

Utilidades operativas de ETB crecieron 25% y la pérdida integral se redujo a la mitad en 2017

- ETB consolida la reversión del deterioro operativo de años anteriores.
- El Ebitda de 2017 ascendió a \$530 mil millones, un crecimiento de 25% sobre el año precedente.
- El margen Ebitda pasó de 29% a 36%, ubicándose en la parte superior de los registros de la industria.
- Los clientes de fibra crecieron 44% a 291 mil.

Bogotá, 23 de marzo de 2018. En la Asamblea General de Accionistas de ETB realizada hoy, sus directivas entregaron los resultados de 2017, año en el que se logró consolidar el viraje empresarial hacia la sostenibilidad iniciado en 2016, con unos resultados que le dan a la empresa la capacidad para explotar sus tecnologías más modernas y recuperar participación de mercado en la competitiva industria de telecomunicaciones.

Los principales logros ocurren en tres frentes: (i) una mejora sustancial de sus indicadores financieros, en los que se destaca una mayor rentabilidad operativa; (ii) un crecimiento sostenido de clientes de fibra óptica y TV y (iii) una mejora estructural de sus procesos internos, que se evidencia en los indicadores de servicio al cliente y otros aspectos.

1. Mejores indicadores financieros

El Ebitda de 2017 ascendió a \$530 mil millones, un crecimiento de 25% sobre el año precedente, con lo cual el margen de Ebitda pasó de 29% a 36%, ubicándose en la parte superior de los registros de la industria. Se consolida así la reversión del deterioro operativo de años anteriores.

Esta mejora se debe principalmente a las políticas de austeridad adoptadas en 2016. En 2017 los costos y gastos operativos ascendieron a \$928 mil millones, 10% menos que en 2016, cuando ya habían decrecido 2% frente a 2015 para un ahorro acumulado de \$129 mil millones en estos dos años; un paso importante para afianzar la cultura de frugalidad necesaria para competir eficientemente.

Así mismo, la composición del ingreso sigue diversificándose hacia los segmentos de mayor potencial. Los nuevos productos (fibra óptica, TV y servicios móviles) aumentaron su participación en el ingreso a 25%, mientras que en 2015 representaban apenas 10%.

“El principal beneficio de las políticas de austeridad de los dos últimos años fue producir una reducción combinada de gastos operativos y de inversión de \$634 mil millones fortaleciendo el flujo operativo de ETB, el principal barómetro de su sostenibilidad. Lo anterior deja a la empresa en una situación más sólida que hace posible acometer nuevos proyectos de expansión comercial y densificación de redes”, reveló Jorge Castellanos Rueda, presidente de ETB.

No obstante, la compañía produjo una pérdida integral de \$130 mil millones, 49% inferior al año anterior. Esto se debe a los gastos contables de depreciaciones, amortizaciones y provisiones que ascendieron a \$711 mil millones, 11% superior a 2016, por efecto de las grandes inversiones anteriores. Por lo anterior, no es posible distribuir dividendos.

2. Crecimiento comercial

Al cierre de 2017, los clientes de fibra crecieron 44% a 291 mil, repartidos en todos los estratos socioeconómicos y empresas de Bogotá y otros municipios. Complementariamente, los usuarios de TV aumentaron 8% a 128 mil. En servicios móviles, una depuración de la base de clientes para mejorar la cartera y usuarios inactivos redujo 15% su número, a 594 mil que, no obstante, generaron un ingreso 7% superior al de esta línea en 2016. En síntesis, estos resultados evidencian el enfoque prioritario en lo comercial sobre la expansión de redes, y la transición hacia los productos más competitivos.


3. Mejora en procesos de atención al cliente

En 2017 se maduraron proyectos iniciados en 2016 y se acometieron otros nuevos que arrojan resultados concretos en los indicadores con mayor incidencia en la experiencia de los clientes, mediante el cambio de dos proveedores de *call center* y otros servicios a seis nuevas firmas, seleccionadas entre los líderes de esta industria a final de 2016, e implementado en la primera mitad de 2017.

Como resultado, los contactos de los usuarios para solicitar asistencia se redujeron 16%, al tiempo que los parámetros de calidad de la atención, y por ende de su satisfacción, aumentaron significativamente. Por ejemplo, el porcentaje de solución en la primera llamada de quienes solicitan apoyo subió 12 puntos porcentuales en el año. Lo anterior dentro del objetivo estratégico y prioritario de alcanzar la excelencia en el servicio como distintivo fundamental de la cultura de ETB, en la que seguiremos trabajando a mediano y largo plazo como parte de nuestro ADN.

“El reto más importante después de haber conseguido estabilizar la empresa y contar con las condiciones para competir en el mercado será maximizar el valor de la compañía a partir de la implementación de la eficiencia y la atención al cliente como columna vertebral de la estrategia, aunado a un recurso humano de excelencia”, comentó Jorge Castellanos.

Contáctenos:
Gerencia de Comunicaciones

 +57 (1) 242 2520

 prensaetb@etb.com.co