Nota de prensa

O2 cumple ocho años con una experiencia de cliente basada en la tranquilidad y la transparencia, y una oferta más amplia

- El 97% de sus clientes asocia O2 con la tranquilidad y el 93% la considera una compañía honesta y transparente.
- O2 celebra su octavo aniversario con ‘Que te lo cuente un amigo de O2’, una campaña que convierte la experiencia y recomendación de sus clientes en su mejor carta de presentación.
- La evolución de O2 se ha traducido en mayores capacidades de conectividad, con quince veces más datos móviles desde su lanzamiento, y en la incorporación progresiva de nuevos servicios.

Madrid, 3 de noviembre de 2026-. O2 cumple ocho años en España manteniendo la esencia el propósito de marca con la que nació en 2018: ofrecer una relación sencilla y clara con el cliente, basada en la honestidad, la transparencia y el respeto por su tiempo, tal y como refleja un estudio interno sobre la marca realizado con una amplia muestra de usuarios de servicios de fibra y telefonía móvil.

Además, en estos ocho años, O2 ha mantenido intacta su forma de relacionarse con sus clientes al tiempo que ha ampliado y mejorado su oferta, facilitando el acceso a más y mejores servicios y prestaciones digitales sin renunciar a la sencillez y a la transparencia La compañía ha pasado de contar inicialmente con dos tipologías de producto a disponer actualmente de cuatro: solo móvil, solo fibra, fibra y móvil, y fibra, móvil y televisión.

Según dicho estudio, el 97% de sus clientes asocia su operador con la tranquilidad y el 93% lo considera honesto y transparente. Además, el 97% afirma que O2 cumple su compromiso de no ofrecer sorpresas en la factura, un atributo importante a la hora de elegir operador para el 83% del mercado. La compañía obtiene también elevadas valoraciones entre sus clientes afirmando:

- **La ausencia de sorpresas (92%)**. O2 se compromete a que sus clientes paguen lo mismo cada mes.
- **La transparencia (93%).** Comunicaciones sencillas.

*** Clasificado CORPORATIVO por TELEFÓNICA. *** Classified CORPORATE by TELEFÓNICA.
*** Classificado como CORPORATIVO pela TELEFÓNICA. *** Von TELEFÓNICA als UNTERNEHMENSINTERN eingestuft.

- **El respeto por su tiempo (87%)**. La marca no realiza comunicaciones y llamadas comerciales a sus clientes.

Mariano Domecq, director de O2 España, destaca: “Ocho años después, O2 demuestra que es posible ofrecer más y mejores servicios manteniendo una relación sencilla, honesta y transparente con el cliente y de este modo también convertirnos en la mejor vía de acceso de los ciudadanos a las tecnologías digitales teniendo siempre presente que la verdadera medida de su calidad es la confianza de nuestros clientes”.

Campaña aniversario

Estos valores están también en el centro de su nueva campaña ’Que te lo cuente un amigo’ de O2, la nueva campaña con la que la compañía celebra su aniversario. Con esta campaña O2 pone el foco en la experiencia de sus propios clientes y en su capacidad de recomendación y reta a los consumidores a que pregunten a los clientes de O2 sobre su experiencia con la compañía, confiando en que la mejor publicidad es la palabra de sus clientes. De hecho, el 82% de sus clientes recomendaría O2.

La campaña da continuidad a un posicionamiento que O2 viene construyendo en torno a la tranquilidad y que ya protagonizó su anterior campaña, ’Cuando todo funciona, respiras’, centrada en una experiencia sencilla y sin preocupaciones que permita a las personas dedicar su tiempo y atención a lo que realmente importa.

Más y mejores servicios, la misma esencia

La evolución también se refleja en cómo la compañía ha ido nutriendo su oferta y sus prestaciones. En su lanzamiento, la oferta solo móvil incluía 20 GB por 20 euros al mes; hoy, por el mismo precio, ofrece 300 GB, quince veces más. En convergencia, una tarifa de 45 euros que partía de 100 Mbps de fibra y 20 GB móviles cuenta actualmente con una modalidad de 600 Mbps, 60 GB y contenidos de Movistar Plus y Disney+.

A esta evolución se han ido sumando servicios como O2 Cloud (almacenamiento en la nube incluido en todas las tarifas móviles de O2 sin coste adicional), 5G+, Segunda Residencia, y WiFi 7, eSIM y MultiSIMa. Además de dispositivos móviles y una oferta de entretenimiento con plataformas como Movistar Plus, Netflix y Disney+.

La experiencia digital también ha evolucionado. O2 ha renovado recientemente buena parte del diseño de su web, además de incorporar un nuevo configurador de tarifas, simplificando y haciendo más visual la presentación de su oferta.

Ocho años después de su llegada a España, O2 ha ampliado sus productos, servicios y prestaciones sin cambiar los principios sobre los que construyó su propuesta: tranquilidad, honestidad, sencillez y respeto por el tiempo de sus clientes. Una forma de crecer y mejorar el servicio poniendo la confianza del cliente en el centro.

*** Clasificado CORPORATIVO por TELEFÓNICA. *** Classified CORPORATE by TELEFÓNICA.
*** Classificado como CORPORATIVO pela TELEFÓNICA. *** Von TELEFÓNICA als UNTERNEHMENSINTERN eingestuft.