

Virgin telco é a marca coa que o Grupo Euskaltel acomete a súa estratexia de expansión para chegar ao 85 % do mercado español no que aínda non está presente

O Grupo Euskaltel, do que R forma parte, inicia hoxe a súa expansión nacional co lanzamento de Virgin telco

- **Con máis de 20 anos de experiencia e 800.000 clientes do mercado residencial e empresarial, o Grupo comeza hoxe a súa expansión nacional para crecer e fortalecer o seu proxecto empresarial**
- **Este paso supón un fito histórico para a compañía, que ve cumprido así o obxectivo de ofrecer os seus servizos avanzados de telecomunicacións a todo o mercado español**
- **O Grupo Euskaltel é o único operador nacional que ten o seu centro de decisión fóra de Madrid, mantendo o seu arraigamento cos territorios onde comezou a súa andaina**
- **O obxectivo é chegar ao 85 % do mercado estatal nun período de cinco anos e entrar en máis de 18 millóns de fogares**
- **O Grupo confía en que, en cinco anos, o 40 % dos ingresos totais procedan do negocio correspondente a Virgin telco, isto é, uns 520 millóns de euros**
- **A marca R en Galicia, do mesmo xeito que Telecable e Euskaltel, as tres integrantes do Grupo, crearon grupos de traballo especializados, enfocados a responder ás diferentes fases que esixiu este lanzamento, liderados por un equipo directivo plenamente aliñado cos valores da nova marca**

Mércores, 20 de maio de 2020. José Miguel García, conselleiro delegado do Grupo Euskaltel, no que está integrado o operador galego **R**, presentou hoxe en rolda de prensa os primeiros pasos da compañía como operador nacional disposto a competir no mercado das telecomunicacións mediante unha oferta de servizos avanzados de calidade, baixo unha marca de recoñecido prestixio: Virgin telco.

Para José Miguel García «este é un novo fito na historia do Grupo Euskaltel e das telecomunicacións en España. Hai 20 anos comezou un soño da man dun grupo de innovadores e hoxe damos outro paso máis incorporando a Virgin como marca do grupo. Os nosos clientes poden estar orgullosos de formar parte desta historia e de saber que sempre van gozar dos mellores servizos de telecomunicacións».

Virgin telco é a marca coa que o Grupo Euskaltel acomete a súa ambiciosa estratexia de expansión nacional para chegar ao 85 % do mercado español no que aínda non está presente e poder dar servizo a un total de 18,4 millóns de fogares. De feito, a expansión a través de Virgin telco fóra dos seus territorios naturais –País Vasco, Galicia e Asturias, onde opera coas marcas Euskaltel, **R** e Telecable, respectivamente– é o eixo fundamental do seu Plan de Negocio 2020-2025.

En relación co mercado no que vai operar a partir de agora, o conselleiro delegado do Grupo lembrou que *«somos o único operador nacional que ten o seu centro de decisión fóra de Madrid, mantendo o seu arraigamento cos territorios onde comezou a súa andaina».*

Este plan de expansión permitiralle ao Grupo acceder a novas oportunidades de crecemento rendible sobre as que se asentará a evolución positiva en clientes e rendibilidade da compañía. O Grupo confía en que para 2025 a metade dos seus clientes estea situada nos novos territorios de España aos que se abre co lanzamento de Virgin telco, ao tempo que para esa mesma data espera poder duplicar os ingresos de 2019 –pasando de 685 millóns de euros até os 1.300 millóns–. Neste sentido, o Grupo confía en que, en cinco anos, o 40 % dos ingresos totais procedan do negocio correspondente a Virgin telco, isto é, uns 520 millóns de euros.

O Grupo Euskaltel prevé que a expansión nacional máis que duplique o volume da base de clientes actuais, tanto en servizos fixos como en móbiles. Así, agarda multiplicar por 2,3 a súa base de clientes actuais de telecomunicacións fixas, ata superar os 1,5 millóns de clientes, incorporando á súa base arredor de 800.000 novos clientes fixos procedentes dos mercados en expansión. Tamén se prevé que os servizos móbiles contratados superarán os 3 millóns en 2025, fronte ao millón de servizos na actualidade, multiplicando practicamente por tres a base actual de volume de servizos móbiles utilizados polos usuarios.

Reto ilusionante

A marca **R** en Galicia, do mesmo xeito que Telecable e Euskaltel, as tres integrantes do Grupo, crearon grupos de traballo especializados, enfocados a responder ás diferentes fases que esixiu este lanzamento, liderados por un equipo directivo plenamente aliñado cos valores da nova marca. O equipo humano de **R** uniu esforzos coas persoas das marcas asturiana e vasca. Esta foi, sen dúbida, unha das claves que permitiu materializar, agora, o proxecto ilusionante de Virgin telco para o resto do Estado.

O Grupo considera que, precisamente, a combinación das súas sólidas marcas rexionais coa marca Virgin telco, que utilizará a nivel nacional, achegará excelentes oportunidades de crecemento. O conselleiro delegado do Grupo Euskaltel destacou estas ideas e reafirmou a súa satisfacción ante *«o ilusionante reto que agora comeza e que se sustenta no esforzo e compromiso de todas as persoas de Euskaltel, **R** e Telecable, a quen agradezo a súa profesionalidade e a súa contribución ao proxecto, máxime nestes últimos meses, nos que estamos a vivir unha situación tan excepcional provocada pola crise sanitaria».*

Esta campaña e as súas captacións comerciais axustaranse á normativa vixente en cada momento e en especial ao art. 20 do Real Decreto-lei 8/2020, de 17 de marzo, de medidas urxentes extraordinarias para facer fronte ao impacto económico e social do COVID-19

Posicionamento de valor e prezo competitivo

A fortaleza da marca Virgin, unida ao coñecemento do mercado, a calidade do servizo e o alto valor dos produtos do Grupo, suporá que o posicionamento da marca Virgin no mercado español será un posicionamento de valor, como combinación dun gran servizo ao cliente e un prezo competitivo, enfocados a achegar valor ao cliente.

As ofertas serán claras, sinxelas, flexibles, e estarán baseadas na excelencia na calidade do servizo. Os produtos que se comercializarán coa marca Virgin serán banda larga de alta velocidade, telecomunicacións móbiles con amplo volume de datos e una potente oferta de TV.

Virgin telco eríxese como o quinto operador nacional, que está chamado a sacudir o sector das telecomunicacións e que nace de feito cun sólido posicionamento de valor ancorado en dúas fortalezas. Por unha banda, o alto recoñecemento do que goza a marca Virgin a nivel mundial e en España, asociada a atributos de innovación, experiencia e modernidade. Por outro, o coñecemento do mercado, a calidade do servizo e o alto valor dos produtos do Grupo Euskaltel.

Marca recoñecida

Virgin é unha das marcas máis recoñecidas e respectadas do mundo, e conta cun recoñecemento de marca superior ao 75 % en España. Gañou unha sólida reputación ao ofrecer unha extraordinaria capacidade de innovación e de experiencia ao cliente, así como un enfoque na transformación e xeración de valor nas compañías. Fundado en 1970 por Sir Richard Branson, o Grupo Virgin desenvolveu modelos de negocio de grande éxito en sectores como as telecomunicacións, viaxes, transporte, servizos financeiros, lecer, entretemento e saúde. Na actualidade, existen máis de 60 negocios diferentes baixo a marca Virgin en 35 países, e o grupo conta con máis de 15 millóns de clientes de telecomunicacións a nivel global. Os seus mercados clave inclúen países como o Reino Unido, Estados Unidos, Francia, Australia e varios países de fala hispana como México, Colombia e Chile.

Comunicación Grupo Euskaltel
comunicacion@euskaltel.com

R Comunicación
prensa@mundo-r.net