

# NOTA DE PRENSA

## PRESS RELEASE

**Incorporan la novedad de que los tuents se podrán canjear por GB de Tuenti**

### **LLEGAN LOS TUENTS BY TUENTI, LA NUEVA MONEDA PARA COMPRAR EN LOS FESTIVALES**

- **Viña Rock, Interestelar, De Las Arts, A Summer Story, Cabo de Plata, Low, Arenal Sound, Sonorama Ribera, Granada Sound son los festivales en los que Tuenti estará presente a través de los *tuents*, la nueva moneda para comprar en los festivales**
- **Una de las principales novedades que presenta la compañía, es que dicha moneda se podrá canjear por Gigas tras el festival en caso de no ser utilizadas**
- **Por segundo año consecutivo, Tuenti vuelve a hacerse hueco en los festivales, con una propuesta diferente que aporta valor durante y una vez finalizado el festival**

**Madrid, 27 de abril de 2017.-** [Tuenti](#), el operador móvil virtual, ha presentado hoy **Tuents by Tuenti**, la nueva moneda para comprar en nueve de los grandes festivales de música españoles y que este año incorpora como novedad la posibilidad de canjearse por Gigas tras el festival.

Esta iniciativa se enmarca en la estrategia de la compañía enfocada a que los clientes puedan “redescubrir” la marca “Tuenti” y su propuesta de valor como operadora móvil también en momentos de ocio y diversión, de los que son un claro ejemplo los festivales musicales.

De este modo, este año se añaden dos novedades con una acción diferencial y descarada. Por un lado los tokens pasarán a llamarse **Tuents by Tuenti**, excepto en Sonorama Ribera, donde su pulsera se recargará con Sonotuentis by Tuenti, y, la gran novedad, la posibilidad de canjear los Tuents no consumidos en el festival por Gigas de datos, con el único requisito de ser cliente de Tuenti. Toda la información y mecánica de canje están disponibles en la web [gigastuenti.es/info-festivales](http://gigastuenti.es/info-festivales).

Gema Perona, responsable del área de Comunicación y Comercialización de la compañía, apuntó que “en Tuenti queremos estar cerca de nuestros clientes también en sus momentos de ocio, e intentar que sean aún más divertidos, que “mole mucho más” y que asocien a Tuenti como la compañía móvil que le dio un plus a ese festival que llevaban todo el año esperando. Con este objetivo diseñamos la propuesta de 2017, esperamos que sea

# NOTA DE PRENSA

## PRESS RELEASE

valorada positivamente por los clientes”.

Durante la presentación, en la que también han estado presentes representantes de la organización de los festivales, se han dado a conocer las últimas confirmaciones al cartel y fechas donde Tuenti estará presente a través de los Tuents: Viña Rock (28, 29 y 30 de abril); Interestelar (19 y 20 de mayo); De Les Arts (9 y 10 de junio); A Summer Story (23 y 24 de junio); Cabo de Plata (6, 7 y 8 de junio); Low (28, 29 y 30 de Julio); Arenal Sound (1, 2, 3, 4,5 y 6 de Agosto); Sonorama Ribera (10, 11, 12 y 13 de agosto), y Granada Sound (23 y 24 de septiembre).

Para Gema Perona “esta apuesta por estar en los festivales, muestra nuestro apoyo a la cultura y a aquellas actividades donde la música es la protagonista, que es sin duda uno de nuestros territorios clave”. Por su parte, desde la Organización de los festivales apuntaban: “esta colaboración con Tuenti supone un importante valor añadido ya que aportará muchas mejoras a la experiencia de los usuarios”.

La presentación ha contado con la actuación del grupo Shinova, banda emergente con una importante presencia en el panorama festivalero y que muestra la esencia más pura de este tipo de festivales. A su vez, la organización ha hablado de la lista de artistas que formarán parte de los carteles de cada festival junto con las novedades que incluirá cada uno de ellos.

Con la puesta en marcha de esta acción, Tuenti se sitúa una vez más al lado de las iniciativas más descaradas y diferentes, al igual que demostró recientemente con su participación en Urvanity, primera feria dedicada al arte contemporáneo y urbano. Además, sigue de gira por las principales universidades españolas con su propio roadshow con temática musical. En todas ellas da a conocer la propuesta de valor de la compañía, ofreciendo un servicio de comunicaciones móviles, ajustado en precio, con llamadas de voz ilimitadas a través de su app, con la mejor cobertura 4G de Movistar y sin permanencia.