

## ETB crece en sus productos de fibra óptica: internet de ultra banda ancha y TV

- En el primer trimestre del año, los clientes de fibra suman 312 mil, un crecimiento del 7%.
- El Ebitda al tercer trimestre llegó a \$121 mil millones y a un margen de 35%, con lo cual se mantiene estable por séptimo trimestre consecutivo.
- La satisfacción de los clientes a través de todos los canales de atención mejora significativamente.

**Bogotá, 16 de mayo de 2018** – ETB entregó hoy los resultados del primer trimestre del año, entre los que se destaca un crecimiento en los clientes de internet de ultra velocidad y TV.

Los usuarios de fibra óptica llegaron a 312 mil, un incremento de 7% en los tres primeros meses del año. Complementariamente, los clientes de TV aumentaron a 131 mil. En servicios móviles, una estrategia enfocada en la consecución de clientes pospago permitió que estos aumentaran 10% y llegar así a los 239 mil mientras que en prepago se depuraron usuarios inactivos para llegar a 343 mil que realizan recargas constantes.

De esta manera, la composición del ingreso sigue diversificándose hacia los segmentos de mayor potencial. Los nuevos productos de fibra óptica y móviles aumentaron su participación en el ingreso de la compañía a 27%, mientras que en el mismo periodo de 2017 representaban 25%. Es decir que, pese al fenómeno mundial de pérdida de línea fija, ETB sigue manteniendo sus clientes gracias a la migración a nuevas tecnologías que ofrece la fibra óptica.

Y como lo habían anunciado las directivas de la empresa en la última entrega de resultados, para 2018 se preveía impactar ligeramente las utilidades operativas para aumentar el número de clientes y responder a la estrategia comercial trazada. Es así que el Ebitda (utilidades antes de intereses, impuestos, depreciaciones y amortizaciones) alcanza \$121 mil millones en el primer trimestre del año, un poco por debajo con respecto al mismo periodo del año anterior, \$131 mil millones. Sin embargo, el margen Ebitda se mantiene estable por séptimo trimestre consecutivo en niveles del 35%, que lo ubica en la parte superior de los registros de la industria.

Este resultado se da en gran medida porque todos los rubros asociados al crecimiento comercial aumentan, es decir, la empresa le apunta a que con un mayor gasto comercial se impulsen las ventas, sobre todo en el segundo semestre del

2018. Los resultados ya se empiezan a apreciar, pues el último estudio de Top of Mind revela que ETB es la marca #1 en Bogotá. La encuesta realizada por Invamer Gallup para la revista Dinero ubica a ETB en el primer lugar de recordación en Bogotá en la categoría de Comunicaciones con un 53%, mientras que el segundo lugar queda con apenas 15%.

Así mismo, ETB mantiene un flujo de caja operativo, es decir la liquidez de la empresa, con un saldo positivo de \$76 mil millones al primer trimestre de 2018.

Sin embargo, la entrada en vigencia de la Resolución 5111, que entre otras impide el cobro de cargos a clientes suspendidos, y la ley de garantías que hace lentos los negocios asociados a Gobierno, impactan los ingresos de la empresa en el primer trimestre del año, que se ubican en \$341 mil millones frente a \$362 mil millones del primer trimestre del año anterior.

Los cargos contables, atribuibles principalmente a depreciaciones y amortizaciones de las grandes inversiones pasadas, generan una pérdida integral de \$64 mil millones.

El foco de la empresa es mejorar el servicio al cliente, que a largo plazo es la clave diferencial para generar mayor valor a la compañía. La nueva administración de ETB comenzó con reemplazar un operador de call center por seis nuevas empresas líderes del mercado y ahora se trabaja en disminuir los retiros de clientes al mejorar la satisfacción de los usuarios. Este índice subió a 7,6, superior al 6,6 del año anterior en call center y en Tiendas, la calificación fue de 8,1 mientras que en 2017 fue de 6,9.

De igual manera la empresa continúa desarrollando módulos de autogestión para que cada cliente pueda resolver dudas en el menor tiempo posible y sin necesidad de contactar con los operadores del call center. Así, los contactos a nuestros call han disminuido y la solución en la primera llamada aumentó al 47% en el primer trimestre del año, cuando en 2017 fue de 28%.

**Mayor información para prensa:**

Gerencia de Comunicaciones  
(57) 1 242 3794 – 305 7066072

**Información de servicio al cliente:**

(1)3777777 para Bogotá y 018000112170 a nivel nacional.

**Contáctenos:**  
Gerencia de Comunicaciones

 +57 (1) 242 2520

 [prensaetb@etb.com.co](mailto:prensaetb@etb.com.co)