



NOTA DE PRENSA PRESS RELEASE

TELEFÓNICA PRESENTA LA OFERTA COMERCIAL DE O2, SU NUEVA MARCA

- **O2 nace desde Movistar como una propuesta de servicio *premium* en el segmento de solo comunicaciones**
- **En unos días se podrá contratar en modo de prueba y el lanzamiento comercial será en septiembre**
- **O2 establece una batería de compromisos en su relación con el cliente: no recibirá información comercial ni publicidad; el usuario tendrá, de inicio, razón en sus reclamaciones, y la atención la hará siempre la misma persona**

Madrid, 12 de junio de 2018.- Telefónica presentó hoy la oferta comercial de O2, la marca con la que empezará a competir en el mercado español. O2 nace desde Movistar para dar respuesta a un segmento que reclama en el segmento de solo comunicaciones una oferta sencilla con un servicio *premium*.

En los próximos días se activará en modo beta la posibilidad de contratar los servicios de O2. Habrá una doble oferta: móvil, por un lado, y fibra-móvil, por otro. La intención es que el lanzamiento al mercado masivo se produzca después del verano. El nuevo operador se dirigirá hacia un segmento de servicio *premium* con una oferta sencilla. Telefónica mantendrá Tuenti para competir en el segmento *low cost*.

En cuanto a las características de la oferta, el contrato de móvil incluye un consumo de datos de 20GB al mes, llamadas ilimitadas a destinos nacionales y SMS ilimitados. Su precio es de 20 euros al mes.

La modalidad de fibra-móvil incluye los mismos servicios para la parte móvil que los citados, más fibra simétrica de 100 Mb/s y línea telefónica fija con llamadas ilimitadas a números fijos nacionales. Su precio es de 45 euros al mes.



Los citados precios son de aplicación en las 66 ciudades (consulte [aquí](#) el listado) que la Comisión Nacional de Mercados y Competencia considera como zona competitiva.

A pesar de que ya hay casi 250 municipios donde se cumplen las condiciones de zona competitiva, mientras la CNMC no actualice esa lista creada ya hace dos años, en el resto de ciudades fuera de esas 66, la diferente situación regulatoria bajo la que opera Telefónica hace que el precio sea superior. O2 considera que el precio objetivo que debe de tener ese servicio es de 45 euros en toda España, por lo que, cuando en el mes de septiembre se lance la oferta comercial, implementará un sistema para compensar al cliente por la diferencia (13 euros al mes), además de ajustarla tan pronto como la ciudad pase a ser considerada zona competitiva.

En la modalidad de fibra y móvil, el cliente puede contratar hasta tres líneas adicionales de móvil. Cada una incluye 10 GB de datos, llamadas ilimitadas a destinos nacionales y SMS ilimitados. Su precio es de 15 euros al mes.

La presentación de esta iniciativa corrió a cargo del director de Estrategia Multimarca de Telefónica España, Pedro Serrahima.

Compromisos

O2 nace con una serie de compromisos en su relación con el cliente que se incluyen en la carta (incluye link a la web) que éstos recibirán al contratar los servicios de la compañía.

Entre ellos, que el cliente no recibirá información comercial ni publicidad, ni de la propia O2 ni de terceros.

Habrà un canal propio de atención telefónico (1551), además de correo electrónico y chat. Siempre que esté disponible, al cliente le atenderá la misma persona. Los operadores no tendrán ningún incentivo para la venta de productos.

Cuando un cliente reclame una cantidad que crea cobrada indebidamente, O2 le devolverá de inicio el dinero que solicite y, a partir de entonces, analizará el caso. Solo en el caso de que O2 demuestre que quien tenía razón era la compañía, se le hará el cobro de la cantidad referida

Tres marcas

De este modo, Telefónica pasará a operar en el mercado español con tres marcas. Movistar se mantendrá como una oferta integrada de comunicaciones y televisión en toda su propuesta residencial. Su estrategia ahondará en la diferenciación con un servicio de alta calidad y una fuerte apuesta por los mejores contenidos, en gran medida exclusivos y de producción propia.



En cuanto a O2, nace como una propuesta de servicio premium y oferta sencilla para el segmento de solo comunicaciones. Y Tuenti se mantendrá también en este mismo segmento con una propuesta low cost.

www.O2online.es

Síguenos en nuestras redes sociale



@O2ES

