

Mauricio Ramos :

« Notre objectif stratégique absolu consiste en une double reconfiguration de notre activité. Premièrement, nous favorisons une croissance rapide des données sur mobiles et développons l'empreinte du câble, pour reconfigurer notre mix de revenus vers ces segments à forte croissance, pendant que les revenus voix et SMS diminuent. En second lieu, nous reconfigurons la structure de coûts de notre activité, en augmentant notre efficacité opérationnelle.

Nous avons fait de nouveaux progrès dans cette transformation au cours du troisième trimestre. Sur le câble, nous avons construit 180 mille maisons HFC, en convertissant 54 mille maisons cuivre et en ajoutant 126 mille nouvelles maisons. Notre empreinte est maintenant proche de notre cible en fin d'année de 8 millions de maisons passées et la pénétration des maisons passées reste fermement sur l'objectif qui était fixé. Dans le mobile nous avons réalisé une pénétration plus profonde des Smartphone dans la base clients, avons étendu nos réseaux 4G et avons ajouté 679 mille utilisateurs 4G, en fournissant à nos clients les services de qualité et de valeur supérieures qu'ils recherchent. Les clients des données sur mobiles ont grimpé à 33.2 % de notre base totale sur mobiles, et les données ARPU ont continué à se développer au cours du trimestre.

Les conditions du marché demeurent très compétitives sur plusieurs marchés du mobile, en particulier en Colombie, notre plus grand marché, où des vents macro-économiques contraires et des pressions continues de la concurrence ont accéléré la baisse des revenus voix et SMS. Ce qui a contrarié de manière significative notre croissance sur le trimestre, mais nous tenons notre discipline sur les prix en pilotant des gains d'efficacité opérationnelle et de capex, et en améliorant notre génération de trésorerie. Ces changements se reflètent dans notre marge EBITDA ajustée qui s'est améliorée à 36.1 % . »