

NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN

Suplemento N.º 227



Los fondos obtenidos con la primera emisión de bonos verdes de la compañía que preside José María Álvarez-Pallete servirán para financiar proyectos destinados a incrementar la eficiencia energética de la compañía gracias al proceso de transformación del cobre hacia la fibra óptica en España.

Telefónica está firmemente comprometida con el crecimiento responsable y sostenible y está desarrollando una estrategia de éxito y reconocida en la lucha contra el cambio climático, la eficiencia energética, su futuro renovable y 'circular' y el avance en la igualdad. La última ini-

ciativa: su primera emisión de bonos verdes y primera del sector de las 'telco', que diversifica su financiación a largo plazo y cuyos fondos obtenidos servirán para financiar proyectos destinados a incrementar la eficiencia energética de la compañía.

La compañía lanza su primer bono verde para financiar proyectos sostenibles como parte de su estrategia de lucha contra el cambio climático

Telefónica, comprometida con su futuro sostenible

Telefónica ha lanzado con éxito su primera emisión verde, por importe de 1.000 millones de euros y a un plazo de cinco años. La operación, que también es la primera que se realiza en el sector de las telecomunicaciones, se produce después de la presentación al mercado del marco de financiación sostenible de la compañía. Se trata también de la primera emisión de una compañía española en 2019. La operación ha tenido muy buena recepción por parte de los inversores institucionales, cuya demanda

ha permitido fijar el cupón en el 1,069%, hasta 25 puntos básicos por debajo de las indicaciones iniciales de precio. La prima final pagada se sitúa en tan solo 3 puntos básicos, significativamente por debajo de la media de emisiones del año. El libro de órdenes final se situó en los 5,2 millones, lo que supone una sobre suscripción de más de 5 veces. Cabe destacar el elevado interés de inversores verdes, con una participación superior al 50%, lo que contribuye a ampliar la base inversora. En total, han participado

más de 310 inversores, de los cuales más de 80% son inversores internacionales.

Con esta operación Telefónica demuestra dos cosas: que continúa reforzando su posición financiera con financiación a largo plazo a tipos históricamente bajos al mismo tiempo que alarga la vida media de su deuda, y que está firmemente comprometida con su futuro sostenible. De hecho, los fondos obtenidos servirán para financiar proyectos destinados a incrementar la eficiencia energética de la compañía gracias

al proceso de transformación del cobre hacia la fibra óptica en España y podrán utilizarse, en cualquier caso, para iniciativas ya existentes (con una antigüedad no superior a tres años) y para proyectos futuros.

La FTTH (Fibra hasta el hogar) es un 85% más eficiente energéticamente en el acceso del cliente que la red de cobre. Y ha permitido ahorrar 208 GWh en los tres últimos años, lo que supone evitar la emisión a la atmósfera de 56.500 toneladas de CO₂, equivalente al carbono secuestrado por más de 900.000

árboles. Además, el despliegue de fibra está permitiendo a la compañía cerrar una central de cobre al día, reciclando todo el material como parte de su compromiso con la economía circular.

MW renovables

La migración a la fibra sumada al uso de energía renovable y a otras iniciativas de eficiencia energética, están permitiendo a Telefónica consolidar su red de telecomunicaciones

Telefónica es la única 'telco' española que aparece en la "Lista A".

Por quinto año consecutivo la compañía es la única 'telco' española que figura en la lista mundial del CDP

La apuesta de Telefónica por la transformación de la red de cobre a fibra, supone una eficiencia de más del 85%

La multinacional ya es 100% renovable en Alemania, Brasil, España y Reino Unido, acercándose así a su objetivo de ser renovable en todos los países en 2030

yectos y a objetivos de sostenibilidad. La compañía ha identificado cinco categorías de proyectos: eficiencia energética de la infraestructura de red; energía renovable; soluciones digitales para el medio ambiente; inclusión digital, acceso para todos a través de una infraestructura asequible; generación de empleo y crecimiento económico. Todo ello alineado con su programa de compañía que busca capturar el crecimiento sostenible, teniendo en cuenta los intereses de los diferentes grupos de interés, para hacer el mundo más humano, conectando la vida de las personas.

En la compañía señalan que además con esta operación muestran su compromiso con la comunidad inversora y con la sociedad en su conjunto, contribuyendo al bienestar social al tiempo que genera valor para sus accionistas, al tiempo que representa una oportunidad intere-

Viene de página 1

nes como una de las más sostenibles del mercado en términos de energía y CO2. Y así lo ha reconocido recientemente el CDP al incluirla en la Lista A de las empresas líderes en gestión del cambio climático por quinto año consecutivo.

A nivel global, más del 50% de la electricidad que usa Telefónica procede de fuentes renovables. Y ha estabilizado su consumo de energía a pesar de que el tráfico ha crecido un 107% en los tres últimos años,

de este modo ha mejorado su eficiencia en más del 50%. Todo esto lo ha logrado con dos ejercicios de antelación a lo establecido en sus objetivos.

La compañía ya es 100% renovable en Europa y Brasil, acercándose así a su objetivo de ser renovable en todos los países en 2030. Y ha disminuido sus emisiones de CO2 un 28% en tres años, con el compromiso de recortarlas un 30% a 2020 y un 50% a 2030, en línea con el Acuerdo de París. Se trata de su compromiso con su Plan de Ener-

gía Renovable. Éste se apoya en cuatro líneas de acción en función de los diferentes mercados en los que opera y la regulación vigente en cada uno: adquisición de electricidad renovable con garantía de origen; acuerdos de compra de energía a largo plazo (PPAs) y acuerdos bilaterales de menor duración y autogeneración.

En su presentación el pasado mes de diciembre, Telefónica ya compartió con el mercado su interés en potenciales financiaciones de proyectos verdes y sociales que mues-

tren un beneficio positivo ambiental, climático y social, vinculados a los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas. El texto está alineado con los Principios de los Bonos Verdes de la ICMA 2018 (Asociación Internacional de los Mercados de Capitales).

Con la reciente emisión de bonos verdes, la compañía que preside José María Álvarez-Pallete da un paso más en la integración de la sostenibilidad en la estrategia de negocio, asociando parte de la financiación del negocio también a pro-



Foto de grupo de todos los premiados en los III Premios Innovación Educativa Miríadax 2018.

Comunicación y Oratoria" han recibido las Menciones espaciales. Mientras que los reconocimientos han sido para la Universidad de Porto; la Universidad de Cádiz y da Coruña; la Universidad Rey Juan Carlos y la Universidad Nacional del Nordeste. (Se adjunta ficha con todos los premiados).

La dotación de los mismos asciende a 18.000 euros distribuidos entre las cuatro categorías determinadas. La selección de los ganadores ha pasado por una evaluación minuciosa del jurado, poniendo en valor la originalidad y capacidad de

iberoamericanas, de 44 universidades y ocho países, lo que supone un éxito sin precedentes con respecto a las anteriores ediciones tanto de participación como por la calidad de los cursos, además de la variedad de temáticas recibidas. Jorge Ordovás, corresponsable del Centro de Competencia de Blockchain de Telefónica, señaló que "la Universidad, y el sector educativo en general, no puede quedar al margen de tecnologías como el blockchain que posibilita mejoras y facilita el acceso al conocimiento". Gonzalo Martín-Villa, director de Innovación de

En esta III edición, se han presentado 89 candidaturas de diferentes universidades e instituciones iberoamericanas, de 44 universidades y ocho países, lo que supone un éxito sin precedentes con respecto a las anteriores ediciones, tanto de participación como por la calidad de los cursos, además de la variedad de temáticas recibidas

Transformación digital en la Universidad

■ Miríadax, primera plataforma iberoamericana de MOOCs (cursos on line, abiertos y masivos) en español y portugués, impulsada por Telefónica Educación Digital, ha entregado los premios de la III edición "Innovación Educativa en MOOCs 2018", que reconocen y fomentan la difusión del conocimiento en abierto para impulsar la

transformación digital en el ámbito universitario. Dicho premio cuenta con la colaboración de la SEGIB, Secretaría General Iberoamericana.

El primer premio ha recaído en la Universidad Rey Juan Carlos con el MOOC "Poténciate con redes sociales" del profesor Oriol Borrás Gene en el que da a conocer las posibilidades que ofrece

Internet para convertir la huella digital en una auténtica marca personal a través de diferentes estrategias.

La Universidad de La Laguna ha obtenido el accésit con el curso "Tendencias en investigación educativa y social", curso que ofrece una panorámica del proceso de investigación educativa desde una perspectiva

emergente. Se plantea la identificación de los nuevos problemas y temáticas que están aflorando en el marco de los nuevos escenarios socio-políticos y sobre el conocimiento científico y educativo.

La Universidad de Salamanca, con "Efectos de los tóxicos sobre el Sistema Nervioso", y la MCA Business & Postgraduate School, con "Expresión oral,

la propuesta para transmitir con rigor y claridad los contenidos; la utilización práctica de los materiales de apoyo a los contenidos multimedia; su accesibilidad; la dinamización de los foros; el número de participantes; la acreditación académica del curso, etc.

En esta III edición, se han presentado 89 candidaturas de diferentes universidades e instituciones

Telefónica, clausuró el acto, señalando cómo "en la compañía creemos firmemente que la innovación y el desarrollo de las nuevas tecnologías va a permitir al sector educativo generar nuevas oportunidades de aprendizaje y democratizar el acceso al conocimiento de calidad, sentando las bases para el crecimiento económico sostenido de los países".

sante para diversificar y extender la base inversora de la compañía.

Líder global en la lucha contra el cambio climático

En la base de todo, la lucha contra el cambio climático, un compromiso que hace años adquirió Telefónica. La compañía ha sido reconocida como líder global en la lucha contra el cambio climático y forma parte, por quinto año consecutivo, de la "Lista A" <https://www.cdp.net/en/scores> elaborada por CDP, la organización sin ánimo de lucro que anualmente recopila y distribuye esta información entre inversores, corporaciones y gobiernos. CDP ha valorado las acciones de la multinacional en el último año para reducir sus emisiones de CO2, mitigar los riesgos climáticos y ayudar a desarrollar la economía baja en carbono. Este ranking, elaborado a petición de más de 650 inversores con unos activos de 87 billones de dólares, está compuesto por 6 empresas de telecomunicaciones, de un total de 126 compañías de todo el mundo, 4 de las cuales son españolas. Las firmas analizadas reciben una calificación de la A a la D, en función de la efectividad con la que abordan el cambio climático. Las que no aportan información o ésta es insuficiente, obtienen una F.

"La gestión del cambio climático es una prioridad para Telefónica. Hoy en día más del 50% de la electricidad que usamos procede de fuentes renovables. Y hemos estabilizado nuestro consumo de energía a pesar de que el tráfico ha crecido un 107% en los tres últimos años, de este modo hemos mejorado nuestra eficiencia un 52%. Todo esto lo hemos logrado con dos ejercicios de antelación a lo planteado en nuestros objetivos. Es decir, somos más eficientes y además, consumimos una energía más verde cada año", explica Enrique Blanco, GCTIO Global de Telefónica, quien recuerda la apuesta por la transformación de la red de cobre a fibra, donde la compañía es líder y que supone una eficiencia de más del 85%.

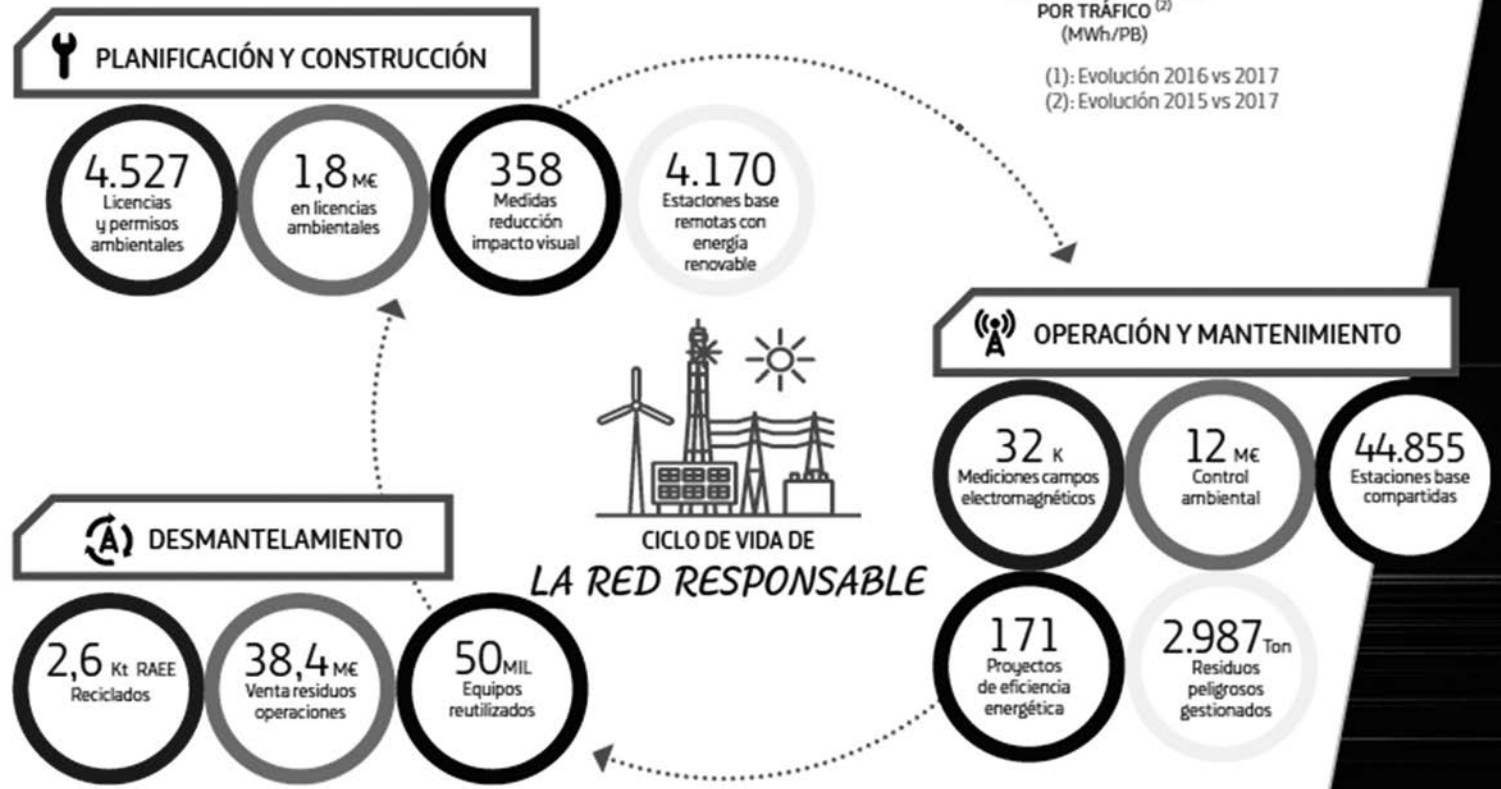
Así, En definitiva, Telefónica, la única Telco española que aparece en la Lista A, trabaja para tener la red de telecomunicaciones más eficiente del mercado en términos de energía y CO2, y ayudar a desarrollar una economía baja en carbono con un uso más intensivo de soluciones digitales. Estos servicios permiten reducir las emisiones de sus clientes. Anualmente la compañía evita más de 900.000 toneladas de CO2, lo que equivale a más del 70% de su propia huella. De este modo se aproxima a la neutralidad en carbono y sigue avanzando hacia el objetivo de evitar más emisiones de las que produce.

Por su parte, Paul Simpson, CEO de CDP, resalta la importancia de actuar frente al cambio climático porque la gravedad de los riesgos ambientales para las empresas es cada día más evidente. "Las compañías de la Lista A se están posicionando para ofrecer soluciones, aprovechar nuevas oportunidades de mercado y prosperar en la transición hacia una economía sostenible. Necesitamos escalar urgentemente la acción ambiental a todos los niveles para cumplir el Acuerdo de París y los Objetivos de Desarrollo Sostenible".

La red, si es posible, compartida

Telefónica tiene programas relevantes para abordar todos sus impactos ambientales clave. Todos ellos se gestionan a través de nuestros Sistemas de Gestión Medioambiental, que cuentan con certificación externa según la norma ISO 14001. Sus principales impactos proceden del despliegue de la red, por lo que el despliegue de red responsable articula los principales programas.

Gestión responsable de infraestructura de Red

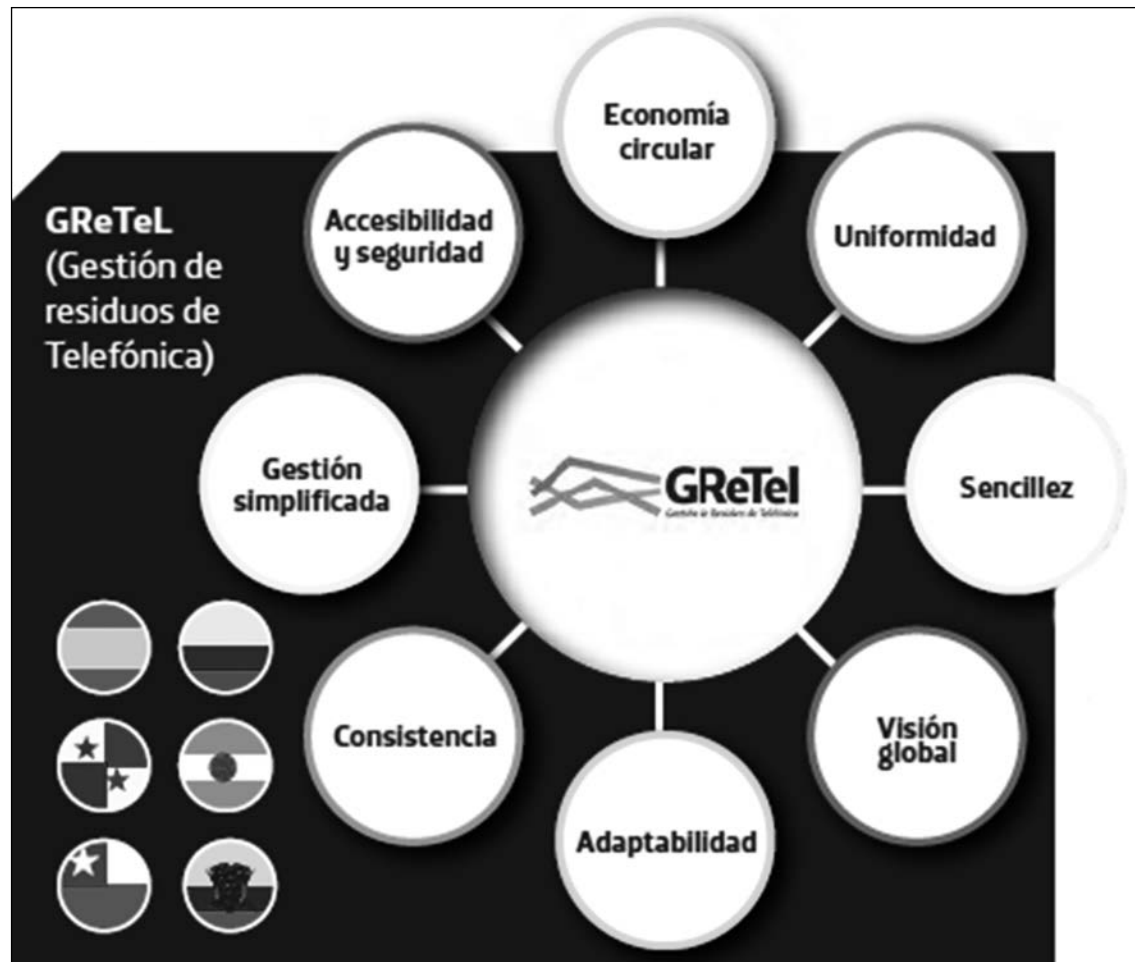


Telefónica es la operadora de telecomunicaciones europea más valorada por los directivos según el 'ranking' anual de la revista 'Fortune', que glosa las compañías más admiradas del mundo por su reputación, "The World's Most Admired Companies"

A través de su Global Diversity Council y su Política de Diversidad e Inclusión, Telefónica trata de garantizar tanto la igualdad de género como la multiculturalidad y la variedad de perfiles, edades, capacidades y experiencias

Para una gestión responsable de la infraestructura de red aplican las mejores prácticas disponibles y gestionan todos los aspectos e impactos medioambientales resultantes, desde el diseño hasta el desmantelamiento, pasando por la operación y mantenimiento, en cumplimiento de la legislación ambiental en áreas como la gestión de residuos, el uso eficiente de los recursos, la gestión del paisaje (impacto visual) y la biodiversidad. Al desplegar la red, uno de los criterios que aplican es la compartición de infraestructuras. Siempre que es posible, ubican sus instalaciones con otras operadoras o empresas gestoras de torres de comunicaciones. El resultado es un menor impacto visual y reducción del consumo energético, además de una menor generación de residuos. Esta práctica se ha ido generalizando en el conjunto del Grupo. Así, en 2017, 44.855 de sus estaciones base eran compartidas.

Y hace solo unos días, - Telefónica UK (O2) y Vodafone han suscrito un acuerdo no vinculante destinado a reforzar su actual acuerdo de compartición de redes en el Reino Unido. El objetivo es ampliar el plazo e incluir 5G en los emplazamientos de red que ambas comparten. Esto permitiría tanto a O2 como a Vodafone desplegar 5G más rápido, ofrecer servicios 5G a más clientes en un área geográfica más amplia, y hacerlo a un coste menor. O2 y Vodafone quieren ampliar su



La gestión de la red y los residuos, dos aspectos clave en su política para ser medioambientalmente sostenible.

autonomía de red en algunas de las ciudades más grandes del Reino Unido y desplegar sus equipos de radio por separado en aproximadamente 2.500 emplazamientos, lo que representa el 15% de los ubicados fuera de Londres. Así, ambas compañías consiguen aún mayor flexibilidad a la hora de satisfacer las necesidades de sus clientes.

O2 y Vodafone también tienen la intención de modernizar sus redes de transmisión con cables de fibra óptica de mayor capacidad. Esto permitiría a los clientes beneficiarse de las nuevas características de 5G, como la baja latencia, y proporcionaría a ambas compañías mayores economías de escala y mejor capacidad de elección de socios de infraestructuras. O2 y Vodafone también explorarán alternativas con respecto al futuro modelo operativo de sus redes de transmisión, que podrían generar sinergias operativas y de inversión en sus redes de extremo a extremo.

O2 y Vodafone tienen además la intención de delegar las actividades

adicionales en CTIL, empresa participada al 50% por O2 y Vodafone, responsable de la gestión de la infraestructura pasiva de las torres de ambas partes. Esto permitirá a CTIL desempeñar un papel más importante en la operativa de dicha infraestructura, con el objetivo de mejorar la eficiencia de las operaciones y buscar nuevas oportunidades a través de posibles acuerdos de alquiler de torres con terceros. En ese contexto, las partes explorarán una posible monetización de CTIL una vez que se hayan ultimado los nuevos acuerdos.

Ser 'circulares'

En Telefónica trabajan además para ser más 'circulares', porque el futuro de la economía es circular: eco-diseño, reúso, reciclaje, energías renovables...- permitirán aumentar un 7% el PIB. En la compañía explican que su volumen de compras - más de 25.000 millones de euros al año- les lleva a pensar que por esta vía pueden hacer mucho por el planeta. Además de elegir cada día más

productos con menor impacto ambiental, piden a sus proveedores que respeten el entorno. Los acuerdos de compra de energía renovable a largo plazo (15-20 años) son un buen ejemplo porque el recurso que más usan en Telefónica es la energía pero tampoco se olvidan de ahorrar agua -más escasa en países como España y en ciudades como México D. F. y Sao Paulo- y papel. Por ahora, 53 millones de clientes usan factura sin papel, lo que evita la tala de cerca de 50.000 árboles.

También son conscientes de que su sector está en el punto de mira por el aumento de la basura electrónica que, según Naciones Unidas, suma 44,7 millones de toneladas al año y solo el 20% se recicla. En Telefónica generan 27.356 toneladas de residuos entre cables, tuberías, papel, cartón, baterías, routers, teléfonos de clientes... La mayor parte se recicla. El reto es reutilizar más y también vender, lo que supondrá ingresos para la compañía. Para

Viene de página III

avanzar, están implementando en todo el mundo (oficinas, estaciones base, centros de I+D+i...) GReTel, un sistema digital de gestión de residuos.

Un estudio reciente de Unilever desveló que el 33% de la gente compraría un producto si creyese que beneficia a la sociedad y al medioambiente. De ahí que Telefónica facilite la reutilización o reciclaje del móvil antiguo y la compra de otro más eficiente y sostenible. Además, cuando se produce un nuevo teléfono, trabajan con el fabricante para evaluar sus credenciales de sostenibilidad, proporcionando una calificación general entre 0 y 5. Esto se llama Eco Rating. Cuanto más alta sea la calificación, más sostenible es el teléfono.

Camino de la igualdad

Telefónica figura por segundo año consecutivo en el Índice Bloomberg de Igualdad de Género - 2019 Bloomberg Gender-Equality Index o GEI prensa, que distingue a las empresas comprometidas con la transparencia en la información de género y el avance en la igualdad de las mujeres teniendo en cuenta sus cifras, políticas, participación en la comunidad y sus productos y servicios. Telefónica es una de las 6 entidades españolas de este ranking, en el que sólo hay 10 operadores de telecomunicaciones a nivel mundial. El índice ha duplicado el número de empresas, hasta llegar a un total de 230 de 10 sectores diferentes, con sede en 36 países y regiones y una capitalización de mercado de 9 billones de dólares y 15 millones de empleados, de los cuales 7 millones son mujeres.

Bloomberg valora la estrategia de Telefónica en diversidad e inclusión, que abarca desde los procesos de selección, en los que se tienen muy en cuenta la representación de mujeres, o la diversidad de género de los candidatos para puestos de gestión, hasta la formación en sesgos inconscientes para managers y la inclusión de variables de diversidad en los objetivos de desempeño. También destaca muy positivamente las políticas de conciliación puestas en marcha por la multinacional española.

Para Laura Abasolo, directora de Finanzas y Control de Telefónica y sponsor global Diversity Council de la compañía, "es inadmisibles que el fin de la brecha de género pueda tardar al ritmo actual más de 100 años, según las estimaciones del Foro Económico Mundial.

Una sociedad que aspira a ser avanzada no puede permitirse progresar tan lentamente, tenemos que buscar palancas para acelerar el cambio en todos los ámbitos".

"En Telefónica asumimos nuestra responsabilidad con acciones y objetivos. Entre las iniciativas que llevamos a cabo, destacan el apoyo a las vocaciones STEM y a la carrera de nuestras profesionales - con visibilidad y oportunidades asegurando la presencia de ambos géneros en la terna de candidaturas finalistas para procesos de selección interna-, y la creación de un entorno de trabajo inclusivo, donde cada empleado puede ser él mismo. Todo esto sin olvidar nuestro papel para que los avances tecnológicos contribuyan también a hacer un mundo igual para todos. De ahí nuestros Principios éticos de Inteligencia Artificial para evitar cualquier sesgo", explica Abasolo.

A través de su Global Diversity Council y su Política de Diversidad e Inclusión, Telefónica trata de garantizar tanto la igualdad de género como la multiculturalidad y la variedad de perfiles, edades, capacidades y experiencias.

De este modo, las mujeres constituyen casi el 38% de la plantilla. Y



Repartidor de cobre: el cierre de estas centrales supone un ahorro energético del 60%.

si nos fijamos sólo en los cargos directivos, la presencia femenina asciende al 23,8%, con el objetivo de llegar al 30% en 2020. Para lograrlo hay distintas iniciativas en marcha entre las que destaca el programa Women in Leadership.

En opinión de Peter T. Grauer, presidente de Bloomberg y del 30% Club estadounidense, "la inclusión de Telefónica en el GEI garantiza a empleados, inversores y socios el esfuerzo

que ha realizado para liderar el cambio y convertirse en una compañía verdaderamente inclusiva".

Por su parte, Kiersten Barnett, manager del Bloomberg Gender-Equality Index, ha felicitado a las compañías incluidas en el índice "por liderar el cambio". "En el entorno actual, las empresas están bajo un escrutinio constante. Las entidades incluidas en el Index han establecido un nuevo estándar de trans-

parencia como parte fundamental de su compromiso con la igualdad de género".

La operadora más valorada

Sus políticas de crecimiento sostenible han tenido más reconocimientos. Telefónica es la operadora de telecomunicaciones europea más valorada por los directivos según el ranking anual de la revista "Fortune" que glosa las compañías más

En Telefónica generan 27.356 toneladas de residuos entre cables, tuberías, papel, cartón, baterías, routers, teléfonos de clientes... La mayor parte se recicla. El reto es reutilizar más y también vender, lo que supondrá ingresos para la compañía

admiradas del mundo por su reputación, "The World's Most Admired Companies". La compañía se sitúa en el tercer puesto precedida por las norteamericanas AT&T y Verizon, y es la única empresa española de cualquier sector que aparece en esta prestigiosa lista. Telefónica ha obtenido una media de 6,50 puntos sobre 10, por delante de sus competidores directos en los mercados en los que está presente (Vodafone con 6,00 puntos; Orange, 5,87 puntos y Deutsche Telekom, 6,14 puntos). Telefónica figura entre las más de 300 empresas más admiradas según esta clasificación de Fortune, que analiza compañías de 50 industrias diferentes. El ranking se ha elaborado a partir de cerca de 3.800 entrevistas a ejecutivos, analistas, directivos y expertos de todo el mundo.



Como si de un actor de una gran ópera se tratase, el embajador de Telefónica y creador de elBulli volvió a los fogones con la cocina japonesa como tema central.

Una 'masterclass' de Adrià sobre cocina nipona

■ El chef que creó el universo de elBulli lideró un taller en el Teatro Real de Madrid en el que acercó al público algunas de las técnicas culinarias de su mítico restaurante que le han hecho ser considerado uno de los mejores cocineros del mundo.

En esta ocasión el hilo conductor de su clase magistral fue la cocina japonesa. El embajador de Telefónica explicó su conexión con la cultura japonesa, surgida a raíz de sus primeros viajes a Japón y recordó cómo elBulli fue uno de los primeros restaurantes de Occidente en el que se elaboró cocina nipona.

Ferran disertó sobre la relación entre los sentidos y los estímulos creados a

partir de la vivencia de experiencias culinarias, invitando al público, formado por más de 700 personas, a que reflexionara sobre las

La colaboración entre Adrià y Telefónica, junto a elBulliFoundation, ha permitido desarrollar iniciativas para múltiples audiencias de carácter internacional, así como acciones para la aplicación de las nuevas tecnologías al ámbito gastronómico y su proceso creativo

diferentes sensaciones que la comida despierta en cada uno de ellos y los componentes externos que pueden influir en estas sensaciones. Por ejemplo, ¿se percibe la comida de forma diferente si se utiliza en vez de cubiertos?

Además, el chef también abordó la cocina occidental y de vanguardia y los cambios que ésta ha experimentado tras la introducción de la cocina

japonesa en nuestro país, para invitar a deliberar a los asistentes sobre el boom que han experimentado este tipo de restaurantes en España en los últimos años.

Para poder participar en esta masterclass de Adrià, los clientes de Movistar

participaron en un sorteo promovido por la plataforma Movistar Likes que puso a disposición de los interesados 250 invitaciones dobles.

Ferran Adrià, comprometido con Telefónica

La iniciativa forma parte de los amplios programas de colaboración que Telefónica lleva a cabo desde 2010 con el creador, uno de los embajadores de la compañía global de telecomunicaciones. Así Adrià ha acompañado desde entonces a la empresa tanto en charlas y conferencias como en proyectos universitarios, deportivos y tecnológicos por todo el mundo.

Esta alianza se ha dado

a conocer en numerosas ciudades de varios países en las que la empresa está presente. Telefónica y Ferran Adrià han elaborado un ambicioso programa de acciones internacionales, siempre con el objetivo de poner en valor la innovación y la creatividad, que incluyen también las vinculadas a las actividades de elBulliFoundation.

La colaboración entre Adrià y Telefónica, junto a elBulliFoundation, ha permitido desarrollar iniciativas para múltiples audiencias de carácter internacional, así como acciones para la aplicación de las nuevas tecnologías al ámbito gastronómico y su proceso creativo.

Movistar Likes

Movistar Likes es una iniciativa que lanzó Telefónica en marzo de 2017 por la que los millones de clientes de la compañía en España tienen acceso a planes únicos vinculados a los patrocinios y eventos de la empresa. Los usuarios de esta plataforma tienen la oportunidad de vivir experiencias exclusivas en el ámbito deportivo, cultural, y en Movistar+.

En estos casi dos años, Movistar Likes ha tenido una gran aceptación entre los amantes de la cultura y el deporte, al permitir disfrutar de cerca de 35.000 experiencias únicas y exclusivas de manera gratuita. Solo hay que ser cliente de Movistar y apuntarse a través de movistarlikes.es

Desde el 29 de marzo de 2017 que Movistar Likes inició su andadura, se han recibido más de 2.436.550 inscripciones para los 878 eventos que se han llevado a cabo.