

**MEMORIA Y ESTADOS FINANCIEROS**  
**Al 31 de diciembre de 2020**

## MEMORIA

### INTRODUCCIÓN

#### Hechos societarios relevantes del vigésimo tercero ejercicio económico

##### Logros operacionales

En un 2020 totalmente atípico, impensado y fuera de toda planificación debido a los factores externos que afectaron al mundo, el segmento Hogar representó una oportunidad para Personal.

El despliegue de nuestra cobertura FTTH no se detuvo. Acompañado y empujado por un auge en la demanda del Internet Hogar, Personal siguió apostando para brindar conectividad a más hogares del país, creciendo en 152 nuevos barrios distribuidos en 14 ciudades, de las cuales 8 fueron nuevas ciudades en las que desembarcamos, logrando así brindar cobertura en las principales zonas del país: las zonas Sur y Centro se sumaron a Asunción, Central, Este y Norte. Este despliegue nos permitió sumar casi 120.000 nuevos hogares pasados, totalizando así más de 450.000 hogares pasados dentro de nuestra capacidad total de red, convirtiéndonos en la Compañía con la mayor cobertura de Fibra Óptica del país, generando así el gran diferencial del producto, teniendo en cuenta que la competencia ofrece sobre una red HFC (Hybrid Fiber-Coaxial).

Como se menciona, la pandemia y la cuarentena vinieron acompañadas de un crecimiento en la demanda de los servicios para el Hogar, tanto en internet como en TV. En el mes de mayo llegamos a volúmenes históricos de ventas, logrando más de 12.500 instalaciones. A lo largo del año, el producto fue tomando cada vez más valor en los hogares paraguayos, logrando un promedio de ventas de alrededor de 10.000 por mes. Crecimientos similares se pudo ver en los productos de TV, tanto en DTH como en Flow, siendo Flow el que mostró un alto crecimiento en la penetración de nuestros clientes. Todo esto también gracias al fuerte acompañamiento de dos campañas de comunicación: Internet, donde continuamos fortaleciendo el concepto de “la red de fibra óptica más rápida”, y Flow con el lanzamiento de la campaña “InFLOWencers”. Esta campaña logró que el mercado entienda cada vez más y de una manera sencilla y fácil, qué es Flow y todas sus funcionalidades que presenta, haciéndolo un producto único, innovador y distintivo en nuestro mercado.

Este año fue también muy positivo en cuanto a la convergencia. Las campañas y las ofertas fortalecieron el mensaje de tener todo en un mismo lugar, un único proveedor, una factura única, acompañado de mayores beneficios. La penetración de combos en nuestro parque de clientes tuvo también muy buenos resultados apalancados en la alta penetración de la red fija.

En un año lleno de incertidumbre por la situación mundial, Personal logró obtener muy buenos resultados dentro del segmento Hogar.

## **CONTEXTO ECONÓMICO, ASPECTOS SOCIETARIOS Y MARCO REGULATORIO**

### **Contexto Económico**

La inflación del mes de diciembre del año 2020, medida por la variación del Índice de Precios al Consumidor (IPC), fue del 0,6%, tasa similar a la observada en el mismo mes del año anterior. Con este resultado, la inflación del año 2020 asciende al 2,2%, por debajo del 2,8% verificado en el año anterior.

El Fondo Monetario Internacional (FMI) espera que el producto interno bruto (PIB) de Paraguay crezca el 4 % en 2021, aunque advirtió que existen "perspectivas muy inciertas" por la evolución que pueda tomar el coronavirus en los próximos meses y su impacto en la economía.

En su informe conocido como Artículo IV, el FMI cita como motivos de esa incertidumbre "los riesgos a cercano plazo", como una segunda oleada de contagios y muertes que obligue a adoptar de nuevo restricciones sanitarias o las dificultades para reactivar por completo el comercio fronterizo con Brasil y Argentina, donde la epidemia está más descontrolada.

Además, el FMI recordó que la demanda mundial y los precios de las materias primas se pueden ver afectados si la pandemia se alarga, y a eso hay que sumar también las condiciones climatológicas, que pueden afectar negativamente en las cosechas de un país como Paraguay, muy dependiente del sector primario.

"Una vez que Paraguay se haya recuperado firmemente de la crisis del covid-19, la cuestión clave en adelante será cómo sostener el crecimiento rápido de los ingresos reales debido a que los factores que impulsaron el crecimiento en la última década, como el auge de los precios de los productos básicos, probablemente brinden menos apoyo de aquí en adelante", apuntó el Artículo IV del FMI.

Para lograr ese crecimiento del 4 % del PIB para 2021 y mantener la estabilidad macroeconómica del país a largo plazo, el FMI insistió en que Paraguay debe mejorar todavía su capital humano, el clima de negocios y la gobernanza.

### **Aspectos societarios**

En fecha 5 de marzo de 2020 el Directorio de la Sociedad aprobó la emisión de la Serie N° 3 de bonos, dentro del Programa de Emisión Global G1, por un valor de Gs. 100.000.000.000 los cuales fueron íntegramente colocados el mismo día de la emisión.

En el marco de la pandemia por el Covid19, a través de su controlada Personal Envíos S.A., y con el fin de cooperar con el Gobierno Nacional en la asistencia a los sectores más vulnerables se realizaron los desembolsos de los programas de subsidios sociales Ñangareko y Pytyvo llegando así a alrededor de 140.000 beneficiarios.

### **Marco Regulatorio**

Durante el año 2020 la Sociedad empezó a dar cumplimiento a las obligaciones sociales derivadas de la licitación 01/2017 en virtud de la cual adquirió dos bloques de frecuencias en la banda de 700 MHz.

En el mes de junio de 2020 la CONATEL modificó el reglamento del servicio de acceso a internet y transmisión de datos incluyendo a dicho reglamento una mención a servicios de contenido lo que podría eventualmente tener alguna incidencia en el servicio de contenido de flow.

En el marco de la pandemia por el Covid 19 la Sociedad ha facilitado accesos gratuitos a sitios oficiales del Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social a fin de que los usuarios del servicio puedan acceder de manera gratuita a toda la información disponible y a sitios del Ministerio de Educación y Ciencias a fin de que los estudiantes puedan descargar contenidos educativos siendo coordinados estos esfuerzos a través del MITIC.

Por su parte la CONATEL en el marco de las obligaciones sociales de las licencias de 850 MHz (STMC) y 1900 MHz (PCS) dispuso la entrega de líneas celulares con llamadas y mensajes ilimitados dentro de grupos cerrados para diferentes instituciones estatales.

La CONATEL también lanzó en el año 2020 una consulta pública a fin de incluir criterios de medición de calidad en el servicio de acceso fijo a internet. La Sociedad participó en este proceso realizando recomendaciones y sugerencias tanto de criterios como metodológicas.

### **ASPECTOS DE LA GESTIÓN**

En un 2020 totalmente atípico, impensado y fuera de toda planificación debido a los factores externos que afectaron al mundo, el segmento Hogar representó una oportunidad para Personal.

Núcleo tiene estimado cerrar el año 2020 con 2,2 millones de suscriptores móviles, en el año 2019 fue de 2,4 millones.

En este año 2020 Nucleo apostamos en el crecimiento de la Unidad de Negocio Empresas, con el lanzamiento de una nueva identidad de marca, nuevos productos y servicios, buscando posicionarnos como proveedores integrales de soluciones.

Se han adecuado los sistemas para permitir la interoperabilidad entre EMPE's (Empresas de Medio de Pago Electrónicos), iniciando la masificación del servicio el pasado mes de octubre, constituyendo esto como un hito importante para el ecosistema del mercado, al ser un servicio 24/7. De la misma forma; Billetera Personal contribuyo como canal de transferencias utilizado por el Gobierno nacional para realizar las acreditaciones en las billeteras electrónicas a las personas afectadas económicamente por la pandemia del Covid19.

#### **a) Análisis de los Resultados de ejercicio**

##### **i) Ventas**

Los ingresos por ventas aumentaron respecto al año anterior en aproximadamente 8% en guaraníes (1,2 % aumentaron en pesos argentinos). Los aumentos se dieron principalmente en el segmento prepago y en la venta de abonos de internet.

##### **ii) Costos operativos**

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

##### **iii) Utilidad de la explotación**

La utilidad de la explotación tuvo un aumento del 22% alcanzando en el 2020 millones de Gs. 215.817 (millones de \$ 2.630) comparando con millones de Gs. 171.234 (millones de \$ 2.242) del año 2020.

##### **iv) Resultados financieros**

En cuanto a los resultados financieros, el incremento de este año se debe principalmente a la perdida por diferencia de cambio, producto de la depreciación de los Gs. frente al dólar y por los intereses sobre préstamos.

#### **b) Análisis de la situación patrimonial**

El activo total cerró en el año en 1.721.713 (millones de Gs.) marcando un incremento del 6% respecto al 2019. Este leve aumento se debe principalmente a la inversión en PP&E. El pasivo por su parte, tuvo un incremento del 7%, originado en los rubros: prestamos por la emisión de obligaciones negociables ON y otros pasivos.

#### **c) Flujo de efectivo y situación financiera**

El efectivo y equivalente cerró en 82.913 (millones de guaraníes), registrando una disminución con respecto a los 71.176 (millones de guaraníes) del ejercicio anterior. El flujo de fondos provenientes de actividades operativas aumento en un 44%, producto de la mayor cobranza por venta de saldos y planes pospago.

Por su parte las actividades de inversión tuvieron del 6%, lo que representa 28.042 millones de guaraníes más que el año anterior. En cuanto a las

actividades de financiación, en este ejercicio se emitió una serie de obligaciones negociables por un valor total de millones de guaraníes 99.800, pago de préstamos (capital + interés) por millones de guaraníes 104.535 aproximadamente, además se pagaron dividendos por 90.000 millones de guaraníes.

## OFERTAS Y PRODUCTOS

El 2020 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 2020 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 2020 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 “G 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 G 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**

Este año atípico teníamos varias experiencias pensadas para nuestros clientes con productos nuevos que fuimos agregando a nuestra cartera de productos, sin embargo, las tuvimos que suspender. De igual manera nos re inventamos y realizamos algunas promociones con premios en donde los clientes puedan disfrutar desde sus casas, así también como cursos on line para el segmento de Mujeres.

Las promociones más significativas desarrolladas en el año fueron:

- Vacaciones saludables con Magui Fitness: realizamos una trivía con nuestros suscriptos del segmento fitness, en donde enviamos a un ganador con su acompañante a Punta del este en donde pudieron disfrutar 5 noches más todos los beneficios del spa.
- Promo Tour de los sentidos: esta promo tuvo vigencia entre febrero y marzo en donde el ganador y su acompañante debieron ir a Mendoza a realizar el tour del vino, el premio sigue en pie para cuando las fronteras estén abiertas y el ganador decida viajar.
- Promo Cirque du Soleil: esta promo también corrió entre los meses de febrero y marzo y al igual que con otros premios tuvo que quedar pospuesto el viaje ya que debido al momento que se vive a nivel mundial el evento fue cancelado hasta nuevo aviso.
- Tivia Abaco: desafío vuelta al cole, en donde premiamos a nuestros suscriptos que participaron de la trivía con un premio de 1.000 usd. y 5 premios de 500 usd.

## NÚCLEO S.A.E.

---

- Promo divertite en casa con Personal Deportes: trivía que tuvo una duración desde abril hasta junio en donde premiamos a un ganador que se llevó un Smart tv 50'' 4K + PlayStation 4 + FIFA 2020.
- Promo Playgames: realizamos una trivía entre los meses de mayo y julio para nuestro segmento gamer, en donde el ganador se llevó un pc gamer con todos los accesorios para que puedan disfrutar desde sus casas de la pasión gamer.
- Promo LVI: también realizamos entre los meses de mayo y julio la promo Trivia LVI (Lo vi en internet) en donde el ganador se llevó una cámara Go pro de manera a impulsar a que los mismos suscriptos puedan crear contenidos que puedan llegar a ser virales.
- Promo: LVI: en el mes de noviembre lanzamos otra promo con LVI en donde un ganador podrá pasar su tiempo de cuarentena de una mejor forma, llevándose de premio un Smart TV 55" y un TV Box 4K.

Además de estas promociones realizamos en la plataforma de personal Mujer un curso On line de Auto Maquillaje con la conocida maquilladora Ale Jara, el mismo conto con 8 clases que fueron una por semana con certificado incluido.

### **Roaming**

Este año se planeaba continuar con la oferta lanzada a finales del 2019.

- Navegación con las gigas del plan en países de América y Europa
- Packs agresivos para países de América y Europa
- 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, imágenes y Video) – el uso de llamadas o video llamadas a través de la app descontaba de los gigas del plan del usuario o del paquete de datos adquirido.

Debido a la pandemia no tuvimos muchas posibilidades de mejorar nuestra oferta actual por lo que no se realizaron mayores modificaciones en la oferta Actual enfocando a que continúe para el 2021.

- Para América se aumentó el beneficio del 150mil Gs. a 160mil Gs. para utilizar el Roaming en América
- Para América y Europa, se aumentó de 350mil Gs. a 400mil Gs.

### **Servicios Empresas 2020**

En este año 2020 apostamos en el crecimiento de la Unidad de Negocio Empresas, con el lanzamiento de una nueva identidad de marca, nuevos productos y servicios, buscando posicionarnos como proveedores integrales de soluciones.

Nos enfocamos en crear una propuesta de valor completa desde las comunicaciones y conectividad, nuestro negocio core. Agregando herramientas colaborativas, servicios en la nube y servicios de seguridad, acompañado de ofertas convergentes.

"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), Servicios en **Nube, m2m/iot** y **Seguridad**. Apalancamos la penetración de los nuevos productos a través de nuestra Red de FTTH, además de materiales y herramientas para acompañar el ciclo de la gestión Comercial.

Como parte del posicionamiento de la marca, hemos participado como Sponsor **KavaCon 2020 Virtual Conference**, evento de 4 días en donde especialistas y expertos mostraron como hacer frente a las amenazas actuales a través de las soluciones de Ciberseguridad más innovadoras. Personal Empresas, de la mano del equipo de Ciberseguridad de Telecom Argentina, brindo 4 charlas para nuestros clientes e invitados de Kavacon, a quienes hemos compartido informaciones relacionado al nuevo portfolio de productos y énfasis especial en Soluciones de Seguridad.

Dando una mirada al 2021: queremos convertirnos en el socio confiable y preferente de nuestros clientes Empresas para ayudarles en su transformación digital y en alcanzar un nuevo nivel de eficiencia. Apoyar a las Empresas y a su organización en su transformación digital, a través de una amplia gama de soluciones de negocios, en un entorno fiable y seguro, proporcionando las mejores aplicaciones para gestión de infraestructuras y mercados.

## **DIRECCION COMERCIAL**

### **CANAL AGENTES & DISTRIBUCION**

En el 2020 el evento pandemia nos obligó a trabajar la eficiencia a través de los agentes, incrementando los créditos bancarios y del agente a todos los PDV, ajustando frecuencias de visita para abarcar más clientes con menos vendedores/gestores.

En cuanto al área de DISTRIBUCION se unifico el esquema de comisiones, haciéndolo más sencillo y práctico para los PDA, seguimos enfocados en el crecimiento del parque de PDV / PDA ofreciendo a nuestros clientes una mayor capilaridad de Puntos de Ventas de Saldos, Billetera Personal y Activaciones de nuestros principales productos y servicios. Así también hemos crecido gracias a las nuevas coberturas en los departamentos de Cordillera y San Pedro. Continuamos soportando una presión importante del mercado, donde los incentivos y premios otorgados por la competencia complica la gestión diaria y desafía a los equipos para encontrar salidas higiénicas a las activaciones & portaciones.

### **FVD PORTABILIDAD**

El equipo de Portabilidad una reducción de la cantidad de vendedores enfocados a la calidad lo que nos permitió seguir sumando líneas portadas de la competencia apuntando al tráfico de las mismas como principal disparador de comisiones.

Durante los meses de cuarentena los vendedores desde sus casas se convirtieron en PDA/PDA continuando así con el abastecimiento y las ventas en diferentes puntos del país. Continuamos monitoreando y mejorando el proceso de pre-activaciones para ambos canales lo que pensamos puede abrir canales no tradicionales de puntos de activación así como mejorar la experiencia del cliente al momento de la activación.

### **FVD HOME**

El 2020 se caracterizó por un año de crecimiento exponencial en el segmento Hogar, a raíz de la pandemia mundial y del uso del servicio de internet como medio de trabajo en las casas, así también fue el pilar “virtual” de la educación en todos los niveles.

En lo que respecta al canal, hemos realizado una eficiencia en la estructura comercial con un aumento en la productividad y crecimiento del volumen de venta que se transformó en pagos de comisiones a nuestros equipos. Realizamos ajustes en la comisión del 1P (FTTH) para incentivar la activación de combos.

En cuanto a cobertura, este año hemos avanzado la expansión de 7 Mil MNZ hacia Gran Asunción (Capiatá, Ñemby, Limpio, Villa Elisa) y también en ciudades del interior tales como Encarnación, Cambyretá, Caaguazú, Oviedo, Villarrica y la ciudad veraniega de San Bernardino.

Trabajamos desde el canal para generar mayor valor a través de la convergencia, con ofertas y políticas agresivas que permitan captar un cliente de mayor ARPU y con un ciclo de vida mejor.

Consolidación del equipo de Edificios, cerrando acuerdos comerciales, entrando primeros en obras de construcción.

A nivel de plataformas en DTH, se trabajó en un proceso de migración de clientes de Tuves a INTV además de un objetivo desafiante de crecimiento de parque de clientes soportando por un aporte de todos los canales dentro de sus objetivos.

### **TELEVENTAS**

En 2020 hemos adecuado la operativa para ejecutar la gestión por medio del teletrabajo (home office) donde desde el mes de marzo pasamos a operar bajo esta modalidad con el 60% de la capacidad instalada de 173 tele vendedores,

llegando al 100% en varias ocasiones donde la situación lo requería. La gestión permitió lograr nuestros objetivos del canal aun en situación de confinamiento.

Desde el mes de agosto se adoptó la estrategia de focalización en islas de trabajo con el objetivo de que la gestión Outbound se dirija de manera especializada pero sin perder oportunidades de venta también en otros productos en este proceso. Bajo este esquema, las islas de trabajo actuales son Pospago, Home (Flow, DTH y Fibra), Valor (migraciones de Pre a Pospago y Upgrades) e Inbound, esta última multi producto.

Cabe destacar el inicio del proyecto E-Commerce abanderado por el canal, así como también todo el fortalecimiento del Inbound para ser el canal a futuro de conversión y mejora en la calidad de nuestras ventas.

### **CORPORATIVO**

Ante un año bastante desafiante por la pandemia y cuarentena en el segmento corporativo nos hemos reinventado con capacitaciones y entrenamientos de nuevas soluciones tecnológicas de ciber seguridad, que estamos incorporando a nuestro portfollio de productos, 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 y desarrollo del canal COMERCIO para brindar soluciones rápidas y efectivas fidelizando y dando crecimiento a la cartera de este segmento de clientes muy atacado por la competencia.

Optimizamos la estructura de recursos de Ejecutivos, Líderes y maximizamos la productividad de todo el EQUIPO.

### **ATENCIÓN PERSONALIZADA**

En el 2020, a modo de disminuir y agilizar la espera de clientes, las oficinas de atención presencial se vieron obligadas a reinventarse y a raíz de esto se incorpora un nuevo sistema de atención; La Atención Virtual. Se adecuaron los espacios para hacer un lugar cálido y cómodo para recibir a nuestros clientes en esta modalidad, posiciones donde los clientes son atendidos por nuestros representantes desde sus hogares a través de video llamadas.

Hoy 45% 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.

Cabe mencionar que los clientes percibieron la iniciativa como algo innovador y práctico.

## Administración de Ventas y Back Central

### Canal No Presencial

EL 2020 se destaca la creación del canal de atención Whatsapp en el mes de febrero 2020 apuntando a la omnicanalidad y siendo la primera compañía de telecomunicaciones en facilitar ese medio de contacto oficial para los clientes con el N° 0971100000 con la plataforma Genesys que permite medir la productividad y mejorar la eficiencia, controlar los tiempos de respuesta (SL) con un promedio mensual de interacciones en el 2020 de 63.760 conversaciones mensuales.

Se creó un asterisco exclusivo Billetera \*110 para la atención integral de consultas de ciudadanos afectados económicamente durante al pandemia y que fueron beneficiados con programas de gobierno.

Se implementó la opción IVR automático para atención Hogar por mora, que ha mejorado la situación de corte que afectaba anteriormente los niveles de servicio en ciertas fechas, mejorando así la experiencia del cliente a quien el IVR le permite saber motivo de corte, vencimiento y monto de factura pendiente ON LINE sin necesidad de realizar la consulta con un operador.

### Field Service

El 2020 el área de FS optimizo los costos de instalaciones y soportes en un 15 % para hogar y 18% de ahorro en el precio unitario para instalaciones y soportes corporativos.

También se implementó APP de cuadrillas para instalaciones y soportes que permite el descuento de materiales de los trabajos vinculados desde el CRM, con el tracking y geo localización de cuadrillas mediante sus líneas ON LINE, visualización de NAP's en las zonas de geo localización. Permite la provisión, re-provisión y certificación de los trabajos con este último punto se reduce el tiempo de espera en llamadas para certificaciones.

## **TECNOLOGÍA**

### Red Móvil

**Sitios ON AIR:** En el 2019 se finalizó con un total de 1529 sitios. En el 2020 se tiene planificado poner en operación 93 **nuevos sitios** celulares en todo el país, lo que representa un incremento de aproximadamente el 6,1% en la cantidad total de sitios operativos de la RED, que totalizarían 1622 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.

## Red Fija

En el 2019 se finalizó el despliegue de la Red FTTH con un total 17.387 manzanas y 336.664 HHPP. En el 2020 ampliamos la cobertura de la red en 7.928 manzanas nuevas y 118.624 HHPP. Con esto la cobertura total de la Red FTTH de Personal, abarca 25.315 manzanas y 455.288 HHPP.

## TRANSMISIÓN y CORE (Proyectos)

- **Fibra Óptica Urbana e Interurbana:** La ampliación de cobertura de la red fija y móvil ha demandado el despliegue de 800 Km de tendido de Fibra Óptica.
- **METRO DWDM:** A mediados de este año 2020 finalmente implementamos la tecnología metro DWDM en la capa de Acceso el cual nos da mayor capacidad, más funcionalidades y una red de mayor confiabilidad.
- **NUEVO CORE IP:** Este 2020 finalmente se concreta el nuevo CORE IP de la RED Fija y Móvil. Hoy contamos con la tecnología y capacidad acorde a los requerimientos de una red FTTH con alta disponibilidad y escalabilidad. Fase 1 del CORE IP con los 4 CISCO ASR9922 en Jun2020 y la Fase 2 en Ago2020 con los 3 CISCO NCS5508 (FDO/CAR/CDE).
- **AMPLIACIÓN FRONTERAS a interfaces de 100Gbps (3X140Gbps):** La readecuación de la interconexión de equipos de borde en las 3 fronteras con Argentina para optimizar la conmutación de una salida a otra, eliminando interrupciones tanto en la red fija como en servicios Flow. Además, el proyecto de frontera ya cuenta con capacidad asegurizada de 140Gbps x 3 salidas fronterizas.
- **REDUNDANCIA FULL CDN FLOW CDE:** En marzo 2019 se lanzó el servicio FLOW con una arquitectura en Fase 1 obteniendo a nivel de performance buenos resultados. Marzo 2020 se inicia la Fase 2 completando con esto 2 CDNs independientes para alcanzar la redundancia local y geográfica; y soportar la demanda unicast OTT que es la tendencia para este producto.
- **IPV6:** Con la alta densidad de dispositivos y las nuevas exigencias de calidad, un hito importante para la RED IP fue implementar IPv6. Hoy IPv6 esta implementada en la red FTTH y las salidas en frontera.
- **EVOLUCION TECNOLOGICA VIRTUALIZACION – VMWARE:** Toda la evolución que se viene realizando con virtualizaciones desde el 2017 y este 2020 se incorpora Carpinelli. La nueva arquitectura basada en virtualización de plataformas de la RED ha sido de gran ayuda para sostener la demanda de servidores y servicios que van surgiendo en la red tanto celular como fija. Además, la optimización de espacio generada

en los Datacenter, han permitido alojar nuevo HW de terceros para los servicios Nokia, U2020, Discovery y CISCO WAE.

## **TECNOLOGIA INFORMATICA**

### **GERENCIA BILLING CONVERGENTE**

Durante el transcurso del presente año, se continuó con la implementación de nuevos módulos del Sistema que permiten acompañar el cambio hacia los servicios convergentes al hogar. Se ha implementado el servicio de Flow OTT y Flow Box, y actualmente estamos desarrollando el nuevo módulo en el sistema de Provisioning para dar soporte al servicio Disney+, con las integraciones correspondientes entre el sistema de Provisioning y la plataforma de Disney, que permite la interconexión entre los mismos y el sistema de Gestión del CRM Jopará.

Con relación al proyecto de BigData, en el primer trimestre del año, se dio continuidad al desarrollo y armado de un ambiente de laboratorio para la ingesta de los datos generados por los sistemas de registración y tasación de tráficos de datos, llamadas, mensajes y acreditaciones. Esto involucró la adaptación de los registradores de tráfico de llamadas, mensajes y datos con conectores Kafka para enviar los datos al entorno del DataLake. En tanto la tasación online de datos, llamadas y mensajes, como los de acreditación, requirieron adecuaciones y configuraciones en los Streams de la BD VoltDB, para replicar los datos directamente en tiempo real al DataLake desde dicho entorno.

En el primer semestre, se ha implementado la tasación on-line de datos para planes con el servicio QoS, que permite una vez que el abonado se quede sin saldo, seguir navegando de forma ilimitada, a baja velocidad y de acuerdo a la configuración del plan, en otros casos traficar solamente en ciertos sitios a velocidad baja. Nuestros clientes con plan QoS ya pueden acceder a packs on demand, packs de suscripción y otros del catálogo general. La solución contempló ser robusta ante fallos y tener facilidad de parametrización, y eficiencia en los tiempos de respuesta. Esto llevó análisis y desarrollo en los módulos de middleware, tasación, core, provisioning, acreditación, Front End de tasación. Se ejecutó exitosamente un plan de migración gradual de líneas empezando por planes ilimitados hasta los planes corporativos. Estas líneas ahora son controladas y tarifadas con el tasador online y se comunica con el PCRF para el cambio de políticas de navegación de acuerdo al saldo del abonado.

Para la tasación de llamadas roaming, se agregó la posibilidad de asociar servicios tasables a los números especiales de roaming outbound. Esto permitió otorgar beneficio de descuento a llamadas de números especiales roaming a nuestros clientes.

Con respecto a la Tasación on-line de datos, en el año se agregó límite a WhatsApp en los packs de datos. Para soportar la carga creciente de manera eficiente, seguimos evolucionando con nuevas funcionalidades, iniciando el

desarrollo y adecuaciones necesarias en la lógica del tasador para soporte de la funcionalidad Tariff Switch, siguiendo el standard diameter 3GPP TS 32.299, 3GPP TS 32.296 y RFC 4006. Con el mecanismo Tariff Switch, el tasador de datos podrá distribuir las interrogaciones que hoy representan ráfagas con picos de tráfico en el tiempo debido a cambios de tarifa en horarios fijos.

Por otro lado, hemos actualizado la aplicación OCS (Online Charging Function), con la nueva versión de la API del Stack Diameter, tanto para datos como para SMS y estamos migrando la nueva aplicación a nuevos servidores en un entorno virtual.

En lo referente al soporte y/o evolución de los Sistemas actuales, específicamente a los sub sistemas de recarga, se han introducido mejoras diversas en lo que refiere a OFERTAS ON LINE. Permitiendo contar con precedencias de ofertas, a modo de tener ofertas centradas en la realidad de los abonados. Por otra parte esto permitió identificar segmentos de clientes cuyo tráfico es prácticamente nulo, incentivando a éstos con ofertas concretas y personalizadas.

Estrechamente ligado a las Ofertas ON Line, en el módulo de packs se han implementado acumuladores de recarga, hecho que permite una medición más efectiva del ARPU de los clientes.

En este 2020 además se concretó la implementación de promociones por irregularidad de recarga, permitiendo el up selling de clientes cuyo promedio de carga mensual estaba por debajo de lo deseado.

Finalmente, el producto de Data Rewards ha sido introducido como componente del módulo de Auxilio ON Line. Este producto permitirá que los abonados de saldo crítico cuenten con un elemento más para seguir traficando en la red.

Como proyectos dentro del área de IT, hemos llevado adelante el proyecto de migración a nuevos servidores de aplicaciones Wildfly. Esto involucró la adecuación de todas las aplicaciones y módulos que componen el nuevo sistema y la migración gradual de las mismas a los nuevos servidores de aplicaciones Wildfly.

## **GERENCIA BIG DATA & SVA**

El año 2020 que va cerrando ha sido un año marcado por la pandemia del COVID-19, lo cual derivó en la necesidad de realizar ajustes de toda índole a nivel compañía de manera a acompañar los grandes cambios y desafíos que ello trajo.

Entre éstos ajustes destaca la adopción de la modalidad *Home Office* casi a un 100% en nuestra gerencia, trasladando así la coordinación de las tareas del día a día y el trabajo en equipo a una modalidad virtual.

### Sistema de comisiones

El Sistema de Comisiones tuvo su recambio tecnológico en 2 grandes etapas, durante el 2019 se tuvo que adaptar a los cambios tecnológicos y estructurales de todas sus fuentes (CRM, Billing, etc), y en el 2020 se realizó el recambio tecnológico del software de liquidación de comisiones propiamente, involucrando tareas de Migración del backend de Jboss 7 a Wildfly, Migración de los datos desde Oracle a Postgres. Ejecución paralela de los procesos de comisiones entre las versiones 2 (Oracle) y 2.5 (Postgres).

### Reporting

Se describe a continuación de manera resumida los principales desarrollos realizados

- ✓ Elaboración de reportes asociados a los programas de **Gobierno (Pytyvo y Ñangareko)** con el objetivo de brindar la trazabilidad de las operaciones asociadas ante cada evento de desembolso.
- ✓ Creación del modelo **Comportamiento trafico datos prepagos** debido a que en los primeros meses de la pandemia se vio un incremento muy notable en el uso de la red de datos de la compañía que superaba el promedio de uso promedio en comparación con los meses pasados
- ✓ Se implementaron reportes asociados al producto **E-Commerce** para satisfacer principalmente requerimientos de finanzas.
- ✓ Se creó el proyecto **BusinessSupport** en la herramienta MicroStrategy, acompañando al proyecto de Autogestión de los usuarios en la elaboración de tableros, documentos y reportes analíticos para toma de decisiones para el Equipo Comercial sobre PostgreSQL
- ✓ Proyecto Enmascaramiento de Datos Sensibles

### Data Mining

Se trabajó en el desarrollo del **modelo predictivo Churn Pospago**, implementado 100% en el cluster de big data, utilizando técnicas de aprendizaje automático para encontrar patrones de comportamiento comunes en las líneas pospago que son dadas de baja, priorizando y enfocando el modelo en las líneas que se portan a la competencia, de manera a poner a disposición de MKT una herramienta que ayude a prevenir la baja de líneas de manera mensual.

### Proyecto Cloud Big Data

Se llevó a cabo el análisis técnico de arquitectura para infraestructura híbrida y 100% sobre la nube, para la solución big data de la compañía, llevándose a cabo las siguientes tareas

- ✓ Se trabajó también en el desarrollo de una arquitectura LAMBDA para la resolución de reportes cercanos al tiempo real.
- ✓ Prueba de concepto de herramienta de integración continua GitLab

- ✓ Se analizaron opciones para el modelo de datos unificado y se ha determinado que el modelo data vault 2.0 cumple con las premisas que buscamos
- ✓ Se evaluó la integración de las herramientas front-end como Tableau, PowerBI y Microstrategy con back-ends de indexación de datos (Apache Kylin, Elastic Search, archivos parquet en el HDFS)
- ✓ Se ha presentado la iniciativa de **Data Governance** a áreas del negocio y un roadmap sugerido para la implementación
- ✓ Se realizó el análisis técnico del stack de soluciones de los proveedores de nube **Amazon, Google**
- ✓ Se estudió y definió un caso de uso para realizar pruebas de concepto con los proveedores de nube.

### **WebVAS (Interfaces Web y Servicios de Valor Agregado)**

El año se destacó por grandes logros en el desarrollo de plataformas y servicios que facilitan la autogestión del cliente final:

- **Portal de Pago de Facturas:** desarrollo e implementación de la consulta y pago de facturas con tarjetas de crédito vía web
- **Tienda Ecommerce Personal:** desarrollo e integración a la plataforma VTEX de la tienda ecommerce para venta de terminales y accesorios
- **Portales de Oferta e interfaces de Packs:** desarrollo de nuevo portal para promoción de packs en redes sociales, integración de servicios de auxilio (recarga contra factura, saldo y préstame packs) a menú ussd \*454# y App Tienda Personal
- **Recambio del sistema Hermes – implementación a Personal Ventas** que incluyó servicios de carga y edición de los datos del catastro de puntos de venta, dichos servicios son fuente del módulo catastro en personal ventas y permite la carga, edición y visualización de datos de forma puntual y/o masiva además de recambio de servicios de geolocalización del catastro. Actualización de plataforma base GIS: implementación y configuración de la plataforma actualizada del servidor GIS Geoserver, el cual permite compartir mapas geográficos para las aplicaciones bajo cualquier fuente de datos geográfica dentro de los estándares de la OGC (Open Geospatial Consortium), incluyendo la actualización de mapas base para modulo GIS GPON en Jopara con el objetivo de mantener la información geográfica actualizada de acuerdo a los entes encargados del gobierno (STP, DGEEC, SNC)

### **GERENCIA INFRAESTRUCTURA, OPERACIONES Y NUEVA TECNOLOGÍAS**

Se acompañó a las áreas de desarrollo en la implementación de las nuevas funcionalidades mencionadas. Principalmente se destacan la migración a nuevos servidores de aplicaciones Wildfly (Open Source), migración de nueva versión de los OCSs a servidores virtuales, y la integración de Jopara con sistemas externos.

Durante el año atípico, además se dio soporte a la compañía con el crecimiento y actualización de la infraestructura de escritorios virtuales para ser utilizado en la modalidad de WFH (Work From Home).

### **GERENCIA SISTEMAS DE GESTIÓN**

Adecuación del Sistema de Gestión para afrontar los cambios originados por la pandemia.

Culminación del proyecto One Field que integra el Sistema Jopará con los sistemas de Telecom Argentina Certa/GIS/WorkForce.

Investigación y planificación de tareas para cambio de versión de pase de datos PosGres.

Análisis, desarrollo e implementación de requerimientos de usuarios inter áreas que incluyen automatización de nuevos procesos en el Sistema Jopara.

### **CAPACITACIÓN Y DESARROLLO**

El periodo 2020 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 los programas internos de mayor alcance fue “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**

#### **RSE modo COVID 19**

El año 2020 fue marcado en la historia como un año atípico a todas las condiciones conocidas. El avasallamiento del virus del COVID 19, puso a prueba a las personas y a las compañías, a partir de la cuarentena nacional iniciada en marzo. El giro de los acontecimientos obligó a replantear la forma de estudiar, de trabajar e incluso de socializar.

Al respecto, los cuidados sanitarios obligaron al distanciamiento físico, sin embargo, esto condujo a la búsqueda de alternativas para “conectar”. Este año, más que nada, se manifestó el auge de las telecomunicaciones, la evolución en el uso de internet, la necesidad imperativa de ampliar las redes y extender la distribución de señal y la constante innovación de la tecnología.

Pese a lo citado aun sucumbimos ante los grupos conflictivos que se niegan a acceder a la ampliación de señal, igualmente tropezamos con ineficiencias en el planteamiento de las regulaciones municipales, que una a una van siendo atendidas para “conectar” a los ciudadanos.

Igualmente, el 2020 deja una marca sobre programas que la empresa apoyó durante años ininterrumpidos y que han sido el escalafón para impartir educación en las zonas más alejadas, así como acortar las brechas.

### **Paraguay Educa – 34 escuelas nacionales con internet inactivo – 1 Centro Tecnológico activo**

Precisamente uno de los programas afectados por la pandemia, fue el de Paraguay EDUCA, que trabaja con escuelas, a las que proveemos internet. Este año no pudo ser, las escuelas cerraron y los alumnos debieron tomar otro camino para su educación. Aun así, el Centro Educativo de esta organización sigue activo y el programa sería reactivado en el 2021.

### **Operación Sonrisa – 1 línea gratuita – 20 corredores**

Otro programa, Operación Sonrisa, apoyado por Personal, este año también se vio afectado y no pudo realizar los llamados masivos 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 y también con la participación de corredores en la corrida realizada luego de la apertura de la cuarentena con los debidos protocolos.

**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**

Considerando las circunstancias, todo lo realizado durante el 2020 tuvo un componente de comunidad, ya que se han instalado nuevos puntos de internet y en algunos casos conexión de televisión Flow. Los municipios han solicitado la activación de internet en plazas específicas para que los ciudadanos puedan utilizar libremente estas instalaciones y completar tareas o trabajo. Además, conectamos hospitales y centros de atención geriátrica para favorecer a quienes no han podido salir ni ser visitados por medidas 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.

### **Habilitación de canal de billetera sin costo de comisión por compra / espacio institucional para venta de boletos**

La cultura también tuvo sus tropiezos, pero a medida que fueron abriéndose las fases, algunas organizaciones implementaron nuevos escenarios de acción.

Este es el caso de la Fundación Tierra Nuestra, orientada 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 cierra en enero 2021.

Además, se implementó como apoyo específico el canal de billetera personal para la compra de los cupones, eximiendo el abono de la comisión, así como el permiso para que miembros de la organización puedan realizar la venta de los boletos en espacios abiertos de la empresa.

### **Internet y 2 líneas para comunicaciones**

Igualmente, ADEC, como aliado de transparencia y RSE, cambió la temática este año y realizó una serie de cuatro webinars, denominado “Encontrarse, espacio en línea”, en distintas fechas. 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.

### **Nuevos aliados**

Se integra a la grilla de aliados 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. Aún se encuentra en modo de prueba y en el 2021 estaría arrancando oficialmente.

Por último, pero no menos importante, es la integración del proyecto Laboratorio de Creatividad, para el desarrollo personal de niños y niñas de 7-10 años, llevado a cabo por Transformación Paraguaya, que estamos apoyando en su plan piloto a fines del 2020.

Además, durante el 2020 Núcleo apoyó a organizaciones y programas como: Fundación Eco cultura, Organización Socorro, y la Asociación Paraguaya para la Calidad, Banco de Alimentos, Equinoterapia, bomberos, Plan Paraguay, entre otros.

### **Apoyos a disposiciones sanitarias nacionales**

Desde marzo y a *posteriori* a este reporte, Personal trabajó coordinadamente con el Gobierno Nacional, respondiendo a las solicitudes de necesidad masiva desde el inicio de la pandemia del COVID 19, a fin de facilitar el acceso a la información veraz. Al respecto, se habilitó el ingreso gratuito al portal del

Ministerio de Salud Pública, al igual que los números cortos 154 de Vigilancia de la Salud y 180 del IPS. Con respecto al Programa de Seguridad Alimentaria, se habilitó la gratuidad de llamadas al 021.729 0736 desde los celulares.

A partir de pedidos de organizaciones y del mismo Gobierno, se activaron líneas a algunos centros regionales de salud pública, así como para el Ministerio de Defensa Pública, para el Ministerio de Justicia y para la Cruz Roja Paraguaya, todos con capacidad de hacer y recibir llamadas y mensajes sin costo, con el objeto de descomprimir el sistema 154 (de asistencia al ciudadano) y colaborar con las comunicaciones en la contención del Coronavirus.

### **Solidaridad institucional**

En apoyo a las medidas preventivas nacionales y con la consigna **#QuedateEnCasa**, Personal se solidarizó con el objetivo de contención y proveyó servicios gratuitos por más de 1900 horas de emisión de los canales del pack Fox Premium gratuitos para usuarios de Personal TV Satelital y Flow, instando así a los paraguayos a no salir de casa.

Igualmente, se habilitó el servicio de internet extendido, por las noches para los usuarios de Personal.

Entregó en donación equipos para estudiantes de un Centro Educativo en Luque, así también para el Banco Nacional de Leche, para las comunicaciones y coordinación de colecta lactaria con las madres donantes.

### **Medidas de resguardo para colaboradores**

Los colaboradores de la empresa fueron la primera medida. Desde el anuncio del régimen de prevención, a nivel interno se tomaron los recaudos, salvaguardando en primer lugar a las embarazadas y mujeres en periodo de lactancia; a las personas con enfermedades crónicas. Se disminuyó la asistencia del personal hasta el 50%. Se cancelaron reuniones y visitas.

Se establecieron los recursos tecnológicos como mecanismo de comunicación esencial: correos, redes, whatsApp, intercomunicador, video llamadas, entre otras. Resguardando a los colaboradores y tratando de garantizar que los servicios sigan disponibles.

La atención en las oficinas también fue afectada. El horario disminuyó y el acceso a/de los clientes se protocolizó. Las sucursales de los centros comerciales permanecieron cerradas hasta el levantamiento de las fases de la cuarentena nacional.

### **Compromisos sociales**

Integramos al reporte este año las acciones denominadas COMPROMISOS SOCIALES, que son las responsabilidades contraídas con el ente regulador en

el marco de las habilitaciones y extensiones de licencia de bandas que utiliza la empresa para el servicio de Telefonía, Internet, Datos y Televisión.

Durante este año, y en medio de la pandemia y cuarentena nacional Personal, ha respondido eficientemente con la dotación de los servicios emanados de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL) en conjunto con Ministerios, Gobernaciones, Municipios y Universidades Nacionales.

Al respecto, en el marco de las licencias de espectro Bandas 700 y 800 Mhz fueron implementadas las acciones citadas a continuación:

Banda 700 Mhz

- 2.518 paquetes de conexión compuesto por 1 notebook y servicio de acceso móvil a internet por un periodo de 24 meses.
- Habilitación y puesta en marcha de 25 telecentros, de los cuales se estima la entrega de 13 para el año que termina y los restantes para inicios del 2021.

Banda 800 Mhz

- 3068 paquetes corporativos, grupo cerrado, consistente en servicio de voz y mensajería ilimitados... (de los cuales 100 asignados a la Cruz Roja no fueron entregados ya que dicha organización no estuvo de acuerdo con la donación).

Personal, conecta de esta manera a los 17 departamentos del país con tecnología de punta, respondiendo a las necesidades de cada sector y beneficiando a sectores de la sociedad vulnerables, disminuyendo la brecha digital.



**Juan Carlos Pepe**  
Presidente