

# Millicom desembolsa US\$ 21 millones en indemnizaciones en Chile **y reduce deuda de la filial**



■ La firma registró ingresos totales de US\$ 255 millones durante sus primeros 50 días en el país, y comprometió la apertura de 50 tiendas adicionales.

POR CATALINA VICUÑA

Un “playbook” robusto ha aplicado la firma luxemburguesa Millicom en Chile luego de su aterrizaje en el país, tras la compra –por US\$ 1.215 millones– de los activos de Telefónica en el país, más conocidos como Movistar.

En sus resultados financieros del primer trimestre del año, Millicom señaló que en Chile ya han

completado una reestructuración de la planilla de funcionarios, que ha significado una reducción del 35% de la oficina hoy ubicada en un edificio a un costado de la emblemática torre de 34 pisos de Telefónica en plena Av. Providencia, actualmente a la venta.

Dicho movimiento organizacional, transparentó la firma, significó el desembolso –en abril pasado– de Millicom en cerca de \$19.000

millones (unos US\$ 21 millones) de gastos de indemnizaciones por despido.

Según afirmó el CEO de Millicom, Marcelo Benítez, estas reestructuraciones forman parte de una estrategia mayor de la teleoperadora en Chile. Y si bien “aún es pronto”, consignó, el nuevo equipo directivo en el país –dirigido hoy por la colombiana Carolina Vallejo– “ya ha tomado medidas decisivas para simplificar la oferta comercial, estabilizar el ARPU (costo promedio de los planes fijos), reducir el

apalancamiento y redimensionar la organización”, afirmó.

Esto, cabe recordar, se enmarca en pleno proceso de preparación para el esperado desembarco de la marca comercial con la que Millicom ya opera en otros países de la región: Tigo. Según adelantó DF, la firma ya presentó una solicitud ante el Instituto Nacional de Propiedad Industrial (Inapi) para inscribir la marca en Chile, con su característico logo azul.

A través de una presentación, Millicom detalló los principales

avances desde su llegada en Chile, enumerando que ya han reducido su deuda en US\$ 85 millones, “mejorando el apalancamiento en ~0,4x”; realizado inversiones focalizadas, “auditoría de red y optimización que ya mejoraron la calidad y cobertura”; y simplificado la (ahora) exoferta comercial de Movistar, eliminando estrategias de “precios irracionales” con un “compromiso de ampliar la huella comercial en 50 tiendas adicionales”.

En cifras, Millicom contabilizó que durante sus primeros 50 días registró ingresos totales (servicios más equipos) de US\$255 millones en Chile, junto a un Ebitda ajustado por US\$5 millones.