



NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN

Suplemento N.º 242



Telefónica ha mantenido su compromiso y colaboración con todos sus grupos de interés para que todos afrontaran de la mejor manera posible los efectos de la pandemia y la paralización económica.

"Telefónica sólo se puede entender por lo que apotamos a la sociedad. Y más allá de garantizar la conectividad, tenemos que ir un paso más allá", ha señalado el presidente de la compañía, José María Álvarez-Pallete, refiriéndose al compromiso que tienen con todos sus grupos de interés y que ha resultado más que palpable

durante la pandemia del Covid-19. Telefónica ha implementado medidas destinadas a apoyar a la seguridad de sus trabajadores, la conectividad de sus clientes, los ingresos de sus proveedores, el dividendo de sus accionistas y también la acción social de las administraciones. Un compromiso 360 grados para que nadie se quede atrás.

Ha implementado un conjunto de medidas destinadas a apoyar a sus distintos grupos de interés en su lucha contra los efectos de la pandemia

Telefónica afronta el desafío económico y social comprometida con todos

Hace sólo unos días, el presidente de Telefónica, José María Álvarez-Pallete, escribía una carta a los accionistas de la compañía en la que les reconocía que cuando les escribió por estas mismas fechas previas a la Junta General el año pasado, afirmando que la historia de Telefónica es una historia de permanente cambio -"la suya, la nuestra, es una compañía forjada en el cambio", decía exactamente-, no podía sospechar que nos veríamos sometidos a una prueba de cambio tan agudo y acelerado como el provocado por la pandemia del Covid-19.

A largo del mes de marzo, relata Álvarez-Pallete, y en muy pocos días todo el mundo occidental se detuvo. Los aviones quedaron en tierra, las fábricas se paralizaron, las calles se vaciaron, los comer-

cios, los cines, los colegios, las oficinas cerraron sus puertas, media Humanidad se encerró en sus hogares. La movilidad y los encuentros personales descendieron drásticamente; el tráfico aéreo de pasajeros prácticamente se paralizó. Toda la vida se trasladó del espacio físico al mundo virtual: de los comercios a la red, de los cines a la red, de las oficinas a la red, de las escuelas a la red. Las transacciones financieras bascularon a internet y los escasos pagos presenciales migraron a las tarjetas de crédito y a los teléfonos móviles. El teletrabajo se impuso como forma ordinaria de actividad en las actividades que lo permitían. Los alumnos restablecieron el vínculo con los docentes a través de modalidades de educación a distancia hasta ahora excepcionales. La ficción discurrió a tra-

vés de las plataformas audiovisuales y otro tanto sucedió con la música, la lectura y con las demás fórmulas de ocio y entretenimiento. Y los familiares y amigos tuvieron como nuevo punto de encuentro las

Tras declararse la pandemia, en sólo unos días, el tráfico de datos a través de sus redes fijas aumentó un 25%, lo mismo que ha crecido también la voz, tanto en móvil como en el fijo. Estamos hablando de un crecimiento en unas semanas superior al de todo el 2019

llamadas a través del teléfono fijo y las videoconferencias.

Naturalmente, este movimiento dejó claro de inmediato que, el de las telecomunicaciones, es un sector esencial y tuvo un reflejo inmediato en el tráfico cursado por sus redes. En unos días el tráfico de datos a través de sus redes fijas aumentó un 25%, lo mismo que ha crecido también la voz, en móvil como en el fijo, hasta ahora en declive. Estamos hablando de un crecimiento en unas semanas superior al de todo el 2019.

Crecimiento exponencial del tráfico en la red

Concretamente hace un par de semanas, Telefónica daba a conocer el tráfico de videollamadas sobre su red y las aplicaciones de colaboración y videoconferencia más uti-

lizadas por las grandes empresas desde que comenzó el estado de alarma. Durante este periodo de tiempo el tráfico de videollamadas se ha multiplicado por 5, mientras que la contratación de soluciones profesionales y de colaboración para videoconferencias por parte de las empresas y la Administración lo ha hecho en más de un 80%. El uso de las herramientas de videollamada ha ido creciendo paulatinamente conforme pasaban las semanas de confinamiento, observándose una fuerte subida en la segunda semana de la crisis seguida de crecimiento sostenido hasta hace una semana. El crecimiento de tráfico de cada aplicación ha dependido de su popularidad previa, el tipo de uso (profesional/de ocio) y otros facto-

Pasa a página 11



Telefónica combina innovaciones tecnológicas con elementos de seguridad física para prevenir posibles contagios del Covid-19 tanto en empleados como en clientes.



Telefónica bate récords en la digitalización del hogar

■ Telefónica está digitalizando el hogar como se demuestra en los datos de acceso durante el confinamiento derivado del Coronavirus. El número de dispositivos que acceden a Movistar+ ha batido su récord histórico en este periodo, al alcanzarse la cifra de casi 10 millones al mes, lo que supone un aumento del 15% con respecto a octubre de 2019. El televisor es el dispositivo más usado para ver Movistar+, ya sea a través del descodificador (más de 3,5 millones) o de la aplicación para Smart TV, a la que acceden mensualmente dos millones de Smart TVs o de dispositivos HDMI.

En este sentido, Movistar ha lanzado una novedad que hará más sencillo y cómodo el acceso a la aplicación Movistar+ en Smart TVs dentro del hogar del cliente. Si hasta ahora era necesario activar el servicio Movistar+ en dispositivo e introducir las claves, ahora los clientes Movistar+ podrán acceder directamente a la aplicación sin necesidad de haber activado el servicio ni de introducir las claves de acceso, pero manteniendo en todo momento la máxima seguridad de datos y uso. La aplicación detecta que el cliente registrado y propietario



Se puede acceder a Movistar+ desde cualquier SmartTV o HDMI compatibles con la aplicación, facilitando el consumo en distintos dispositivos de forma simultánea dentro del hogar.

del contrato está accediendo dentro de la red del hogar de Movistar y permite acceder directamente a la aplicación sin necesidad de claves, como sucede con el descodificador.

Novedades

Con esta mejora, se puede acceder a Movistar+ desde cualquier SmartTV o HDMI compatibles con la aplicación, facilitando el consumo en distintos dispositivos de forma simultánea dentro del hogar.

“Telefónica tiene un objetivo claro, hacer la

tecnología accesible y mejorar la vida de las personas. Cumpliendo con este objetivo, ahora para poder utilizar un SmartTV o dispositivo personal HDMI compatible con la aplicación de Movistar+ desde el hogar del usuario, ya no es necesario ni registrarse ni introducir las credenciales en la pantalla con el mando a distancia, algo siempre tedioso, basta con tener conectado el SmartTV o el dispositivo personal HDMI a la señal wifi o al router de Telefónica en el hogar, y ya está”, señaló

El número de dispositivos que acceden a Movistar+ ha batido su récord histórico en este periodo, al alcanzarse la cifra de casi 10 millones al mes

Fernando Enrile, director de Estrategia y Desarrollo de Movistar+.

Otras novedades que buscan esa digitalización dentro de la plataforma Movistar+ son la disponibilidad en Chromecast para dispositivos Android, iPhone y iPad o la próxima incorporación, este verano, de Apple TV al ecosistema de dispositivos.

Con todas estas mejoras en la plataforma de televisión, Telefónica cumple con su compromiso de ofrecer la mejor experiencia de usuario acompañada de una conectividad fiable, estable y segura como ha quedado demostrado en los momentos de mayor tráfico de voz y datos durante los meses de confinamiento.

Viene de página 1

res. Así, Webex ha visto multiplicado su uso por 25, en el caso de Skype el tráfico se ha duplicado, mientras que el tráfico de Zoom, aplicación poco utilizada antes de la crisis, se ha multiplicado por 70. Respecto a Whatsapp es difícil valorar el crecimiento, ya que aglutina varios servicios de comunicación además de las videollamadas. Sin embargo, tanto las empresas como las Administraciones Públicas han apostado desde el principio por el uso de las videoconferencias con herramientas de colaboración profesionales para securizar y garantizar la continuidad del negocio. Así pues, la videoconferencia en HD, seguida de iReunion, la herramienta web con tecnología Cisco que permite celebrar reuniones de trabajo o sesiones formativas en tiempo real, han multiplicado por 6 su demanda, mientras que Microsoft Teams la ha triplicado. Por segmentos empresariales, el área de las grandes empresas y la Administración ha incrementado la demanda de este tipo de herramientas en un 137%, en tanto que las pymes lo han hecho en un 30%.

Gestionar este crecimiento y asegurar que la conectividad y la red de telecomunicaciones funcionara y funcione todavía a pleno rendimiento, de una manera fiable, estable y segura, ha sido una de las patas principales del compromiso de 360 grados que Telefónica ha desplegado en estos tiempos de crisis, en este caso con los clientes. Pero no ha sido el único. Telefónica ha implementado un conjunto de medidas destinadas a apoyar a sus distintos grupos de interés en su lucha contra los efectos de la pandemia. A modo de titular, con el adelanto de pagos a sus proveedores; con la donación de 150 toneladas de material sanitario al Gobierno; con la protección y mantenimiento de su plantilla, sin ERTES ni despidos y con el mantenimiento del dividendo para sus accionistas a los que además

ha presentado un plan de desescalada del próximo 12 de junio.

Asegurar la conectividad de los clientes...

Por partes. Ese compromiso con los clientes se ha demostrado en el caso de España porque ha sido capaz de hacer frente a un aumento de la demanda de ancho de banda de casi un 40%, un crecimiento del tráfico móvil de datos del 50 % y de la voz móvil del 25% en las primeras semanas del inicio del confinamiento por el Covid-19. La compañía está realizando la misma labor en todos los países donde opera, esmerándose por dotar a sus redes de la capacidad suficiente para absorber los picos de máxima exigencia. La compañía ha mantenido abiertas un mínimo de tiendas Movistar para

Durante este periodo de tiempo el tráfico de videollamadas se ha multiplicado por 5, mientras que la contratación de soluciones profesionales y de colaboración para videoconferencias por parte de las empresas y la Administración lo ha hecho en más de un 80%

Movistar ha ampliado una vez más los gigas a sus clientes y de forma gratuita. Desde el 1 de abril, en vez de los 60 GB que se venían ofreciendo tras una primera ampliación, Movistar pasa a ofrecer 100 GB adicionales para cada línea móvil de Fusión o de contrato con tarifa de datos

MÁS ALLÁ DE LOS NÚMEROS...

#PeopleFirst

Vivimos momentos donde se hace necesario volver a nuestra esencia, los valores que nos identifican y la misión que nos guía. Porque ya no servimos solamente a nuestros clientes. Servimos a la sociedad en su conjunto.

"Hacer el mundo más humano, conectando la vida de las personas"



Nuestras principales magnitudes



garantizar la continuidad del servicio. Además ha incrementado sin coste adicional alguno los GB que disfrutan los clientes Fusión y clientes móvil de Movistar con 50 GB adicionales cada mes, durante dos meses y también la oferta de entretenimiento mediante el refuerzo de los contenidos, especialmente contenidos infantiles y eventos deportivos, accesibles a través de la aplicación Movistar+ Lite donde los clientes y no clientes podrán disfrutar de un mes gratis. De forma también gratuita a puesto a disposición de los clientes Fusión, la aplicación Movistar Junior con contenido especial para niños.

Movistar ha ampliado una vez más los gigas a sus clientes y de forma gratuita. Desde el 1 de abril, en vez de los 60 GB que se venían ofreciendo tras una primera ampliación, Movistar pasa a ofrecer 100 GB adicionales para cada línea móvil de Fusión o de contrato con tarifa de datos y sin coste adicional para los clientes. Esto hará que los bonos mensuales pasen de ser de 30 GB al mes durante 2 meses a 50 GB al mes durante 2 meses.

Además, y ahora que hemos pasado de fase y ya abren las tiendas a pie de calle, Telefónica combina innovaciones tecnológicas con elementos de seguridad física para prevenir posibles contagios del Covid-19 tanto en empleados como en clientes, ofreciendo a los usuarios una experiencia segura y dedicada. Entre ellas destacan un sistema de medición de aforo; elementos de higienización personalizada que dispensan gel sin contacto y mascarillas a las personas que accedan a la tienda; mamparas de protección e higienizadores de luz ultravioleta para desinfectar las compras y que el usuario pueda llevarse sus productos con total tranquilidad, además de otros objetos persona-

les que el visitante lleve consigo. Así mismo las tiendas se equiparán con cámaras termográficas que indicarán la temperatura corporal de las personas que se adentren en el local. La incorporación de estas tecnologías en los comercios se llevará a cabo en varias fases. Durante el mes de mayo se instalarán 5 tiendas piloto en General Perón, Gran Vía, Goya, Príncipe de Vergara y Alberto Aguilera, y según se contrasten los resultados del piloto se irán desplegando en el resto de las tiendas Movistar de toda España.

...los ingresos de los proveedores... Pero además de asegura la conec-

Telefónica decidió acortar el pago a sus proveedores en España. Es decir, adelantar el pago de las facturas. La intención de esta acción no es otra que la de inyectar en las compañías una liquidez que ahora resulta crucial para intentar solventar la abrupta caída de los ingresos

Telefónica, que ha comprado 150 toneladas de equipamiento sanitario y desarrolla toda la logística para su entrega en España, recibía el 16 de abril la primera remesa de respiradores que ha conseguido comprar y traer de China

'Restarting Together': buscando ideas de cómo volver a la normalidad post Covid

■ Airbus BizLab, BASF, Boston Consulting Group, BID Lab, CEMEX, Citi, Endeavor, IE, IESE Business School, Microsoft for Startups, South Summit y Telefónica han anunciado el lanzamiento de *Restarting Together*, una iniciativa global que busca impulsar proyectos innovadores para paliar el impacto de la COVID-19. El programa está dirigido a emprendedores y pymes que quieran contribuir no sólo a una rápida recuperación económica tras los efectos de la pandemia, sino también a crear una sociedad más resiliente, capaz de hacer frente de manera eficaz y sostenible a crisis similares en el futuro. Con esta iniciativa conjunta, este grupo de entidades líderes en diversos sectores pretende estimular el compromiso comunitario para crear una sociedad mejor.

Restarting Together busca proyectos innovadores para acelerar la vuelta a la normalidad tras el periodo de confinamiento causado por el coronavirus, así como otros que impulsen la recuperación económica, centrándose especialmente en la mejora del empleo, la reactivación del ecosistema empresarial y la creación de redes y mecanismos de apoyo financiero en situaciones de crisis. Otro de los objetivos de esta iniciativa consiste en animar a los participantes



Restarting Together busca proyectos innovadores para acelerar la vuelta a la normalidad tras el periodo de confinamiento causado por el coronavirus.

Los nueve proyectos más prometedores participarán el próximo 9 de septiembre en un 'pitchday' digital donde los candidatos expondrán su solución directamente a los representantes de las compañías organizadoras, quienes seleccionarán tres proyectos ganadores y compartirán su visión con líderes globales de las compañías involucradas.

a proponer soluciones que refuercen la capacidad de respuesta de las ciudades en el futuro ante cualquier contingencia, ya sea sanitaria, económica o derivada de retos medioambientales o del cambio climático.

Los interesados podrán presentar sus propuestas entre el 2 y el 30 de junio de 2020 a través del sitio www.restartingtogether.com. Un jurado evaluará los proyectos participantes en función de su impacto económico y social, su viabilidad y su facilidad

de implantación, así como su grado de sostenibilidad e innovación.

Pitchday digital

Los nueve proyectos más prometedores participarán el próximo 9 de septiembre en un *Pitchday* digital donde los candidatos expondrán su solución directamente a los representantes de las compañías organizadoras, quienes seleccionarán tres proyectos ganadores y compartirán su visión con líderes globales de las compañías

involucradas. Los ganadores tendrán la posibilidad de obtener recursos corporativos de las empresas organizadoras para acelerar su proyecto o, incluso, recibir inversión. Independientemente de quiénes sean los ganadores, las empresas que promueven esta iniciativa podrían desarrollar, promover o implantar cualquiera de las iniciativas que se presenten, ya que el enfoque global y multidisciplinario de todas ellas permite implantar aquellas soluciones con potencial para conseguir mayor impacto.

Las compañías organizadoras ofrecerán su experiencia y conocimiento sobre los diferentes sectores, además de brindar a los candidatos la oportunidad de acercarse a multinacionales líderes y, potencialmente, acceder a capital.



ACS y Telefónica, a través de Fundación Telefónica, han recibido en Madrid vuelos completos con equipos de protección individual para donar a hospitales de toda España.

tividad de sus clientes, Telefónica ha querido estar al lado de la empresa con las que trabaja. ¿Cuánto tiempo puede aguantar una pyme sin ingresos? Según un estudio de JP Morgan, en el que se analizó el balance de 600.000 pequeños negocios de EEUU, las empresas cuentan, de media, con 27 'cash buffer days', es decir, que un negocio puede sobrevivir cubriendo sus gastos sin ingresos durante 27 días.

En líneas generales, las pequeñas empresas no tienen suficiente capacidad financiera como para aguantar más de un mes y después de 60 días de confinamiento, con la actividad empresarial bajo mínimos, a muchos negocios no les salen las cuentas. El coronavirus ha provocado una crisis de liquidez que puede llegar a convertirse en un problema de solvencia. Por eso, Telefónica decidió acortar el pago a sus pro-

veedores en España. Es decir, adelantar el pago de las facturas. La intención de esta acción no es otra que la de inyectar en las compañías una liquidez que ahora resulta crucial para intentar solventar la abrupta caída de los ingresos. Porque no se trata sólo de cifras. Tras ellas, tras ese dinero o esa liquidez, están las personas. Las empresas,



El presidente José María Álvarez-Pallete ha dicho a los accionistas que es pronto para poder valorar el alcance de los efectos de la pandemia, pero que cuentan con varias palancas para mitigar potenciales impactos negativos.

Viene de página III

en muchos casos pequeñas y medianas, cuya supervivencia está en juego y que gracias a esa inyección pueden mantener el empleo y pagar las nóminas. Esta decisión encaja con la relación que Telefónica mantiene con sus proveedores. Un dato lo evidencia: la compañía adjudica el 83% de sus compras a proveedores locales. En concreto, la medida afecta a más de 200 proveedores y supone más de 20 millones de euros repartidos en más de 3.300 facturas. En una carta remitida a los proveedores afectados, Telefónica recuerda que está trabajando en diferentes iniciativas con el fin de contribuir a minimizar los posibles impactos que pueden conllevar la emergencia que está viviendo toda la sociedad por el Covid-19. "Estamos viendo cómo todas las esferas de la sociedad se están viendo afectadas por la crisis, convirtiéndose en un desafío social y económico para todos nosotros. Por este motivo, nos gustaría agradecerles, como parte de nuestra cadena de suministro, su contribución para que Telefónica pueda continuar prestando sus diferentes servicios, tan esenciales en estos momentos", señala la compañía.

...la ayuda al Gobierno...

Además, Telefónica ha estado en esta crisis, que aún no se ha superado, en permanente contacto con las Administraciones para conocer de primera mano sus necesidades reales. La compañía ha creado un equipo multidisciplinar de más de 50 personas de distintas áreas (Red, Legal, Comercial, Intervención, Compras, Fundación Telefónica...) para coordinar, localizar, adquirir y trasladar todo el material sanitario.

Así, Telefónica, que ha comprado 150 toneladas de equipamiento sanitario y desarrolla toda la logística para su entrega en España, recibía el 16 de abril la primera remesa de respiradores que ha con-

seguido comprar y traer de China. Se trata de un lote de 52 respiradores invasivos, los dispositivos más críticos en este momento en la lucha contra el Covid-19, especialmente en los pacientes más graves. Esta remesa es la primera en llegar de las más de 150 toneladas de equipamiento sanitario, respirado-

La compañía que preside José María Álvarez-Pallete no ha puesto en marcha ningún proceso de regulación de empleo y se ha concentrado en potenciar al máximo el trabajo en remoto en todas las áreas de la compañía, y en especial entre los colectivos de riesgo

res y EPIs, que Telefónica ha logrado localizar, adquirir y traer desde distintos países a pesar de la complejidad de la situación en este momento a nivel mundial. Como dato curioso, se han comprado aproximadamente 1,5 kilos de material sanitario por empleado de Telefónica, 115.000 en todos los países donde opera la compañía.

Además del material importado, Telefónica ha comprado a proveedores locales más de 200.000 pantallas faciales, que ya se están repartiendo en hospitales de todas las Comunidades Autónomas. Después se han ido recibiendo otros. ACS y Telefónica, a través de Fundación Telefónica, han recibido en Madrid vuelos completos con equipos de protección individual para donar a hospitales de toda España. Los aviones con material, gestionados íntegramente por ACS y Telefónica conjuntamente, contienen en total 213.000 unidades de los llamados "buzos" o "coveralls" para el personal de las UCIs. El equipamiento proviene de dos factorías en Anhui y una de Nijjin, dos regiones al este

de China. Esta remesa forma parte de las 150 toneladas de equipamiento sanitario, respiradores y EPIs, que Telefónica, en este caso de la mano de ACS, ha traído de China y otros países.

Telefónica ha sido una de las grandes compañías españolas en apoyar el traslado de material sanitario con un presupuesto de 25 millones de euros, pero el esfuerzo logístico y de compras ha sido tan importante como el económico.

Telefónica ha puesto a disposición de las Administraciones Públicas y las instituciones sanitarias sus servicios y capacidades para ayudar a contribuir a los esfuerzos para contener el brote. Capacidades de Big Data y de gestión de datos anonimizados y agregados de la red, datos de movilidad, centros de procesamiento de datos en la nube, así como capacidades de atención telefónica o digital.

También ha colaborado con otras administraciones. En Madrid, por ejemplo, equipaba con wifi gratis los 25 centros públicos de menores de la Comunidad de Madrid para que sigan conectados y puedan continuar sus clases on line. Además, quizá el trabajo más relevante, tecnológicamente hablando es que desplegó en cuestión de horas la red de datos para proveer de conectividad al Hospital Temporal de la Comunidad de Madrid en IFEMA y a los 11 hoteles convertidos en hospital en Madrid por la crisis del COVID-19. El despliegue consistió en una serie de circuitos de fibra de 1 Gbps en el Hospital Temporal de la CAM en IFEMA y conexiones de 100 Mbps en los 11 hoteles convertidos en hospital. Telefónica asumió el coste de la instalación, el caudal y la puesta en marcha de dichas redes.

... la seguridad de sus trabajadores...

Por lo que respecta a sus trabajadores, su salud y su seguridad, es lo que Telefónica ha puesto desde el principio en el centro de todo.

Además, la compañía que preside José María Álvarez-Pallete, no ha puesto en marcha ningún proceso de regulación de empleo y se ha concentrado en potenciar al máximo el trabajo en remoto en todas las áreas de la compañía, y en especial entre los colectivos de riesgo. El objetivo, proteger al máximo la

Álvarez-Pallete: "La resistencia y flexibilidad de nuestro modelo de negocio, y la fortaleza de nuestra compañía, nos permite mantener un dividendo atractivo para nuestros accionistas, de 0,40 euros por acción"

En la nueva normalidad habrá un recomienzo, con un modelo operativo y nuevas formas de trabajar basadas en la digitalización, el trabajo colaborativo y la agilidad

salud de los profesionales, de los clientes y proveedores, al tiempo que se asegura la continuidad del servicio.

También los ha colocado en el centro de su plan de desescalada y la incorporación presencial será progresiva. En la fase primera volverán los empleados de actividades que no se pueden hacer por teletrabajo, mientras que en la segunda serán los de actividades en los que la presencia física aporta valor. Se excluirá el retorno de los profesionales de riesgo, mientras que el retorno de personas con situaciones familiares complicadas será voluntario. En la nueva normalidad habrá un recomienzo, con un modelo operativo y nuevas formas de trabajar basadas en la digitalización, el trabajo colaborativo y la agilidad. Telefónica reforzará la flexibilidad, junto con

una hoja de ruta para apoyar la transformación de cada área y apoyar la gestión del cambio. Además, ha programado un reforzamiento de la seguridad en el teletrabajo, con mayor protección dispositivos y accesos remotos, protección del entorno doméstico, y refuerzo capacidades transversales en el acceso remoto masivo.

... y el dividendo de los accionistas

"Telefónica no es inmune a esta crisis, pero es resistente". Así hablaba Álvarez-Pallete en una carta dirigida a los accionistas de la compañía en estas horas previas a la junta. "En lo relativo a nuestros resultados, señala, la crisis ha tenido un impacto limitado en el primer trimestre. Nuestros cuatro mercados clave se han comportado bien en un entorno único y desafiante. Los menores ingresos de partidas como roaming, prepago y de empresa se han visto parcialmente compensados por los menores costes comerciales y una menor tasa de abandono de clientes.

Es pronto para poder valorar el alcance de los efectos de la pandemia, pero contamos con varias palancas para mitigar potenciales impactos negativos. Por un lado, continuaremos gestionando la inversión y los costes, centrándonos en la estabilidad del flujo de caja operativo. Contamos asimismo con un balance sólido y con una fuerte posición de liquidez. En definitiva, la resistencia y flexibilidad de nuestro modelo de negocio, y la fortaleza de nuestra compañía, nos permite mantener un dividendo atractivo para nuestros accionistas, de 0,40 euros por acción. Y seguimos trabajando en las cinco decisiones estratégicas anunciadas a finales de 2019 para conseguir que nuestra compañía sea aún más resiliente en el futuro. Todo esto combinado con las operaciones corporativas ya anunciadas o en proceso nos permite afrontar la incertidumbre con una posición de fortaleza".