

MEMORIA Y ESTADOS FINANCIEROS
Al 31 de diciembre de 2021

MEMORIA

INTRODUCCIÓN

Hechos societarios relevantes del vigésimo cuarto ejercicio económico

Logros operacionales

PERSONAL HOGAR

Este año 2021 continuó siendo un año beneficioso para el segmento Hogar, innovando dentro de los productos existentes, realizando el valor de los mismos y apuntado a potenciar los Combos Familiares de Personal.

Siguiendo con la fuerte apuesta en nuestro servicio diferencial, internet para el hogar por fibra óptica, en el segundo semestre de este 2021 retomamos el despliegue de la red de fibra óptica, reforzando zonas de cobertura y también llegando a nuevas ciudades como Concepción, San Antonio, Hernandarias y Pte. Franco, logrando así cubrir 22 ciudades distintas que incluyen en total más de 420 barrios. Es decir, nuestro despliegue supera las 28.8k manzanas obteniendo así una capacidad total de red más 530k hogares pasados. Esto demuestra la confianza de la compañía y de nuestros clientes en el producto, consolidándonos como la Empresa con la mayor cobertura de Fibra Óptica del país, generando así el gran diferencial del producto, teniendo en cuenta que la competencia principal ofrece el servicio de internet sobre una red HFC (Hybrid Fiber-Coaxial).

Con el objetivo de potenciar y aprovechar al máximo el ingreso y acceso a los hogares que nos brinda nuestra red de fibra, este año renovamos los beneficios para los clientes en Combo, redoblando la apuesta hacia los clientes que nos elijen. Los nuevos beneficios para clientes combos incluyen: doble de velocidad en el servicio de internet, doble de Gigas en la línea pospago del cliente como los grandes diferenciadores nuevos. Además, este año lanzamos Flow Pass: un pack de 5 Gigas para acceder a Flow desde la App del celular sin consumir los gigas del plan. Flow Pass se encuentra disponible para clientes 3 Play con planes desde 8Gb en adelante, pero también está disponible para los demás clientes Pospago que quieran acceder al mismo, pudiendo comprar el pack por 1, 3 o 30 días.

En cuanto al servicio de TV, la actualidad y el futuro marcan al **contenido** como el rey del negocio, es por eso que hemos hecho grandes incorporaciones como:

- Disney+: nos hemos integrado a Disney para poder comercializar su servicio OTT y así dar acceso a todos nuestros clientes a factura, que, mediante un acuerdo entre Telecom y Disney, se logró además contar con una oferta diferenciada para nuestros clientes, ofreciendo un precio fijo en moneda local y una promoción de hasta 3 meses gratis, superando así los 4k clientes en los primeros 5 meses desde el lanzamiento. Este acuerdo significa, no solo poder ofrecer todo en un solo lugar a nuestros clientes,

sino que además genera ingresos adicionales a raíz de un revenue share acordado.

- Paramount+: otra nueva plataforma OTT en el mercado que, inicialmente podemos ofrecer a nuestros clientes de Flow como un pack Premium, ingestando el contenido a la plataforma a aquellos clientes que lo contratan, y que eventualmente podríamos llegar a extender la oferta a todos nuestros clientes a factura, dando acceso a la plataforma de ellos a través de una autenticación y validación de clientes que está en desarrollo.
- Star+: la nueva plataforma OTT de Disney que, a diferencia de las demás, incluye contenido en Vivo de los eventos de ESPN. Estamos en desarrollo de esta integración para poder comercializar a inicios del 2022, similar a Disney+.
- Integración a Toolbox: este sería nuestro intermediario para autenticar y validar todos nuestros clientes que, por tener el servicio de TV, quieran y puedan acceder a las demás plataformas OTT de los programadores, como por ejemplo HBO Max, MTV, Hot Pack, etc.

Además de estos contenidos, hemos lanzado también Flow App para nuestros clientes de TV Satelital (DTH), ofreciendo así un valor diferencial único en el mercado, otorgando a nuestros clientes la posibilidad de activar el servicio sin costo, suscribirse y descargar la App para disfrutar de todo el contenido básico cuando y donde quieran.

Adicionalmente, seguimos sumando señales a los servicios de TV, tanto nacionales como internacionales, entre las que podemos citar: Mega TV, Canal 9 Bs. As., Crónica TV, Chacra TV y Telefé Internacional. Así mismo, se logró un acuerdo para tener la transmisión de la final de la Copa del Rey de España en exclusivo por Flow en Paraguay. Todo esto entendiendo que el contenido es hoy día el valor diferencial en la experiencia del consumidor de vídeo (TV y OD).

Por último, este año se implementó la funcionalidad de Alquileres dentro de Flow para todos nuestros clientes de la plataforma, a través de la cual los clientes pueden acceder a Películas pagas, agrandando así las opciones y disponibilidad de contenido. Los primeros meses hubo poca ingesta de contenidos, pero con el pasar de los meses la oferta de títulos se fue enriqueciendo con títulos de estreno y clásicos, lo que ayudó a potenciar el consumo de dicho servicio superando ya los USD 7.500 mensuales, lo que significa una nueva línea de ingreso también para la compañía, además del valor adicional al producto Flow.

En conclusión, este año 2021 fue también un año desafiante, con mucha incertidumbre, en el que de igual manera se lograron grandes desafíos y resultados satisfactorios, con la mira puesta en potenciar la unidad de negocios Hogar y consolidar su crecimiento año a año. Continuamos transitando el camino de la innovación con valor dentro del segmento para el destaque y realce de

nuestros servicios, teniendo al cliente en el centro y entendiendo las nuevas necesidades y deseos de los mismos, en aras de acompañar para la satisfacción de los mismos.

BILLETERA PERSONAL

Billetera Personal ha continuado durante el 2021 con una tendencia creciente, tanto en usuarios que han adoptado el medio de pago y volumen de transacciones realizadas, como también en el market share de cuentas de dinero electrónico a nivel país.

Se han adecuando los sistemas para elevar la seguridad de los procesos de Identificación de Clientes para el alta del servicio.

Se ha cerrado un acuerdo comercial con el Banco Itaú para fomentar la digitalización de los pagos e inclusión financiera a través de la Billetera Personal, el cual género como primer hito importante para el servicio el acceso a la red de Infonet, tanto para los pagos vía POS como para el retiro de dinero a través de los ATM.

CONTEXTO ECONÓMICO, ASPECTOS SOCIETARIOS Y MARCO REGULATORIO

Contexto Económico

El Banco Central del Paraguay (BCP) ajustó significativamente al alza su estimación sobre la inflación para el cierre del 2021, a través de su más reciente Informe de Política Monetaria (Ipom).

De acuerdo con el Banco Central del Paraguay (BCP), la **inflación** del mes de diciembre del año 2021, medida por la variación del índice de precios al consumidor (IPC), fue del 0%, inferior al 0,6% que se tuvo en diciembre del 2020. Con este resultado, la banca matriz cierra la inflación del año 2021 en 6,8%, por encima del 2,2% verificado en el año anterior.

Sin embargo, los exponentes del BCP resaltaron el vigente proceso de normalización de la política monetaria, con una tasa de referencia en aumento, y las expectativas de que los precios vayan convergiendo hacia la meta en 2022.

Aspectos societarios

En fecha 4 de marzo de 2021 el Directorio de la Sociedad aprobó la emisión de las Series N° 4 y 5 de bonos, dentro del Programa de Emisión Global G1, por un valor de Gs. 130.000.000.000 y 120.000.000.000 los cuales fueron íntegramente colocados el mismo día de la emisión.

Marco Regulatorio

Durante el año 2021 se terminó de dar cumplimiento a las obligaciones sociales de provisión de notebooks a entidades educativas y de instalación de telecentros dentro de las condiciones de la licitación pública N° 01/2017 en virtud de la cual la compañía adquirió dos bloques de frecuencias en la banda de 700 MHz.

En el año 2021 finalizaron de manera satisfactoria los contratos 29/2017 y 30/2017 suscritos con la CONATEL para la provisión del servicio de internet y equipos ofimáticos a establecimientos de salud para la promoción de la Telemedicina con subsidios del Fondos del Servicio Universal.

En el mes de setiembre se obtuvo la renovación de la licencia del servicio de acceso a internet y transmisión de datos para el periodo 2021 – 2026.

A mediados del año 2021 la CONATEL puso a consulta pública el borrador del Plan Nacional de Telecomunicaciones para el periodo 2021 – 2025 realizando la compañía sus comentarios sobre dicho plan.

Durante el año 2021, como integrante de la Cámara de Operadores Móviles del Paraguay, se trabajó en el ámbito legislativo a fin de establecer posiciones comunes de la industria ante iniciativas parlamentarias tales como la modificación de la ley 1334/2003 que establece el procedimiento para la nominatividad de las líneas del servicio de telefonía móvil, el proyecto de ley de roaming automático nacional. De igual manera, dentro de la Cámara de Operadores Móviles se realizaron gestiones ante la CONATEL en el marco de discusión del Reglamento de Calidad de Servicio, ante el Ministerio del Ambiente en el marco de la modificación de la normativa de control sobre radiaciones no ionizantes, entre otras.

ASPECTOS DE LA GESTIÓN

Personal Envíos S.A. ha cerrado el año 2021 con un parque de billeteras activas de 317.744 producto de los desembolsos de Pytyvo realizados por el Gobierno Nacional, a lo largo del año se trabajó en la retención de estos clientes, cerrando el mes de octubre 2021 en 272.483 billeteras activas, el cual comparado con febrero del 2020 (último mes pre pandemia) representa un crecimiento del 58% en este KPI

En cuanto a capilaridad activa de Puntos de Venta se cuenta actualmente con 4300, esto sin considerar la cantidad de bocas de cobro de Redes de Cobranza habilitadas para servicios de Giros, Cash In y Cash Out de Billetera Personal.

Asimismo, en el 2021 se consolida el crecimiento cargas de dinero recibidas en Billeteras, constituyéndose la transacción más utilizada por los Clientes para realizar movimiento de fondos, demostrando la progresiva y sostenida adopción por parte de los Clientes. Estos fondos cargados son luego empleados por los mismos para realizar diferentes operaciones directamente desde sus cuentas de

dinero electrónico, potenciándose con esto otras líneas de negocios que van creciendo como ser: la Recarga, la compra de pack, los pagos de servicios públicos y privados, así también la compra en Comercios, línea de servicio que está siendo trabajada de forma específica con campañas de incentivos para el cliente.

En términos de Market Share, hemos alcanzado una penetración del 24% en cuentas activas parque 0-90, siendo, de acuerdo a datos oficiales del Banco Central del Paraguay al mes de setiembre de 2021.

a) Análisis de los Resultados de ejercicio

i) Ventas

Los ingresos por ventas aumentaron respecto al año anterior en aproximadamente 8% en guaraníes (-1,8 % disminuye en pesos argentinos). Los aumentos se dieron principalmente en el segmento prepago, venta de abonos de internet y otras ventas de servicios.

ii) Costos operativos

Los costos por su parte, aumentaron en el rubro de honorarios por servicio y mantenimiento, comisiones y publicidad, costo de programación y otros costos operativos.

iii) Utilidad de la explotación

La utilidad de la explotación tuvo un aumento del 20% alcanzando en el 2021 millones de Gs. 259.244 (millones de \$ 4.312) comparando con millones de Gs. 215.817 (millones de \$ 3.969) del año 2020.

iv) Resultados financieros

En cuanto a los resultados financieros, la disminución de este año se debe principalmente a que el guaraní se apreció con respecto al dólar, lo que originó una ganancia por diferencia de cambio.

b) Análisis de la situación patrimonial

El activo total cerró en el año en 1.960.440 (millones de Gs.) marcando un incremento del 14% respecto al 2020. El pasivo por su parte, tuvo un incremento del 18%, originado principalmente en el rubro de cuentas a pagar.

c) Flujo de efectivo y situación financiera

El efectivo y equivalente cerró en 284.575 (millones de guaraníes), registrando un aumento con respecto a los 82.913 (millones de guaraníes) del ejercicio anterior. El flujo de fondos provenientes de actividades operativas aumento en un 12%, producto de la cobranza por venta de saldos y planes pospago.

OFERTAS Y PRODUCTOS

El 2021 experimentó un crecimiento aún mayor en el volumen de Cargas en cuentas de dinero electrónico, superando al volumen movido a través de la transacción de Giros de dinero, esto como consecuencia del mayor número de clientes operando con Billetera Personal, los que la han convertido en su medio de pago principal gracias a las diversas opciones transaccionales y de pago ofrecidas. A lo largo del año, se han venido incorporando cada vez más prestadores de servicios y comercios que permiten recibir pagos desde Billetera Personal, así también se incorporó el servicio de “Envío a Otras Billeteras”.

A lo largo del año se ha trabajado en mejorar la calidad y visibilidad de los puntos de venta tendientes a lograr la satisfacción de los Clientes.

De la misma forma, se ha intensificado la venta de productos de telefonía, datos y televisión, incentivándose la venta cruzada a segmentos de clientes definidos para el efecto mediante packs y ofertas diferenciadas, fidelizadoras y atractivas.

Prepago

La propuesta de valor para el segmento prepago durante el año 2021 se centró en comunicar el concepto de “Prepago Ilimitado”, de la mano del pack Combo que contiene el beneficio adicional de datos nocturnos ilimitados de 22 a 06 hs, además de llamadas ilimitadas a todas las operadoras, oferta bastante competitiva y de gran aceptación por los clientes. De manera a generar una mejor tracción de las portaciones, se estableció un Welcome Kit que sea atractivo y a la vez asegure una permanencia mayor de parte del cliente prepagador, de esta manera se estableció una oferta de 3 Gigas por 3 días durante 6 meses, con recarga mínima para activar la promo.

Durante el primer semestre del año 2021 se continuó desarrollando los canales digitales con pautas en Redes Sociales para la Portabilidad, en donde comenzamos a comunicar los diversos beneficios de la oferta prepaga, apalancándonos siempre en la “accesibilidad” con packs que van desde “Q 1.200” sumado a los beneficios que obtienen los clientes prepagos con el “Club Personal”, acompañado de nuestro principal pack con “Noches Ilimitadas”, esto ayudó tanto a la captura como al blindaje para los clientes de la base “500MB + Noches Ilimitadas + Llamadas Ilimitadas a Todo Destino x 2 días x Q 5.000”, de manera a ser más atractivos para los clientes prepagos consumidores de este tipo de pack, “Pack con noches ilimitadas de 22 a 06”, entre otros beneficios.

La estrategia de crecimiento del producto Prepago se acompañó desde el área comercial, con el desarrollo de puntos de venta de saldo y puntos activadores, fortaleciendo las herramientas de venta como ser venta directa de packs de datos desde el punto de venta, modalidad que logró posicionarse entre los principales canales de venta de packs que disponemos.

Pospago

La estrategia del producto Pospago se focalizó en capturar clientes mediante ofertas agresivas con descuentos 30% a 50% por 12 a 18 meses sobre el abono o la duplicación por 18 meses de datos para líneas altas puras, migraciones y líneas portadas. De esta manera logramos captar el interés de los clientes de la competencia para portar a Personal aprovechando la base de clientes no blindada de la competencia.

Se realizó un aumento en el abono de todos los planes masivos de Gs. 4.000 para las líneas mayores o igual a Gs.50.000; como también un aumento de Gs.10.000 para las líneas que son mayor o igual a 100.000.

En función del interés de los usuarios por el uso de internet y los servicios de Roaming de la competencia, la comunicación se centró en 50% de descuento como propuesta de valor, acompañado de llamadas ilimitadas a todas las operadoras, WhatsApp incluido, Roaming sin descontar tus gigas en América con el plan de Gs 160.000 y Europa con plan de Gs 350.000, Gigas acumulables y la posibilidad de compartir las gigas del plan contratado, siendo este último beneficio único en mercado.

Este año realizamos campañas de Try and Buy para nuestros clientes de otros productos de Personal. Entre ellas podemos destacar las entregas de simcards que realizamos con el equipo de Field Service que entregaban la simcards con un panfleto con las ofertas que el cliente podía elegir. Estas se dividían en la entrega, por un lado, simcards activas, donde el cliente ya contaba con el servicio al momento de recibir; y por otro lado, simcards inactivas, donde el cliente recibía la simcard y en el día recibía una llamada de parte de Televentas para o activar o portar su línea. Las activas contaban con nuestro plan más atractivo de 8GB por Gs. 160.000 por 2 meses gratis y luego 16 meses con 50% de descuento. Las inactivas requerían de la autorización del cliente al cual llamaban una vez instalado el servicio de FTTH en el hogar el cliente para ofrecerle 2 meses gratis en cualquiera de nuestros 3 planes más atractivos. También se realizaron campañas outbound de try and buy con el equipo de Televentas para ofrecerle a clientes de la competencia, clientes de personal prepago y clientes de la competencia con nuestros servicios.

Otro eje de comunicación a lo largo del año han sido las alianzas con proveedores de terminales, comunicando beneficios al cliente al adquirir determinados modelos, canje de terminales como medio de pago "Galaxy para siempre" y la posibilidad de acceder a la pre venta de nuevos equipos, tales como Samsung Galaxy Note 20 Galaxy S20, S20+ y S20Ultra o Huawei P40 Pro. Debido a la Pandemia del COVID-19 no pudimos vincular ninguna acción a las Campañas de entradas a eventos de entretenimiento como en años anteriores.

Respecto a los planes de Retención & Fidelización se incorporaron varias campañas para retener y fidelizar a la base de clientes pospago, iniciando por Campaña de realocación de plan de datos, con el objetivo de que la base pospaga no quede con planes descompetitivos frente a los planes de la

competencia, la campaña Planes a vencer tiene el objetivo de retener a los clientes con planes con promocionales que vencen, ofreciendo la continuidad de la promoción por 18 meses con una oferta de descuento del 50% o duplicación de datos, la campaña AntiChurn pospago, resultado del modelo predictivo tiene como objetivo reducir potenciales clientes a realizar churn, por último las campañas Fidelización Especial e Incentivados que tienen como objetivo principal reducir la cantidad de clientes donadas a otras operadoras.

Además de las campañas, la acción denominada "Rescate Personal" es acompañada desde atención personalizada, donde se premia a los representantes con mejores registros de retención.

Servicios de Valor Agregado

Debido a la pandemia a nivel mundial desde inicios del 2021 decidimos dejar de lado también este año todas las promos que impliquen un acto presencial y nos abocamos a todo tipo de contenido y promos de modo virtual que podamos ofrecer a nuestros clientes. Nos reinventamos y realizamos algunas promociones con premios en donde los clientes puedan disfrutar contenidos desde sus casas, así también como cursos on line, podcasts y diversos tipos de contenidos para el segmento de Mujeres.

Las acciones y promociones más significativas desarrolladas en el año fueron:

- Especial Marzo, Mes de la Mujer: Para esta ocasión y bajo el lema "Mujeres fuertes y reales" convocamos referentes de cada rubro para crear contenido inspirador, con herramientas útiles para que las mujeres podamos elegir cómo queremos ser y vivir una vida más simple y feliz. Se trata de una NUEVA SECCIÓN con contenidos exclusivo de VIDEO + PODCAST de la mano de: Malala Olitte, Gia Alfieri, Angie Paiva, Ale Jara, Agus Dandri, Mariana Kersz, influencers y referentes del medio local.
- Promo Vinilos: en donde damos la posibilidad a un ganador suscripto al servicio Playnow que haya participado de la trivía a llevarse una colección de 10 vinilos a elección del cliente.
- Promo E-books: la promo consistía en que un ganador suscripto al servicio MIS LIBROS que haya participado de la trivía tenga la oportunidad de publicar su e-book en las mejores tiendas online.
- Promo especial para el Mes de la Mujer en Personal Mujer: Bajo el nombre de #MADRESHOY, creamos una nueva sección con contenido exclusivo siempre de la mano de referentes (@blogchickids, @mamipoppins.blog, @babyfooduniverse) ya sea en entrevistas, videos y descargables con frases para que puedan enviar y recetarios de desayunos para homenajearlas.
- Relanzamiento del portal Personal Mujer, se agregaron nuevas funcionalidades y beneficios para los clientes, nueva interfaz, ágil, interactiva, enfocada en maximizar la usabilidad y la experiencia de

usuario, Lanzamiento de la sección "Workshops" para categorizar todo el contenido que tiene formato de "clases"/"cursos".

Además de estas acciones, estuvimos trabajando en conjunto con el área de Publicidad, así como con el área de Innovación, en un nuevo *feature* para la plataforma CDAG, cuyas pruebas se habían iniciado en el 2020 donde se incorporó la posibilidad de comercializar pautas en los Optines que le aparecen al cliente antes de hacer efectiva la suscripción, todo este proyecto enmarcado en el proyecto de Personal Ads. Junto con el área de Innovación estamos llevando a cabo el up grade de la plataforma de envíos de Sat push utilizado de manera a poder incentivar nuestros productos *premium*.

Roaming

En cuanto al producto Roaming, se definió continuar con la oferta "Modo Roaming" donde el cliente puede navegar con las gigas de su plan en 44 países a nivel mundial. Además, continúan los demás beneficios:

- Posibilidad de realizar llamadas a Paraguay y recibir llamadas en Roaming sin costo adicional, descontado todo de los minutos de su plan
- WhatsApp incluido dentro de la oferta, con la posibilidad de utilizarlo de la misma manera como lo realiza en Paraguay (envío y recepción de mensajes de texto, notas de voz, imágenes y Video).
- Packs atractivos para países de América y Europa, para clientes que no cuenten con Megaplanes.

También, se cerró un acuerdo de tarifas muy atractivo en cuanto a costos, con Vodafone Qatar, con miras al evento Mundial de Fútbol 2022, lo cual nos permitirá adherir el destino a la oferta actual de Roaming.

Algunas modificaciones con respecto a la oferta "Modo Roaming" fueron:

- Para América se aumentó el plan mínimo para acceder a la oferta de 150mil Gs. a 160mil Gs.
- Para América y Europa, se aumentó el plan mínimo para acceder a la oferta de 350mil Gs. a 400mil Gs.
- Nuevos packs para EEUU 75Mb x 25mil Gs. x 2 días y 150Mb x 75mil Gs. x 3 días. (no incluye WhatsApp Gratis)

Servicios Empresas 2021

"Conecta tu empresa a la Fibra Óptica más rápida y segura del mercado" es la propuesta de comunicación y posicionamiento del nuevo portfolio de productos, en donde nos apoyamos en seis grandes áreas de negocio **Comunicación**,

Conectividad, Soluciones (Móviles y Financieras), **Nube**, **M2M/IOT** y **Seguridad**.

Dentro de nuestra industria, la división Personal Empresas ha venido demostrando un crecimiento sostenido en cantidad de suscriptores para nuestros servicios tradicionales de comunicación móvil en un del 8% y en conectividad fija (FTTH) un 38%

Nuestras acciones de posicionamiento de la marca Personal Empresas, enfocamos a través de las nuevas soluciones de negocios para B2B: como **Seguridad** (Mitigación de Ataques DDoS, Análisis de Vulnerabilidades y Pentesting), **Nube** (Servidores Virtuales Privados y Microsoft 365), **M2M/IOT** (Jasper), dentro de este mercado, las 2 palancas principales, están vinculadas a brindar soluciones al segmento de Tecnologías de la Información (TI) y que estos puedan complementarse con nuestros servicios de conectividad móvil y FTTH

Las acciones destacadas en el año fueron:

- Spots publicitarios para TV presentando nuestras soluciones de Seguridad y Servicios en Nube bajo identidad de marca Personal Empresas
- Avisos en medios de prensa escrita y revistas especializadas, así también notas en vivo para TV y Radio
- Sesión de MeeTing con clientes corporativos para tratar sobre los Riesgos en épocas de Transformación Digital, oportunidad para presentar y acercar informaciones de nuestro nuevo portfolio de soluciones
- Sponsor **KavaCon 2021 Virtual Conference**, evento de 5 días en donde especialistas y expertos mostraron como hacer frente a las amenazas actuales a través de las soluciones de Ciberseguridad más innovadoras, en donde hemos presentado nuestra charla de la mano del equipo de Ciberseguridad de Telecom Argentina
- Lanzamiento de la nueva página web Personal Empresas y producción de videos relacionados a cada nuevo producto, que permitió nuestras pautas en redes sociales enfocadas a B2B y generador de oportunidades (inbound)
- Acuerdo con el World Trade Center CDE para presencia de marca en los eventos y participación activa dentro del Club de Negocios WTC
- Desarrollo de materiales de apoyo audiovisuales para la gestión comercial frente a clientes como así, para acciones en redes digitales

Dando una mirada al 2022, nuestro objetivo final es mucho más ambicioso: queremos convertirnos en el socio confiable y preferente de nuestros clientes empresariales para ayudarles en su transformación digital y en alcanzar un

nuevo nivel de eficiencia. Para ello debemos crear una propuesta de valor completa desde las comunicaciones y conectividad, nuestro negocio core y complementar con nuevas soluciones, servicios de TI y digitales. Para ello, estamos trabajando en ampliar nuestras capacidades y seguir creciendo en el portfolio de soluciones B2B como: SD-Wan, Wholesale, Antivirus móvil y Fijo, MDM, Soluciones de Telemetría para segmentos de industrias específicas y Nuevas soluciones en Nube etc.

Nuestro objetivo es apoyar a las Empresas y a su organización, a través de una amplia gama de soluciones de negocios, en un entorno confiable y seguro, proporcionando las mejores aplicaciones para gestión de infraestructuras y mercados con el fin de acompañarlos a ser más eficientes y productivos.

DIRECCION COMERCIAL

FVD HOME

El 2021 continuamos con la expansión de nuevos barrios con foco principal en ciudades de Gran Asunción e Interior. La pandemia que inició en el 2020 permitió en este ejercicio una importante demanda del servicio en los Hogares. En la parte educativa (Colegios, Universidades) continuaron sus clases en modo virtual permitiendo que el Internet HOME se posicione como un producto de necesidad básica en cada familia

En lo que respecta al canal, con una sólida performance acorde al volumen de venta con mayor preponderancia en ventas convergentes (Combos Pospago y Combos FLOW). Nuevos equipos que se iniciaron en Concepción, Caacupé y San Estanislao

En la planificación se intensificó el trabajo en barrios con baja penetración y Nap vacíos con desembarcos semanales, ofertas tácticas e incentivos.

Segmento de Edificios, con aumento de dotación, fortalecimiento y madurez de la estructura mediando acuerdos comerciales, entrando primeros en obras de construcción.

En cuanto a cobertura, este año hemos avanzado la expansión de 5.4 Mil MNZ hacia ampliaciones como (Capiatá, Ñemby, Villa Elisa, Coronel Oviedo, Caaguazú, Villarrica, CDE, PJC y Encarnación) y también zonas nuevas como Concepción, Hernandarias, Presidente Franco, San Antonio, Caacupé, San Estanislao e Itauguá

A nivel de plataformas en DTH, se finiquitó el proceso de migración de clientes de Tuves a INTV.

En cuanto a Planes Pospagos, hemos tenido una agresividad de mercado aumentando los datos de internet logrando con eso una mayor captación y crecimiento sostenido del Parque.

CORPORATIVO

Año desafiante aun por la pandemia y cuarentena sobre todo en el interior del país, con el cierre de fronteras con Brasil y Argentina. Esto nos llevó a reinventarnos con capacitaciones y entrenamientos de nuevas soluciones tecnológicas de ciberseguridad, que hemos incorporado a nuestro portfolio de productos a comercializar y comunicar a los clientes, con el objetivo de que todo el EQUIPO de EJECUTIVOS esté evolucionando en sus conocimientos y habilidades de negociación para traer nuevas oportunidades.

Consolidamos la estructura de Atención de Ejecutivos de Servicios para brindar una atención más rápida y efectiva a la cartera de Grandes Clientes y descomprimir a los Ejecutivos de Cuentas (comerciales) de manera que se enfoquen en el crecimiento y detección de nuevas oportunidades de negocio dentro de su cartera de clientes.

ATENCIÓN PERSONALIZADA

En el 2021, hemos continuado con la atención virtual, diseñando una estandarización en varias oficinas del País (formato Cabina). Adicionalmente se ha incorporado una atención "multiventana virtual", donde puedan conectarse y dar soporte desde cualquier oficina del país que lo necesite.

Hoy el 30% de los clientes que ingresan a las oficinas son atendidos de esta manera, para realizar cualquier tipo de gestión ya sea post venta o venta. Siempre abocados en brindar la mejor experiencia al cliente.

Por otro lado, hemos focalizado métricas para bajas/migraciones negativas obteniendo resultados favorables, bajando los niveles de churn en los productos HOME y Pospago.

En lo que respecta a Tiendas, inauguramos nueva oficina en Luque debido al aumento constante de nuestra cartera de clientes en la zona. El relanzamiento de la Oficina de Coronel Oviedo y la inauguración de FTTH en la ciudad de Concepción.

TELEVENTAS

En 2021 hemos estructurado un área de ventas Inbound responsable de llevar adelante campañas de Venta Digital (orientada a audiencias digitales segmentadas, e-mailing, captura de prospectos desde páginas y medios orgánicos y redes sociales) aportándonos una alta trazabilidad de los prospectos, que sumado a la adición de tecnología (Chatbot), nos permitieron un crecimiento de las ventas y productividad del canal.

Respecto a las Ventas Outbound, hemos afianzado la estrategia de Islas Especializadas, aportándonos aumento en la productividad focalizada en los productos específicos, destacándose el aumento de la venta de telefonía pospaga y de Valores Agregados.

CANAL AGENTES & DISTRIBUCION

En el 2021 los efectos de la pandemia en lo económico y tecnológico hicieron que desarrollemos además de la eficiencia también alianzas y plataformas digitales para interactuar con clientes y colaboradores.

En cuanto al área de DISTRIBUCION se ajustaron las comisiones de recarga acorde al mercado y los competidores, se aplicaron mejoras a los procesos de activación a través de la APP Personal ventas, desarrollando la interfaz y la capacitación en el uso a los canales, la venta de packs se diversificó, presentando apertura a la venta en las redes digitales (POS).

FVD PORTABILIDAD

El equipo de Portabilidad siguió mejorando la calidad de las portaciones sumando al parque prepago, además de sumar los productos home a la cartera de ventas, descentralizándonos también de las oficinas de ventas hacia zonas con mayor concentración de clientes y accesos a otras localidades.

La implementación del Proceso de ventas y las Auditorias ayudaron a profesionalizar y mejorar la gestión de los equipos de venta a nivel País.

BILLETERA PERSONAL

En cuanto a Billetera la base de clientes se consolidó e incrementaron las transacciones, sumando más comercios que utilizan nuestra Billetera Personal como medio de cobro.

Las redes incrementaron su capilaridad y transacciones de los servicios de giros y cargas por medio de Billetera.

Los botones de pago en diferentes plataformas incrementaron, ayudando a ser un medio de cobro a muchas empresas a través de sus páginas web y plataformas app.

Administración de Ventas y Back Central

Field Service

El área de Field Service se destaca por la consolidación de WFX con la mejora en la cantidad de tareas realizadas dentro del mismo día, creciendo del 15% al 45%, esto debido a que posibilita realizar todos los agendamientos al 100% desde el primer contacto con el cliente y se realizan la mayor cantidad de tareas en dentro de las primeras 24hs.

La satisfacción del servicio de instalaciones y del 2021 es del 94% con un NPS Del 76%.

Como diferenciador se brindó soporte interno del cliente como diferenciador con técnicos propios con habilidades en atención a clientes.

También se implementó la fase 2 del WFX con la confirmación del agendamiento automático vía IVR.

Canal No Presencial

Dentro del canal de voz en el Contact Center hogar se implementó la automatización de aviso por corte de fibra óptica mediante el IVR para atención Hogar de notificación a clientes con casos de corte puntual en su domicilio y caídas masivas en la zona, evitando así la intervención de un representante humano para la notificación del inconveniente, el desarrollo ayudo a mejorar los tiempos de espera en el contact center hogar de una mejora en los porcentajes de atención del 12% e incremento de los niveles de servicio en un 33% pasando de unos indicadores del 84% de atención con un nivel de servicio del 66% en el primer semestre al 96% de atención y un 88% de nivel de servicio.

El NPS del Canal de atención Contact Center del 2021 fue del 74% comparado con el 73% del año 2020 y un 72% en el año 2019.

Redes Sociales

El área de Canales Digitales se reestructuro para poder brindar atención y solución rápida ante la demanda por crecimiento del tráfico en un 22% del primer semestre a finales del 2021 debido a la implementación del nuevo canal Whatsapp en el 2020 con la reestructuración se logró una mejora en los niveles de atención de 51% en el primer semestre a un 92% de los meses julio a noviembre 2021 dando como resultado un crecimiento del 29% del NPS promedio del último semestre del 2020 45,01%, alcanzando en el 2021 como promedio 74,69% NPS.

Retención & Fidelización

El área de retención y fidelización modifico los procesos referentes a la atención métricas y derivaciones para asegurar la retención de posibles bajas con el fin de mejorar el índice a nivel compañía en todos los servicios, con foco principal en los productos hogar, mediante una reorganización de las áreas de contacto y especializando a equipos exclusivos del Contact Center con mayor experiencia para asegurar atención y cuidando la base de clientes con representantes con mayor habilidades de negociación, y reforzando capacitaciones para ofrecer todas las diferentes herramientas que eviten fugas y asegurarse de llegar a los objetivos de baja del año.

TECNOLOGÍA

Red Móvil

Sitios ON AIR: En el 2020 se finalizó con un total de 1627 sitios. En el 2021 se tiene planificado poner en operación **60 nuevos sitios celulares** en todo el país, lo que representa un incremento de aproximadamente el 3,7% en la cantidad total de sitios operativos de la Red, que totalizarían **1687** al cierre de este año.

Nodos LTE ON AIR: En este 2020 hemos realizado la ampliación en capacidad y cobertura de nuestra Red LTE Móvil tanto en la banda de 1900MHz como en la 700MHz, poniendo en operación 41 Nodos LTE, logrando tener una “overlapping” sobre la Red total del 86,2% de sitios con Nodos LTE.

En 2021 se tiene previsto poner en operación **44 nodos LTE 700MHz** y **32 nodos LTE 1900MHz**. Se llegará a un overlapping sobre la Red Celular del **88,7%** de sitios con Nodos LTE.

Red Fija

En el **2020** la cobertura de la Red FTTH abarcaba un total 25.315 manzanas y 455.288 HHPP. En el **2021** estimamos ampliar en 5.302 manzanas y 102.789 HHPP nuevos. Con esto la cobertura total de la Red FTTH de Personal, abarcará **30.617 manzanas** y **558.077 HHPP**.

TRANSMISIÓN y CORE (Proyectos)

- **Fibra Óptica Urbana e Interurbana:** La ampliación de cobertura de la Red de transmisión en el 2021 ha demandado el despliegue estimado de 1.536 Km de tendido de Fibra Óptica por Capacidad y caminos de Redundancia, de esta forma se totalizaría 6.046 Km de fibra óptica en toda la Red de transmisión.
- **METRO DWDM:** En el 2020 implementamos la tecnología metro DWDM, el cual nos da mayor capacidad, más funcionalidades y una Red de mayor disponibilidad y escalabilidad. En el 2021 se integró la Metro DWDM de CDE y se realizó la ampliación de la Metro DWDM de ASU, llevando todos los Routers T2 (Tier2) a 100G en Dual Homing.
- **DWDM Interurbano:** En 2020 la capacidad de transporte de la Red DWDM Interurbana fue de 5 lambdas de 100G entre las centrales principales de la Red (FDO, CAR y CDE). De cara a acompañar el crecimiento del BBIP, para alcanzar el objetivo de 300Gbps por cada Salida Internacional (Capacidad total 900Gbps) en 2021 se equiparon 11 nuevas lambdas de 100G y se agregó el nuevo sitio de CORE del IPBB 10PFR (Pte. Franco). Con esto se alcanza una capacidad plena de 300Gbps entre equipos de CORE y salidas Internacionales.

- **INTERNET GATEWAYS (IGW):** En junio del 2021 se incorporaron al nuevo CORE IP los nodos IGW en las 3 fronteras (Clorinda, Posadas e Iguazú).
Hoy contamos con todas las funcionalidades de Internet Gateway en un hardware dedicado y más cerca de las fronteras, permitiendo mejoras de Redundancia, capacidad, además de optimizar los enlaces interurbanos y disminuir el delay. De esta forma se logra una arquitectura alineada con el diseño objetivo (FMO).
- **FRONTERAS CONTRA TELECOM ARGENTINA:** En julio 2021 se amplía a la capacidad de diseño con 300Gbps (3x100Gbps) en cada frontera. Con esta capacidad se alcanza cubrir la demanda 2022, y además se simplifica la operación con la incorporación de esquemas de equipos similares de borde IGWs en cada frontera con Argentina.
- **AMPLIACION CDN FLOW:** En agosto 2021 se ampliaron los CDNs FLOW sumando un nodo EDGE de 60Gbps en cada sitio. Actualmente la solución cuenta con 140Gbps por CDN (uno en Asunción y otro en Ciudad del Este), ambos independientes para alcanzar la Redundancia local y geográfica; y soportar la demanda total 2022 de Paraguay en cada CDN.
- **NUEVO CORE EN CIUDAD DEL ESTE:** El CORE de la Red se encuentra evolucionando, hoy formado por 3 nodos de CORE, dos en la ciudad de Asunción y uno en Ciudad del Este (CDE), segunda en importancia en el país. Este 2021 se iniciaron los trabajos de infraestructura del cuarto sitio, ubicado en Presidente Franco-CDE. De esta manera se completará el diseño objetivo FMO con dos sitios CORE en cada ciudad, brindando mayor Redundancia a los Servicios de la Red Urbana de CDE y evitando los enlaces adicionales interurbanos de Servicio con Asunción. Además, se protege a la Red de CDE de un posible múltiple corte de fibra interurbana y de la caída total de un sitio Core en dicha ciudad.
- **EVOLUCION TECNOLOGICA VIRTUALIZACION – VMWARE:** Desde el 2017 al 2020 se vino incorporando tecnología de virtualización de servidores en los Datacenter Fernando de la Mora, Ciudad del Este y Carpinelli. Las ventajas fueron muchas, desde la optimización de Capex/Opex, gestión y consumo en los Datacenter, hasta la generación de espacios que han permitido alojar nuevo HW de terceros para los servicios DWDM Nokia, Cisco WAE, U2020, Discovery y Huawei SOC. Este 2021, estamos evolucionando a la nueva arquitectura de virtualización VMware vSAN, permitiéndonos eliminar los Storages físicos, optimizado aún más costos y espacios, a la vez ampliar las capacidades de procesamiento para sostener la demanda de servidores y servicios virtualizados que van surgiendo en la Red tanto celular como fija.

SOC (Service Operation Center): En este año culminó el Trial de la plataforma Smartcare de Huawei con 8 Casos de Uso en el cual participaron las áreas de las Direcciones de Tecnología, Marketing, Servicios a Clientes, IT, Administración Finanzas y Control, y Servicios Corporativos. Actualmente hemos iniciado las negociaciones con el Proveedor para la adquisición de dicha solución y su puesta en operación real en 2022.

TECNOLOGIA INFORMATICA

Billing Convergente

Implementación de nuevos módulos del Sistema que permiten acompañar el cambio hacia los servicios convergentes al hogar como ser servicio Flow APP para DTH y nuevo módulo en el sistema de aprovisionamiento para dar soporte al servicio Disney+, con las integraciones correspondientes entre el sistema de aprovisionamiento y la plataforma de Disney, que permite la interconexión entre los mismos y el sistema de Gestión del CRM Jopará.

Actualmente estamos desarrollando el nuevo módulo en el sistema de aprovisionamiento para dar soporte al servicio Star+.

En lo referente al soporte y/o evolución de los Sistemas actuales podemos destacar la implementación de tasación de SMSs para servicio de SMS por Spatch de Señalización donde se habilitó la operación de check-balance del estándar diameter, que permite consultar si el cliente tiene saldo y permisos para realizar el evento de tasación. Otra mejora fue soportar la tasación y registración de prestadoras con múltiples códigos de red permitiendo nuevas configuraciones.

Nueva funcionalidad en la Tasación online de datos, donde implementamos el mecanismo "Tariff Switch" (cambio de tarifa) del estándar diameter 3GPP TS 32.299, 3GPP TS 32.296 y RFC 400, donde el tasador aparte de calcular la tarifa actual calcula la tarifa posterior. El resultado fue un sistema más estable y escalable, donde se logró distribuir las interrogaciones durante el pico de cambio de tarifa.

Se han introducido mejoras relacionadas al cubo de packs para relacionar la compra con el consumo/tráfico del pack. Se logró asociando el identificador de compra del pack de los distintos canales al detalle de tráfico de llamadas, datos y mensajes. Esto permitió automatizar cálculos, lograr mayor precisión y ahorrar tiempo en el análisis de datos de los usuarios para la toma de decisiones.

Adecuaciones al sistema de aprovisionamiento para integración de ONT de terceros (Nokia, Sagemcom, etc) e Integración de OLTs Nokia a la red FTTH, Normalización de aprovisionamiento de APN por defecto en el HSS.

Con relación a los servicios de recarga/packs el 2021 ha permitido lanzar al mercado un nuevo canal de ventas de packs. Se han realizado las adecuaciones necesarias de los sistemas para que el cliente final pueda adquirir estos

productos en las redes de cobranzas a nivel país, con ofertas diferenciadas, pero siempre bajo el concepto comercial del omnichannel.

Así también se ha dado el soporte tecnológico y de servicios para el lanzamiento del producto Data Rewards, el cual posibilita una oferta innovadora en el mercado, pues permite el desarrollo de alianzas comerciales con empresas que deseen publicitar sus productos o servicios a través de anuncios comerciales que una vez visualizados permite el canje de ofertas de packs específicas.

Finalmente, dentro de la evolución del producto de Ofertas OnLine para la venta masiva y segmentada de Packs, en el 2021 se ha finalizado la integración de las áreas de negocio de Telefonía y Billetera Personal en lo que refiere a la compra de packs. A través de la integración de ambos sistemas los usuarios de Billetera personal pueden acceder a la totalidad de las ofertas de packs existentes abonando con Billetera Personal.

Como proyecto dentro del área de IT, se trabajó en el proyecto de migración para cambio de versión de la Base de Datos PostgreSQL 9.6 a la versión 12. Se realizó análisis de la estrategia de migración y pruebas de la migración de estructura, datos y aplicaciones en ATLAS1, que incluye los subsistemas de Roaming Inbound, Estadísticas, Portabilidad, Auditoria, Celdas, Eventos SMS, Registración de tráfico de tasación, procesos de carga masiva de acreditaciones, Frond End tasación y roaming.

Se ha migrado la Base de datos de conciliación de tráfico interprestadores.

GERENCIA BIG DATA & SVA

El año 2021 ha estado nuevamente marcado por la pandemia del COVID-19, manteniéndose así la modalidad Home Office casi a un 100% en nuestra gerencia.

Sistema de comisiones

Actualmente se encuentra ya en Producción la versión PostgreSQL del Sistema (Versión 2.5) comisionándose íntegramente los grupos de Fuerza de Ventas Directas. Adicionalmente están en fase de UAT las siguientes funcionalidades del Sistema:

- Portal de Comisiones de Agentes
- Proceso de Simulación de Comisiones

También está en fase de desarrollo la funcionalidad de Workflow de Aprobaciones, estimándose su finalización para el primer trimestre del 2022.

Proyecto Cloud

Se concretó la relación con Google Cloud Platform que proveerá el stack e infraestructura en la nube para el desarrollo de analítica de datos Se trabajó en

la definición y documentación de aspectos técnicos necesarios para la redacción del documento de requerimientos que sirva de guía para la selección del proveedor que asistirá en el despliegue inicial de ambientes y configuraciones en la nube (Foundation IT & Data) así como el desarrollo de los primeros casos de uso:

- Resumen Maestro de Packs
- Resumen de Tráfico Tasado por hora.

Para tal efecto fueron evaluados los proveedores Globant y posteriormente Quantiphi, quedando éste último seleccionado, el mismo cuenta con una vasta experiencia en soluciones de nube en la industria de telecomunicaciones y especializado en Google Cloud Platform, con 400 + profesionales certificados. Las herramientas Looker, Tableau, MicroStrategy fueron comparadas para uso Cloud y se avanza en el formato final de esta investigación, de tal forma a determinar la herramienta adecuada a ser utilizada en conjunto con el entorno GCP. Google otorgó un programa de capacitación titulado "Coursera's Google Cloud Kickstart 2021 program" otorgando acceso a la plataforma online de COURSERA para 30 personas, con acceso a una amplia variedad de cursos (siempre dentro del scope de uso de sus servicios) cuyo objetivo se centró en otorgar al equipo una base de conocimiento sobre sus productos.

Debido al tiempo limitado de 2 meses, se trabajó en la priorización de cursos por equipos y perfiles, así como el seguimiento del avance de los mismos.

También se llevó a cabo con Google el "Workshop GCP Onboarding", con una duración de 3 sesiones, cuyo objetivo fue familiarizar a los equipos de Infraestructura, Big Data y Seguridad acerca de las consideraciones y aspectos a definir que son requeridos para el posterior despliegue inicial de ambientes y configuraciones en la nube (Foundation IT & Data).

Data Mining

Se trabajó en el desarrollo del modelo predictivo Churn Prepago el mismo se encuentra en entorno productivo desde mayo, cabe resaltar que se trabaja también en la calibración del modelo de Churn Pospago y Pre-Pago de manera a mantener una performance correcta.

Proyecto Entorno Pre-Producción

Se acompañó el trabajo de configuración, preparación y depuración de datos para el nuevo ambiente de pre-producción. En cuanto a base de datos se encuentra listo, sin embargo, se sigue trabajando con la adaptación del Reporting Service y Portal de reportes en este entorno, como así también del producto MicroStrategy.

Proyecto Autogestión

Buscando potenciar la autogestión de las áreas usuarias en el análisis de datos se avanzó en los siguientes frentes:

- **Business Support Comercial:** Se estuvo trabajando en la configuración y adaptación de fuentes de datos a ser copiadas al entorno Postgres para el área Comercial. Se trabajó muy de cerca con el enmascaramiento de datos con respecto a éste proyecto, de tal forma a salvaguardar información sensible. Se hace uso de un inventario de reportes proveído por Comercial para la adecuación gradual de fuentes de datos a éste nuevo entorno.
- **Tableau:** actualmente se está trabajando en el despliegue de la herramienta Tableau de la cual ya se han adquirido licencias, analizando aristas como requerimientos de Infraestructura (Cloud on-premises), capacitaciones, entre otros.
- **Proyecto de actualización de versión MicroStrategy:** Se inicia el proceso de planificación para la actualización a la versión 2021, la cual contempla características mejoradas del producto para un mejor aprovechamiento y uso del mismo.

Proyecto Enmascaramiento de Datos Sensibles

En pos de salvaguardar la confidencialidad de los datos críticos de la compañía, se acompañó la configuración y el desarrollo de un método para ofuscar información que el área de Seguridad contemple como sensible. Para ello, se generó un diccionario de enmascaramiento para contemplar tablas y columnas que deban ser resguardadas. Así también se abrió un proceso de investigación y pruebas de concepto de la herramienta **DENODO**, con el fin de poder conocer ventajas y características de una probable implementación en el área.

Proyecto GIT-Lab

Se trabajó en la organización de los proyectos de los equipos, realizando una migración desde el repositorio GIT RhodeCode al nuevo entorno GitLab, de tal manera a seguir asegurando un versionamiento y culturizando a los desarrolladores y analistas a mantener las fuentes actualizadas.

Acompañamiento estratégico: Reporting, DWH, DM, APP

- **Trazabilidad Pack:** Se adaptaron los Cubos de tráfico para relacionar la carga con la utilización de los Packs a fin de Marketing pueda realizar un análisis más fino de la compra y consumo de los packs de los clientes.

NÚCLEO S . A . E .

- Nuevo Negocio – Discriminación de Bolsas: Se incluyó las bolsas en el cubo de nuevos Negocios para determinar la Bolsa del cual se utilizó en la operación de Billetera.
- Proyecto Disney+: Se adaptaron los cubos de suscripciones, servicios, cambio plan y baja, así también se desarrollaron reportes asociados a este producto para visibilidad de las distintas áreas del negocio.
- Proyecto UNET: Se trabajó en la configuración, depuración, y migración de proyectos de reportería a los nuevos entornos preparados para UNET.
- Reportes Proyecto WFX: Se desarrolla el formato de reportes bajo este proyecto en la última etapa del año, bajo priorización.
- Proyecto KYC Conocimiento del Cliente: Se trabajó en el formato de reportes solicitados por las áreas del negocio respecto a este proyecto. Actualmente se encuentran implementados en producción.
- Proyecto versión nueva del Portal de Reportes: Se acompañó en el análisis y configuraciones del desarrollo de un portal de reportes más adaptado a las necesidades del área de Seguridad, como así también una actualización de los componentes que la conforman. Actualmente en fase de pruebas y depuración de datos para su implementación.
- Lanzamiento tablero BCP Operaciones Billetera: Para dar cumplimiento a Seprelad, se generaron los tableros según formato establecido por Banco Central del Paraguay.
- Calidad de Producto: Bajo solicitud del área Control de Gestión, se estuvo trabajando a lo largo del año con el proyecto que busca mostrar el evolutivo de las altas de los productos de las diferentes tecnologías.
- Reportes Calidad de Datos: Como parte del desarrollo del proyecto de Calidad de Datos, distintas áreas solicitaron información para el avance de este proyecto.
- Reportes Accesorios E-Commerce: Se solicitó la generación de reportes para el monitoreo de ingreso de accesorios de terminales móviles para la venta vía tienda e-commerce.
- Depuración y optimización de copias ODS y Jobs: Si bien no es un proyecto, es un trabajo interno que se realizó a lo largo del año, con el objetivo de mejorar los tiempos de entrega de la información a los usuarios finales, mejorar la organización de los procesos de Reporting y darle una mejor trazabilidad a la ejecución de los Jobs, a través de Logs y alertas configuradas.

GERENCIA SISTEMAS DE GESTIÓN

Campañas OT Jopara – Génesys. Integración de la plataforma de envío de mensajes Génesys a Jopara para avisos y autogestión de agendamientos por parte del cliente.

Proyecto Disney+. Integración de Jopara a la plataforma Disney+ y creación de promociones/ofertas

Calidad de Datos. Incluir validaciones para asegurar titularidad del cliente.

Ventas de packs vía redes POL. Disponibilizar productos/ofertas de packs a través de bocas de cobranzas.

Integración de OLTs NOKIA a la Red FTTH

Nuevo Formato de la factura física. Cambios en el formato actual de la factura física definido por MKT y las demás áreas afectadas por los cambios solicitados.

Motor de reglas para Límite de Crédito. Permite que el usuario configure sus propias reglas dentro del sistema de manera a que agregar una regla no implique un desarrollo

Mejoras en el módulo de Logística. Optimizaciones y nuevos procesos solicitados por el usuario

Facturación Electrónica. Generación de la facturación electrónica basada en la integración de la plataforma de la SET al sistema Jopara.

Requerimientos varios ingresados por los usuarios.

GERENCIA INFRAESTRUCTURA, OPERACIONES Y NUEVAS TECNOLOGÍAS

Se ha llevado adelante la migración del software Atlassian Jira a GilLab en versión comunitaria, para seguir acompañando el proceso de automatización y despliegue de equipos y software con código, profundizando el DevOps en los procesos y la cultura de la compañía.

También se han migrado algunas bases de datos de la versión Postgres 9.6 a la versión 12 (previendo la migración de las restantes en el 2022), esto se ha realizado luego del diseño de la solución, documentación de los protocolos, muchas pruebas y todas las migraciones han sido ejecutadas sin incidentes. Esto hace con que las Bases de Datos cuenten con optimizaciones y features nuevos de la nueva versión, y además de contar con mayor soporte en la comunidad.

Además, se ha acompañado a las áreas de desarrollo en la implementación de los proyectos de negocio ya mencionados.

CAPACITACIÓN Y DESARROLLO

El periodo 2021 continuamos con de importantes implementaciones, seguimos nuestras actividades de capacitación apalancados en la plataforma Elearning Personal con el objetivo de llegar a todo el personal acortando los plazos de implementación.

Entre las principales programas internos continuamos con la capacitación sobre la “Prevención de Lavado de Dinero” organizado para dar cumplimiento a los requerimientos legales, corporativos y estándares internacionales, considerando las prácticas para cada tipo de sector obligado por Ley Anti lavado Nacional; el alcance fue para todos los colaboradores, participaron de todas las direcciones de la compañía, cabe mencionar que esta capacitación se hizo extensiva para las oficinas comerciales de los Agentes.

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL – RSE

Comunidad

Seguimos trabajando con las organizaciones que nos acompañan año a año y sumamos acciones anexas con instituciones que consideramos de relevancia en el trabajo social.

En este contexto, los apoyos trabajados desde el área de Responsabilidad Social fueron:

Fundación Tierra Nuestra

Seguimos apostando a la educación y al crecimiento de las diversas comunidades por medio de la música. Este programa está orientado a niños y jóvenes que, a través de la música, tienen una oportunidad real de desarrollo futuro. Se siguió apoyando a la misma, en la Rifa Sonidos de mi tierra, que cerrará su ciclo en enero 2022. Como apoyo específico, se integró el canal de billetera personal para la compra de los cupones, eximiendo el abono de la comisión. Además, se patrocinó este encuentro con un abono efectivo y el patrocinio publicitario a través de la Dirección de Marketing.

Habilitación de canal de billetera sin costo de comisión por compra / espacio institucional para venta de boletos / implementación de espacios publicitarios
--

Asociación de Empresarios Cristianos

Igualmente, ADEC, como aliado de transparencia y RSE, siguió con la temática de los encuentros virtuales para las charlas, en el marco del congreso anual. Personal como siempre estuvo presente, fortaleciendo la economía sustentable, con apoyo de internet en las instalaciones para la transmisión de estos encuentros. En contrapartida fue reconocido como AUSPICIANTE, sin efectivizar el aporte. Como todos los años fuimos participantes. También, este año nuevamente estuvimos involucrados en la entrega de los premios ADEC, que desde 1994, permiten visibilizar modelos de gestión empresarial, reconociendo

el trabajo bien hecho y demostrando que es posible alcanzar el éxito, impactando positivamente en nuestra sociedad y el medio ambiente.

Internet / 2 líneas para comunicaciones. / apoyo de auspicio para Premios

Fundación Operación Sonrisa

Otro programa, Operación Sonrisa, apoyado por Personal, este año siguió con el trabajo puertas adentro, para las operaciones de personas con labio leporino y paladar hendido, ejecutados en marzo y setiembre, aunque siguieron trabajando a puertas cerradas. Personal colaboró con la comunicación solicitada y dispuso para días específicos un par de tótems cargadores de celular.

Operación Sonrisa – 1 línea gratuita

Fundación paraguaya

Un nuevo aliado desde 2020, la Fundación Paraguaya, que trabaja con sectores vulnerables de población, en distintos puntos del país. Personal liberó el acceso a la URL educativa <http://escuela.cerrito.com.py/> a fin de que los 220 participantes de este programa puedan ingresar sin restricciones a los productos educativos entregados por este programa.

Laboratorio de Creatividad

El programa Laboratorio de Creatividad, para el desarrollo personal de niños y niñas de 7-10 años, llevado a cabo por Transformación Paraguay, siguió en 2021 con mucha fuerza, y hubo 2 convocatorias, de las cuales participaron alrededor de 500 niños de las ciudades de Remansito, Villeta, Villarrica, Asunción y el departamento Central. Cada niño/a recibe un kit de creatividad con todos los materiales necesarios para las actividades del programa. la duración fue de seis semanas entre de octubre y diciembre. Personal participó como patrocinador, apoyo con la liberación de costo de la web mapakids.org y también contribuyo con los packs de conexión virtual sin costo para 200 líneas, utilizadas en las dos ediciones del 2021.

Aporte económico para kits / activación de 200 líneas y sus packs de video llamadas para los encuentros / liberación de URL de la web

Donación a Bomberos

Bomberos de Pedro Juan Caballero, capital del Departamento de Amambay, recibieron diez kits de indumentaria, consistentes en trajes especiales, guantes y monjitas anti flamas. Además, la brigada de Caaguazú fue beneficiada con un equipo y su línea personal bonificada. Por otra parte, la entidad colaboró con obsequios para la rifa que organizó la cuadrilla de Coronel Oviedo.

Día internacional de la niña: Plan Paraguay

En homenaje al Día Internacional de la Niña, Personal se sumó a la campaña “Niñas con igualdad”, organizada por Plan Paraguay. En ese marco, “Gabriela”,

representante del Departamento de Caaguazú, asumió como Directora de Personal y se puso al tanto de las dificultades que se presentan al momento de expandir redes de telecomunicaciones.

Apoyo campaña TELETON 2021

Por segundo año consecutivo, la empresa participó de la campaña TELETON para recaudación de fondos. Las acciones consistieron en una donación de efectivo, disponibilizar el canal de billetera para recibir donaciones sin el costo de transacción.

Campaña contra el cáncer de mama

Con el lema #EstamosAquí, desde el área de Redes surgió la iniciativa de implementar la campaña “Octubre Rosa”, contra el cáncer de mamas, durante el mes de octubre, en homenaje a las personas que han enfrentado esta enfermedad y a sus familias. En este contexto se realizaron una serie de videos testimoniales, así como también se dio participación interesante a tres organizaciones sociales que trabajan con las víctimas de esta enfermedad.

Aporte económico para Manos Solidarias y FUNCA / Donación de 20 pelucas para Amacma

Internet en plazas y puestos de Salud

Siguen instalados los puntos de internet y en algunos casos conexión de televisión Flow iniciados en 2020. Conectamos plazas públicas, hospitales y centros de atención geriátrica para favorecer la comunicación a los sectores más vulnerables de la sociedad paraguaya y seguir apoyando también las restricciones sanitarias.

3 plazas nuevas con conexión a internet – 2 hogares de ancianos y 1 Centro de Rehabilitación con conexión Flow – 4 hospitales con áreas específicas conectadas para trabajo administrativo y conexión de televisión para salas de oncología pediátrica.

HOGAR DE ANCIANAS NUESTRA SEÑORA DE LA ASUNCION / HOGAR DE ANCIANOS GIJON ROGA

PLAZA PEDRO JUAN CABALLERO / PLAZA PANCHITO LOPEZ / PLAZA VILLA DEL MAESTRO

HOSPITAL CLINICAS -RENACI-/ HOSPITAL DISTRITAL SAN FRANCISCO DE ASIS / USF SAN FRANCISCO / INERAM / EQUINOTERAPIA

CONIN

Apoyando acciones que potencien el crecimiento sano de los niños y niñas del país, este año se incorporó a la grilla de organizaciones beneficiadas la cooperadora de la nutrición infantil CONIN, dedicada a la prevención y

NÚCLEO S.A.E.

recuperación de niños desnutridos de 0 a 5 años con alto riesgo social o nutricional y la asistencia a sus familias.

Bonificación de internet / bonificación de 5 líneas Personal

Donación a NIDO DE NIÑOS

La Fundación Nido de Niños, que asiste a niños y adultos mayores carenciados, con alimentación y apoyo escolar recibió en donación 1 acondicionador de aire, 1 congelador de 420 litros, 1 heladera de 300 litros, 4 mesas tipo tablón y 40 sillas de plástico, los cuales permitirán aumentar la capacidad de respuesta y atención de la Fundación en su misión de brindar asistencia integral a personas en situación de vulnerabilidad, con apoyo en la educación y capacitación, desayuno, almuerzo y merienda a más de un centenar de niños, niñas, adolescentes y también a casi 50 adultos mayores.

Otros apoyos

Durante el 2021 Núcleo apoyó a organizaciones y programas como: Fundación Eco cultura, Equinoterapia, Hospital {distrital de Lambaré, Día del Prematuro IPS, entre otros.

Apoyo a acciones del Gobierno en el marco de la pandemia

URL gratuito para Gestión de subsidio para medicamentos:
<https://subsidiomedicamentos.gov.py/>

El programa de emergencia complementará los esfuerzos del Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social en cuanto al abastecimiento de medicamentos en los hospitales del país. Con el mismo, se subsidiará la compra de una lista de 30 medicamentos e insumos de alta demanda por parte de pacientes internados en UTI a causa de la enfermedad.

URL gratuito para el agendamiento para vacunación:
<https://www.vacunate.gov.py/>

Se liberaron los costos de conexión de la URL <https://www.vacunate.gov.py/> a través de la cual los usuarios de Personal pudieron ingresar sin necesidad de saldo para realizar su registro en el sistema de salud nacional y así completar el esquema de vacunación contra el COVID 19.

Habilitación de números cortos

En el marco de las necesidades gubernamentales, este año se habilitaron los siguientes números cortos con gratuidad para el usuario de Personal:

MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA - PROGRAMA COVID 19	0217291000	gratis
SECRETARIA TECNICA DE PLANIFICACIÓN	0217289560	gratis
SERVICIO DE ATENCIÓN Y DESPACHO DE LLAMADAS DE EMERGENCIA, ÁMBITO PARAGUAY	66801 / 33600 / 22600 / 11600 / 55600 / 44600	gratis

NÚCLEO S.A.E.

Obligaciones sociales

TELECENTROS

Se siguió completando el calendario de puesta en funcionamiento de los telecentros en los diversos puntos del país. A la fecha se encuentran habilitados 23 unidades de 25.

El telecentro, está disponible de lunes a sábados, equipado con ocho computadoras conectadas a internet de 15 Mbps de velocidad, en una estructura con sistema de climatización e iluminación.

En el espacio se encuentra un instructor permanente que tiene como objetivo principal capacitar a los ciudadanos en la adopción y uso del internet, así como también en el conocimiento y utilización de las herramientas ofimáticas.

Núcleo asume todos los gastos de instalación y funcionamiento de la unidad; los elementos ofimáticos, el instructor y el servicio de internet, por un periodo de 36 meses.

Sitio Telecentro	Tecnología Internet	Latitud confirmada instalación	Longitud confirmada instalación	Locación
Telecentro Conatel Gobernación de Paraguarí	UBIQUITI	-25.607250	-57.141778	Parque Cerro Hú
Telecentro Conatel Gobernación de Guaira	GPON	-25.782548	-56.448055	Predio Gobernación
Telecentro Conatel Gobernación de Concepción	UBIQUITI	-23.406103	-57.451536	Predio Gobernación
Telecentro Conatel Municipio de Ayolas	UBIQUITI	-27.397731	-56.864037	Estacionamiento Municipal
Telecentro Conatel Municipio de Quiindy	UBIQUITI	-25.976881	-57.234192	Estacionamiento Municipal
Telecentro Conatel Municipio de Paraguarí	UBIQUITI	-25.619736	-57.148364	Plaza Municipal – Mcal. Francisco Solano López
Telecentro Conatel Municipio Carapeguá	UBIQUITI	-25.766253	-57.243250	Plaza Municipal - José Eduvigis Díaz
Telecentro Conatel Ministerio de Urbanismo, Vivienda y Hábitat	GPON	-25.283726	-57.626640	Plazoleta Tacuary
Telecentro Conatel Municipio Loma Plata	UBIQUITI	-22.397528	-59.837028	Predio Municipal
Telecentro Conatel Municipio de Loma Grande	UBIQUITI	-25.177992	-57.235919	Plaza Municipal
Telecentro Conatel Municipio Luque	GPON	-25.283149	-57.488015	Predio Municipal
Telecentro Conatel Municipio Itacurubi Cordillera	UBIQUITI	-25.460933	-56.853124	Parque Municipal
Telecentro Conatel Municipio de Villarrica	GPON	-25.782556	-56.455167	Plaza Silvio Pettirossi
Telecentro Conatel Municipio de San Lorenzo	GPON	-25.342333	-57,510083	Peatonal Bicentenario
Telecentro Conatel Municipio de Coronel Oviedo	GPON	-25.446865	-56.438086	Predio del Colegio Manuel Ortiz Guerrero
Telecentro Conatel Municipio de Aregua	UBIQUITI	-25.3122928	-57.3820813	Plaza Héroes del Chaco
Telecentro Conatel Escuela San Isidro Labrador	UBIQUITI	-23.44313511	-58.89839167	Escuela San Isidro Labrador
Telecentro Conatel Municipio de Villa Florida	UBIQUITI	-26.406870	-57.125102	Plaza Gral. Bernardino Caballero
Telecentro Conatel Municipio Itaugua	UBIQUITI	-25.385237	-57.365868	Ciclovía Municipal
Telecentro Conatel Municipio Ciudad del Este	GPON	-25.514319	-54.614676	Predio Municipal
Telecentro Conatel Remansito	UBIQUITI	-25.166860	-57.551424	Predio del Colegio Nacional Remansito
Telecentro Conatel Colegio San Blas	GPON	-22.564536	-55.724625	Predio del Colegio San Blas; PJC
Telecentro Conatel Gobernación del Departamento Central	UBIQUITI	-25.337219	-57.407747	Predio de la Gobernación del Dpto. Central - Areguá

Donación de 607 notebooks con conexión a internet a instituciones educativas oficiales

En cumplimiento de sus compromisos sociales y como apoyo al desarrollo y fortalecimiento de la educación a nivel país, Personal hizo entrega a las autoridades del Ministerio de Educación y Ciencias (MEC) de 330 notebooks con conectividad a internet móvil. Recibieron los equipos representantes del Ministerio de Educación y Ciencias, quienes las distribuirán a alumnos de 22 instituciones educativas. Otro 247 equipo conectado recibió la Facultad de Politécnica de la Universidad Nacional de Asunción y 30 unidades se entregaron a la Facultad de Filosofía de la Universidad Nacional de Asunción (UNA), Filial Paraguarí.

Actualizar a 2021 los canales de comunicación con la comunidad:

Los canales de comunicación que utilizamos y abierto al público son específicamente la página web, el blog que publica información relativa a los programas, pero también tiene contenido de interés general. Así mismo, el correo electrónico de responsabilidad social que direcciona o canaliza contactos externos a través de nuestra plataforma web.

- <https://www.personal.com.py/institucional/rse.html>
- <https://blog.personal.com.py/>
- responsabilidadsocial@personal.com.py



Juan Carlos Pepe
Presidente