



NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN

Suplemento N.º 177



Los 80 deportistas becados, cuyas especialidades son deportes de carácter individual, van a tener la oportunidad de centrarse exclusivamente en los aspectos deportivos.

Un equipo ciclista; la selección española de fútbol; el equipo Yamaha de Moto GP; Rafa Nadal; el programa Podium con el Comité Olímpico Español...Telefónica quiere a través del patrocinio deportivo dejar cla-

ro que valores como el esfuerzo, la superación, el trabajo en equipo, y la apuesta por la juventud están todos ellos alineados plenamente con su estrategia y visión de compañía.

La compañía se vuelca con el patrocinio de la cultura del esfuerzo y del trabajo en todas las disciplinas

Telefónica, 'marca' de referencia en el deporte español

El grupo Telefónica, a través de su marca, lleva muchos años de presencia en el deporte español, como patrocinador de la cultura del esfuerzo y del trabajo que tantos éxitos ha traído a España en distintas disciplinas. En los últimos meses, la apuesta se ha redoblado.

El pasado mes de mayo, el consejero delegado de la compañía, José María Álvarez-Pallete, y el presidente del Comité Olímpico Español, Alejandro Blanco, anunciaban el nacimiento de *Podium*, un programa de apoyo a deportistas que sean promesas olímpicas para los Juegos de Río de Janeiro 2016.

Bajo el lema "Sé lo que quieras ser, sé Olímpico", este programa de apoyo tiene como principal objetivo colaborar en la preparación de

estos jóvenes españoles menores de 23 años que persiguen la meta de participar en los próximos JJ.OO. Telefónica y el COE han desarrollado este programa plurianual de becas hasta Río 2016, denominado *Podium*, gracias al cual 80 deportistas de alto nivel que a día de hoy no son olímpicos, podrán acceder a esa ayuda que podrá contribuir a conseguir su objetivo.

Gracias a un acuerdo alcanzado entre ambas entidades, Telefónica, se compromete a dotar de ayuda económica y técnica a jóvenes deportistas de élite españoles, para que consigan clasificarse y poder alcanzar su meta olímpica. Así, los 80 deportistas becados, cuyas especialidades son deportes de carácter individual, van a tener la

oportunidad de centrarse exclusivamente en los aspectos deportivos.

Para Telefónica, este proyecto supone un nuevo respaldo al deporte en general y especialmente al olimpismo, claro reflejo de los valores de esfuerzo, superación y trabajo en equipo que también comparte la compañía.

El pasado mes de mayo, Telefónica y el Comité Olímpico Español anunciaban el nacimiento de Podium, un programa de apoyo a deportistas que sean promesas olímpicas para los Juegos de Río de Janeiro 2016

En cuanto a su vinculación con el mundo del olimpismo, Telefónica es socio patrocinador del ADO desde su creación para el año 1992, con motivo de los Juegos de Barcelona. Actualmente la compañía está presente en otras disciplinas deportivas, con un protagonismo especial como son ciclismo con un equipo propio, motociclismo, vela, y otros deportes, porque para Telefónica el deporte representa el máximo exponente de los valores de esfuerzo, superación, trabajo en equipo, juventud valores todos ellos alineados plenamente con la estrategia y visión de la compañía.

Especialmente intenso es su compromiso con los jóvenes, como promesa de futuro. Telefónica cree que la tecnología facilita la vida de los

individuos y debería estar al alcance de todas las personas para que puedan hacer más, vivir más, "ser más". Este espíritu se afianza año tras año en el compromiso de la compañía con el desarrollo de la sociedad y con el apoyo a las nuevas generaciones a través de distintas iniciativas. En este empeño en apoyar a los jóvenes para ayudarles a conseguir sus sueños, captar y desarrollar su talento, y estimular sus ansias de emprendimiento, Telefónica ha desarrollado diferentes programas donde se les dotan de medios y colaboración necesaria para que puedan conseguirlo. Hay que destacar el programa Think Big, enfocado al emprendimiento social



Los pilotos Jorge Lorenzo y Valentino Rossi compitieron por el título bajo los focos del circuito de Qatar el pasado 23 de marzo –la primera carrera del año con el nombre del equipo Movistar Yamaha–.

Viene de página 1

o las becas Talentum Universities y Talentum Startups, enfocadas a detectar el talento en las universidades españolas, formar a esos jóvenes e integrarlos en el mercado laboral, ya sea en Telefónica o apoyándoles en la creación de sus propias start ups. Además, Telefónica también ha puesto en marcha Wayra, la aceleradora de proyectos e ideas para el mundo digital del Grupo Telefónica, presente ya en 12 países y la red de venture capital tecnológico Amérigo. Todas estas iniciativas se contienen y completan en 'Open Future', el gran hub global de innovación que Telefónica acaba de poner en marcha.

Hace solo unos días, durante la última convocatoria de Wayra en el Reino Unido, hubo un proyecto que destacó sobre los más de 250 recibidos. Se trata de Hannah Catmur y su aplicación 'Pocket Explorers', una app dirigida a los pequeños de la casa y que combina el mundo digital con la naturaleza, animando a los niños a realizar actividades físicas al aire libre.

Con 23 años, Hannah es la emprendedora más joven que se incorpora a la Academia de Wayra en Londres, y en menos de dos años, su app educativa se ha convertido en un proyecto real se lanzará próximamente la mercado. El proyecto de esta joven emprendedora destaca no solo por su calidad, sino por tratarse también de un claro ejemplo de éxito de Open Future, el ecosistema de innovación abierto que aglutina todas las iniciativas de Telefónica de inversión y apoyo al emprendimiento como Wayra, Amérigo, Think Big o Campus Party.

Hannah, de hecho, llegó con su idea a la Campus Party de Londres 2013 y entró luego en el programa de formación digital Think Big. Ahora ve como su proyecto será acelerado por Wayra en el Reino Unido, donde gracias al ecosistema creado por Telefónica alcanzará la madurez necesaria para seguir creciendo y atraer el interés de la comunidad



Nairo Quintana, el corredor del Movistar Team y reciente vencedor del Giro de Italia 2014, visitaba Distrito Telefónica, donde fue recibido por el consejero delegado, José María Álvarez-Pallete, quien recibió de manos del corredor del "mejor equipo del mundo en 2103" una maglia rosa.

inversora internacional.

Fue su marcada aptitud de emprendedora y mentalidad de start-up lo que llamó la atención de varios directivos de Telefónica que durante la Campus Party de Londres la animaron a presentarse al programa de aceleración de Wayra UnLtd. Desde septiembre pasado, siendo parte de Think Big, ella y el resto del equipo de Pocket Explorers se prepararon para superar el proceso de acceso a Wayra UnLtd. El patrocinio de Telefónica se reparte entre varias disciplinas y proyectos. Uno de los más destacados es

con el mundo del motor. Hace unos meses, Telefónica y Yamaha anunciaban un acuerdo durante cinco años del Movistar Yamaha MotoGP equipo que ha arrancado en esta misma temporada 2014.

El motor, una apuesta también por la TV

La unión de estas dos marcas emblemáticas de la categoría reina del motociclismo crea un nuevo nombre para el equipo. Los pilotos Jorge Lorenzo y Valentino Rossi su lucha por el título bajo los focos del circuito de Qatar el pasado 23 de

marzo –la primera carrera del año con ese nombre. La marca Movistar estará muy presente en todos los materiales del equipo (YZR-M1, trajes de los pilotos, uniforme del equipo, pit-garage, camiones, hospitalidad...) en los próximos cinco años.

La aparición de Movistar en las motos oficiales de Yamaha se debe también a que la compañía telefónica quiere estar presente en la pista apoyando a su plataforma televisiva, que se ha hecho con los derechos del Mundial de motos (compartido con Tele 5) y del Campeonato del Mundo de F-1 (compartido

con Antena 3). El gran premio de Qatar fue el primero de los nueve GP que emitirá Movistar TV en exclusiva.

“Con el patrocinio del equipo Yamaha queremos reforzar la vinculación de Movistar con un entorno que nos es cercano, el del motor y el de MotoGP en particular. Queremos impulsar este deporte, y qué mejor modo de hacerlo que junto a Yamaha Racing Factory y sus dos pilotos bandera, Jorge Lorenzo y Valentino Rossi”, señala Luis Velo, director Movistar TV.

“Formar parte de este equipo es un hito más dentro de la apuesta de Movistar por el desarrollo del mundial de motociclismo, del que somos ya parte gracias al recién nacido canal Movistar MotoGP en Movistar TV. Con una programación exclusiva de miércoles a domingo cada semana de Gran Premio y ofreciendo un modo inédito de ver la competición en el mercado en el que operamos, pretendemos reforzar la afición por un deporte con el que compartimos ADN”, destacó Velo.

Además, y en su apuesta también por mejorar la experiencia del cliente, Movistar TV, en colaboración con Bandai-Namco y El Corte Inglés, organiza el primer campeonato nacional del videojuego MotoGP14 en una moto/simulador instalado en ocho puntos diferentes de la geografía española. La acción tendrá lugar durante los meses de julio y septiembre, cada semana en una localidad diferente, de jueves a sábado en horario comercial. Los mejores tiempos se irán subiendo a la web www.competicióngp14.es, donde se realizará el seguimiento de los resultados del campeonato tanto en el ámbito local como nacional. Los premios recaerán en los dos mejores clasificados. En concreto, el primer clasificado ganará un pase VIP doble para la zona de paddock en el GP de la Comunidad Valenciana (Cheste, 7-9 de noviembre) que incluye entrada al hospitality de Movistar Yamaha MotoGP, visita al box del equipo movistar Yamaha y la experiencia de BMW MotoGP shuttles donde podrá ver desde un lugar privilegiado una

de las carreras de Moto 3 o Moto 2, además de la estancia totalmente cubierta y una consola PS4 junto con un pack de juegos. El segundo ganará una consola PS4 y un pack de juegos. El Campeonato de MotoGP14 visitará las ciudades de: Madrid, Santiago de Compostela, Barcelona, Valencia, Santander y Sevilla

Tres temporadas con el equipo Movistar

Junto al motor, el ciclismo lleva tiempo siendo uno de los deportes más apoyados por Telefónica. Concretamente, la compañía que preside César Alierta retomó el patrocinio del ciclismo hace tres temporadas, en febrero de 2011, impulsando un deporte cercano, interactivo y que permite llegar a miles de aficionados. Han sido tres temporadas de éxitos que se remataron en 2013 con la consecución del galardón al mejor equipo del mundo, según el ranking UCI World Tour en el que se engloban las mejores carreras del calendario ciclista. Para Telefónica estos tres años de estrecha colaboración con el Movistar Team arrojan un balance muy positivo, juntos han logrado éxitos como el de Nairo Quintana, promover la marca y prestigiar el ciclismo. Telefónica tomó, en un momento difícil, la decisión de apoyar a uno de los mejores equipos del mundo por clasificación, resultados y tradición, el Movistar Team y hoy es innegable el papel de liderazgo que tiene Movistar en el ciclismo internacional.

Hace unos días, el corredor del Movistar Team Nairo Quintana, reciente vencedor del Giro de Italia 2014,

Especialmente intenso es su compromiso con los jóvenes, como promesa de futuro. Telefónica cree que la tecnología facilita la vida de los individuos y debería estar al alcance de todas las personas para que puedan hacer más, vivir más, "ser más"

Telefónica tomó, en un momento difícil, la decisión de apoyar a uno de los mejores equipos del mundo por clasificación, resultados y tradición, el Movistar Team, y hoy es innegable el papel de liderazgo que tiene Movistar en el ciclismo internacional

visitaba Distrito Telefónica donde fue recibido por el consejero delegado, José María Álvarez-Pallete quien recibió de manos del corredor del "mejor equipo del mundo en 2103" una "maglia rosa" como recuerdo de su gran triunfo en Italia. El ciclista estuvo acompañado por el manager general del Movistar Team, Eusebio Unzué, en un acto en el que medios de comunicación, aficionados y empleados de la compañía tuvieron la oportunidad de conocer al corredor colombiano y

descubrir, a través de sus testimonios, diversos aspectos de la ronda italiana y detalles del día a día del corredor y su equipo. Telefónica quiso acercar también al campeón colombiano a sus seguidores de Latinoamérica, para lo que se establecieron varias sesiones de telepresencia con varios países donde representantes de los medios de comunicación tuvieron la oportunidad de conocer y conversar con el ganador del Giro.

Nairo Quintana, que fue segundo el año pasado en el Tour de Francia, logró en el Giro de Italia la primera victoria del equipo Movistar en una de las grandes carreras por etapas que se celebran en el calendario internacional, a lo que hay que sumar casi un centenar de triunfos en carreras de primer nivel disputadas en diversos países. Quintana logró ese triunfo después de haber pasado unos días con dificultades por un enfriamiento y atacar en los días de la montaña donde logró imponerse en dos de las difíciles jornadas montañosas del Giro de Italia. El corredor agradeció el trabajo del equipo y el apoyo que ha recibido de los aficionados de todo el mundo.

El equipo Movistar ha logrado en esta temporada un total de 17 victorias en y ha recorrido ya más de 150.000 kilómetros. Eusebio Unzué destacó tras la victoria en el Giro que van consiguiendo un gran palmarés para Movistar con victorias en las tres grandes, un triunfo pasado.

Discapacidad y tenis

Junto a las motos, uno de los patrocinios que más alegrías da a la compañía es el de Rafa Nadal, número 1 del mundo según el ran-

"Queremos impulsar el motociclismo, y qué mejor modo de hacerlo que junto a Yamaha Racing Factory y sus dos pilotos bandera, Jorge Lorenzo y Valentino Rossi", señala Luis Velo, director de Movistar TV

Nadal, el mejor deportista español de todos los tiempos, se vincula a Telefónica para los próximos seis años, y representará tanto a la marca institucional como a las comerciales en España, Reino Unido, Alemania y los países de Latinoamérica donde la compañía está presente

king de la ATP y reciente ganador de su noveno Roland Garros. El tenista mallorquín Rafa Nadal, será el nuevo embajador de Telefónica en todo el mundo hasta 2020. Nadal, considerado el mejor deportista español de todos los tiempos, se vincula a Telefónica para los próximos seis años, durante los cuales representará tanto a la marca institucional como a las comerciales -Movistar, O2 y Vivo- en España, Reino Unido, Alemania y los

países de Latinoamérica donde la compañía está presente. La estrella internacional, de 28 años, ha logrado trascender del ámbito deportivo y tiene millones de seguidores en todo el mundo gracias a los valores que representa: la fortaleza, el afán de superación, la humildad y el talento. Valores con los que Telefónica se identifica, comparte y potenciará desde ahora con el joven tenista mallorquín. Como embajador, Rafa Nadal acompañará a Telefónica en eventos con clientes, empleados o instituciones en esos países, prestará su imagen a algunas campañas de comunicación de Telefónica y desarrollará conjuntamente con las marcas aplicaciones, juegos y contenidos para banda ancha relacionados con el deporte y la tecnología.

Nadal aportará también un importante valor a la que ha sido la gran apuesta de Movistar en España en su estrategia para este año y los siguientes, Movistar TV. La plataforma de televisión de Telefónica acompañará a Rafa en los principales torneos que dispute y contará con el tenista para la producción de programas deportivos, y también la creación de vídeos y otros contenidos digitales que podrán verse en cualquier soporte -televisión, ordenador, tablet o smartphone-.

Una de las iniciativas más relevantes que se llevarán a cabo por este patrocinio es la apertura de la "Rafa Nadal Academy By Movistar",

Pasa a página IV

Ferran Adrià: embajador de Telefónica por el mundo

Telefónica y el chef Ferran Adrià han renovado su acuerdo de colaboración para seguir desarrollando nuevas acciones vinculadas a la innovación digital aplicada al mundo de la gastronomía. Adrià se convirtió en Embajador de Telefónica en octubre de 2010. Desde entonces, el mejor chef del mundo ha acompañado a Telefónica en proyectos de diversa índole (universitaria, empresarial, deportiva, tecnológica) y ha visitado multitud de ciudades en aquellos países donde Telefónica está presente, como Miami, Nueva York, Lima, Pekín, México, Santiago de Chile, Londres, y por supuesto las principales capitales españolas. En esos tres años se han llevado a cabo acciones cuyo eje principal ha sido la innovación así como la posibilidad de ofrecer experiencias únicas a clientes, universitarios, voluntarios, empresarios y emprendedores. En esta nueva etapa, de 2014 en adelante, la tecnología y la activación digital de la colaboración será un objetivo preferencial, y se realizará un gran esfuerzo para dar a conocer los proyectos conjuntos con iniciativas globales.

Telefónica y Adrià han elaborado un ambicioso programa que impulsará acciones muy novedosas, vinculadas todas ellas con elBulliFoundation y los proyectos que desarrolla en la actualidad como elBulli1846, elBulliDNA, Bullipedia o BullipediaLab, además de promover

exposiciones internacionales, charlas y conferencias.

Ejemplo de estas acciones es el Espacio de Innovación, una zona presentada hoy en Distrito Telefónica, la sede operativa de la compañía en Madrid, un proyecto expositivo itinerante que será utilizado como un divulgador de contenidos sobre innovación y creatividad y que viajará por varias ciudades de España, Europa y Latinoamérica, tanto en espacios Telefónica como en otras ubicaciones.

Se tratará de una reflexión sobre la innovación y el proceso creativo, articulada sobre el talento de Ferran Adrià, y todo el

cambio de paradigma que supuso la cocina de elBulli a nivel mundial, reflejado a través de la tecnología. En ese espacio se mostrará una selección de piezas y contenidos ya existentes y se traducirán a un lenguaje experiencial, tecnológico e interactivo, para acercar los proyectos de Telefónica, elBulliFoundation y Ferran Adrià al gran público.

Ferran Adrià es embajador internacional de Telefónica desde 2010 y está considerado como uno

Telefónica y el chef Ferran Adrià han renovado su acuerdo de colaboración para seguir desarrollando nuevas acciones vinculadas a la innovación digital aplicada al mundo de la gastronomía

de los chefs más creativos e innovadores del mundo en las últimas décadas. Su pasión y continua búsqueda para mejorar los conceptos, las técnicas y las recetas han revolucionado el mundo de la cocina.

Proyectos

A lo largo de esto tres años de colaboración se han llevado a cabo diversos proyectos. Por ejemplo, el Tour Mundial "Ferran Adrià & Telefónica, juntos para transformar" diseñado como

un ciclo de conferencias celebradas en 29 ciudades de 17 países donde Telefónica está presente.

También la Gira "España por Universidades", cuyo objetivo era transmitir a los jóvenes la idea de que en las Universidades se encuentra el talento que liderará en el futuro la transformación e innovación. Se visitaron un total de 18 universidades españolas, en las que 5.000 jóvenes escucharon las ideas de Adrià.

En el ámbito internacional, el concurso *Ideas for Transformation*, un reto de ideas para conceptualizar el futuro elBulliFoundation, orientado a estudiantes de MBA de

Harvard Business School, Berkeley, Columbia University, London Business School y Esade. Trabajaron 93 estudiantes de alto nivel y presentaron 31 proyectos. El primer premio fue compartido por dos equipos de Harvard.

A estas iniciativas hay que añadir varias exposiciones como "La cocina en su tinta" celebrada en la Biblioteca Nacional; el lanzamiento de la App "Adrià en casa", "la cocina en familia" o la creación de "Movistar Energy" by Ferran Adrià -un hito que consistió en el diseño y fabricación de barras energéticas elaboradas especialmente para el Movistar Team-.

Con la cultura

Durante tres años Telefónica ha sido la única compañía de telecomunicaciones cuya marca ha estado vinculada, al nombre del mejor pianista clásico a nivel mundial, el chino Lang Lang. Ambas partes sellaron un acuerdo en junio de 2011 que le convirtió en embajador y prescriptor internacional del sello Telefónica. El prestigioso pianista, de 32 años, toda una celebridad a nivel mundial, ha sido el embajador de la marca institucional y los valores que representa Telefónica, muchos de los cuales comparten y potencian ambos: el conocimiento tecnológico, el compromiso con el crecimiento sostenible y la responsabilidad social, la ambición de cambiar el mundo a través del talento en todos los ámbitos, y la clara vocación internacional.



Ferran Adrià y el director de Asuntos Públicos y Regulación de Telefónica, Carlos López Blanco.



César Alierta y Rafael Nadal firman un acuerdo por el que el tenista mallorquín se convierte en embajador de Telefónica en el mundo.

Viene de página III

la academia de tenis que el deportista abrirá en su Mallorca natal para fomentar los valores del deporte, concretamente del tenis, entre los más jóvenes.

A través de la Academia, la Fundación Rafa Nadal y Fundación Telefónica pondrán en marcha proyectos solidarios relacionados con la discapacidad y el tenis, y, entre otras cosas, se concederán anualmente las Becas Telefónica para jóvenes desfavorecidos. La Fundación Rafa Nadal nació en 2008 para ofrecer programas de educación a niños y jóvenes en riesgo de exclusión social o con dificultades para completar su desarrollo a través de la práctica deportiva, y presta apoyo actualmente a más de 500 chavales en distintos proyectos en España e India.

Nadal prestará también su apoyo al programa Podium de Telefónica, una iniciativa anunciada hace pocos días por la que la compañía concederá 80 becas a otros tantos jóvenes deportistas de distintas disciplinas individuales para contribuir a su formación y entrenamiento de cara a los Juegos Olímpicos de Río de Janeiro 2016.

Con la Selección de Fútbol

Y no podía faltar el apoyo al deporte rey. En mayo de 2012, Telefónica y la Real Federación Española de Fútbol (RFEF) presentaban el patrocinio que la compañía ha hecho de las selecciones españolas de fútbol absoluta y sub-21 durante tres años, en concreto hasta la final del mundial de Brasil, que ahora mismo se disputa y de la que España ha sido eliminada en la primera fase.

Pero en su compromiso de respaldar los valores del deporte, está presente también en otras disciplinas. Así, da su apoyo a los más jóvenes valores de los deportes de vela a través de un amplio programa de ayudas a estas disciplinas, y que han dado como fruto un nutrido palmarés con 4 medallas olímpicas, 30 Campeonatos del Mundo

En mayo de 2012, Telefónica y la Real Federación Española de Fútbol (RFEF) presentaban el patrocinio que la compañía ha hecho de las selecciones españolas de fútbol absoluta y sub-21 durante tres años, hasta el Mundial de Fútbol de Brasil

Además del deportivo, Telefónica tiene un especial compromiso con el patrocinio cultural. La compañía hace años que colabora con el Museo del Prado de Madrid, y colaboró, entre otras cosas, en el lanzamiento de su página web

13 Campeonatos de Europa, 32 Títulos nacionales y 4 Copas del Rey.

Además del deportivo, Telefónica tiene un especial compromiso con el patrocinio cultural. La compañía hace años que colabora con el Museo del Prado de Madrid. Su apoyo a esta institución ha permitido, entre otras cosas, la puesta en marcha de su nueva web institucional, consolidada ya como un importante canal para la difusión y disfrute de sus colecciones y actividades. Desde su lanzamiento en octubre de 2007, la suma de las 'visitas virtuales' recibidas por el Prado en un año se situó por primera vez cercana, aunque todavía inferior a la de las visitas físicas, en 2008, con poco más de 2,4 millones de accesos; superándola ampliamente a partir de 2009, con casi 4 millones de visitas 'online', hasta situarse en torno a los 4,2 millones de accesos web por año en 2010 y 2011.

La señal de la proclamación de Felipe VI

El Congreso de los Diputados encomendó a Telefónica Servicios Audiovisuales la provisión de medios técnicos de alta definición, la producción y difusión de la señal institucional realizada desde el Congreso de los Diputados de la ceremonia de la proclamación de Felipe VI. TSA aportó una

Unidad Móvil de alta definición (HD) dotada con 16 cámaras HD y 2 DSNG's HD redundantes y con transmisión a dos satélites diferentes para la distribución vía satélite de la señal producida.

Asimismo la señal se convirtió a calidad estándar (SD) para que aquellos medios que no disponían tecnología HD

la tuvieran accesible en el Centro de Control de Canal Congreso, en Torrespaña y en el Centro de Control de TSA por fibra óptica. Desde el Centro de Control de TSA también se distribuyó vía satélite en calidad SD en las plataformas de Hispasat y de Eutelsat 9A por donde se distribuye habitualmente el Canal Congreso.

De este modo TSA garantizó la distribución en HD por dos satélites diferentes y en calidad SD en dos satélites también, y a través de los principales centros de conectividad de fibra.

Para ello TSA destinó más de 50 profesionales para este evento, factores todos ellos que aseguraron el éxito de la retransmisión.



TSA aportó una Unidad Móvil de alta definición (HD).