



## **Virgin telco cumple 6 meses de vida con todos los objetivos superados**

- **Virgin telco cumple 6 meses de vida con más de 58.000 clientes, así la compañía en este periodo ha conseguido superar el objetivo de usuarios fijos para final de año en un 23%**
- **Además, la compañía cubre casi 21,5 millones de hogares en todo el territorio nacional, un gran despegue que ha sido posible gracias a importantes acuerdos con compañías del sector como Telefónica, Orange y Adamo**
- **El éxito se debe a una oferta flexible y una novedosa filosofía centrada al 100% en el cliente**
- **Los clientes de Virgin telco se muestran más satisfechos y recomiendan sus servicios más que el resto de marcas premium del mercado**

**Madrid, 19 de noviembre 2020.** Mañana día 20 de noviembre, se cumplen 6 meses desde el lanzamiento de Virgin telco en plena pandemia (20 de mayo) y ya ha cosechado grandes éxitos, superando las expectativas de negocio y los objetivos y las cifras previstas en la hoja de ruta.

Entre los datos más llamativos, destacan los más de 58.000 clientes que han apostado por Virgin telco desde el pasado 20 de mayo. 43.000 de los cuales son clientes con servicios fijos y cerca de 15.000 móviles. Y es que la teleco había situado en 35.000 la cifra objetivo de clientes con servicios fijos para finales de 2020, y a más de un mes de cumplir el ejercicio ya se han rebasado las cifras previstas ampliamente, en un 23%.

La extraordinaria evolución de su red es en parte responsable de este importante crecimiento, ya que, en este primer semestre de vida, Virgin telco cubre casi 21,5 millones de hogares en todo el territorio nacional –una cifra también por encima de los 18 millones que estaban previstos en su plan de negocio-. Más de 3,2 millones en Madrid, casi 3 millones en Barcelona, más de 1,3 millones en Valencia y casi 1 millón en Málaga, Sevilla o Alicante. Los importantes acuerdos anunciados en estos meses con compañías del sector como es el caso de Orange, de Telefónica -para ofrecer servicios NEBA en zonas exentas de la regulación- o de Adamo -para utilizar su red de fibra a nivel nacional-, han sido claves para la evolución de la red.

En tan solo 6 meses desde su lanzamiento, Virgin telco ha alcanzado una notoriedad y reconocimiento relevante en el sector. Los consumidores valoran de forma muy positiva su experiencia con los servicios de la marca, se muestran muy satisfechos y la recomiendan frente al resto de marcas premium del mercado. Los más destacados son la fiabilidad y cobertura de

Internet, el acceso a contenidos OTT, el volumen de datos y los minutos incluidos en la tarifa móvil. La marca tiene un nivel de satisfacción muy alto frente a otras operadoras (8,2 puntos), y sus servicios mejor valorados son su precio competitivo y la atención al cliente (8,4 y 8,3 puntos).

La hoja de ruta estratégica que el equipo de Virgin telco ideó, se ha ido cumpliendo punto por punto, confirmando la extensa y positiva senda de crecimiento del proyecto. Formaban parte de este plan, el acuerdo alcanzado con Netflix; ofreció gratis en calidad 4K el torneo de tenis Roland-Garros; y además decidió afianzar su apuesta por el cliente ofreciéndoles a todos a principios de septiembre y sin ningún coste adicional, gigas ilimitados hasta 2021. Una forma de agradecerles que formaran parte de la 'familia Virgin'.

Una gran familia que está claro que apuesta por los contenidos bajo demanda. Virgin telco sigue innovando en cuanto a contenido y extendiendo su modelo de éxito. La potente oferta de cine y series de Virgin telco constituye uno de puntos fuertes de la compañía, ya que estos canales temáticos son los favoritos de los clientes concentrando más de dos tercios del total. Precisamente en esta línea, hace tan solo unas semanas se anunció el lanzamiento de una de las grandes novedades, la propuesta comercial "Netflix Fan", que incluye acceso al servicio de Netflix y además 10GB que el usuario puede utilizar en cualquiera de sus líneas (todo ello de manera gratuita los 6 primeros meses).

Estadísticamente existen otros datos curiosos que revelan cómo Virgin telco se ha extendido rápidamente por todo el territorio nacional, ya que el 72% de los municipios con más de 50.000 habitantes han contratado los servicios de Virgin telco.

El ADN de Virgin telco, basado en la honestidad, la cercanía, la buena atención y la agilidad (valores que los clientes ya asocian a la marca), con su política de flexibilizar la oferta de productos y servicios para ceder al cliente la decisión de los productos que desee contratar, ha sido la tendencia que, semana tras semana desde su lanzamiento, han convertido a la marca en una gran fuerza a nivel nacional. Además, cuenta con una de las formas de contratación online más rápida del mercado: desde su página web, [www.virgintelco.es](http://www.virgintelco.es), el cliente tiene la posibilidad de aprovechar el *onboarding* digital de menos de tres minutos. Es decir, el cliente puede elegir lo que quiera de una forma muy sencilla en tan solo 180 segundos.

En palabras de **José Miguel García, máximo responsable de Virgin telco y consejero delegado del Grupo Euskaltel**: *"En seis meses hemos visto cómo este proyecto ha crecido de manera extraordinaria y tengo muy claro que gracias al inmenso trabajo de todo el equipo y a la inigualable filosofía de la compañía, Virgin telco tiene un gran futuro en el sector de las telecomunicaciones españolas, que, como siempre digo, es uno de los más desarrollados del mundo. Esto no ha hecho más que empezar, así que seguiremos esforzándonos por ofrecer al cliente los servicios que más se adapten a sus necesidades de una forma transparente, sencilla y flexible. El cliente continuará siendo el centro de nuestra estrategia de negocio. Nos espera un 2021 muy ilusionante y cargado de novedades"*.

Por su parte, **Koldo Unanue, Chief Marketing Officer de Virgin telco** destaca: *"Virgin telco puede presumir de haber acertado en la comprensión de las necesidades del cliente actual y ha sido la primera y única compañía de telecomunicaciones en lanzarse al mercado nacional en plena pandemia mundial. Y aunque pudiera parecer una maniobra arriesgada, día tras día ha demostrado que tiene capacidad para llegar a lo más alto y que su filosofía centrada en el cliente al 100% funciona"*.

## **Acerca de Virgin telco**

Virgin telco ([www.virgintelco.es](http://www.virgintelco.es)) es la marca de servicios de telecomunicaciones a nivel nacional del Grupo Euskaltel, cuarto operador en España, que comenzó a prestar servicios a sus clientes en mayo de 2020. La operadora ofrece servicios cuádruple *play* de telefonía fija y móvil, internet y televisión en calidades *premium*, mediante una apuesta diferencial: un formato que rompe los tradicionales paquetes cerrados de manera que el consumidor puede configurar a su manera eligiendo sólo lo que necesita, ahorrando costes innecesarios, de una manera sencilla, rápida, con plena autonomía, sin letra pequeña y sin forzar contrataciones agrupadas. Virgin telco sitúa al cliente en el centro de toda su estrategia.

## **Contactos de prensa**

Grupo Albión, +91 531 23 88

Sonia Sánchez Ronda (678 67 01 67) – [ssanchez@grupoalbion.net](mailto:ssanchez@grupoalbion.net)

María Maldonado (629 61 88 17) – [mmaldonado@grupoalbion.net](mailto:mmaldonado@grupoalbion.net)

## **Comunicación Grupo Euskaltel**

[comunicacion@virgintelco.es](mailto:comunicacion@virgintelco.es); [comunicacion@euskaltel.com](mailto:comunicacion@euskaltel.com)

94 401 12 29