



SKY[®]
HISTÓRIAS
EM MODO **ON**
RELATÓRIO
DE SUSTENTABILIDADE 2019

Índice

INTRODUÇÃO

- 04 **Historias em modo on**
- 04 **Somos SKY**
- 05 **Mensagem de nosso presidente**
- 07 Oferecemos os melhores produtos
- 08 Encurtamos a brecha digital

PRIORIDADES

- 10 **Como definir nossa sustentabilidade**
- 10 Materialidade
- 12 Temas materiais e ODS
- 12 Grupos de interesse

CLIENTES

- 13 **Como criar experiências excepcionais**
- 13 Protegemos a nossos usuários
- 13 Nos comunicamos
- 13 Asseguramos a experiência
- 13 Conhecemos a nossos clientes

EQUIPE

- 14 **Como armar a melhor equipe**
- 15 Mantemos uma boa conexão
- 15 Prêmios e reconhecimentos
- 16 Comprometidos com a diversidade e a inclusão
- 16 Promovemos o bem-estar de nossa gente
- 17 Licenças para mães e pais
- 17 Benefícios
- 17 Acompanhamos o desenvolvimento
- 19 Avaliamos o desempenho
- 20 Cuidamos da saúde e da segurança de nossos colaboradores
- 21 Asseguramos a integridade de nossos negócios

RSC

- 24 **Como transformar comunidades**
- 24 Geramos mudanças positivas

FORNECEDORES

- 30 **Como somar valor**
- 31 Geramos redes
- 31 Atualizamos nossa política regional de compras e aquisições
- 31 Princípios de conduta de fornecedores
- 31 Seleção e avaliação de fornecedores de materiais produtivos

MEIO AMBIENTE

- 33 **Como preservamos**
- 33 Melhoramos o uso da energia
- 34 Reduzimos nossa pegada de carbono
- 34 Administramos de modo sustentável os “decos”

INOVAÇÃO

- 35 **Como evoluímos com tecnologia**
- 35 Geramos experiências únicas com inovação





#OMelhorEquipeSKY

Introdução

Historias em modo on

NA SKY SOMOS FÃ DAS HISTÓRIAS, PORÉM NÃO DE QUALQUER TIPO: GOSTAMOS DAQUELAS QUE NOS LEVAM PARA FORA DO PILOTO AUTOMÁTICO E NOS DESAFIAM PARA PASSAR À AÇÃO.

Com essa visão, nosso Relatório de Sustentabilidade 2019 recolhe as histórias que demonstram nosso desempenho econômico, social e ambiental. O relatório foi realizado conforme com os padrões Global Reporting Initiative (GRI) nível essencial.

São histórias que nos transformam em protagonistas de uma mudança. Histórias que nos permitem fazer e trabalhar por um futuro para todos. **Histórias em modo on.**



Somos SKY

(GRI 102-1, GRI 102-7, 203-2)

Somos a maior operadora de televisão por assinatura via satélite do Brasil, e oferecemos as melhores experiências de entretenimento digital nas 5.570 cidades do país. Além disso, a partir de 2011, oferecemos serviços de Internet banda larga em mais de 130 cidades, com opções de velocidade que vão de 2MB até 25MB.

Em 2018 passamos a fazer parte da Vrio Corp., a identidade corporativa para DIRECTV America Latina e SKY Brasil, ampliando a presença da companhia na região.



Toda a informação de desempenho que apresentamos neste relatório corresponde a SKY (SKY Banda Larga Ltda, com sede em São Paulo).

Durante o período que reportamos, SKY brindou seus serviços de entretenimento a mais de

4,69

milhões clientes¹.

¹ Pay TV somente

#Reporte2019SKY

Mensagem de nosso presidente

(GRI 102-14)

Na SKY, 2019 foi um ano de fazer mais e fazer diferente. Nosso propósito é ser a melhor empresa de entretenimento e diversão digital do Brasil e queremos levar cada vez mais informação e conteúdo de qualidade para todos. Chegamos a 100% dos municípios do país e estamos presentes na casa de milhões de famílias. Por tamanha responsabilidade, entendemos a importância de uma agenda positiva e o papel da companhia em contribuir com uma sociedade mais sustentável.

A tecnologia é uma grande aliada, e através da transformação digital, conseguimos nos adequar de forma genuína aos diferentes perfis de consumidor do Brasil, país de dimensão continental e com múltiplas realidades. O serviço pré-pago está cada vez mais acessível e flexível e entrega a diversidade da programação da TV paga para aqueles que não podem se comprometer com uma assinatura mensal. Já o SKY Play oferece conteúdo multiplataforma para toda a base de clientes e carrega o DNA de curadoria da SKY, com canais ao vivo via streaming e milhares de títulos sob demanda.

A companhia também vem investindo continuamente em seu maior ativo, as pessoas. Uma série de ações realizadas no último ano – como a implantação de novos benefícios e uma comunicação mais fluida

– ampliaram a valorização da diversidade e o reconhecimento das necessidades de cada um dos colaboradores da SKY. O resultado foi a conquista do selo Great Place to Work, em que a companhia alcançou 75º posição no ranking das melhores empresas para trabalhar no país.

Reconhecemos o potencial do setor privado na contribuição da Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável da ONU. Além de colaborar com a sociedade através da entrega de informação e conteúdo, em 2019, investimos em ações de responsabilidade social. Entre os projetos realizados, estão os educacionais – Escola Plus e Fiacuni Bolsas, e os sustentáveis – ações de voluntariado do Pedra Papel Tesoura, diminuição do consumo de papel através do projeto Fatura Everywhere, as enviando de forma digital; coleta seletiva em todos os escritórios da companhia, e a reciclagem dos decodificadores da SKY junto aos fornecedores. Também atuamos juntamente com as autoridades e agentes reguladores para combater a pirataria da TV por Assinatura.

Otimizar e revisar processos internos também são partes fundamentais da gestão sustentável. Foram uma diversidade de ações, entre elas projetos de digitalização de dentro para fora, através da modernização da base de dados migrados para o Cloud; melhorias em processos de compliance e segurança de dados; revitalização da rede de distribuição, com a implementação de ferramentas mais modernas, como o Salesforce; além de reforçar nossos valores com muitas ações e treinamentos, onde os temas de accountability, senso de urgência, colaboração, ino-

vação, inclusão e candura radical foram amplamente discutidos.

Em 2020, queremos fazer ainda mais, estando nos micro momentos do dia a dia dos brasileiros e em sintonia com suas necessidades. E não posso deixar de mencionar que a preparação deste relatório ocorreu quando o mundo estava enfrentando o Covid-19, uma pandemia que está levando muitas vidas e que teve um impacto significativo em nossas rotinas. Nas organizações, foi necessário revistar processos, dinâmicas e relações. Quero agradecer à toda equipe SKY e nossos parceiros de negócio por sua dedicação e resiliência, mantendo em seus horizontes nossos objetivos de negócio e a paixão em levar diversão para todo o Brasil.

Convido vocês a conhecer com maior detalhe nossa gestão 2019. Temos muito para contar: são histórias de unidade, ação e transformação. Histórias em modo on.

Estanislau Bassols
Presidente



#HistóriasEmModoOn

(GRI 102-16)

² Funcionários ativos e estagiários.

OFERECEMOS OS MELHORES PRODUTOS

(GRI 102-2)

Queremos que quando nossos clientes apertem ON vivam as melhores histórias. Trabalhamos para oferecer uma proposta única com produtos exclusivos e de qualidade, e apostamos pela tecnologia para enriquecê-la.



Pré-pago é um serviço que é adaptado a nossos clientes, dado que não tem uma conta fixa mensal. O usuário recarrega quando o desejar e pode controlar seu consumo. Mediante SKY Pré-pago, chegamos a esses clientes que procuram uma opção flexível e econômica ou não podem se comprometer com uma conta mensal.

Oferecemos pacotes promocionais que podem incluir canais premiuns, tais como: Telecine, HBO, Premiere, Combate, Sexy Hot, SexPrive e Playboy TV, opções para recarregar de forma básica Digital, Smart, Master e Advanced, que possuem entre 49 e 199 sinais, e suas versões em HD, que incluem entre 6 e 76 sinais.

Pacote Smart 130 sinais	Pacote Master 170 sinais
Pacote Advanced 190 sinais	Pacote digital 40 sinais



Mais de 33 até 290 sinais em HD disponíveis às 24 horas através de uma diversidade de pacotes, serviços e preços, para que o cliente possa encontrar a melhor experiência, conforme seus interesses e hábitos de consumo.

Em 2019 abrimos novos sinais e transformamos todos os produtos SD para HD, um salto tecnológico que, além de melhorar significativamente a experiência de ver TV, ativa diversos modos de gravação, busca de programas, controle parental, replay e pausa em vivo.



App Minha SKY

Acessível desde App Store e Play Store, nosso aplicativo está disponível para clientes e não clientes, com mais de 10 milhões de downloads desde seu lançamento, em 2017, e mais de 160 mil usuários únicos por dia.

A plataforma oferece mais de 130 funções, aproximando a experiência do SKY Play e permite alugar

filmes ou escolher canais opcionais. Também facilita o acesso ao guia de programação com possibilidade de lembrete e gravação de conteúdos, quizzes interativos para todas as idades e um assistente digital, e habilita a consulta de dados, a atualização de pacotes subscritos e a gestão de serviços de faturamento.



A plataforma de vídeo SKY Play, disponível para os clientes de Pós-pago, facilita o acesso para uma variedade de conteúdos on demand, a partir de qualquer dispositivo móvel. Via streaming, oferece filmes recentemente lançados, grandes clássicos do cinema, e variada programação de sinais que incluem séries, filmes, variedades e infantis.

Em 2019 lançamos a aquisição de filmes sob a função de Pay Per View para nossos clientes de Pré-pago, entre outras novidades:



Janeiro

01 SKY Play integrado à App SKY.



Abril

04 10 canais disponíveis ao vivo na App.



Setembro

09 Web de SKY Play.



Dezembro

12 Mais de 20 canais ao vivo na App e no site.



Vigente há 8 anos, este serviço constitui a primeira operação de banda larga 4G na América Latina. Atualmente, cobre 135 cidades do Brasil e tem tecnologia LTE, de fácil instalação e sem necessidade de cabeamento, o que facilita o acesso a Internet para os clientes das regiões mais remotas do país.

A rede da SKY é diferenciada por outorgar uma conexão a Internet estável, robusta e sólida em todos os dispositivos, graças a um modem 4G Wireless, de instalação simples e rápida. O serviço habilita uma diversidade de preços e velocidades que vão de 2MB para 25MB, o que permite reforçar nosso compromisso com a satisfação do cliente e o acesso à informação.



ENCURTAMOS A BRECHA DIGITAL

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

Com nossos serviços chegamos a muitas casas, escolas e outras instituições. Temos a possibilidade de criar e compartilhar histórias com milhões de pessoas, algumas das quais se encontram em situação de vulnerabilidade. Trata-se de um poderoso recurso que tentamos capitalizar de maneira responsável, contribuindo para encurtar a brecha digital, informativa e tecnológica em cada uma das comunidades do redor, colaborando com infraestrutura para a transformação digital do país.

Com essa visão, nosso serviço SKY Pré-pago brinda televisão paga de maneira econômica e flexível, à medida de aqueles clientes que de outro modo não poderiam aceder a uma subscrição mensal. Além disso, subscrevendo por dia, os clientes podem somar futebol, canais de filmes e outros conteúdos.



asil.

10



sky® DAY

GREAT PLACE
TO WORK
MELHORES EMPRESAS
PARA TRABALHAR BRASIL
2019

FOLHA
TOP OF MIND
EM TV POR ASSINATURA
7 ANOS CONSECUTIVOS

CONSUMIDOR
MODERNO
EM EXCELÊNCIA EM
ATENDIMENTO
17 ANOS CONSECUTIVOS

ESTADÃO
MELHORES
SERVIÇOS
EM TV POR ASSINATURA
4 ANOS CONSECUTIVOS

Prioridades

Como definir nossa sustentabilidade

COMO LÍDERES DE NOSSO SETOR, TEMOS O POTENCIAL PARA TRANSFORMAR COMUNIDADES E AMBIENTES DE INFLUÊNCIA.

Por isso assumimos o compromisso de envolver a nosso grupo de interesse e trabalhar continuamente num modelo de negócio sustentável, que seja transversal para todas as nossas operações.

MATERIALIDADE

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

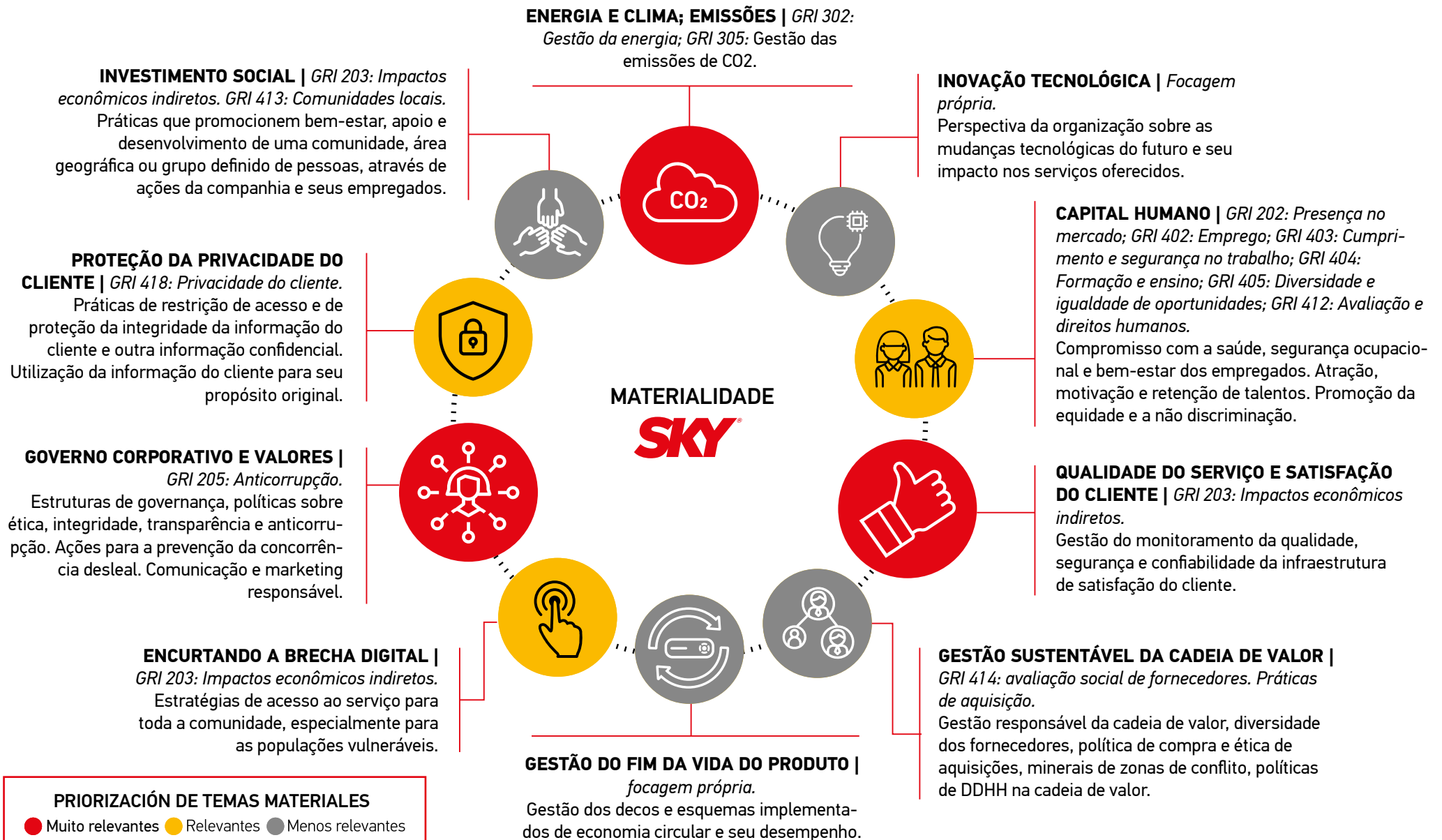
Este ano, o exercício de análise de materialidade foi realizado em conjunto com a DIRECTV Latin America³, desenvolvendo uma análise de materialidade que integra os temas materiais de todos os países participantes. Fundamentamos na seguinte informação:

- » A análise de materialidade AT&T 2019, fazendo foco nos resultados obtidos para a região de América Latina.
- » Análise de materialidade SKY 2018.
- » Análise de benchmark.
- » Tendências globais em sustentabilidade para os setores da Internet, meios e serviços.

Uma vez identificados os principais temas materiais, realizamos uma priorização com base à análise de sua presença e recorrência. Finalmente validamos os resultados obtidos com nossa Coordenação Geral Regional de Sustentabilidade.

³ DIRECTV Latin America constitui a consolidação regional de países de fala hispânica da Vrio Corp, e abrange Argentina, Chile, Colômbia, Equador, Peru, Uruguai e Venezuela.

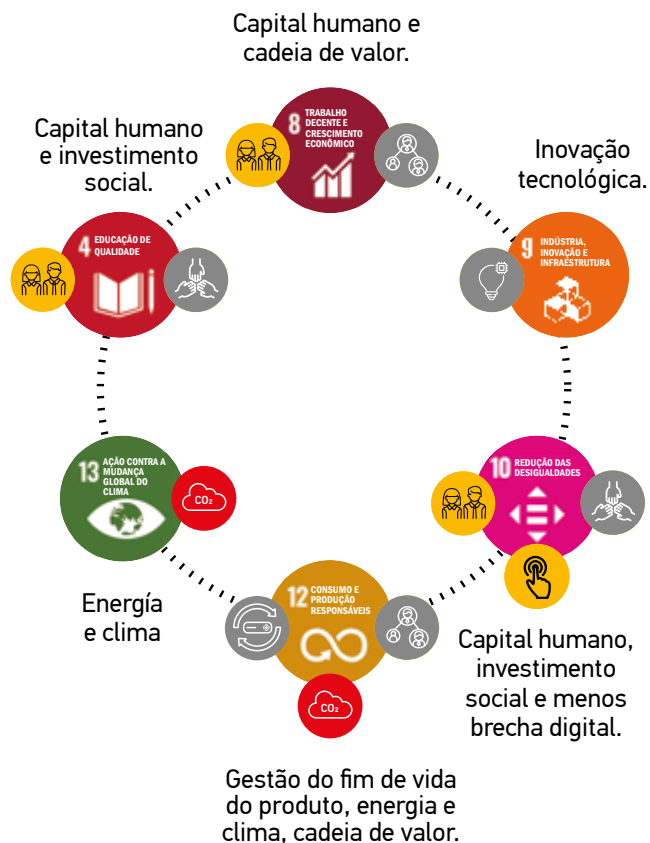




TEMAS MATERIAIS E ODS

Os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) definem prioridades de desenvolvimento sustentável a nível mundial e procuram mobilizar os esforços internacionais em torno a um conjunto de objetivos e metas comuns.

Na SKY compartilhamos a ambição por esta agenda e seus objetivos, e nos envolvemos ativamente. Para nós, a sustentabilidade é ação.



GRUPOS DE INTERESSE

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

Uma relação sólida e confiável com nossos grupos de interesse resulta fundamental para construir uma companhia socialmente responsável e ambientalmente sustentável.



Cientes

Como criar experiências excepcionais

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

TRABALHAMOS PARA SER CADA VEZ MELHORES: CONHECEMOS A NOSSOS CLIENTES E ACRESCENTAMOS VALOR A SUA EXPERIÊNCIA.

Incorporamos tecnologia para transformar o consumo de conteúdos para um serviço cada vez mais personalizado, e o fazemos no enquadramento de políticas e procedimentos que permitam fortalecer a proteção dos dados pessoais.

PROTEGEMOS A NOSSOS USUÁRIOS

(GRI 418-1)

Nosso compromisso é que os usuários estejam seguros com a informação que nos confiam. Por isso, trabalhamos para garantir a privacidade de seus dados e a segurança de nossa infraestrutura tecnológica, alinhados com as políticas e normas da Vrio e AT&T.

NOS COMUNICAMOS

Como parte das experiências que oferecemos a nossos clientes, promovemos um relacionamento permanente através de diferentes canais de comunicação:

ASSEGURAMOS A EXPERIÊNCIA

(IP3)

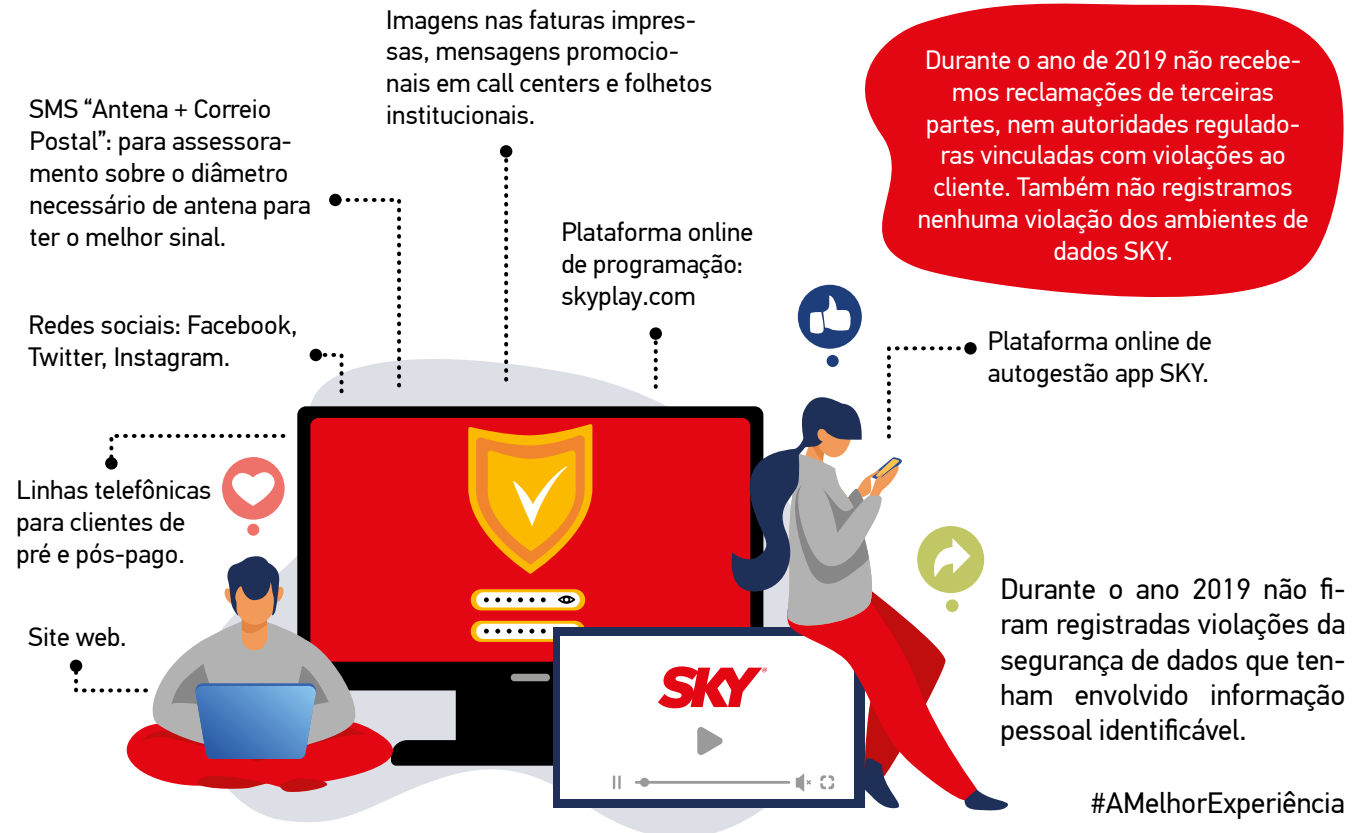
Para brindar uma experiência única necessitamos assegurar um sinal de qualidade; por isso monitoramos continuamente a frequência das interrupções do serviço.

Durante 2019 o sinal esteve disponível 99,98% do tempo, sendo que as interrupções foram, em sua maioria, por manutenções programadas.

CONHECEMOS A NOSSOS CLIENTES

Todas as semanas fazemos pesquisas para conhecer o nível de lealdade de nossos clientes, através do indicador Net Promoter Score (NPS), sondamos, e também avaliamos a imagem de nossa marca entre usuários e potenciais.

Nosso produto Pré-pago, dirigido a encurtar a brecha digital na sociedade, tem um reconhecimento indiscutível entre clientes e não clientes.



Equipe

Como armar a melhor equipe

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

NOSSA EQUIPE FAZ A DIFERENÇA. A SINERGIA DE TALENTOS NOS PERMITE ASPIRAR À MELHORA CONTÍNUA QUE EXIGE UMA INDÚSTRIA COMO A NOSSA.

Com essa visão, trabalhamos para garantir o bem-estar de nossos colaboradores e acompanhar eles em seu desenvolvimento, no enquadramento de uma cultura organizacional de ética e integridade.

**SOMOS 1.494
PESSOAS⁴**

HOMENS
57%

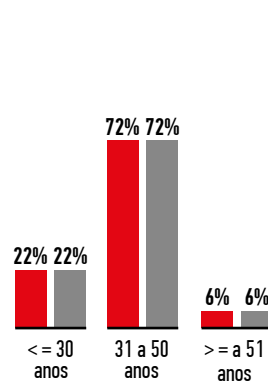
MULHERES
43%



em modo on, gerando experiências únicas para nossos clientes no Brasil.

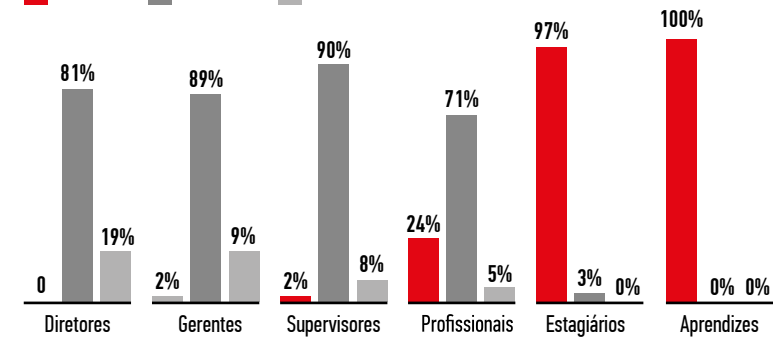
Dotação

■ 2018 ■ 2019



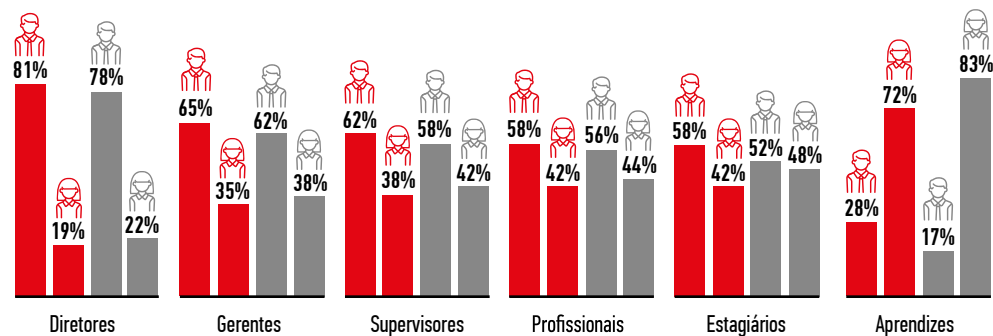
Distribuição da dotação de acordo com a idade e categoria profissional.

■ <= 30 anos ■ 31 a 50 anos ■ >= a 51 anos



Distribuição da dotação por gênero⁵ e categoria profissional.

■ 2018 ■ 2019



⁴ A partir do ano 2019 os empregados incluem funcionários ativos e estagiários. ⁵ A informação foi processada para responder à metodologia GRI. Cabe destacar que na SKY entendemos o mesmo de acordo à vivência interna e individual de cada pessoa, a qual pode corresponder ou não com o sexo designado ao momento do nascimento, incluindo a vivência pessoal do corpo. Isso pode envolver a modificação da aparência ou a função corporal através de meios farmacológicos, cirúrgicos ou de outra índole, sempre que isso seja livremente escolhido.

MANTEMOS UMA BOA CONEXÃO

Acreditamos no poder da colaboração para criar as melhores ideias e tomada de decisões. Nosso programa de transformação SKY 100 Limites está baseado na opinião e feedback de nossos colaboradores; assim definimos 6 atitudes que consideramos fundamentais para a construção de um ambiente de trabalho mais inclusivo e colaborativo.

1 Accountability: pensar e agir como dono, entregando resultados excepcionais.

2 Senso de Urgência: priorizar por ordem de importância, evitar atrasos que podem gerar custos.

3 Colaboração: o objetivo de todos é o mesmo, em conjunto sempre se chega na melhor solução.

4 Inovação: acreditar para ver que tudo é possível.

5 Inclusão: a diversidade de pensamentos, opiniões e visões traz mais resultados.

6 Candura Radical: honestidade e respeito para extrair o melhor de todos.

Como parte do processo, foram discutidas as frentes de trabalho para as necessidades e áreas de atuação do negócio. Algumas das atividades foram:

- › Investigação de saúde organizacional, com a participação voluntária de 1.270 pessoas.
- › Focus groups, com mais de 40 colaboradores.
- › Mais de 50 sessões de brainstorming.
- › Sponsors, líderes de área e donos de iniciativas: 194 pessoas.

Todas as ações são administradas em sistema, onde os colaboradores podem registrar atualizações e avanços, e a informação está acessível para toda a organização. Além da ferramenta digital (para a que já capacitamos a mais de 500 usuários), nossos escritórios contam com um desenho que anima a interação pessoal; é muito comum observar as pessoas reunidas compartilhando um café em nossos espaços abertos. Nesse contexto, cada semana realizamos os Tranformation Office, onde os colaboradores envolvidos debatem a evolução das ações com os sponsors e líderes de área.

#minhaexperienciaconta

Realizamos a campanha de comunicação “Sua experiência conta” para incentivar a participação de todos na pesquisa do Great Place To Work. Assim que soubermos dos resultados, enviaremos comunicados informando as boas novas e criamos peças gráficas de

nossos colaboradores como protagonistas para celebrar a conquista e eles compartilharam suas experiências nas redes sociais com o hashtag #minhaexperienciaconta.

PRÊMIOS E RECONHECIMENTOS

- › Top 75 Melhores Empresas Para Trabalhar (GPTW).
- › Top of Mind Folha da categoria Pay TV, pelo 8º ano consecutivo.
- › Prêmio da Associação Brasileira de Marketing de Dados na categoria Serviços de TV Paga.
- › Prêmio Smart Customer de Melhor Comunicação Interna.
- › Prêmio Cliente S.A. de Melhor Estratégia de Cobrança.
- › Prêmio Whow! de Inovação na categoria Empresa Mais Inovadora.
- › Prêmio Consumidor Moderno na categoria Melhor Serviço de TV Paga, pela 17ª vez consecutiva.
- › Prêmio Consumidor Moderno na categoria Empresa do Ano.
- › 1º lugar entre as marcas mais amadas de TV Paga na pesquisa Marca dos Cariocas, realizada pelo O Globo.
- › 1º lugar na categoria TV Paga entre as Marcas Mais Amadas no Prêmio Consumidor Moderno de Excelência em Serviços ao Cliente.
- › 2º lugar na categoria TV Paga do Estadão Marcas+.

COMPROMETIDOS COM A DIVERSIDADE E A INCLUSÃO (D&I)

Acreditamos que a convergência de diferentes olhares experiências, e opiniões faz com que nós os convertamos numa equipe ganhadora, capaz de gerar os melhores resultados.

O compromisso com essa diversidade começa com nossa CEO da Vrio, Melissa Arnoldi, e é compartilhado pelo resto dos líderes, que promovem contextos de trabalho onde todos os colaboradores se sentem respeitados para contribuir a partir de suas diferentes perspectivas, gerando inovação e experiências superiores para nossos clientes.

Por tudo isto Diversidade & Inclusão (D&I) se converteu numa prioridade chave para o negócio, e definimos uma estratégia para contribuir à sustentabilidade e criar práticas que reconheçam a importância e o impacto que existe na diversidade de pensamentos, opiniões e visões, independentemente do grupo de pertença de cada membro da equipe.

Desenhamos um plano de três anos, com foco em sensibilizar (2019), criar equipes diversas através da liderança inclusiva (2020) e dar poder a essas equipes em D&I (2021). Assim, estamos conseguindo que nossos colaboradores se sintam responsáveis e capazes de propiciar um ambiente inclusivo para todos.

Para apoiar os esforços da companhia em D&I, criamos a Gerência de Diversidade e Inclusão da Vrio, dentro de Recursos Humanos.

A DIVERSIDADE SOMA

Nossa iniciativa internacional “A Diversidade Soma” promove a igualdade e o desenvolvimento contínuo das mulheres, pessoas com deficiências visíveis ou não, e comunidades LGBTQ+, celebrando nossas identidades, a diversidade multicultural e geracional.

Estamos comprometidos a criar as condições necessárias para promover a nossas talentosas mulheres e assegurar a disponibilidade de ferramentas e recursos para pessoas com deficiências, para apoiar o desempenho em igualdade de condições, criar consciência e gerar espaços de confiança e diálogo aberto com os membros de nossa equipe em toda a organização.

Nosso compromisso com a promoção da igualdade e o respeito está explicitado no Código de Ética, as políticas internas e o Modelo de Líder Extraordinário (ELM), que garantem o trato justo e equitativo para todos os empregados, independentemente do cargo que ocupem na companhia, seu gênero, orientação sexual, filiação política, idade, raça ou religião e no plano estratégico a três anos de Diversidade e Inclusão.

PROMOVEMOS O BEM-ESTAR DE NOSSA GENTE (GRI 405-1)

Nossas políticas e práticas consideram a equidade de gênero e uma cultura intergeracional para melhorar as oportunidades de desenvolvimento de nossa gente e facilitar o equilíbrio entre a vida pessoal e profissional.

Desde a CEO da Vrio até nossos líderes locais, a diversidade e a inclusão são consideradas como prioridades para nossa organização. Em 2019 aplicamos a etapa de conscientização de um projeto de três anos que incluiu comunicação e treinamento em competências específicas de diversidade e inclusão. Também identificamos diferentes grupos que trabalharão para promover e assegurar a representatividade no ambiente de trabalho.



LICENÇAS PARA MÃES E PAIS

(GRI 401-3)

Brindamos nossos colaboradores com condições flexíveis para desfrutar das licenças por maternidade e paternidade, que superam os requerimentos do enquadramento legal.

Graças a essa possibilidade, durante o período que reportamos quase a totalidade das pessoas que se tomaram essas licenças voltaram a seu término.



Número total de funcionários que acessaram licença de maternidade ou paternidade

2018 | 39
2019 | 47

2018 | 36
2019 | 39

BENEFÍCIOS

Através dos benefícios que oferecemos promovemos a satisfação de nossos colaboradores, além do reconhecimento de sua tarefa e sua retribuição salarial. Os inspiramos a viver experiências e gerar espaços pessoais de bem-estar.

O esporte é uma paixão em boa parte de nossa organização, e por isso promovemos iniciativas que integrem a nossos colaboradores com este sentimento. Por exemplo, os convidamos a seguir as partidas da copa do mundo masculina e feminina de futebol, bem como outros grandes eventos que patrocinamos, através das telas instaladas nas áreas comuns, as salas de descanso e alguns escritórios. Além disso, como sponsors da seleção brasileira de voleibol, promovemos que todos vejam as partidas vestidos de verde e amarelo.

#SKYNATORCIDA é uma iniciativa da rede social corporativa para que os colaboradores compartilhem imagens dos momentos vividos durante as partidas e concurem por presentes autografados pelos atletas.

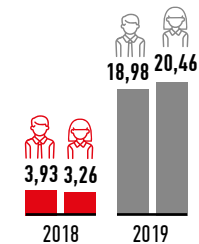
*A Plataforma INTEGRA não permite a diferenciação dos dados por gênero. Em 2018 se ditou 1,3 hs por empregado média e 5,1 hs em 2019 nesta plataforma.

ACOMPANHAMOS O DESENVOLVIMENTO

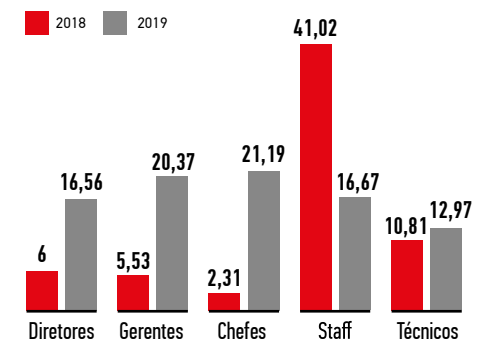
(GRI 404-1, 412-2)

Para os novos desafios, para superarmos a nós mesmos e desdobrar todo o nosso potencial, oferecemos oportunidades de desenvolvimento que cheguem a todos.

Média de horas de treinamento dos empregados por sexo*



Média de horas de formação dos empregados por categoria funcional



FORMAÇÃO

Facilitamos e promovemos o crescimento das pessoas através de capacitações virtuais e presenciais. Todas as iniciativas são realizadas conforme com as necessidades de cada área e de acordo com a educação, o nível de exposição e a experiência das pessoas. Em 2019 desenvolvemos dois níveis de treinamento: A2E Performance e Essentials.

A2E Performance

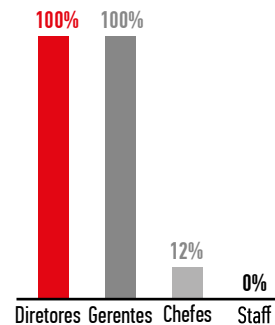
- Capacitação na plataforma Wave que controla todos os projetos de transformação e acompanha o status de todas as iniciativas.
- Mais de 500 colaboradores foram treinados nessa modalidade de trabalho, mediante sessões presenciais e online.

A2E Essentials

- Capacitação em processo de implantação para uniformizar métodos e vocabulário, e alinhar as principais práticas da organização.
- Realizada de forma presencial em grupos em torno de 30 pessoas.
- Multiplicadores internos preparados conforme a metodologia Train The Trainer, e selecionados a partir de uma lista de influencers indicados pelos próprios colaboradores.

Em 2019 ultrapassamos as 1.600 horas de formação em políticas sobre direitos humanos e diversidade. No próximo exercício esperamos pôr em prática capacitações que abordem temáticas específicas, como assédio no trabalho e não represálias.

Treinamento dos colaboradores em temas de anticorrupção e fraude de acordo com a categoria profissional



Capacitamos em 2019 a mais de 220 colaboradores estrategicamente selecionados em temas de anticorrupção e fraude.



Durante este período realizamos um mapeamento de nossa liderança e definimos sete elementos chave para fortalecer a efetividade de nosso top team como exemplo da organização.

Durante 2019 implementamos programas de capacitação para todos os níveis, incluída a formação de Compliance, lançamos as plataformas LinkedIn Learning e Harvard Manage Mentor.

AVALIAMOS O DESEMPENHO

(GRI 404-3)

Porque queremos seguir criando as melhores histórias, procuramos e propomos desafios para nossas equipes.

My Performance Plan é o centro de nosso sistema de reconhecimento e recompensa.

O Modelo de Líder Extraordinário (MLE) orienta a gestão das competências e desenvolvimento dos colaboradores, assegurando os valores que consideramos chave desde e até nossas equipes.



#OMelhorEquipeSKY

Inovação: o quanto o time promove a inovação e a melhoria contínua para impulsionar os negócios.

Alinhamento do time: o time está alinhado às prioridades e objetivos estratégicos para impulsionar o desempenho organizacional.

Perspectiva dos stakeholders: o time tem uma visão equilibrada e considera perspectivas externas e internas.

Funcionamento do time: o time opera com eficiência e faz o melhor uso possível de seu tempo juntos.

Interações interpessoais: o modo de trabalho do time reflete confiança e respeito, ao mesmo tempo em que é orientado por objetivos.

Desenvolvimento do time: o time desenvolve ativamente as habilidades necessárias.

Configuração do time: o time está preparado e os papéis e responsabilidades são adequados.

Para reforçar estas atitudes no top team, criamos cursos em nossa plataforma integrada que explicitam a importância de cada uma delas no trabalho diário. Além disso, fortalecemos competências que possam ser aplicadas tanto no trabalho quanto na vida pessoal.

A oferta de aprendizado promove o autodesenvolvimento e está disponível para todos nossos colaboradores, seja em forma presencial, virtual ou em instâncias de e-learning.

Exigidos para a posição

- A trilha do líder;
- A trilha do profissional.

Específicos para algumas áreas

- Operações (Vendas e Serviços de Campo)
- Customer Care (ligado aos processos de Customer Care).

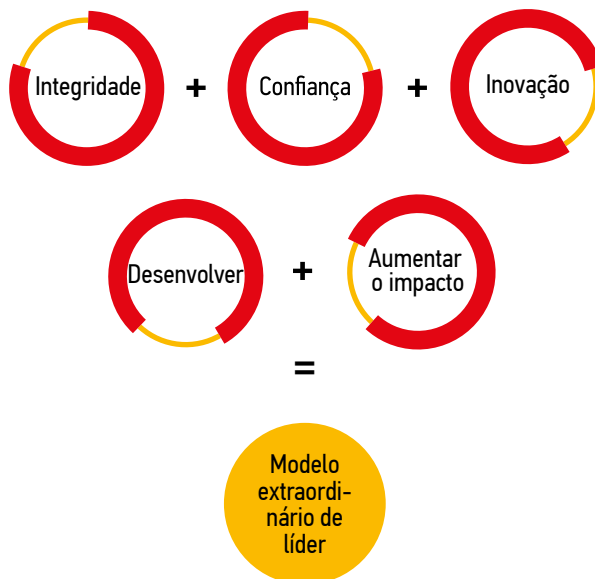
Cursos de formação especificamente concebido

- Recursos Humanos ou IT.

Colaborador e seu gestor + apoio do business partner de RH:

- › Plano de desenvolvimento individual (PDI).
- › Plano de melhora de desempenho (PIP).

Nossas 6 atitudes da SKY para a transformação valorizam e sustentam o MLE.



Todos nossos colaboradores, com exceção dos aprendizes e estagiários, tiveram uma avaliação de desempenho no ano.

CUIDAMOS DA SAÚDE E DA SEGURANÇA DE NOSSOS COLABORADORES

(GRI 403-9)

Geramos ambientes de trabalho positivos e saudáveis para que nossos colaboradores desenvolvam suas funções. Em 2019 continuamos com as ações de segurança nos postos de trabalho, de acordo ao risco associado.

Contamos com programas para manter e melhorar a saúde. Entre eles, Vida Leve, que inclui ações de running, tips saudáveis, outubro rosa e novembro azul, massoterapia, e Você mais fit.

	ANO 2018	ANO 2019
Lesões por acidente de trabalho ⁶ registrado	4 Taxa 0,5	2 Taxa 0,63
Número de horas trabalhadas	3.993.792	3.155.328

Em 2019 não ocorreram acidentes fatais resultantes de uma lesão relacionada ao trabalho, nem acidentes de trabalho com grandes consequências.

Contamos com programas para manter y mejorar la salud, entre ellas Vida Leve con sus programas de running, tips saludables, octubre rosa y noviembre azul, masoterapia y el programa Você mais fit.



⁶ As lesões 2018 incluíram Fratura do pé, Abscesso da bainha no tendão. Enquanto em 2019 encontraram-se: Luxação no pé, hematoma subgaleal por motivo de queda.

ASSEGURAMOS A INTEGRIDADE DE NOSSOS NEGÓCIOS

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

O desenvolvimento profissional de nossos colaboradores é fomentado no enquadramento de uma cultura organizacional de ética e integridade. Nossa Governança Corporativa, conta com as políticas que determinam as condutas esperadas, destacam nossos valores e compartilham boas práticas de honestidade, responsabilidade e integridade no trabalho.

Em 2019, a SKY modificou a Mesa Diretora, formada por Presidência e lideranças diretas que se reúnem em forma quinzenal para estabelecer e analisar estratégias, e tomar as decisões necessárias. A Mesa é apoiada por Comitês de coordenação.



Comite de Churn

- ▶ Para revisao de metas e objetivos relacionados ao cliente e seu comprimento.
- ▶ Projetos de negocio e oportunidades de melhoria e riscos.
- ▶ Semanal.

Comite de Pessoas

- ▶ Para engajar a lideranca nos projetos de gestao das pessoas.
- ▶ Se faz a reunioes quando necessario.

Comite de Clientes

- ▶ Para garantir o alinhamento e planejamento de servicos, avaiar estrategias.
- ▶ Mensal.

Comite eNPS

- ▶ Para avaliar questoes levantadas pelo Employee Net Promoter Score e elaborar planos de acao.

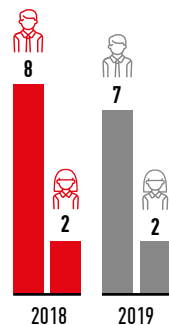
O presidente da SKY é Estanislau Bassols e coordena as equipes de gestão. É report de Melissa Arnoldi, Chief Executive Officer da Vrio Corp. e conexão com AT&T.

Nossa governança lidera as definições macro e estratégias de negócio, incluída a estratégia de sustentabilidade e responsabilidade social corporativa.

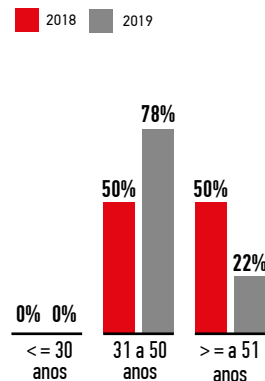
Estrutura organizacional SKY

Estanislau Bassols Presidente de SKY	
Raphael Denadai CFO e Compras	Alexandre Martinez VP Jurídico
Sérgio Ribeiro VP Comercial e Operações Logísticas	Simone Oechsler Dir. de Recursos Humanos
Simoni Sobelman Gte. de Conteúdo	Alberto Camardelli VP de Tecnologia da Informação
Gustavo Fonseca VP Marketing, Estratégia e Planejamento estratégico de Banda Larga	Luís Otávio VP Engenharia de Banda Larga e Tecnologia de TV Digital

Distribuição da nossa governança por sexo



Distribuição da nossa governança por idade



Para comunicar dúvidas ou realizar denúncias, todos nossos colaboradores dispõem de canais específicos e linhas diretas de EthicsPoint.

Em 2019, 100% dos membros da governança corporativa participaram de atividades de formação em temas de anticorrupção.

OS VALORES QUE NOS INSPIRAM

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

Promovemos ambientes de trabalho íntegros e éticos, através de comunicações periódicas e capacitações presenciais e online, que reforçam os valores e princípios de nosso Código de Conduta e os alinhamentos que definem a Vrio.

Nossas políticas e procedimentos estão disponíveis na base Integra e ademais são comunicadas ao órgão de governo e a todos os colaboradores, com a obrigatoriedade de uma revisão anual e o seguimento de líderes e membros da alta direção. Durante 2018 e 2019 foram comunicados a totalidade dos membros dos órgãos de governo sobre as políticas, procedimentos anticorrupção e Código de Ética. No mesmo período, 100% de nossos colaboradores foram comunicados a respeito dos valores e práticas éticas.

No enquadramento da lei de práticas anticorrupção fora dos Estados Unidos, auditamos em forma anual todas nossas operações relacionadas com os riscos de corrupção e suborno. Durante 2019, avaliamos 100% de nossa organização, sem achados significativos.

Também integramos a nossos fornecedores para implementação de práticas éticas e íntegras de negócio, incluindo nos pedidos de compra cláusulas referentes ao Código de Conduta e Ética: indicamos sua adesão e aceitação, e facilitamos os meios de contato para comunicar situações incompatíveis com nossos valores. Neste sentido, todos os anos realizamos uma avaliação de nossos fornecedores com caráter Due Diligence.

CÓDIGO DE ÉTICA DA SKY

Pela estrutura de nossa organização, aderimos ao Código de Ética da AT&T, que promove ferramentas de consulta e denúncia online para tomar decisões que nos beneficiem a todos.

Compromisso com a honestidade entre nós

Honestos e íntegros | A respeito com o trato, recusa à intimidação, discriminação e assédio no trabalho | Segurança e proteção no trabalho.

Compromisso com as comunidades

Apoio às comunidades | Apoio à política pública | Comunicação honesta | Responsabilidade sobre o meio ambiente.

Compromisso com os clientes

Ética nas vendas | Cumprimento de regulamentos pertinentes para clientes governamentais | Proteção da privacidade das comunicações do cliente | Proteção da informação de clientes.

Compromisso com a empresa e os acionistas

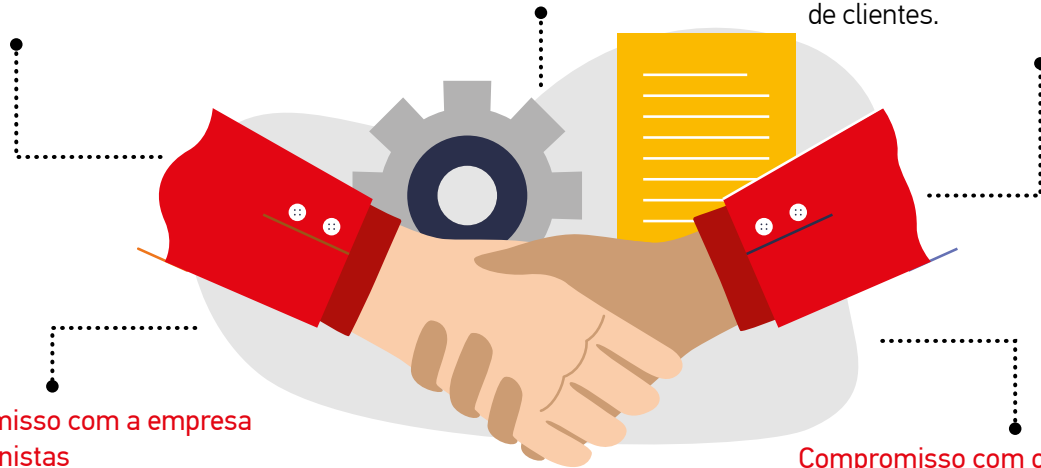
Respeito à normativa e aos regulamentos aplicáveis | Coerência nos mercados | Proteção dos ativos físicos e a propriedade intelectual | Adequada administração dos registros e informação | Comunicação eletrônica responsável | Resolução de conflitos de interesses | Negócios com fornecedores éticos.

Compromisso com o código

Respeito e aplicação do código | Colaboração nas investigações.

Compromisso com outros

Integridade de relatórios financeiros e registros comerciais | Não participação no tráfego de informação confidencial ou privilegiada | Competência justa e cumprimento de leis antimonopólio | Não realização de pagamentos indevidos.





RSC

Como transformar comunidades

NA SKY ESTAMOS COMPROMETIDOS COM O DESENVOLVIMENTO DAS COMUNIDADES ONDE OPERAMOS.

Contribuímos com tempo e recursos para ajudar a transformar realidades vulneráveis, trabalhando em aliança com diferentes organizações sociais.



GERAMOS MUDANÇAS POSITIVAS

(GRI 413-1, 203-1, 103-1, 103-2, 103-3)

Generation DIRECTV é o programa de responsabilidade social da AT&T em América Latina, onde procuramos ser um agente de mudança social. Colaboramos com nossa tecnologia, serviços, recursos, e, o mais valioso, nossos colaboradores, que doam horas de dedicação. Trata-se de uma experiência que contribui num duplo sentido: enquanto transformamos realidades vulneráveis, nossos voluntários são beneficiados com o exercício de capacidades internas e um maior relacionamento com outras pessoas.



PEDRA, PAPEL, TESOURA

É um programa de responsabilidade social, que através de seus quatro pilares, Educação, Comunidade, Sustentabilidade Ambiental e Conteúdo, permitem que entremos em contato com as comunidades locais de toda a região. O programa de voluntariado SKY, alcançou desde 2015 um total de 19 ações, com 1.102 pessoas e 6.431 horas de trabalho.

Em 10 anos de vigência, Pedra, Papel, Tesoura tem somado muitas histórias de melhorias em casas, escolas e orfanatos da região, que podem ver-se numa série documentária por OnDIRECTV.

179 voluntários **+500** horas **596** pessoas

Parque Jardim Amélia

Para celebrar os 10 anos do Programa, voltamos ao Parque Jardim Amélia para uma nova re-vitalização de suas salas de aula, com atividades de pintura, carpintaria e jardinagem.

74 voluntários **296** horas **130** pessoas



#ResponsabilidadeSocial

Renovação em AAMEEP - Associação de Serviços Multiprofissionais e Educação Profissional,
Realizamos atividades de pintura interna e externa, construção de móveis de madeira e fachada exterior.

Trabalhamos com 90 pessoas afetadas, todos eles com discapacidades diferentes (como Síndrome de Down, Autismo, etc.).

.....
37 voluntários **148** horas **90** pessoas

Lar Bussocaba

Ajudamos a melhorar o jardim e pintamos murais artísticos no refeitório e na sala de descanso, para embelezar as instalações desta organização que, sem fins de lucro, cuida a idosos -homens e mulheres, providenciando uma vida digna e saudável. Também doamos 80 cobertores, obtidos durante uma campanha de agasalho que coletou um total de 500 peças.

.....
37 voluntários **111** horas **80** residentes

Escola Adone Bonetti (primeira ação em Jaguariúna)

Realizamos atividades de reforma e pintura de um mural artístico na biblioteca. Confeccionamos móveis com pneus, ideais para momentos de ócio e estudo no pátio.

.....
31 voluntários **93** horas **296** estudantes

#ppt10

#CoraçãoProfundo

Voluntários de toda a região em Santa Marta

Através da fundação do cantor colombiano Carlos Vives, Tras La Perla, o Ministério de Educação Nacional, e com o apoio de LATAM Airlines, construíram a ludoteca NAVES, instalaram uma sala de Aula Escola+ no bairro Pescaito e ditaram uma capacitação para 85 sedes educativas, junto a subscritores e 20 jornalistas e influencers, para ajudar às crianças de Santa Marta, Colômbia.

Três voluntários da SKY trabalharam junto a mais de 140 voluntários de 10 países de America Latina, beneficiando a 1.200 crianças e adolescentes, e a 17.000 membros da comunidade.

#Arriba Puerto Rico

Voluntários de toda a região em Loíza, Puerto Rico. Junto à Fundação Ricky Martin, AT&T, DIRECTV e a Fundação Puerto Rico e Hyatt Home + Hyatt Place,

realizaram tarefas de limpeza, eliminação de destroços, replantação de árvores, e construção de casas para as famílias flageladas pelos furacões Irma e María (2017), na prefeitura de Loíza, Puerto Rico.

Dois voluntários da SKY trabalharam junto a mais de 100 voluntários de 11 países, somando 1.962 horas de trabalho voluntário e beneficiando a 9 famílias.

O programa consiste na instalação da tecnologia de televisão por assinatura via satélite em estabelecimentos educativos, alcançando áreas rurais e lugares extremos. Transmitimos conteúdos audiovisuais educativos de nossos sócios Discovery na Escola, National Geographic, Take Off Media, Disney e Torneos, e conteúdo exclusivo do canal Escola+, onde são utilizadas diferentes práticas de esportes para explicitar algum conceito das disciplinas científicas que fazem parte do programa educativo.

Para o seguimento Escola+ contamos com uma linha telefônica gratuita e exclusiva que recebe consultas e inconvenientes técnicos. Além disso, através da iniciativa: Patrocinadores+ nossos empregados podem se contatar com as Escolas+ e monitorar a instalação do programa.

Desde que iniciamos o programa no Brasil, em maio de 2018, participam 49 escolas municipais da cidade de Jundiá e 12 em Jaguariúna. Em 2019 realizamos 12 capacitações (presenciais e remotas) que resultaram em 239 horas de formação para 412 professores, produzimos 141 planos de aula que consideram o uso de recursos televisivos e beneficiamos a 18.665 estudantes de entre 6 e 14 anos.

Como uma extensão do programa Escola+, desenvolvemos o Projeto "Ver Bem", na cidade de Jaguariúna, com o objetivo de que 3.000 estudantes do sistema escolar municipal possam se submeter a uma avaliação de oftalmologia. Entregamos 320 óculos de forma gratuita.

#ESCOLAPLUS

ESCOLA+

Através da Escola+ utilizamos a televisão como ferramenta educativa. Este programa regional permite-nos contribuir à redução da brecha social e tecnológica, e enriquecer o conteúdo curricular das escolas primárias e secundárias.

Escola+

9 países de América Latina

9.300 escolas conectadas

+150.000 professores com acesso a conteúdos educativos

2,3 milhões de estudantes beneficiados



FACIUNI BOLSAS

Na SKY promovemos aos jovens talentos do cinema, por isso apoiamos e colaboramos com o Festival Acadêmico de Cinema Universitário (FACIUNI), que anualmente desenvolve uma intensa agenda de atividades na região, e com FACIUNI Bolsas, um concurso de curta-metragem cinematográfico, onde são premiados os ganhadores com bolsas de estudos e prêmios em dinheiro para o ganhador e sua escola de cinema.

Em 2019, 170 alunos assistiram à edição do Festival celebrado no Brasil. Assim mesmo, das 428 curta-metragens que concursaram em toda a região, 80 pertencem a participantes brasileiros. Entre eles, a curta-metragem “Corpo Árvore”, de Ana Caroline Brito Goncalves, estudante do Centro Universitário IESB, que foi uma das ganhadoras.

#FACIUNISKY

OUTRAS AÇÕES

Sensibilizar sobre câncer de mama e próstata

› Entregamos laços rosas e azuis e convidamos a todos nossos colaboradores a que em 21 de outubro e em 22 de novembro assistiram ao trabalho utilizando peças de roupas rosas e azuis, respectivamente, em apoio da campanha.

› Promocionamos a importância da prevenção e a

realização de exames de rotina através de artigos publicados em nosso workplace.

› Realizamos campanhas de apoio para melhorar a autoestima de aqueles que passam por processos agressivos, como a quimioterapia, coletando e doando 58 lenços para a cabeça, 62 bonés, 21 fios de cabelo para a fabricação de perucas e 10 madeixas de lã.

Ações de promoção da cultura e o esporte

› Carta e Livro: Em associação com a ONG UNIBES, promovemos a troca de cartas entre 35 colaboradores e crianças em situações vulneráveis, com o objetivo de estimular a leitura, a escrita e a criatividade, a confiança e a expressão pessoal das crianças.

› Festa da Família: Patrocinamos a segunda edição da Festa da Família, onde assistiram mais de 5.000 pessoas. Entre as atividades e atrações são destacadas: oficina de maquiagem, pintura, capoeira, fabricação de instrumentos musicais com materiais recicláveis e a apresentação da Banda Bloquinho.

› Dia da Mãe Social: Em colaboração com Telecine e Cinemark, celebramos uma sessão especial de cinema para 100 mulheres dos Projetos “Casa Nova Mulher”, “Associação Fala Mulher” e “Mensageiros da Esperança”. Projetamos o filme “Minha Mãe é uma Peça 2” e entregamos pipocas, M&M e refrigerantes.

› Leis de Incentivos PROAC e LIE: Através das leis de incentivos PROAC (Cultura) e LIE (Esportes), do Secretaria de Finanças do Estado de São Paulo, contribuímos com diferentes projetos culturais que beneficiaram mais de 300 pessoas.



Doações

Roupa	593 peças de roupas para a campanha do agasalho do Exército da Salvação.
Provisões escolares	200 artigos escolares (novos ou usados em excelente estado), incluindo lápis de cera, pinturas, canetinhas, mochilas ou lancheiras para a ONG Helen Dextel, favorecendo a 40 crianças.
Chocolates	1.500 caixas de chocolates para sua distribuição em organizações.
Alimentos	1.640 kg de alimentos para a Liga Solidária do Estado de São Paulo.
Lacres	100 contêineres cheios de tampas de latas em benefício do Instituto Entre Rodas, para a produção de cadeira de rodas de alumínio totalmente adaptadas às necessidades de crianças entre 6 e 12 anos.
Capas Plásticas (tampas plásticas)	30 kg de tampas de plástico para sua posterior venda, cuja arrecadação foi destinada para diferentes campanhas e projetos sociais.
Notas Fiscais Sem CPF (Cadastro de Pessoas Físicas)	Para que o Projeto Guri possa reverter o valor do imposto ICMS para seus projetos.
Dinheiro	Em 3 de dezembro nos somamos ao Dia de Doar, destinando 100% do lucro arrecadado pelo aluguel de filmes em SKY Play (R\$ 10,202.36) para o Instituto Ayrton Senna.





Fornecedores

Como somar valor

(GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3, GRI 102-9)

PARA LEVAR AOS LARES AS MELHORES HISTÓRIAS, TRABALHAMOS JUNTO A FORNECEDORES DE INSUMOS E SERVIÇOS, AGENTES COMERCIAIS E INSTALADORES.

Procuramos empresas que compartilhem valores chave para SKY, como a honestidade, a integridade, o trato justo e a livre competência. Assim formamos uma cadeia de valor que é articulada sobre a base do compromisso com a qualidade e ética das operações.

Administramos de modo sustentável nossa cadeia de valor trabalhando com uma ampla e complexa rede de fornecedores, baseados em políticas de sustentabilidade que guiam nosso desenvolvimento.

- › **Pós-pago:** distribuição a bases operativas e/ou varejista de grandes cadeias.
- › **Pré-pago:** distribuição para varejistas de grandes cadeias, agente comunal, agentes de venda ou viajantes encarregados de retirar as equipes Pré-pagas e realizar as vendas aos clientes em aqueles lugares nos que resulta difícil aceder através da rede de comercialização.

- › **Instalação e serviço técnico** em lares a cargo de técnicos especializados. No caso do Pré-pago, o cliente pode comprar diretamente o decodificador nos comércios e instalá-lo em sua própria casa.

- › **Recuperamos** os decodificadores que já não são requeridos por nossos clientes, para seu refazimento e reutilização na cadeia de valor, ou a reciclagem de seus materiais através de fornecedores devidamente habilitados.



GERAMOS REDES

(GRI 204-1)

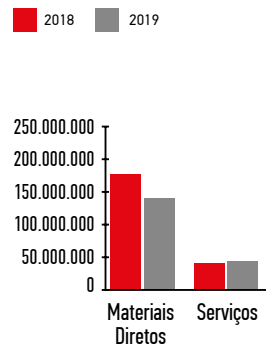
Pela característica de nosso serviço, articulamos com diversos tipos de fornecedores. Brindar a melhor experiência a nossos clientes requer de contribuições técnicas, comerciais, de conteúdo, logística e transporte, que são administradas a nível regional e local.

› Fornecedores de produtos para a operação, como decodificadores, antenas, materiais para a instalação e serviços de logística. Trabalhamos com 32 fornecedores, dos quais 27 são locais.

› Fornecedores de programação, que nos outorgam a licença necessária para poder distribuir os conteúdos e canais a nossos subscritores.

› Outros fornecedores de serviços, como call centers, ou de outros materiais não produtivos, como os insu-
mos para os escritórios.

Gasto em fornecedores de produtos para a operação (U\$S)



ATUALIZAMOS NOSSA POLÍTICA REGIONAL DE COMPRAS E AQUISIÇÕES

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

Durante 2019, desde a Vrio Corp foi realizada uma atualização da política de compras, no enquadramento de um contínuo processo de melhora que nos permite assegurar a transparência das práticas de aquisição e a relação custo-eficiência na compra de bens e serviços.

Esta política nos permite estabelecer critérios para a seleção, contratação e compra de bens e serviços. Seus principais alinhamentos definem as atividades que alcançam, os papéis e responsabilidades das áreas envolvidas, as pautas gerais de compras, a gestão de fornecedores e os termos de pagamento.

PRINCÍPIOS DE CONDUTA DE FORNECEDORES

Em linha com as políticas e normas da AT&T, operamos com o mais alto nível de integridade e ética, focalizando na responsabilidade social e na sustentabilidade. Por isso, consideramos que nossos fornecedores, e seus abastecedores, devem fazer parte deste foco, cumprindo com todas as leis e regulamentações nacionais e estrangeiras aplicáveis a nossos princípios de conduta.

Em 2019 o gasto em fornecedores de produtos para a operação de origem local alcançou 89%.

SELEÇÃO E AVALIAÇÃO DE FORNECEDORES DE MATERIAIS PRODUTIVOS

(GRI 414-1; GRI 414-2)

Nossa equipe de Supply Chain e Procurement é responsável pela busca, seleção e adjudicação de novos fornecedores para compra de materiais produtivos. Também é encarregado de avaliar o desempenho desses fornecedores que já fazem parte de nossos parceiros de negócios.



#MaisValor

O QUE ESPERAMOS DE NOSSOS FORNECEDORES?

Práticas de trabalho

Que cumpram com todas as leis e regulamentações de trabalho, incluídas questões salariais e horárias, e que rejeitem toda prática de trabalho infantil ou forçado.

Práticas comerciais sustentáveis

Que possuam uma abordagem de melhora contínua para as condições econômicas, sociais e ambientais.

Meio ambiente, saúde e segurança

Que apliquem políticas e práticas responsáveis com o meio ambiente, a saúde e a segurança, fornecendo um espaço de trabalho seguro e saudável.

Privacidade e informação confidencial

Que valorem e protejam a informação confidencial de nossos clientes, cumprindo com nossa Política de Privacidade e com todas as leis, regulamentações e requisitos aplicáveis.

Direitos humanos

Que tratem a todos os empregados com respeito e dignidade. Não toleramos castigos corporais, ameaças de violência, assédio físico ou outras formas de coerção física, assédio ou intimidação. Tampouco aceitamos discriminação por raça, idade, religião, nacionalidade, deficiência, identidade de gênero ou orientação sexual, estado civil, gravidez, afiliação política ou sindical.

Ética

Que garantam o mais alto nível de ética, integridade e responsabilidade em nossas operações. Não vamos tolerar o pagamento de subornos, práticas corruptas ou participação em atividades ilegais. Também não o uso, posse, distribuição ou venda de drogas ilegais ou álcool em nossas instalações e veículos.

Minerais de zonas de conflito

Que garantam que os produtos que usamos em nossas operações não contenham minerais conflitivos que direta ou indiretamente financiem ou beneficiem grupos armados.

Economia circular

Que apoiem a ideia de uma economia circular, para melhor uso dos recursos durante o maior tempo possível e sua posterior recuperação ou reciclagem no termo de sua vida útil.

Liberdade de associação

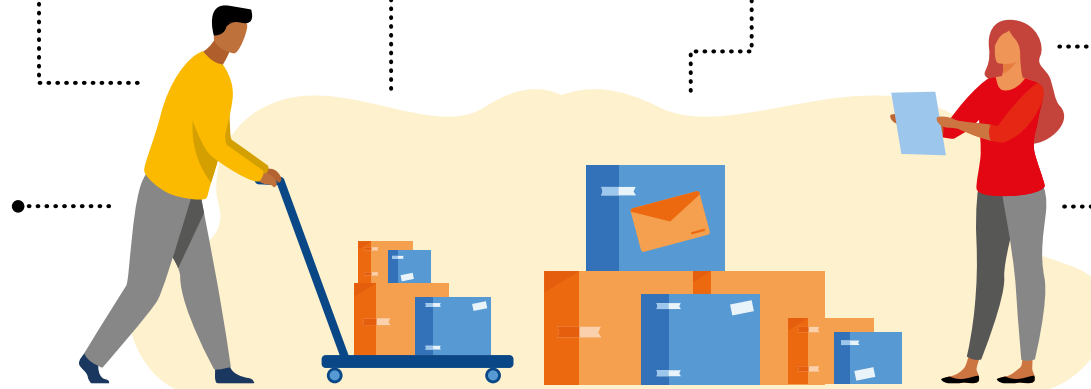
Que respeitem os direitos legais de seus empregados para unir-se ou não aos sindicatos ou outras organizações semelhantes.

Conflitos de interesses

Que não mantenham com nossos empregados vínculos que possam afetar o juízo ou gerar conflitos de interesses.

Diversidade de fornecedores

Que incluam a mulheres, veteranos, deficientes, LGBTQ+ e outras minorias.



Meio Ambiente

Como preservamos

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

NA SKY ESTAMOS COMPROMETIDOS COM O CUIDADO DO MEIO AMBIENTE.

Trabalhamos com nossa cadeia de valor para mitigar nosso impacto na mudança climática, reduzindo o consumo de energia e emissões de gases efeito estufa (GEEs) em todas as operações. Administramos em forma sustentável o ciclo de vida de nossos produtos para minimizar resíduos.

MELHORAMOS O USO DA ENERGIA

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

Sabemos que a mudança climática é um dos maiores desafios do desenvolvimento sustentável dos últimos anos. A queimada de combustíveis fósseis é responsável em grande medida da emissão de GEEs e do aquecimento global.

Por isso, acreditamos que todos temos que ser protagonistas na tarefa de reduzir o impacto de nossas atividades sobre o meio ambiente. Neste sentido, nosso foco de gestão considera e envolve a todos os integrantes de nossa cadeia de valor, incluídos nossos clientes.

CONSUMO DE ENERGIA INTERNA

Monitoramos nossos consumos de energia elétrica e combustíveis fósseis ao longo de todas nossas operações, tanto em nossos centros de transmissão e escritórios, quanto em nossos veículos.

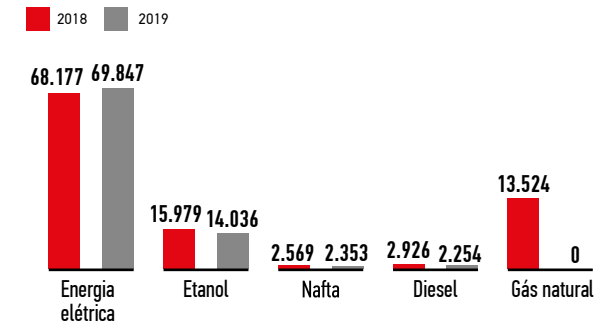
Consumo interno de energia não-renovável	2018	2019	Variação
Energia elétrica (Kwh)	18.938.164	19.402.003	2,4%
Etanol (lts)	748.308	657.303	-12,2%
Nafta (lts)	74.988	68.679	-8,4%
Diesel (lts)	81.000	62.400	-23,0%
Gás natural (m³)	356.924	-	N/A

A redução do consumo de etanol é gerada pela diminuição alcançada pela frota de veículos comerciais da SKY.

No ano 2018, no Centro de Transmissão Jaguariúna (Jaguariuna Broadcast Center – JBC) foram feitos testes para atingir uma certificação de fiabilidade e disponibilidade do JBC. Em 2019 o consumo foi estabilizado alcançando uma redução do 23% no consumo de Diesel.

As diminuições são refletidas nos níveis de emissão de gás com efeito de estufa.

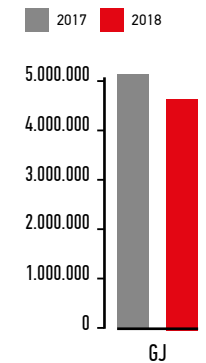
Consumo de energia interno (GJ)



CONSUMO DE ENERGIA EXTERNA

Assumimos o compromisso de trabalhar para reduzir o consumo de energia de nossos clientes pela utilização de nossos serviços. A inovação tecnológica nos permite contar com componentes mais reduzidos, sofisticados e eficientes no uso de energia elétrica. Assim mesmo, observamos o consumo de energia gerado pelas viagens de avião de nossos empregados.

Consumo dos decodificadores



#MenosPegada

Consumo de energia externa	2018	2019	Variação
Viagens de empregados de avião (km) ⁷	6.500.018	ND ⁸	N/A
Consumo dos decodificadores (GJ) ⁹	5.150.038	4.680.167	-9%
Consumo por decodificador (kWh/unidade)	97,19	93,55	-4%

Durante 2019, conseguimos uma redução no consumo de energia dos decodificadores de mais de

469.870 GJ

REDUZIMOS NOSSA PEGADA DE CARBONO

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

Estamos comprometidos a reduzir nossas emissões de GEEs, tanto aquelas produzidas em nossas instalações e veículos, quanto as geradas como consequência de nossas atividades e serviços.

⁷ De acordo com os processos corporativos, atualmente SKY não possui um processo para a conversão dos viagens de empregados a Giga Joules. | ⁸ Informação não disponível. | ⁹ No relatório de 2018, foi mostrado um consumo de 1.840.213.683 kWh que atribuiu um consumo de um decodificador simple HD a um dispositivo que permitia adicionar a funcionalidade de gravação de conteúdo aos decodificadores em HD e cujo consumo foi muito menor.

Emissões de gases de efeito estufa (GEE) tCO ₂ eq	2018	2019	Variação
Emissões diretas (escopo 1)	1.386	608	-56%
Emissões indiretas por geração de energia (escopo 2)	2.973	3.046	2%
Outras emissões indiretas (escopo 3)	289.584	204.871	-29%

ADMINISTRAMOS DE MODO SUSTENTÁVEL OS “DECOS”

(IP4)

Somos responsáveis de ponta a ponta. Na SKY administramos de forma sustentável nossos produtos, inclusive depois de seu tempo de uso. Nós propomos manter os recursos durante o maior tempo possível, reduzir ao mínimo a geração de resíduos e promover o desenvolvimento de uma economia circular.

Nesse enquadramento administramos o fim de vida de nossos decodificadores. Uma vez recuperadas as equipes que já não são requeridos por nossos clientes -devido a falhas, mudanças de tecnologia, atualizações ou baixas-, procedemos a sua reforma e reutilização, ou sua reciclagem através de fornecedores devidamente preparados.

Na SKY administramos com responsabilidade nossos produtos, inclusive depois de seu tempo de uso. O fazemos assim.



Recuperação e reciclagem de decodificadores (unidades)¹⁰

	2019
Decodificadores disponíveis para recuperar ¹¹	753.374
Decodificadores recuperados ¹²	3.296.479
Decodificadores reconicionados	2.678.440
Decodificadores reciclados	618.319

Recondicionamos um total de **97%** dos decodificadores recuperados, e tivemos um aproveitamento de reciclagem de **84%** através de fornecedores devidamente habilitados.

Na SKY administramos com responsabilidade nossos produtos, inclusive depois de seu tempo de uso. O fazemos assim:

¹⁰ Os valores para 2018 não se encontram disponíveis. | ¹¹ Somente considera o que entrou e ficou no ano de 2019. | ¹² Somatória total entre reciclados e de reuso.

Inovação

Como evoluímos com tecnologia

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

A TRANSFORMAÇÃO DIGITAL É UMA EVOLUÇÃO QUE LEVAMOS ADIANTE TODOS OS DIAS, PROCURANDO SER MAIS TRANSPARENTES E ÁGEIS, MEDINDO RESULTADOS E CUIDANDO A EXPERIÊNCIA DO USUÁRIO.

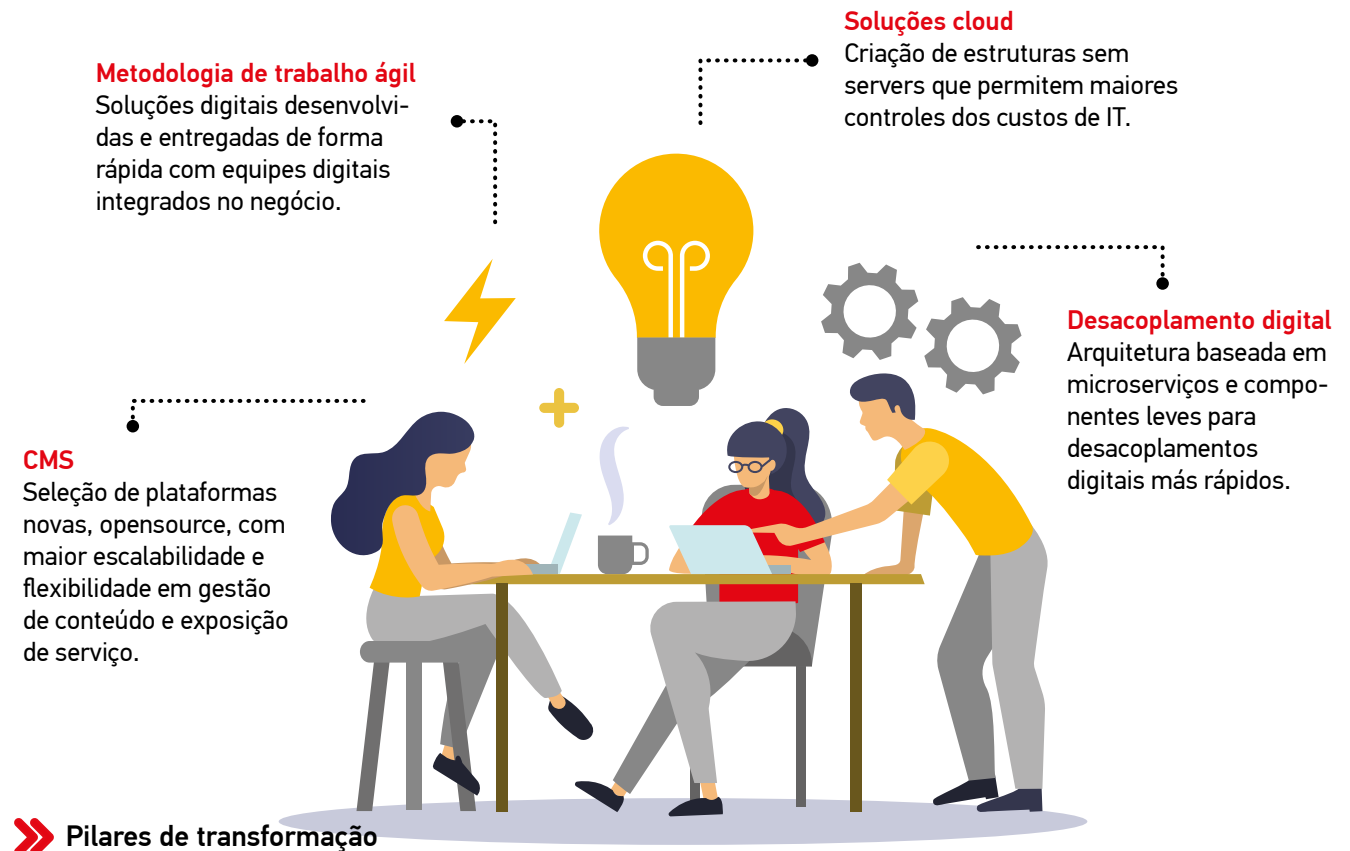
Nosso objetivo de “ter um SKY para cada brasileiro” nos desafia constantemente para melhorar a qualidade de entrega.

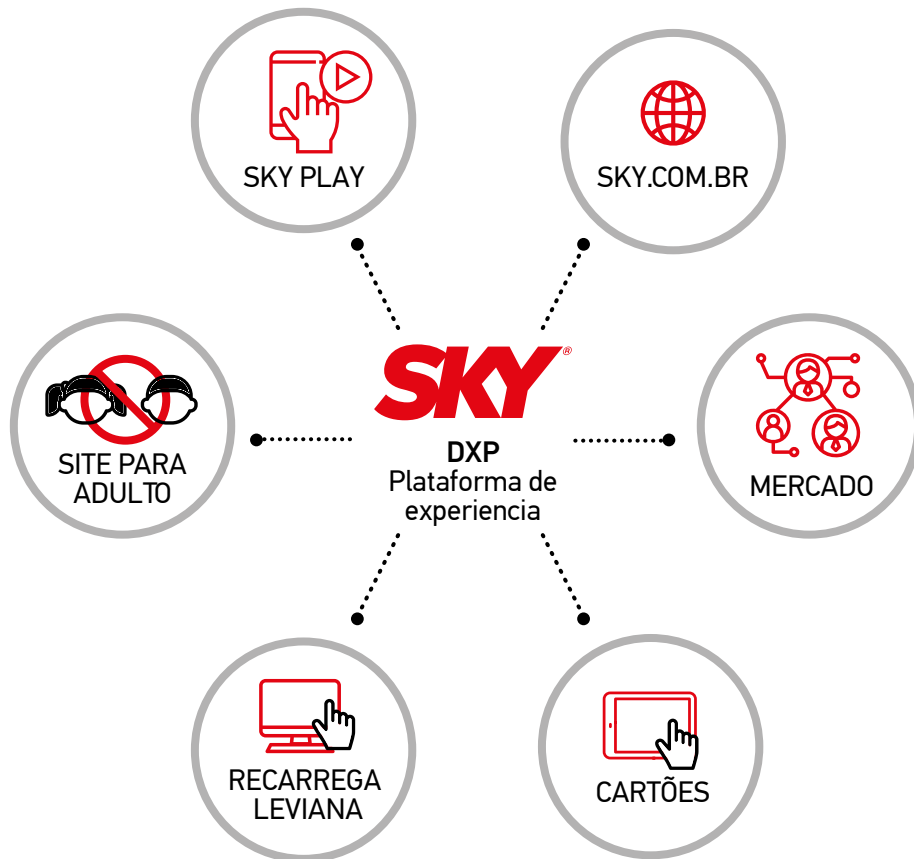
Nesse aspecto, inovamos com a metodologia Customer Centric, que nos permite um melhor desenvolvimento de nossos canais digitais, e alcançamos importantes resultados desde nossa área Digital. Porém, também promovemos o ambiente de trabalho que valoriza o desenvolvimento de nossos colaboradores, animando-os a inovar criativamente para entregar soluções que melhorem a experiência de nossos clientes.

GERAMOS EXPERIÊNCIAS ÚNICAS COM INOVAÇÃO

Uma companhia que cria conteúdos digitais deve ser capaz de entender aos consumidores e estar preparada para se adaptar e readaptar-se continuamente.

Na SKY nos apoiamos em quatro pilares de transformação que nos permitem criar melhor conteúdo e somar valor ao negócio.





TECNOLOGIAS PARA A INOVAÇÃO

A evolução da área Digital nos permite focalizar no desenvolvimento de ativos relevantes para criar as melhores experiências para nossos clientes.

Em 2019 definimos nossa folha de rota para a digitalização da SKY, com projeção para 2024, e nos colocamos em funcionamento com a implementação de quatro iniciativas: para SKY Play estamos desenvolvendo um hub de conteúdo universal; para nosso streaming criamos uma plataforma de baixo custo; para STB estamos adotando Internet das Coisas (Internet of Things); e também estamos configurando um ecossistema de assistência por voz.

Estas ações nos facilitam rápidos resultados de negócio no referente a:

Escala de inovação, acelerando o ecossistema digital.	 Completamente livre de servidores. Completamente na nuvem.
Diferencial por agilidade, estabilidade e desempenho, graças às melhores soluções disponíveis.	 Equipes digitais para entregar soluções rápidas.
Aumento da relevância dos canais digitais para alcançar resultados de negócio.	 Mais de 50% do total das interações com o cliente.

Assim conseguimos, entre outros, estas importantes conquistas:

- Assistente digital K, referência em entretenimento que alcançou uma nota de 4,4 na loja Android de aplicações.
- Mais usuários ativos (Monthly Active Users - MAU) no novo site do SKY Play.
- 61% de interações digitais.
- Canal de WhatsApp com 32 fluxos de SelfCare.
- 40 novos indicadores e tabelas para Power Business Intelligence (BI).
- Armazenamento de Big Data com 90% de ocupação de 175 TB.
- Mais de 5 novas equipes de trabalho.
- Mais de 70 mil consultas mensais em BI facts, na gestão de dados de BI.
- Mais de 280 usuários internos na gestão de dados de BI.
- 198 projetos entregados no ano.
- 100% da força de vendas alcançada pela gestão de Big Data.
- Mais de 90% dos sistemas de transação cobertos na gestão de Big Data.

PESSOAS PARA A CRIATIVIDADE

Na SKY sabemos que a transformação digital não se executa só, senão que requer do talento humano para sua adequada implementação. Por isso, apostamos pela capacitação de nossos colaboradores, fortalecendo suas habilidades para aproveitar criativamente as novas ferramentas, e formamos equipes que per-

seguem um mesmo objetivo: entregar as soluções necessárias para melhorar a experiência de nossos clientes.

Com esta visão, organizamos meetups, workshops e palestras sobre temáticas digitais, geramos intercâmbio de conhecimento e incentivamos o coaching de líderes, entre outras práticas orientadas à evolução pessoal e profissional de nossos colaboradores.

Com o mesmo sentido, reconhecemos as conquistas e resultados de aqueles que produzem informação digital, uma diferença que nos motiva para seguir liderando o mercado e ser reconhecidos como a operadora que mais se envolve e escuta o cliente.

A transformação digital da SKY vai além dos produtos que oferecemos; estamos mudando a forma em que interagimos com nossos clientes, para brindar lhes a melhor experiência em conteúdos do Brasil.

