

NOTA DE PRENSA PRESS RELEASE

A finales de octubre se lanzará un nuevo portfolio más sencillo

MOVISTAR 'DEMOCRATIZA' EL FÚTBOL EN SU NUEVA OFERTA CONVERGENTE

- **Fusión, de cuyo lanzamiento se cumplen seis años, tenía en junio 4,48 millones de clientes**

Madrid, 11 de octubre de 2018.- Telefónica lanzará a finales del mes de octubre un nuevo portfolio de Movistar Fusión que persigue, por un lado, simplificar la oferta disponible para los clientes, al pasarse de diez a seis productos, y, por otro, facilitar el acceso a uno de los contenidos más demandados por los clientes, el fútbol.

Esta nueva oferta será únicamente de aplicación para los nuevos clientes que se incorporen a Movistar o para aquellos que se reposicionen desde uno de los productos convergentes actuales, cuyas condiciones permanecen sin variación. A las altas se les instalará el nuevo descodificador UHD.

La nueva oferta queda configurada de la siguiente forma:



De este modo, Movistar facilita el acceso al fútbol, uno de los contenidos más demandados, a su base de clientes, al ofrecer el mejor partido de cada jornada de LaLiga, el denominado Partidazo, así como todos los partidos de la Segunda División en el producto Movistar Base, cuyo precio es de 72 euros al mes para una conectividad con fibra simétrica de 600Mbps. En la oferta actual el acceso al fútbol se da a partir de una cuota mensual de 95 euros.

Para los clientes que quieran más fútbol tienen, de inicio, dos opciones a través de Movistar Selección, en ambos casos por 95 euros al mes. La primera, disfrutar de toda LaLiga de primera y de segunda división. La segunda, añadir al Movistar Partidazo la Champions League, la Europa League y las ligas internacionales. Quienes quieran disfrutar de todo el fútbol podrán hacerlo por 130 euros al mes.

Del mismo modo, Movistar sigue ofreciendo la oferta deportiva en televisión más completa, con baloncesto (Liga Endesa, NBA y Euroleague), motor (F1 y Moto GP), tenis, golf, atletismo NFL o rugby, entre muchos otros.

Además, en cualquier paquete de la oferta convergente se pueden disfrutar los dos canales que Movistar tiene a modo de escaparate, el ya consolidado #0, y #Vamos, canal deportivo estrenado el pasado 16 de septiembre.

Todos los productos de Movistar Fusión incluyen una conectividad excelente, con 600MBs simétricos de fibra en el hogar y dos líneas móviles con diferentes capacidades de datos y llamadas en función del paquete seleccionado.

En octubre se cumplen seis años del lanzamiento de Movistar Fusión, que vio la luz en octubre de 2012. A cierre del pasado mes de junio, el número de clientes de fusión alcanzaba los 4,48 millones.

En el caso de la televisión de Movistar, se disfruta ya en más de cuatro millones de hogares, lo que hace que, cada día, más de 12 millones de personas disfruten de una nueva forma de ver los contenidos.

El presidente de Telefónica España, Emilio Gayo, destacó que "el esfuerzo de los últimos años ha pasado por dotar a España de la mejor red de fibra de Europa y extender la oferta de televisión a la gran mayoría de nuestros clientes convergentes. Ahora creemos que ha llegado el momento de facilitar todo lo posible el acceso a uno de los contenidos estrella: el fútbol".