sumamos 1.962 horas de voluntariado y beneficiamos directamente a 9 familias.

AÑO 2009- 2019



12 países de Latinoamérica 14.884 voluntarios

283 iniciativas 129.161 horas de voluntariado

PROMOVEMOS A JÓVENES TALENTOS DEL CINE LATINOAMERICANO

A través de FACIUNI Becas, desde el año 2013 impulsamos a jóvenes talentos y fomentamos el crecimiento de la industria cinematográfica en la región latinoamericana, creando oportunidades para los estudiantes de cine a nivel local e internacional. Por un lado, el director del cortometraje ganador en cada país y su universidad de cine reciben un premio de UD\$ 5.000 cada uno. Luego, los ganadores nacionales compiten entre sí por el gran premio de la iniciativa que es participar del programa de Verano de Warner Brothers en la Escuela de Artes Cinematográficas de la USC, en Estados Unidos.

2013-2019

- Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, Perú, Puerto Rico, Uruguay y Estados Unidos, participaron del programa.
- 58 ganadores locales.
- 19 ganadores internacionales.
- 200 universidades alcanzadas por año, aproximadamente.
- 2.859 cortometrajes recibidos.
- US\$ 890.000 de inversión en becas.

FACIUNI
B E C A S

#FACIUNIDIRECTV

FACIUNI (Festival Académico de Cine Universitario)

El Festival es una plataforma creada en 2016 para exhibir los 3 mejores cortometrajes de cada país participante del concurso de becas. En este marco, estudiantes, profesores y personas latinoamericanas influyentes del cine comparten sus historias y su experiencia en Hollywood, brindan consejos y responden a preguntas del público presente y de la audiencia de las 8 universidades que albergan FACIUNI y que se conectan a través de una plataforma de transmisión en vivo.

2013-2019

- Audiencias en vivo en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, Perú, Puerto Rico y Uruguay.
- 16 países de transmisión, incluidos España, México, Alemania y Estados Unidos.
- Una audiencia de 5.000 personas en vivo y 62.000 vistas en línea.
- Participaron Ciro Guerra, Juan José Campanella, Pablo Larraín, Sebastián Lelio, Gabriel Osorio, Santiago Paladines, Tizuka Yamasaki, Miguel Salazar y Axel Kuschevatzky, entre otras personalidades del cine.

Mirá los testimonios de los ganadores 2019



TELEVISIÓN + EDUCACIÓN (IP1, IP2)

A través de Escuela+ utilizamos la pantalla como herramienta educativa. Este programa regional nos permite contribuir a la reducción de la brecha social y tecnológica en Latinoamérica, y enriquecer el contenido curricular de las escuelas primarias y secundarias.

El servicio cuenta con tecnología satelital y se instala en establecimientos educativos de América Latina, alcanzando zonas rurales y lugares extremos, como la Base Esperanza, en la Antártida. Transmitimos contenidos audiovisuales educativos de nuestros socios Discovery at School, National Geographic, Take Off Media, Disney y Torneos.

También emitimos contenido exclusivo del canal School+, en colaboración con la NBA, Fórmula 1 y Fundación Barcelona, donde se utilizan diferentes elementos o prácticas de deportes para explicar algún concepto de las disciplinas científicas que forman parte del programa educativo. Desde 2017 existe la aplicación School+, para que los maestros puedan planificar sus clases dondequiera que estén y compartir contenido con otros colegas latinoamericanos.

Para el seguimiento de Escuela+ contamos con una línea telefónica gratuita y exclusiva que recepciona consultas e inconvenientes técnicos, en cada uno de los países donde se implementa, siendo el primer 0800 de un programa de responsabilidad social en todo el mundo. Además, a través de la iniciativa Patrocinadores+ nuestros empleados pueden contactarse con las Escuelas+ y monitorear la implementación, lo que contribuye a que la responsabilidad social sea percibida como una acción permanente.

ESCUELA +

#ESCUELAPLUS

CONGRESO ESCUELA PLUS PARA TODA LATINOAMÉRICA

En octubre de 2019, junto a la Secretaría de Educación de la Ciudad de Medellín (declarada por la ONU Ciudad del Aprendizaje), se realizó la tercera edición del Congreso Escuela Plus. Más de 700 personas entre colaboradores y aliados se hicieron presentes para debatir sobre la transformación digital en el aula junto a especialistas internacionales, docentes y otros actores destacados. Aquellos colaboradores que no pudieron asistir, tuvieron la posibilidad de conectarse desde su PC o celular y participar en forma remota.

9 países de
Latinoamérica

9.300 escuelas
conectadas

+150.000 profesores con
acceso a contenidos
educativos

2,3 millones de estudiantes
beneficiados



DAMOS VOZ A LAS FUNDACIONES LATINOAMERICANAS

The Forum es un programa de responsabilidad social de Generación DIRECTV que le da voz a las fundaciones latinoamericanas para que cuenten sus historias.

Donamos segundos de aire y de espacios publicitarios en nuestros canales exclusivos OnDIRECTV y DIRECTV Sports, y plataformas de comunicación, donde difundimos spots que comunican el trabajo de las organizaciones participantes. Además, cada año premiamos a las tres fundaciones más votadas por nuestros usuarios, con contribuciones de US\$ 15.000, US\$ 10.000 o US\$ 5.000.



#THEFORUMDIRECTV

A lo largo de 5 temporadas amplificamos la voz de las fundaciones latinoamericanas:

Llegamos a
10
millones de
hogares en
la región.

Alcanzamos a
40
millones de
personas.

Donamos
1.105.000
segundos on air
a organizaciones
sociales.

1° PREMIO
Fundación Calasanz (Colombia)

2° PREMIO
Aldeas Infantiles (Venezuela)

3° PREMIO
Proyecto Positivamente (Venezuela)

Estas son las historias
que se destacaron
en 2019





PROVEEDORES

Cómo sumamos valor

Cómo sumamos valor

(GRI 102-9)

PARA LLEVAR A LOS HOGARES LAS MEJORES HISTORIAS, TRABAJAMOS JUNTO A PROVEEDORES DE INSUMOS Y SERVICIOS, AGENTES COMERCIALES E INSTALADORES.

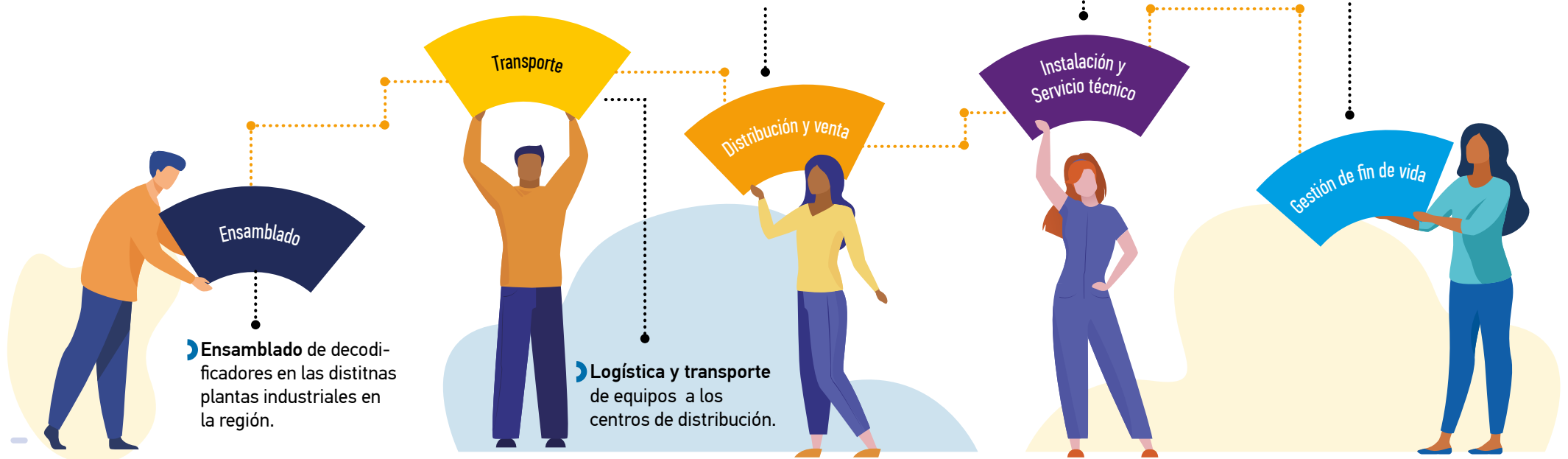
Buscamos empresas que compartan valores clave para DIRECTV, como la honestidad, la integridad, el trato justo y la libre competencia. Así formamos una cadena de valor que se articula sobre la base del compromiso con la calidad y ética de las operaciones.

Gestionamos sustentablemente nuestra cadena de valor, trabajando con una amplia y compleja red de proveedores, basados en políticas de sustentabilidad que guían nuestro desarrollo.

- **Pospago:** distribución a bases operativas y/o minoristas de grandes cadenas.
- **Prepago:** distribución a minoristas de grandes cadenas, agentes comunales, agentes de venta o viajantes encargados de retirar los equipos Prepagos y realizar las ventas a los clientes en aquellos lugares en los que resulta difícil acceder a través de la red de comercialización.

- **Instalación y servicio técnico** en hogares a cargo de técnicos especializados. En el caso del Prepago, el cliente puede comprar directamente el decodificador en los comercios e instalarlo en su propia casa.

- **Recuperamos** los decodificadores que ya no son requeridos por nuestros clientes, para su reacondicionamiento y reutilización en la cadena de valor o el reciclado de sus materiales a través de proveedores debidamente habilitados.



OFRECEMOS LOS MEJORES CONTENIDOS

Compramos y coproducimos contenidos con los que buscamos sorprender al cliente y mantener nuestro liderazgo regional. A través de investigaciones de mercado, identificamos los géneros y formatos más relevantes, por grados de interés y nichos. Así, ofrecemos una programación que se destaca por su amplia gama de alternativas, entre noticias, series, películas, deportes, agraria, infantiles, música, cultura y documentales.

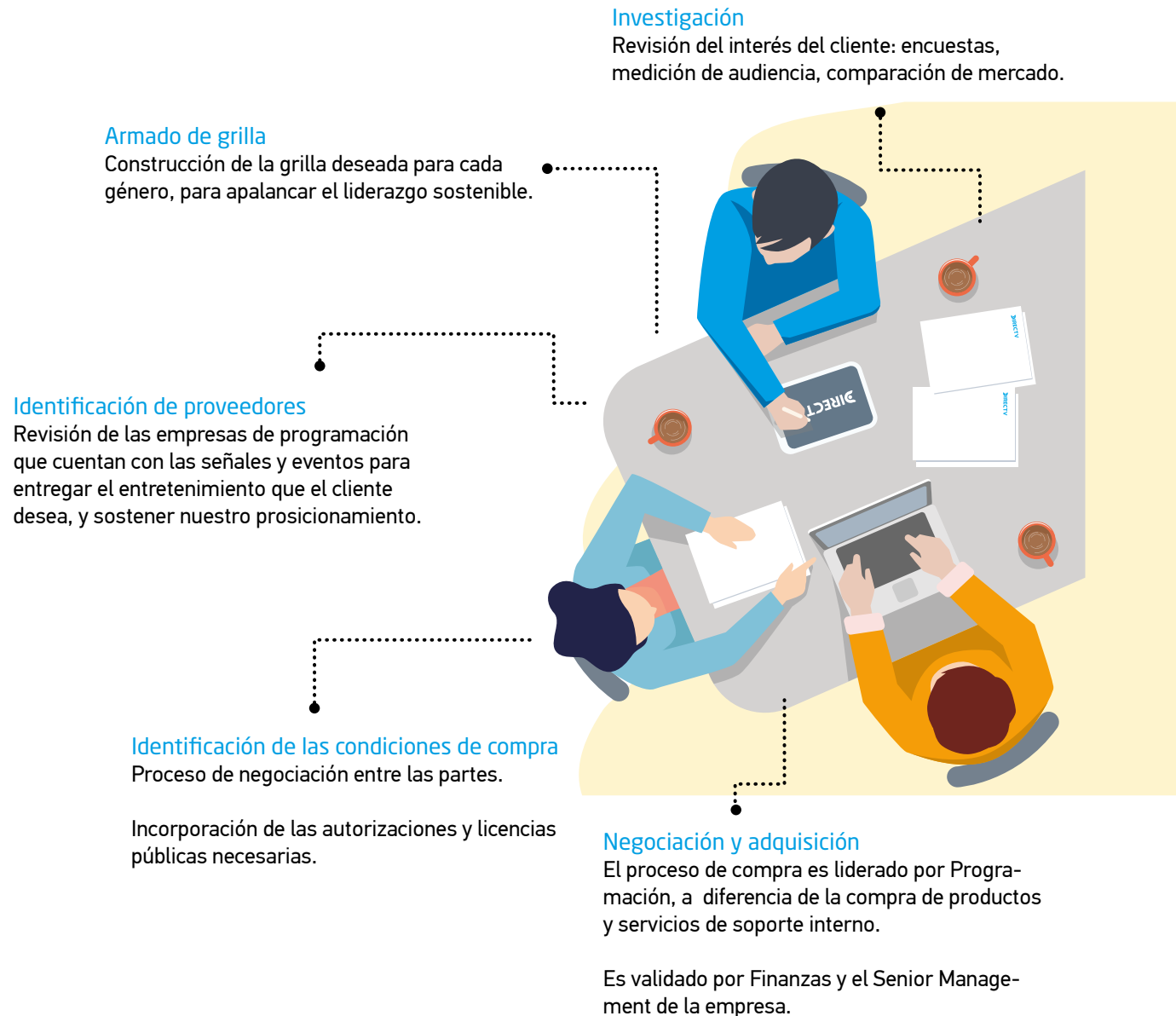
La compra de señales y derechos a las principales empresas programadoras se realiza a través del área de Programación.

LÍDERES EN PROGRAMACIÓN DEPORTIVA

En las encuestas de satisfacción y valoración nuestros clientes destacan la programación deportiva de DIRECTV Sports y OnDIRECTV, como así también los contenidos aportados por el resto de las señales.

En 2019 gestionamos con la CONMEBOL los derechos de la Copa Sudamericana, el segundo torneo de fútbol más importante de Latinoamérica. Junto a Torneos y Competencias continuamos adquiriendo y coproduciendo contenidos para nuestro canal de deportes exclusivo DIRECTV Sports, con programación 24/7 y 6 horas diarias en vivo. Además, coproducimos con The Mediapro Studio la segunda temporada de la serie "Todo por el juego", emitida por OnDIRECTV.

Asimismo, en Argentina coproducimos películas de cine que emitimos en OnDIRECTV y también son distribuidas para distintas señales de televisión paga.



GENERAMOS REDES

(GRI 204-1)

Por la característica de nuestro servicio, articulamos con distintos tipos de proveedores. Brindar la mejor experiencia a nuestros clientes requiere de aportes técnicos, comerciales, de contenido y de logística y transporte, que son gestionados a nivel regional y local.

➤ **Proveedores de productos** para la operación, como decodificadores, antenas, materiales para la instalación y servicios de logística. Actualmente trabajamos con 12 empresas, de las cuales 10 se localizan en Asia y 2, en Argentina.

➤ **Proveedores de programación**, o de las señales de televisión que ofrecemos (extranjeros y locales).

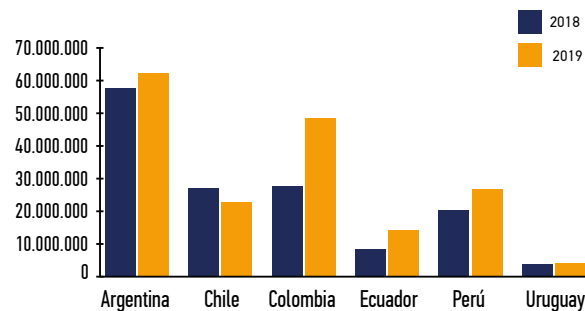
➤ **Proveedores de soporte interno**, o intercompany, que son todas aquellas compras que realizamos entre compañías locales de DIRECTV para proyectos de inversión, mantenimiento de sistemas o call center. Por ejemplo, en DIRECTV Uruguay adquirimos nuestro call center a través de DIRECTV Argentina.

➤ **Otros proveedores**, generalmente locales, a los que recurrimos con un fin doméstico, como puede ser la compra de artículos de papelería para nuestras oficinas.

Los proveedores de productos para la operación se gestionan a nivel regional y el resto, a nivel local.

En 2019 el gasto en proveedores locales alcanzó el 4,15%, un 0,18% más que en 2018.

Gasto en proveedores (US\$)*



*La información presentada no incluye datos de Venezuela.

ACTUALIZAMOS NUESTRA POLÍTICA REGIONAL DE COMPRAS

(GRI 103-1, 103-2, 103-3)

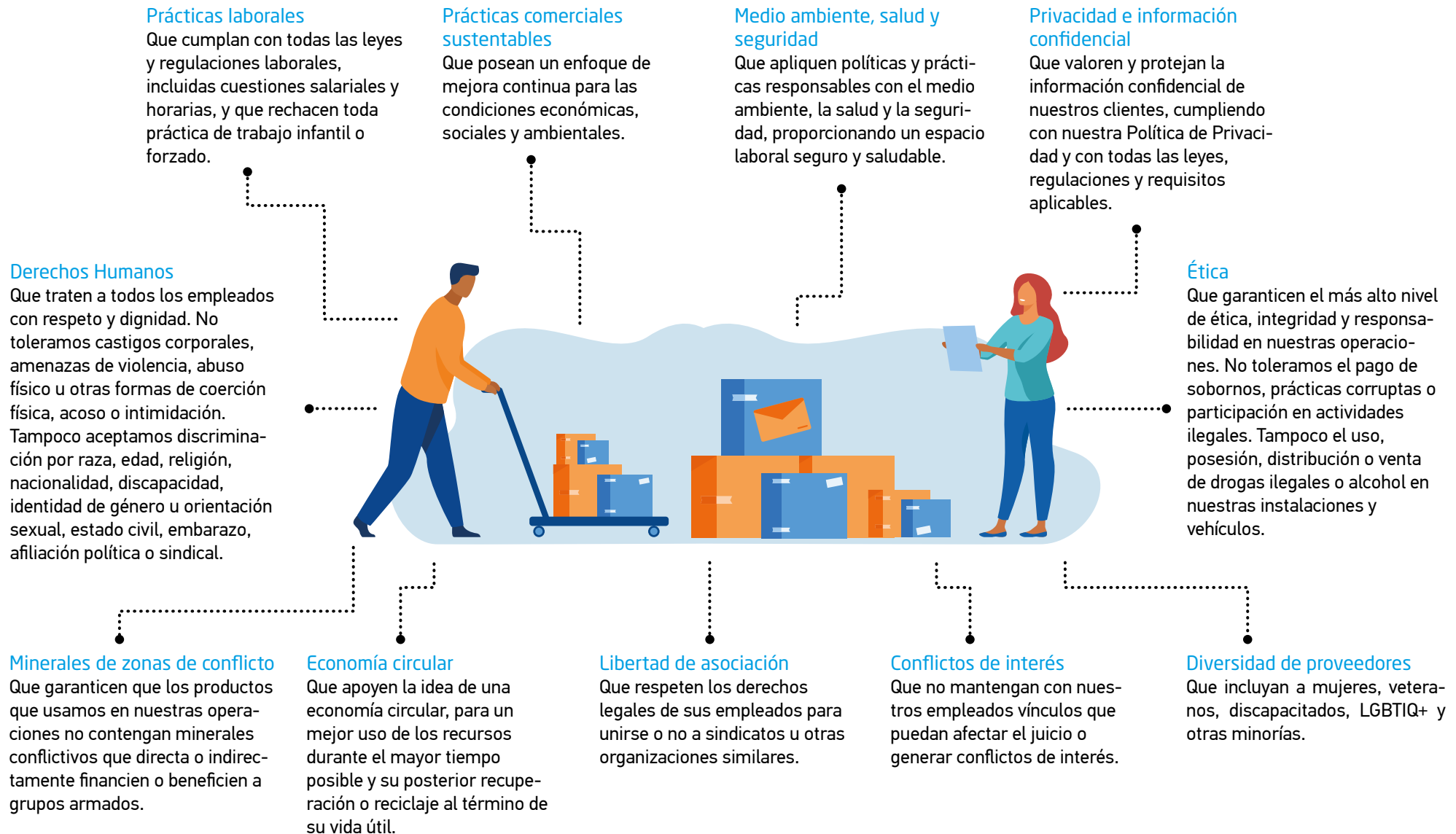
En 2019 actualizamos nuestra política regional de compras, en el marco de un continuo proceso de mejora que nos permite asegurar la transparencia de las prácticas de adquisición y la relación costo-eficiencia en la compra de bienes y servicios.

Esta política nos permite establecer criterios para la selección, contratación y compra de bienes y servicios. Sus principales lineamientos definen las actividades que alcanza, los roles y responsabilidades de las áreas involucradas, las pautas generales de compras, la gestión de proveedores y los términos de pago.

PRINCIPIOS DE CONDUCTA DE PROVEEDORES

En línea con las políticas y normas de AT&T, operamos con el más alto nivel de integridad y ética, enfocándonos en la responsabilidad social y la sostenibilidad. Por eso consideramos que nuestros proveedores -y sus abastecedores- deben ser parte de este enfoque, cumpliendo con todas las leyes y regulaciones nacionales y extranjeras aplicables a nuestros principios de conducta.

¿QUÉ ESPERAMOS DE NUESTROS PROVEEDORES?



SELECCIONAMOS Y EVALUAMOS A PROVEEDORES DE MATERIALES PRODUCTIVOS

(GRI 414-1, 4014-2)

Nuestro equipo de Supply Chain y Procurement es el encargado de los procesos de búsqueda, selección y adjudicación de nuevos proveedores para la compra de materiales productivos. También se encuentra a cargo de evaluar el desempeño de aquellos proveedores que ya son parte de nuestros socios comerciales.

A partir de 2018 este proceso de evaluación incorporó criterios sociales a las cuestiones regulatorias, administrativas, financieras y ambientales ya requeridas. Entre los tópicos analizados se incluyen: normas y/o recomendaciones de la Organización Internacional del Trabajo, estándares ISO 14001, ISO 9001, entre otras. Desde la renovación del proceso, evaluamos a 9 de nuestros 12 proveedores.

Durante 2019 sumamos a dos nuevos proveedores a este proceso, por lo que ya evaluamos un número de empresas que concentra el 90% de nuestras compras de materiales.





AMBIENTE

Cómo preservamos

Cómo preservamos

(GRI 103-1, 103-2, 103-3)

EN DIRECTV ESTAMOS COMPROMETIDOS CON EL CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE.

Trabajamos con nuestra cadena de valor para mitigar nuestro impacto en el cambio climático, reduciendo el consumo de energía y emisiones de GEIs en todas las operaciones. Gestionamos en forma sustentable el ciclo de vida de nuestros productos para minimizar residuos.

Sabemos que el cambio climático es uno de los mayores desafíos del desarrollo sostenible de los últimos años. La quema de combustibles fósiles es responsable en gran medida de la emisión de gases de efecto invernadero (GEIs) y del calentamiento global.

Por eso, creemos que todos tenemos que ser protagonistas en la tarea de reducir el impacto de nuestras actividades sobre el medio ambiente. En este sentido, nuestro enfoque de gestión contempla e involucra a todos los integrantes de nuestra cadena de valor, incluidos nuestros clientes de toda la región.

MEJORAMOS EL USO DE LA ENERGÍA

(GRI 302-1, 302-2, 302-4, 302-5)

CONSUMO DE ENERGÍA INTERNA

Monitoreamos nuestros consumos de energía eléctrica y combustibles fósiles a lo largo de todas nuestras operaciones, tanto en nuestros centros de transmisión y oficinas, como en nuestros vehículos.

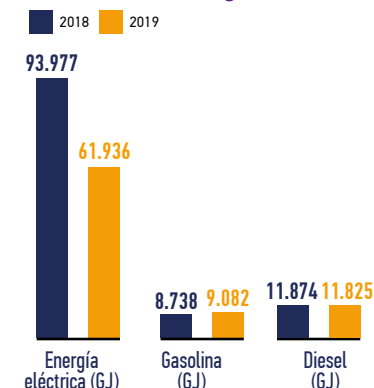
Consumo interno de energía no renovable	AÑO 2018	AÑO 2019	Evaluación interanual
Energía eléctrica (kWh)	26.104.824	17.204.524	-34%
Gasolina (litros)	255.008	265.040	4%
Diesel (litros)	328.743	327.374	< -1%

La reducción en el consumo interno de energía, fundamentalmente en el consumo de energía eléctrica, se debe principalmente a modificaciones y reestructuraciones en diferentes instalaciones de la región.

El consumo energético total de la organización en 2019 fue

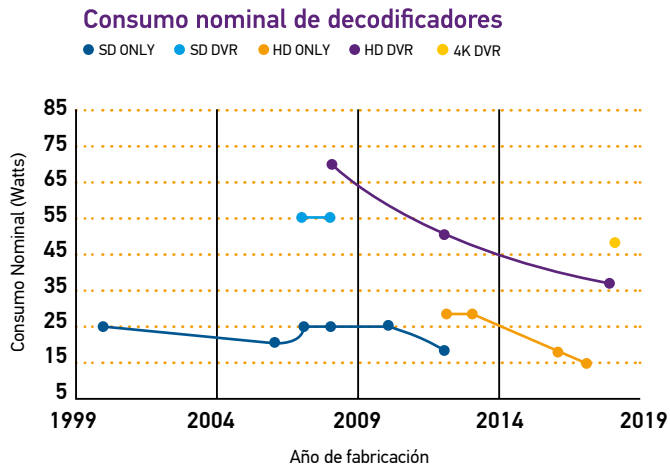
28%
menor que en 2018.

Consumo de energía interna



CONSUMO DE ENERGÍA EXTERNA

Asumimos el compromiso de trabajar para reducir el consumo de energía de nuestros clientes por la utilización de nuestros servicios. La innovación tecnológica nos permite contar con componentes más reducidos, sofisticados y eficientes en el uso de energía eléctrica.



¹⁴ En este momento, DIRECTV no cuenta con un procedimiento para el pasaje de los viajes de empleados (km) a GJ. Al igual que el resto de la operación regional, seguimos los lineamientos de DIRECTV Estados Unidos, que no recopila la información en GJ.



Consumo de energía externa

Consumo de energía de los "decos" (kWh)

AÑO 2018	AÑO 2019	Evaluación interanual
1.341.137.763	1.418.024.736	6%

Asimismo, observamos el consumo de energía generado por los viajes en avión de nuestros empleados.



Consumo externo de energía

Viajes de empleados en avión (km²)¹⁴

AÑO 2018	AÑO 2019	Evaluación interanual
10.835.470	8.766.671	-19%

Consumo total electricidad decodificadores (GJ)

■ 2018 ■ 2019



REDUCIMOS NUESTRA HUELLA DE CARBONO¹⁶

(GRI 305-1, 305-2, 305-3, 305-5)

Porque estamos comprometidos a reducir nuestras emisiones de GEIs, tanto aquellas producidas en nuestras instalaciones y vehículos, como las generadas como consecuencia de nuestras actividades y servicios, medimos nuestra huella de carbono en forma ininterrumpida desde el año 2012.

EMISIONES DE ALCANCE 1 Y 2

Las emisiones de alcance 1 incluyen el consumo de combustibles y refrigerantes, tanto en nuestras instalaciones como en nuestros vehículos. Por su parte las emisiones de alcance 2 son generadas por el consumo de energía eléctrica en nuestras instalaciones.

EMISIONES DE ALCANCE 3¹⁷

Las emisiones de alcance 3 se producen por el consumo de combustible durante los viajes en avión de nuestros colaboradores por motivos laborales.

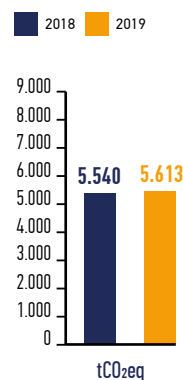
¹⁶Se incluyen en nuestros consumos energéticos y nuestra huella de carbono las emisiones asociadas a Telecenter Colombia, empresa subsidiaria de DIRECTV Colombia, fuera del alcance del presente reporte. | ¹⁷ No se incluyen datos de las emisiones de los técnicos tercerizados ni de la logística, debido a la dificultad técnica que implica conseguir la información completa y precisa de estos impactos indirectos. De todos modos, hemos realizado acercamientos con nuestros proveedores para intentar llegar a estimaciones satisfactorias. Seguimos trabajando al respecto.



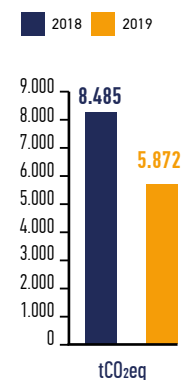
Emisiones por alcance (tCO₂eq)

	AÑO 2018	AÑO 2019	Variación interanual (%)
Emisiones directas (alcance 1)	5.540	5.613	1%
Emisiones indirectas por generación de energía eléctrica (alcance 2)	8.485	5.872	-31%
Otras emisiones indirectas (alcance 3)	432.211	454.553	5%

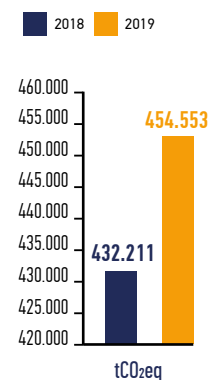
Emisiones de alcance 1 (tCO₂eq)



Emisiones de alcance 2 (tCO₂eq)



Emisiones de alcance 3 (tCO₂eq)



GESTIONAMOS SUSTENTABLEMENTE LOS "DECOS"

(IP6)

Somos responsables de punta a punta. En DIRECTV gestionamos en forma sustentable nuestros productos, incluso después de su tiempo de uso. Nos proponemos mantener los recursos durante el mayor tiempo posible, reducir al mínimo la generación de residuos y promover el desarrollo de una economía circular.

En este marco gestionamos el fin de vida de nuestros decodificadores. Una vez recuperados los equipos que ya no son requeridos por nuestros clientes -debido a fallas, cambio de tecnología, actualizaciones o bajas-, procedemos a su reacondicionamiento y reutilización, o su reciclado a través de proveedores debidamente habilitados.



Recupero y reacondicionamiento de decodificadores*

AÑO
2019**

Decodificadores disponibles para recuperar	1.855.835
Decodificadores recuperados	932.199
Decodificadores reacondicionados	838.877
Decodificadores reciclados	432.281

* No se incluyen datos de DIRECTV Venezuela.

** Los valores para 2018 no se encuentran disponibles.

Reacondicionamos el 45% de los decodificadores recuperados, y reciclamos el 23% a través de proveedores debidamente habilitados.



INNOVACIÓN

Cómo evolucionamos
con tecnología

Cómo evolucionamos con tecnología

(GRI 103-1, 103-2, 103-3)

LA TECNOLOGÍA NOS ACERCA Y POR ESO CONTINUAMOS TRABAJANDO EN LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE NUESTROS PROCESOS Y SERVICIOS: QUEREMOS BRINDAR LA MEJOR EXPERIENCIA A LOS USUARIOS DE TODA LA REGIÓN.

La industria del entretenimiento se reconvierte constantemente a partir de nuevas tecnologías y cambios en los hábitos de consumo. Conscientes de este dinámico entorno, en DIRECTV nos preparamos para asegurar nuestro crecimiento y liderazgo en toda la región. Con esta visión, en 2019 creamos el área de Digital Transformation, una gran inversión en oficinas, contratación de proveedores digitales e incorporación de nuevos sistemas, entre otros conceptos, para gestionar efectivamente importantes cambios en la forma de trabajar e interactuar con nuestros clientes, en todos los países donde operamos.

GENERAMOS EXPERIENCIAS ÚNICAS CON INNOVACIÓN

Una compañía que crea contenidos digitales debe ser capaz de entender a los consumidores y estar preparada para adaptarse y readaptarse continuamente. En DIRECTV creemos que esto solo es posible promoviendo entornos de trabajo que valoren el desarrollo de un activo clave: nuestros colaboradores. Por eso apostamos por la capacitación y el fortalecimiento de sus habilidades, la motivación de su talento para aprovechar estratégicamente nuevas herramientas, y formamos equipos que persiguen un mismo objetivo: crear junto con otras áreas de la organización las

soluciones necesarias para mejorar la experiencia de nuestros clientes.

Promovemos una metodología de trabajo ágil, que nos permite ser flexibles para adaptarnos y movernos con mayor facilidad, en función de los requerimientos del negocio, a partir de cuatro ejes fundamentales.

» Metodología de trabajo ágil



La transformación digital de DIRECTV va más allá de los productos que ofrecemos; estamos cambiando la forma en que interactuamos con nuestros clientes, para brindarles la mejor experiencia en contenidos de la región.

#InnovaciónDIRECTV

TECNOLOGÍAS PARA LA INNOVACIÓN

Entre las innovaciones realizadas, el uso de herramientas como inteligencia artificial y advance analytics nos permite conocer las preferencias y necesidades de nuestros clientes, para ofrecerles productos personalizados y soluciones ágiles, cuidando la seguridad de la información y el derecho a la privacidad.

Basados en la tecnología IBM Watson, durante este período trabajamos fuertemente en la capacitación, armado de equipos, entendimiento de proveedores y migración de plataformas, en todos los países de la región.

En 2020 planeamos convertirnos en la compañía con la mayor iniciativa de inteligencia artificial de Latinoamérica, por nuestro alcance, el volumen de usuarios y la información a procesar. Estamos trabajando en el entrenamiento de robots virtuales, para que sean capaces de entender la intención de cada cliente, contemplando las particularidades de los lenguajes y formas de relacionarse a lo largo de toda la región.



DIRECTV

LATIN AMERICA
