

ETB alcanza utilidades por \$1.200 millones en el primer trimestre de 2019

- *ETB obtuvo un Ebitda de \$138 mil millones con un margen del 39%, sosteniendo así el resultado positivo de los periodos anteriores. Así mismo, la compañía sigue acumulando flujo de caja operativo positivo por tercer año consecutivo.*
- *Los clientes de fibra crecieron hasta 344 mil, un 10% por encima del mismo periodo del 2018. Este producto tiene una participación del 21% del ingreso total del portafolio de la compañía.*
- *El modelo de atención al cliente en el segmento Empresarial y Gobierno obtuvo un oro en el Premio Nacional a la Excelencia de la Industria en las Interacciones con Clientes.*

Bogotá, 27 de mayo de 2019 – En el primer trimestre del año, ETB registró una utilidad final de \$1.200 millones, manteniendo los indicadores positivos registrados en el 2018. El Ebitda llegó a \$138 mil millones, \$17 mil millones por encima del mismo periodo del año pasado, con un margen del 39%. Adicionalmente, ETB sigue acumulando flujo de caja operativo positivo por tercer año consecutivo.

En cuanto al número de clientes de fibra óptica se destaca un crecimiento del 10% comparado con el 1T del 2018 al alcanzar los 344 mil usuarios. Complementariamente, los clientes de TV suman 122 mil y en servicios móviles llegaron a 445 mil.

Otro de los pilares estratégicos de la competitividad de ETB está representado en el segmento Empresarial y Gobierno, que genera más del 40% de los ingresos de la compañía, gracias al amplio portafolio de servicios de TI. Estas capacidades le permiten a la empresa ser el socio tecnológico para la ciudad inteligente en ámbitos como la movilidad, seguridad ciudadana, internet de las cosas y atención a la ciudadanía.

En cuanto al servicio, ETB sigue mejorando la experiencia de sus clientes porque constituye su fortaleza en una industria altamente competitiva. Es así como el modelo de atención posventa del segmento Empresarial y Gobierno, ejecutado por nuestro aliado Konecra, obtuvo el primer lugar en el Premio Nacional a la Excelencia de la Industria en las Interacciones con Clientes.

De la misma manera, el NPS, índice de recomendación de los usuarios para servicios masivos, siguió creciendo y se ubica en 14,8 mientras que en el 2016 fue de 11,6. Así mismo, las llamadas entre el 1T del 2019 y el mismo periodo del 2018 registraron una disminución del 22%; la tasa de reclamos bajó en un 23% desde el 2017.

Estos indicadores positivos han contribuido a que ETB se mantenga en la mente de los colombianos como una de las marcas más poderosas del país y la más recordada en el segmento de Comunicaciones, tanto a nivel nacional como en Bogotá, en niños, jóvenes y adultos, de acuerdo con el más reciente estudio de *Top Of Mind* realizado por la firma Invamer y publicado por la revista Dinero.