

Virgin telco es la marca con la que el Grupo Euskaltel acomete su estrategia de expansión para llegar al 85% del mercado español en el que aún no está presente

Euskaltel inicia hoy su expansión nacional con el lanzamiento de Virgin telco

- Con más de 20 años de experiencia y 800.000 clientes del mercado residencial y empresarial Euskaltel comienza hoy su expansión nacional para crecer y fortalecer su proyecto empresarial
- Este paso supone un hito histórico para el Grupo Euskaltel, que ve cumplido así el objetivo de ofrecer sus servicios avanzados de telecomunicaciones a todo el mercado español
- Euskaltel es el único operador nacional que tiene su centro de decisión fuera de Madrid, manteniendo su arraigo con los territorios donde comenzó su andadura
- El objetivo es llegar al 85% del mercado estatal en un periodo de cinco años y entrar en más de 18 millones de hogares
- El Grupo confía en que, en cinco años, el 40% de los ingresos totales procedan del negocio correspondiente a Virgin telco, esto es, unos 520 millones de euros

Bilbao, 20 de mayo de 2020. El consejero delegado del Grupo Euskaltel, José Miguel García, ha presentado hoy en rueda de prensa virtual los primeros pasos de Euskaltel como operador nacional dispuesto a competir en el mercado de las telecomunicaciones mediante una oferta de servicios avanzados de calidad bajo una marca de reconocido prestigio: Virgin telco.

Para Jose Miguel Garcia *“éste es un nuevo hito en la historia del Grupo Euskaltel y de las telecomunicaciones en España. Hace 20 años comenzó un sueño de la mano de un grupo de innovadores y hoy damos otro paso más incorporando a Virgin como marca del grupo. Nuestros clientes pueden estar orgullosos de formar parte de esta historia y de saber que siempre van a disfrutar de los mejores servicios de telecomunicaciones”*.

Virgin telco es la marca con la que el Grupo Euskaltel acomete su ambiciosa estrategia de expansión nacional para llegar al 85% del mercado español en el que aún no está presente y poder dar servicio a un total de 18,4 millones de hogares. De hecho, la expansión a través de Virgin telco fuera de sus territorios

naturales —País Vasco, Galicia y Asturias, donde opera con las marcas Euskaltel, Telecable y R, respectivamente— es el eje fundamental de su Plan de Negocio 2020-2025.

En relación al mercado en el que a partir de ahora va a operar, el consejero delegado de Euskaltel ha recordado que *“Euskaltel es el único operador nacional que tiene su centro de decisión fuera de Madrid, manteniendo su arraigo con los territorios donde comenzó su andadura”*.

Este plan de expansión permitirá al Grupo acceder a nuevas oportunidades de crecimiento rentable sobre las que se asentará la evolución positiva en clientes y rentabilidad de la compañía. El Grupo confía en que para 2025 la mitad de sus clientes se localice en los nuevos territorios de España a los que se abre con el lanzamiento de Virgin telco, al tiempo que para esa misma fecha espera poder duplicar los ingresos de 2019 —pasando de 685 millones de euros hasta los 1.300 millones—. En este sentido, el Grupo confía en que, en cinco años, el 40% de los ingresos totales procedan del negocio correspondiente a Virgin telco, esto es, unos 520 millones de euros.

El Grupo Euskaltel prevé que la expansión nacional más que duplique el volumen de la base de clientes actuales tanto en servicios fijos como en móviles. Así, espera multiplicar por 2,3 su base de clientes actuales de telecomunicaciones fijas, hasta superar los 1,5 millones de clientes, incorporando a su base alrededor de 800.000 nuevos clientes fijos procedentes de los mercados en expansión. También prevé que los servicios móviles contratados superarán los 3 millones en 2025, frente al millón de servicios en la actualidad, multiplicando prácticamente por tres la base actual de volumen servicios móviles utilizados por los usuarios.

Posicionamiento de valor y precio competitivo

La fortaleza de la marca Virgin, unida al conocimiento del mercado, la calidad del servicio, y el alto valor de los productos de Euskaltel, supondrá que el posicionamiento de la marca Virgin telco en el mercado español será un posicionamiento de valor, como combinación de un gran servicio al cliente y un precio competitivo, enfocados a aportar valor al cliente.

Las ofertas serán claras, sencillas, flexibles, y estarán basadas en la excelencia en la calidad del servicio. Los productos que se comercializarán con la marca Virgin telco serán banda ancha de alta velocidad, telecomunicaciones móviles con amplio volumen de datos y una potente oferta de TV.

Virgin telco se erige como el quinto operador nacional que está llamado a sacudir el sector de las telecomunicaciones y que nace de facto con un sólido posicionamiento de valor anclado en dos fortalezas. Por un lado, el alto reconocimiento del que goza la marca Virgin a nivel mundial y en España, asociada a atributos de innovación, experiencia y modernidad. Por otro, el conocimiento del mercado, la calidad del servicio y el alto valor de los productos del Grupo Euskaltel.

Marca reconocida

Virgin es una de las marcas más reconocidas y respetadas del mundo, con un reconocimiento de marca superior al 75% en España. Se ha ganado una sólida reputación al ofrecer una extraordinaria capacidad de innovación y de experiencia al cliente, así como un enfoque en la transformación y generación de valor en las compañías. Fundado en 1970 por Sir Richard Branson, el Grupo Virgin ha desarrollado negocios de gran éxito en sectores como las telecomunicaciones, viajes, transporte, servicios financieros, ocio, entretenimiento y salud. En la actualidad, existen más de 60 negocios diferentes bajo la marca Virgin en 35 países y el grupo cuenta con más de 15 millones de clientes de telecomunicaciones a nivel global. Sus mercados clave incluyen países como el Reino Unido, Estados Unidos, Francia, Australia y varios países de habla hispana como México, Colombia y Chile.

La marca Virgin telco coexistirá con las tres marcas establecidas del Grupo (Euskaltel, Telecable y R), que seguirán prestando servicios líderes en cada una de sus respectivas regiones. Euskaltel considera que la

combinación de sus sólidas marcas regionales con la marca Virgin, que utilizará a nivel nacional, aportará excelentes oportunidades de crecimiento.

El consejero delegado del Grupo Euskaltel ha destacado también *“el ilusionante reto que ahora comienza y que se sustenta en el esfuerzo y compromiso de todas las personas de Euskaltel, R y Telecable, a quienes agradezco su profesionalidad y su contribución al proyecto, máxime en estos últimos meses, en los que estamos viviendo una situación tan excepcional provocada por la crisis sanitaria”*.

Comunicación Grupo Euskaltel
comunicacion@euskaltel.com