



Euskaltel Taldea

Virgin telcok 122.000 bezero baino gehiago ditu jada, eta 15 milioi eurotik gorako diru-sarrerak lortu ditu

Euskaltel Taldeak bezero-marka hautsi du berriz, diru-sarreraren % 1,5eko igoera izan du, eta EBITDAren igoera lortu du atzera bigarren hiruhilekoan

- *Euskaltel Taldeak indar handiz itxi du bigarren hiruhilekoa, hazi egin baita bere magnitude operatibo nagusietan, bai bezeroetan, bai diru-sarreretan.*
- *Taldearen diru-sarrerak % 1,5 hazi dira aurreko ekitalditik, 174,3 milioi eurora arte, batik bat Virgin telcoren hazkuntzari eta ohiko merkatuen bilakaera onari esker.*
- *Virgin telcok aurreikuspen guztiak gainditzen jarraitzen du merkatuan egin duen lehenengo urtean: 122.000 bezero baino gehiago —98.000 bezero telefonia finkokoak eta 24.000 mugikorrekoak—, 15,2 milioi euroko diru-sarrerak Taldearentzat eta etengabeko hazkundera bezero bakoitzeko zerbitzuetan eta diru-sarreretan.*
- *Bezero-oinarriaren hazkunde handia. Euskaltel Taldeak 863.000 bezeroko muga gainditu du merkatu masiboan; 80.000 bezero berri baino gehiago lortu ditu urtean, 2020ko bigarren hiruhilekoan baino % 10,3 gehiago, eta horrek erakusten du Taldearen bezero-oinarria sendoa eta balio handikoa dela. Sare finkoko nahiz mugikorreko bezeroen artean izan da hazkundera.*
- *Segmentuka, 2021eko bigarren hiruhilekoan zerbitzu hauek hazi dira gehien, aurreko urtekoekin alderatuta: telekomunikazio mugikorrekoak (171.000 zerbitzu berri baino gehiago kontratatatu dira) eta banda zabal ultralasterrekoak (2020ko ekainean baino 82.000 zerbitzu gehiago). Telebistak 7.000 zerbitzu berri irabazi ditu. Telefonia finkoa, bestalde, hazkunderaren bidera itzuli da azken bi hiruhilekoetan.*
- *Euskaltel Taldearen bezero diren etxeetan kontratatutako balio handiko produktu eta zerbitzuak 3,13 milioiko errekorra iritsi dira. Balio erantsi handiko bezeroen —hots, 3-4 produktu kontratatutak dituztenen— kopuruak sendo segitzen du, sektoreko kopururik handien artean; erabiltzaile bakoitzak, batez beste, 3,63 produktu dauzka kontratatuta.*

- *Enpresen merkatuak bere historiako diru-sarreraren hazkunde handiena izan du, % 6 igo baita aurreko urteko lehen seihilekoarekin alderatuta, 61,2 milioi eurora iritsi arte.*
- *Une honetan, Euskaltel Taldea estatu osoko 24,5 milioi etxetara iristen da zuntz optikoarekin —6 milioi gehiago azken urtean—, eta, horri esker, Virgin telco bizkor hazten ari da merkatuan.*
- *Euskaltelen, R-ren eta Telecableren kable-sarea FTTHra eguneratzeko lehen hiruhilekoan hasitako plana oso nabarmen azkartu da, eta 340.000 etxetara baino gehiagotara heldu da jada Euskadiko, Galiziako eta Asturiasko hiru merkatuetako 100 udalerritan baino gehiagotan. Seihileko honetan, bezero diren 11.000 etxe migratu dira Zuntza Max produktu berrira.*
- *EBITDA hazkundearen bidera itzuli da bigarren hiruhilekoan, % 1,2 hazi baita —73,9 milioi eurora arte—, ohiko negozioaren bilakaera onari esker.*
- *Euskaltel Taldeak hazkunde errentagarrian oinarritutako bere estrategiaren arrakasta erakutsi du; izan ere, hazkunde sendoari eustea lortu du, bai bezero-oinarriari bai diru-sarrerei dagokienez, arrakastaz eutsi dio Virgin telco markaren bidez estatu osoan zabaltzeko erabakiari, indarrez heldu dio kable-sarea FTTHra eguneratzeko prozesuari, eta, aldi berean, akziodunei ordainsari sendo bat ordaintzeko erabakiari eutsi dio, dibidenduak ordainduz. Konpainiak finantza-egoera sendoan itxi du lehenengo seihilekoa.*
- *Kable-sarea zuntzera eguneratzeko proiektuak kableko aktiboen 13 milioi euroko balio-galera azkarra eragin du. Ondorio hori gabe, enpresak 6 milioi euro baino gehiagoko irabazi garbia sortuko zukeen hiruhilekoan. Lehen hiruhilekoan irabazitako 7 milioi euroekin batuta, 13,4 milioi euroko irabazi garbi doitua lortu da seihilekoan.*

2021eko uztailaren 27a. Euskaltel Taldeak —Euskaltel, R, Telecable eta Virgin telco markek osatzen dute— gaur arratsaldean argitaratu ditu 2021eko bigarren hiruhilekoko emaitzak. Emaitza horiek sendotu egin dute hazkundearen magnitude operatibo nagusietan: nabarmen hazi da Taldearen bezero-kopurua, azken hiruhilekoetako zifra errekorra gaindituta, diru-sarrerak % 1,5 hazi dira aurreko ekitalditik, eta EBITDA hazkundearen bidera itzuli da.

2021eko ekitaldiko bigarren hiruhilekoan, Euskaltel Taldeak sendotu egin du bere bezero-oinarriaren hazkunde handia, eta markak hautsi ditu: 863.000 bezero merkatu masiboan, eta 2020ko bigarren hiruhilekoan baino % 10,3 erabiltzaile gehiago. Hazkunde hori sare finkoko nahiz mugikorrek bezeroetan gertatu da, eta horrek erakusten du balio handiko bezeroen zorroa sendoa dela.

Hazkunde handi horretan lagundu du, batez ere, Taldearen marka —Virgin telco— estatuan arrakastaz hedatzeak eta bere marka tradizionalak —Euskaltel, R eta Telecable— beren lurraldeetan finkatzeak. Taldea Virgin telco markarekin estatuan hedatzeko proiektua, joan den urteko maiatzaren 20an pandemia betean abiarazia, hasierako aurreikuspenak gainditzen ari da hilabetetik hilabetera, eta haren plan estrategikoaren arrakasta berresten du horrek. Virgin telcok, merkatuan egin duen aurreneko urtean, aurreikuspen guztiak gainditzen jarraitzen du: 122.000 bezero ditu —98.000 sare finkokoak eta 24.000 sare mugikorrek—, eta 15,2 milioi euroko diru-sarrerak sortu dizkio Taldeari.

Bezero-kopurua handitzeaz gain, Virgin telcok bezero bakoitzeko zerbitzu-kopurua handitzen jarraitzen du, bai eta ARPUa ere. Zehazki, ARPUa % 18 baino gehiago hazi da azken urtean, eta bezero bakoitzak kontratatutako zerbitzu bateratuak % 30 baino gehiago hazi dira, bezero

bakoitzeko 3,3 produktu eta zerbitzura iritsi arte. Virgin telcoren bezero bakoitzeko zerbitzuen hazkundean, eragina izan du, neurri handi batean, Virgin Family eskaintzaren arrakastak (linea mugikor ugari dituzten bezeroak ekarri ditu konpainiara), bai eta bezero berrien artean telebista-zerbitzuen eskaintzak izan duen arrakastak ere. Bezero bakoitzeko zerbitzu-kopurua funtsezkoa da konpainia estatu osoan hedatzeko estrategian, ARPUaren hazkundera eta konpainiaren errentagarritasuna bultzatzen baititu, eta horiek funtsezkoak baitira akziodunentzat balioa sortzeko.

Lehen urtean, Virgin telcok lidergoa lortu du merkatuko NPS (Net Promotore Score) puntuazioan, eta bigarren hiru hilekoan are gehiago handitu da. Honako hauei esker lortu da Virgin telcoren lidergoa NPS puntuazioan: kalitate-prezio erlazioaren posizionamendu bikaina; bezeroarekiko arretaren eta laguntza teknikoaren bikaintasuna; zerbitzuaren, abiaduraren eta estalduraren kalitate gorena; eta zerbitzua berritzeko eta etengabe hobetzeko gaitasuna. Estrategia hori bultzatzen dute berriki merkaturatutako produktuek, hala nola “Virgin Family”, “Wifi Mesh” eta “Netflix fan” produktuek eta Amazon Primeko edukietarako sarbideak.

Errekor berria bezeroetan

Horri guztiari esker, bezero-oinarriaren errekorra hautsi du berriz Taldeak, aurreko hiru hilekoetako hazkundeari jarraituz; 863.000 bezero ditu orain merkatu masiboan, aurreko ekitaldiko bigarren hiru hilekoan baino % 10,3 gehiago, eta horietatik 80.000 berriak. Taldearen merkatu masiboko bezero guztietatik 752.000 sare finkoko bezeroak dira, eta 110.000 telekomunikazio mugikorrak soilik kontratatzen dituztenak.

Euskaltel Taldearen bezero diren etxeetan kontratatutako balio handiko produktu eta zerbitzuak 3,13 milioiko errekorra iritsi dira. Etxeko segmentuko bezeroek 243.000 zerbitzu berri kontratatu dituzte, 2020ko bigarren hiru hilekoarekin alderatuta. Balio erantsi handiko bezero-zorroak, hau da, 3 eta 4 produktuko kontratudunak, sendotasuna erakusten jarraitzen du, sektoreko maila altuenetan. Batez beste, 3,63 produktu kontratatu ditu erabiltzaile bakoitzak, eta ratio hori hazi egin da hiru hileko honetan, Virgin telcoren bezeroen bilakaera onak, lehen aipatu dugun bezala, eta negozio tradizionalako bezero-oinarriaren egonkortasunak bultzatuta.

2021eko bigarren hiru hilekoan zerbitzu hauek hazi dira gehien, aurreko urtekoekin alderatuta: telekomunikazio mugikorrek (171.000 zerbitzu berri baino gehiago kontratatu dira) eta banda zabal ultralasterrekoak (2020ko ekainean baino 82.000 zerbitzu gehiago). Telebistak 7.000 zerbitzu berri irabazi ditu. Telefonia finkoa, bestalde, hazkundearen bidera itzuli da azken bi hiru hilekoetan.

Aipatzekoa da ezen, pandemiaren krisiak eragindako merkatuaren beherakadaren ondoren, hazten lider direnetako bat dela Euskaltel, eta azken hiru hilekoan 15.000 bezero baino gehiago irabazi dituela. Gainera, hiru hilekoaz hiru hileko, Euskaltelek handitu egin du mugikorraren konpainia-aldaketaren merkatu-kuota, eta bigarren hiru hilekoan aldatutako zenbakien kuota % 7,5ekoa izan da, inoizko handiena. Euskaltel Espainiako merkatuko hiru operadore nagusien artean dago, azken bederatzi hilabeteetako bezero-hazkundeari dagokionez.

Enpresen merkatuak bere historiako diru-sarreraren hazkunde handiena izan du sei hileko honetan, % 6 igo baita aurreko urteko lehen sei hilekoarekin alderatuta, 61,2 milioi eurora iritsi arte. Hazkuntza nabarmen horren arrazoia bikoitza da: batetik, kontu handietako bezeroek konpainian duten konfiantza eta, bestetik, enpresek behar dituzten kalitatezko zerbitzuak eta arreta berezia eskaini izana, kontuan izanik, gainera, behar horiek handitu egin direla pandemia dela eta.

Konpainiak finantza-egoera sendoan itxi du hiruhilekoa

Taldearen diru-sarrerek bilakaera sendoa izan dute hiruhilekoan, aurreko ekitaldiko hiruhileko berean baino % 1,5 handiagoa. Hazkunde horrek bi bultzatzaile izan ditu: Estatuko hedapen-planaren bilakaera positiboa, batetik, eta 2020an negozio tradizionalen ezarritako bezeroak fidelizatzeko programen arrakasta, bestetik. Bezeroak fidelizatzeko plan horiei esker, bezeroen diru-sarrerak handitu egin dira hiruhilekoan, eta, aldi berean, bezeroen fidelizazio-mailak pandemia aurreko mailetan kokatu dira.

Diru-sarrerak ongi bete direnez eta marjinak hobetu direnez, EBITDA % 1,2 hazi da bigarren hiruhilekoan. 2020ko fidelizazio-kanpainen arrakastak bezero-oinarria egonkortu du, eta ARPUak berriz hazkundera bultzatu. Gainera, etengabe ezarri dira efizientziak. Hori guztia dela eta, EBITDAk bilakaera sendoa izan du hiruhilekoan.

Handizkako akordioen birnegoziazioa etenda egon da, eta horrek, aurreko hiruhilekoan aipatu zen bezala, eragin nabarmena izan du konpainiaren 2021eko errentagarritasunean, baina, hala eta guztiz ere, EBITDAk bilakaera sendoa izan du.

Horren ondorioz, bigarren hiruhilekoko emaitzek erakusten dute egokiak izan zirela 2020aren amaieran hartutako enpresa-erabakiak; izan ere, COVIDaren garaiko merkatuaren beherakadatik, merkatu-hazkunderaren liderretako baten gisan atera da Euskaltel, eta errentagarritasuna hobetu du gainera.

Nabarmentzekoa da kable-sarea zuntzera aldatzeko proiektuak 13 milioi euroko balio-galtze bizkorra eragin duela hiruhilekoan kable-aktiboetan. Ondorio hori gabe, enpresak 6 milioi euro baino gehiagoko irabazi garbia sortuko zukeen hiruhilekoan, eta 13,4 milioi euroko mozkin doituarekin itxiko zukeen urteko lehen sei hilekoa. EBITDAn bezala, irabazi garbi doitu hori handiagoa izango zatekeen ez balitz eten handizkako akordioen birnegoziazioa.

Nahiz eta 30 milioi eurotik gorako inbertsio handiak egin diren zuntzean, eta hazkunde handiko hedapen nazionalen estrategia bat abiarazi den, Euskaltelek 70 milioi euroko kaxa-fluxu operatiboa sortu du azken hamabi hilabeteetan. Gainera, 2021ean, Euskaltelek bigarren hiruhilekoko dibidendu osagarriaren ordainketa aurreratu du. Hortaz, 80 milioi euroko dibidendua ordaindu du azken hamabi hilabeteetan.

Euskaltelek akziodunari ordaintzeko duen konpromisoari eustea dakar dibidenduen ordainketa horrek. Hazkundera inbertsio handiak egin diren arren, dibidendu bakoitzeko % 4tik gorako errentagarritasuna du, akzioko egungo prezioetan.

Akziodunari ordainsari handia ordaintzeak eta, aldi berean, hazkunde handiko proiektuetan inbertitzeak (estatuan hedatzeko edo FTTHren sarea eguneratzeko, adibidez) argi erakusten dute konpainiaren hazkunde errentagarriaren estrategiaren arrakasta. Estrategia hori duela bi urte baino gehiago jarri zen abian, eta bere mugarri nagusiak bete edo gainditu ditu hilez hil.

Euskaltel Taldearen zuntz optikoa 24,5 milioi etxetara baino gehiagotara iritsi da

Azken urtean, konpainiaren sare finkoaren estaldura-aztarna 6 milioi etxe gehiagotara zabaldu da, estatu osoko 24,5 milioi etxetara baino gehiagotara heldu arte, eta horrek bultzatzen du Virgin telco merkatuan izaten ari den hazkunde azkarra.

Sarearen estaldura handitzea eta haren kudeaketa optimizatzea nahitaezkoa da konpainiaren bezero-oinarria modu errentagarri eta jarraituan hazteko, eta argi eta garbi erakusten du nolako hazkunde- eta errentagarritasun aukerak ematen dizkion horrek enpresari.

Gainera, 2021eko bigarren hiruhilekoan, nabarmen bizkortu du Taldeak zuntz optikozko kable-sarea eguneratzeko asmo handiko plana. Lanak Euskadiko, Galiziako eta Asturiasko 100 udalerritara baino gehiagotara hedatu ditu; lehen hiruhilekoan, berriz, 30 udalerritara iritsi zen.

Euskaltelen, R-n eta Telecablen kable-sarea FTTHra modernizatzeko plana lehen hiruhilekoan hasi zen, eta 340.000 etxetara baino gehiagotara iritsi da; hau da, gutxi gorabehera, kable bidezko estaldura osoaren % 15 ingurura; aurreko hiruhilekoan, berriz, 45.000 etxetara heldu zen. Une honetan, 11.000 bezero daude Zuntz Max produktu berrira migratuak. Kablea zuntzera eguneratzeko proiektua Euskaltelen hazkunde errentagarriaren estrategiaren funtsezko zati bat da; izan ere, eraginkortasun operatibo nabarmenak eskaintzen ditu, eta, aldi berean, bezeroei ematen zaien zerbitzuaren balioa eta kalitatea asko handitzen ditu.

Euskaltel – Komunikazioa
komunikazioa@euskaltel.com