

Abril 29 de 2011  
Oficina de Comunicaciones de EMTELCO

## **Primer trimestre de 2011: Un panorama muy positivo para EMTELCO.**

**Con un crecimiento en la utilidad neta de 103%, esta filial del grupo EPM ratifica su crecimiento sostenible en el sector de Contact Center & BPO en Colombia.**

Los indicadores financieros que obtuvo EMTELCO en el periodo enero-marzo de 2011, muestran un crecimiento importante con respecto al año anterior; es así como los **ingresos operacionales netos** fueron de \$27.305 millones frente a los \$19.900 millones reportados en el mismo periodo en el 2010. El **EBITDA** para este primer periodo es de \$3.960 millones lo que representa un aumento de 33%.

El buen momento por el que pasa EMTELCO se ve reflejado igualmente en un crecimiento del **resultado operacional** que ascendió a \$2.826 millones, lo que significa un crecimiento del 92%, y la **utilidad neta** pasó de \$1.100 millones reportados el año pasado a \$2.220 millones, lo que indica un crecimiento de 103% en este primer trimestre del año.

### **Factores determinantes de crecimiento**

La llegada de nuevos clientes como NOVAVENTA ha llevado a EMTELCO a ampliar su capacidad instalada, terminando el primer trimestre con 2.400 puestos **Contact Center** distribuidos en Medellín, Pereira y Manizales; y con un equipo de **atención presencial y puerta a puerta** compuesto por más de 450 personas ubicadas en Bogotá, Cartagena, Barranquilla, Cúcuta, Bucaramanga, Cali, Buga, Manizales, Armenia y Barrancabermeja.

Respondiendo a este crecimiento, EMTELCO inició operaciones en el mes de abril en su **Nueva Sede** ubicada en el sector industrial cerca al aeropuerto Olaya Herrera donde están operando el área administrativa y cerca de 1.000 puestos de Contact Center. Con esta nueva sede se completa una infraestructura de 4 sedes operativas en la ciudad de Medellín.

En cuanto a oferta de servicios, durante el primer trimestre EMTELCO se enfocó en su solución de relacionamiento en las **redes sociales**: administración, monitoreo e interacción de cuentas corporativas en facebook y twitter; así como la complementación de la gestión de clientes y estrategias de relacionamiento a través de herramientas de **CRM**.