



2016ko lehen sei hilekoko emaitzak

% 76,9 hazi da Euskaltel taldea 2016ko lehen sei hilabeteetan

30,2 milioi euroko irabazi garbia izan du Euskaltel taldeak lehen sei hilekoan

Hazten jarraitzen du Euskaltel Taldeak: diru-sarrera handiagoak, bezero gehiago, emaitza hobekak

- **2016ko ekitaldiko lehen sei hilekoan, 286 milioi euroko diru-sarrera izan du Euskaltelek; 2015eko lehen sei hilekoan, berriz, 161,7 milioikoa. Honenbestez, % 76,9koa izan da hazkundera.**
- **Nabarmen hazi dira emaitza operatiboak: EBITDA 139,3 milioi eurokoa izan da; aurreko ekitaldiko lehen sei hilekokoak, berriz, 76 milioikoa. % 83,3koa izan da, beraz, hazkundera. Diru-sarrerekiko marjina % 48,6 izan da; 2015eko lehen sei hilekokoak, berriz, % 47.**
- **Kutxa-bihurketa handia. Cash Flow Operatibo doitua 93,7 milioikoa izan da; aurreko urtean, berriz, 57,7 milioikoa. Beraz, % 62,2 hazi da. Aitzindari da Euskaltel, Europan, kutxa-bihurtzearen ratioari dagokionez (% 67,2), gure sektoreko Europako emaitzarik onenak % 60 ingurukoak baitira.**
- **Urteko lehenbiziko sei hilekoko emaitza garbia 30,2 milioi euro izan da; iazko lehen sei hilekokoak, berriz, -18,4 milioi euro, burtsara ateratzeak eragindako gastuak zirela medio. Aurtengo lehen sei hilekoan, beraz, iazkoan baino 48,6 milioi euro handiagoa izan da emaitza.**

Bilbon, 2016ko uztailaren 28an. Gaur aurkeztu ditu Euskaltelek 2016ko lehen sei hilekoko emaitzak. Urte historikoa izan zuen 2015a Euskaltelek: burtsara atera zen, eta Galiziako operadore nagusiarekin, R-rekin, bat egin eta Espainiako iparraldeko operadore nagusi bihurtu zen. Bi enpresek bat egin ondoren datu bateratuak aurkezten dituzten lehenbiziko sei hileko honetan, gora egin dute taldearen bezero-kopuruak, errentagarritasunak eta diru-sarrerek; 30,2 milioi eurokoa izan da irabazi garbia, aurreko ekitaldiko lehen sei hilekoan baino 48,2 milioi handiagoa. 18,4 milioi euroko galdera izan zuen konpainiak aurreko ekitaldiko lehen sei hilekoan, burtsara ateratzeak eragindako gastuak zirela eta.

Aurtengo lehen seihilekoan, 286 milioi euroko diru-sarrerak izan ditu Euskaltelek; aurreko urteko lehen seihilekoan, berriz, 161,7 milioi. Beraz, % 76,9koa izan da igoera. Epe horretan R-k izandako diru-sarrerak ere alderaketan sartuz gero, % 2,3ko hazkundera izan du taldeak. Etxebizitzen merkatuan izan den igoera (% 4,8) du oinarri emaitza horrek, zeinak berretsi egiten baitu merkatu horretan eta SOHO segmentuan erabili dugun estrategia komertzialaren egokitasuna. Balio handiko hiru eta lau produktuko paketeetarako bezero berriak lortzea du helburu nagusi estrategia horrek, eta lehendik ditugun bezeroen bizi-zikloaren balioa ahalik eta gehiena handitzea.

Bilakaera hori dela eta, nabarmen hazi dira emaitza operatiboak: EBITDA 139,3 milioi eurokoa izan da; aurreko ekitaldikoa, berriz, 76 milioikoa (% 86,3ko igoera). 2016ko lehen sei hilabeteetan Euskaltelek eta R-k izandako EBITDAk batuta, % 7,9 hazi da taldearen EBITDA. Diru-sarreretikiko marjina % 48,6 izan da; 2015eko lehen seihilekoko, berriz, % 47.

Hazkunde sendoa eta diru-iturriak aurkitzeko ahalmen handia

Cash Flow Operatibo doituia 93,7 milioikoa izan da; aurreko urteko epe berean, berriz, 57,7 milioikoa. Beraz, % 62,2 hazi da. Honenbestez, aitzindari izaten jarraitzen du Euskaltelek, Europan, kutxa-bihurtzearen ratioari dagokionez (% 67,2), gure sektoreko Europako emaitzarik onenak % 60 ingurukoak baitira. Batez ere faktore hauek ekarri dute kaxa-fluxuaren bihurtzearen hobekuntza: belaunaldi berri bateko zuntz-sare propioa edukitzeak, eta operadorearen negozio-estrategiak. Horri esker, bezeroak erakartzeko eta lehendik dituen eusteko erabiltzen ditu konpainiak bere kapital-inbertsio nagusiak.

2016ko lehen seihilekoaren amaieran, 1.307 milioi eurora jaitsia zen finantza-zorra. Beraz, palanka-efektu finantzarioa azken 12 hilabeteetako EBITDAren halako 4,7 izan da; 2015eko ekitaldiaren amaieran, berriz, 5,1. Konpainiaren kalkuluen arabera, kontuan izanik diru-iturriak aurkitzeko Euskaltelen ahalmena, 2016ko ekitaldia amaitzean EBITDArekiko zor-ratioa 4,5-etik beherakoa izatea espero du operadoreak. Hori dela eta, 2017tik aurrera akziodunei dibidenduak ordaintzen hasteko moduan izango litzateke konpainia.

Euskaltelen bezero diren etxeak, 548.000; kontratatutako produktukopurua, 1,86 milioi

Taldearen negozioaren egungo datu operatiboak eta Euskaltelen eta R-ren 2015eko lehen seihilekoko negozioen batura alderatuta, inflexio-puntua izan du Euskaltel Taldeak, eta joera-aldaketa sektoreak azken urteotan izan duen ibilbidean, hazi egin baita etxeko sektoreko bezero-kopurua.

2016ko lehen seihilekoaren amaieran, 548.000 bezero zituen Euskaltel taldeak etxeko segmentuan, aurreko urteko epe berean baino % 0,5 gehiago. Eutsi egion dio, beraz, urtearen lehen hiruhilekoan hasitako hazkuntza-joerari, eta izugarri hazi da produktu hauen kontratazioa: ordainpeko telebistarena eta mugikorrena.

Orotara, 1,86 milioi produktu dituzte etxeko sektoreko bezeroek, hau da, 59.000 produktu berri saldu dira sektore horretan 2016ko urtarilaren eta ekainaren artean.

Bestalde, nabarmen egin du gora balio handiko produktuen kontratazioak bezero berrien artean: erabiltzaile berrien % 82k hiruzpalau produktuko zerbitzuak kontratatzen dituzte.

Mugikorreko 90.000 linea gehiago, eta 27.000 bezero berri ordainpeko telebistak

Telefonia mugikorreko 90.000 linea gehiago zituen Euskaltelek 2016ko lehen seihilekoaren amaieran, hots, aurreko ekitaldiko data berean baino % 13,7 gehiago. Sendotu egin da, honenbestez, gure operadorearen aitzindaritzea merkatu-segmentu horretan. Mugikorraren hedapen-ratioaren errekorra ere aipatzekoa da; izan ere, 2016ko lehen sei hilabeteotan, Euskaltel Taldearen bezeroen % 76k daukate kontratatuta gure operadorearekin telefono mugikor bat, gutxienik.

Etxeko segmentuko hazkundearen sendotasunak beste euskarri bat ere izan du: ordainpeko telebista daukan taldeko bezero-kopuruaren areagotzea (27.000 linea berri, 2015eko lehen seihilekoan baino % 11,2 gehiago). Bestalde, telebistako bezeroen kopuruak ere etengabe egin du gora, eta bezero-kopuru osoaren % 54ra iritsi da 2016ko lehen seihilekoan; duela urtebete, % 47 zen portzentajea.

Telebistari dagokionez, hau izan du oinarri taldearen estrategiak: telebista-funtzionaltasunen balio handiko zerbitzuak (nPVR, VoD, Star-over...) eta Premium edukiak eskaintzea (Canal+Series eta Canal+Estrenos). Estrategia horri esker, gora egin du kontsumoak eta bezeroen gogobetetasun-mailak.

Behera egin du churnak, eta gora 3 eta 4 produkturen kontratazioak

Taldearen lehiakortasun-indarraren adierazle da bezeroen leialtasuna: % 14,8tik % 14,1era jaitsi da churn-ratioa 2015eko amaieratik 2016ko ekainaren amaierara. Mugikortasun-zerbitzuetan eta, batez ere, bezero-segmentu bakoitzaren premietara egokitutako balio handiko zerbitzu bateratuak eskaintzeko estrategien arrakastari esker lortu da emaitza hori.

Konpainiaren produktuak bateratzeko estrategia hori dela eta, asko hazi da zerbitzu-paketetan eskaintzen diren balio handiko produktuen kontratazioa: Euskaltel taldeko bezeroen % 65,2k daukate kontratatuta hiru zerbitzu edo gehiago; 2015eko lehen seihilekoan, berriz, % 61,2k.

Hori dela eta, bezeroko kontratatutako produktu-kopuruak ere gora egin du: 2015eko lehen seihilekoan, 3,2 produktu; 2016ko lehen seihilekoan, 3,4.

Bereziki aipatzekoa da, alor horri gagozkiola, SOHO segmentuaren bilakaera, zeina enpresaren diru-sarrera osoaren % 40 baita. Etxeko sektoreak bezala, hazkunde handia izan du segmentu horrek ere: % 3,2koa, azken urtean.

Euskaltel – Komunikazioa

94-4011229

komunikazioa@euskaltel.com

