



Incremento de 31.000 nuevos clientes móviles y 70.000 en banda ancha fija

LA BASE DE CLIENTES DE VODAFONE ESPAÑA CRECE TANTO EN TELEFONÍA MÓVIL COMO EN BANDA ANCHA FIJA

Resultados financieros del 1 de octubre al 31 de diciembre de 2014

- El ritmo de descenso de los ingresos por servicio se desacelera trimestre a trimestre: -8,9%, en términos orgánicos¹ en el último trimestre, frente al -9,3% del trimestre anterior, y -15,3% del primer trimestre del año fiscal
- Los ingresos por servicio fijo crecieron de forma orgánica un 9,9% en el trimestre
- La cartera de Clientes conjunta de telefonía móvil de Vodafone y Ono se incrementó en 31.000 hasta alcanzar al cierre del trimestre los 14.811.000
- La cobertura de 4G, impulsada por el programa Spring, se extendía al cierre del trimestre a 882 municipios y el número de Clientes con tarifa y terminal 4G superaba los 2,2 millones
- La base de Clientes de banda ancha fija creció en 70.000 hasta los 2.776.000 al cierre del trimestre, de los que 1.595.000 eran de fibra y 893.000 disfrutaban de velocidades iguales o superiores a los 50 Mbps
- El número de Clientes de Televisión de Ono ascendía el 31 de diciembre a 784.000; de ellos, 444.000 estaban suscritos a la Televisión Inteligente de Ono -TIVO
- Las iniciativas para mejorar la Experiencia de Cliente han consolidado el liderazgo de Vodafone España en satisfacción de Clientes²

Madrid, jueves 5 de febrero de 2015.- Vodafone España anuncia los resultados financieros del tercer trimestre del año fiscal, del 1 de octubre al 31 de diciembre de 2014. Los ingresos por servicio, incluyendo los de Ono, alcanzaron los 1.171 millones de euros, un 8,9% menos en términos orgánicos¹ que el mismo periodo del año anterior. En el último trimestre continuó la desaceleración en el ritmo de caída de los ingresos: -8,9% frente al -15,3% del primer trimestre del año fiscal y -9,3% del segundo trimestre. Esta mejoría se debe en parte al crecimiento del negocio fijo, cuyos ingresos por servicio aumentaron, en términos orgánicos, un 9,9% frente al mismo periodo del año anterior; y en parte al crecimiento continuo de la base de Clientes de contrato.

La cartera de Clientes conjunta de telefonía móvil de Ono y Vodafone España creció en 31.000 en el último trimestre y superó a 31 de diciembre los 14,8 millones

Al buen resultado comercial del trimestre contribuyó el comportamiento de la portabilidad de Clientes de contrato móvil de Vodafone, que alcanzó los 2.000 en el último trimestre, la primera cifra positiva de los últimos 11 trimestres. Por su parte, la cartera de Clientes de telefonía móvil de Ono aumentó en 50.000.

Además, el número de Clientes suscritos a los planes de precios Vodafone RED, Smart y Base, creció en 334.000 en el último trimestre hasta cerrar con 5.549.000, de los que 2.045.000 corresponden a Vodafone RED, que son las tarifas que ofrecen mayor valor e incluyen voz, datos y SMS.

El número de Clientes de banda ancha fija alcanzó los 2.776.000 de los que 1.595.000 son de fibra y más de 890.000 disfrutaban de velocidades iguales o superiores a los 50 Mbps

La base de Clientes de banda ancha fija de ambas compañías aumentó en el último trimestre en 70.000, de los que 69.200 eran Clientes de fibra. Además, el número de Clientes que disfrutaban de velocidades de acceso iguales superiores a los 50 Mbps aumentó en el trimestre en 93.900 hasta los 893.000.

Estos buenos resultados comerciales vienen en parte impulsados por el liderazgo de Vodafone y Ono en portabilidad fija. En el último trimestre, el resultado neto consolidado de ambas compañías superó los 67.000 Clientes, la cifra más elevada del mercado español.

La base de Clientes de Televisión de Ono alcanzó al cierre del trimestre los 784.000; de ellos, 440.000, un 57% sobre el total, estaban suscritos a la Televisión Inteligente de Ono –TiVO-.

Avances en la implementación de la estrategia

En el último trimestre, Vodafone España continuó avanzando en la implementación de su estrategia, centrada en integrar Ono con éxito, ofrecer la mejor conectividad y construir una experiencia de Cliente diferencial.

Integración de Ono

La integración de Ono y Vodafone avanza de acuerdo a los planes previstos:

- Desde el 25 de agosto existe una oferta cruzada para los Clientes de ambas compañías.
- Vodafone ya utiliza la red de fibra de Ono en su transmisión.
- Ono ya se beneficia de las economías de escala de Vodafone en la compra de sus terminales.
- Se sigue avanzando en la integración de las oficinas de ambas organizaciones.

Las iniciativas de integración marchan según lo contemplado y permitirán generar unas sinergias previstas en valor actualizado de 2.000 millones de euros en costes y 1.000 millones de euros en ingresos.

Mejor conectividad impulsada por el programa Spring

El programa Spring, lanzado por el Grupo Vodafone para acelerar el despliegue de redes de nueva generación y mejorar la experiencia de Cliente, continúa impulsando la extensión de la banda ancha ultrarrápida fija y móvil de Vodafone en España.

- En banda ancha fija, la adquisición de ONO y el despliegue de la red de fibra mutualizada permite a Vodafone llevar sus soluciones convergentes avanzadas a más de 8,2 millones de unidades inmobiliarias. Además, Vodafone sigue adelante con sus planes de despliegue de fibra, HFC y FTTH, con el objetivo estratégico de liderar la banda ancha ultrarrápida. El desarrollo de red FTTH alcanza 916.000 hogares pasados a 31 de diciembre.
- En banda ancha móvil, Vodafone ofrece ya los servicios 4G+ (LTE-A), que duplican la velocidad de descarga de datos a sus Clientes en España hasta alcanzar los 300Mbps. Los servicios 4G+ están disponibles en Madrid, Barcelona, Valencia, Sevilla, Bilbao, Málaga, Zaragoza y La Coruña. De forma progresiva se extenderán a otras ciudades.

Vodafone fue la primera compañía en lanzar servicios 4G en España en mayo de 2013. Al cierre del trimestre, la cobertura 4G llega a más de 882 municipios, entre los que se encuentran las 80 ciudades con más de 70.000 habitantes, todas las capitales de provincia, las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla y las zonas más turísticas. Además, el 4G ya está presente en zonas con alta densidad de tráfico:

12 aeropuertos, 7 estaciones de ferrocarril, 32 espacios destinados a eventos multitudinarios, 20 estadios de fútbol y pistas de esquí, entre otros.

El número de clientes 4G (con tarifa y dispositivo 4G) alcanza los 2,2 millones en diciembre de 2014.

Por otra parte, Vodafone ha activado los servicios de Voz HD, que mejoran la calidad de las llamadas, en el 100% de su red 3G.

Experiencia de Cliente diferencial

Las iniciativas lanzadas para mejorar la experiencia de Cliente permiten a Vodafone consolidar su liderazgo en satisfacción de Clientes².

La experiencia de Cliente de Vodafone se construye sobre distintas iniciativas, como el plan de transformación de tiendas. Vodafone España anunció en 2013 un plan de transformación de su canal de distribución que alcanzará a 500 puntos de venta antes de marzo de 2017 y que supone una inversión de más de 100 millones de euros. El objetivo es ofrecer una experiencia de Cliente diferencial y única en el sector de las telecomunicaciones a través de la transformación del espacio y de los procesos de venta, atención y asesoramiento al Cliente. A 31 de diciembre de 2014, se habían transformado 200 puntos de venta.

La fuerte apuesta por el mercado español permite a Vodafone, de acuerdo con estudios internos, liderar la satisfacción de Clientes², tanto entre Clientes particulares como empresariales, entre los principales operadores del mercado.

Vodafone España

Vodafone España forma parte del Grupo Vodafone, una de las Compañías de telecomunicaciones más grandes del mundo por ingresos y proporciona servicios de voz, mensajería, datos y comunicaciones fijas. Vodafone proporciona servicios móviles en 26 países -y tiene acuerdos con otros 55 más- y servicios de banda ancha fija en 17 países. A 30 de septiembre de 2014, Vodafone cuenta con más de 438 millones de clientes de telefonía móvil y 11 millones de clientes de banda ancha fija. Los 14.800.000 Clientes de telefonía móvil y los 2.700.000 de banda ancha fija de Vodafone España se benefician de la experiencia y capacidad de esta empresa líder mundial, que ayuda a sus Clientes - individuos, negocios y comunidades - a estar mejor conectados en el mundo de las comunicaciones. Para más información, por favor visite: www.vodafone.es

-
- 1) En el crecimiento en términos orgánicos se excluye el negocio de Ono
 - 2) El indicador utilizado para medir la satisfacción de Clientes es el NPS. propuesto por la consultora Bain. El Net Promoter Score se construye con las respuestas dadas por una muestra de Clientes a la pregunta: «¿Recomendaría Ud. este producto o servicio a un familiar o amigo?». Para ello se les pide que den una calificación entre el 0 y el 10, donde 0 es «Muy improbable» y 10 es «Definitivamente lo recomendaría». Según los resultados, los clientes se clasifican en promotores, neutros y detractores.

El índice es el resultado de restar al número de promotores el de detractores. Vodafone España tiene el mejor NPS entre las tres mayores compañías del Sector de Telecomunicaciones en España.