

INFORME ETAPA III

**Análisis del Mercado de
Productos de
Telecomunicaciones en Chile**



**Gobierno de Chile
Subsecretaría de Telecomunicaciones**

ID 606-68-LE08

Enero 2009

Empresa Consultora Acons Ltda.



Tabla de Contenidos

TABLA DE CONTENIDOS	2
ÍNDICE DE TABLAS.....	5
ÍNDICE DE FIGURAS.....	7
1 INTRODUCCIÓN.....	9
1.1 Objetivos del Estudio	9
1.1.1 Objetivos Generales	10
1.1.2 Objetivos Específicos.....	10
1.2 Objetivos y Alcances de la Tercera Etapa	11
1.3 Metodología de Trabajo.....	12
1.4 Estructura del Informe.....	14
2. ANÁLISIS Y RESULTADOS DE LA INFORMACIÓN OBTENIDA.....	16
2.1 Introducción.....	16
2.2 Información Obtenida de la Web	16
2.2.1 Introducción.....	16
2.2.2 Información Obtenida de la Web	17
2.2.3 Análisis de Empresas en la Web	19
2.2.4 Conclusiones.....	25
2.3 Información Obtenida de Respuestas de las Empresas	27
2.3.1 Introducción.....	27
2.3.2 Acciones de Validación y Seguimiento de las Respuestas.....	27
2.3.3 Análisis de Respuestas de las Empresas.....	28
2.3.4 Conclusiones.....	31
2.4 Mejoramiento Propuesto por las Empresas	32
2.4.1 Introducción.....	32
2.4.2 Empresa TRANSAM.....	32
2.4.3 Empresa VTR.....	32
2.4.4 Empresa Telefónica Chile.....	32
2.4.5 Observaciones Planteadas por Empresas Dominantes	33
2.4.6 Conclusiones.....	33
2.5 Comparación de Información Web-Empresas	34
2.5.1 Introducción.....	34
2.5.2 Segmento de Telefonía Local.....	34
2.5.3 Segmento de Telefonía Larga Distancia.....	38
2.5.4 Segmento Internet.....	44
2.5.5 Segmento Televisión Pagada.....	51
2.5.6 Segmento Telefonía Móvil.....	54
2.5.7 Segmento Telefonía Móvil más Internet.....	58
2.5.8 Segmento Servicios Paquetizados Locales.....	72
2.5.9 Conclusiones.....	79
3. ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA DE TELECOMUNICACIONES	80
3.1 Análisis de la Industria	80
3.2 Mercado de Telefonía Local	83
3.2.1 Introducción.....	83
3.2.2 Análisis de Planes y Segmentación de Clientes	83
3.2.3 Análisis de Tarifas y Cobertura.....	86



3.2.4	Servicios de Valor Agregado.....	89
3.2.5	Análisis de Modelos de Tarifas	89
3.3	Mercado de Telefonía Larga Distancia.....	96
3.3.1	Introducción.....	96
3.3.2	Análisis de Planes y Segmentación de Clientes	96
3.3.3	Análisis de Tarifas.....	97
3.3.4	Servicios de Valor Agregado.....	103
3.3.5	Modelos de Tarifas	103
3.4	Mercado de Internet	109
3.4.1	Introducción.....	109
3.4.2	Análisis de Planes y Segmentación de Clientes	109
3.4.3	Análisis de Tarifas.....	109
3.4.4	Servicios de Valor Agregado.....	115
3.4.5	Análisis Modelo de Tarifa.....	115
3.5	Mercado de Televisión Pagada.....	119
3.5.1	Introducción.....	119
3.5.2	Análisis de Planes y Segmentación de Clientes	119
3.5.3	Análisis de Tarifas.....	120
3.5.4	Análisis de Modelos de Tarifas	123
3.6	Mercado de Telefonía Móvil	125
3.6.1	Introducción.....	125
3.6.2	Análisis de Planes y Segmentación de Clientes	125
3.6.3	Análisis de Tarifas y Cobertura	127
3.6.4	Servicios de valor Agregados	131
3.6.5	Análisis Modelos de Tarifas	131
3.7	Mercado de Internet Móvil Banda Ancha.....	143
3.7.1	Introducción.....	143
3.7.2	Análisis Planes y Segmentación de Clientes	145
3.7.3	Análisis de Tarifas.....	145
3.7.4	Servicio de Valor Agregado	147
3.7.5	Modelos de Tarifas	147
3.8	Mercado de Servicios Paquetizados Locales.....	149
3.8.1	Introducción.....	149
3.8.2	Análisis Planes y Segmentación de Clientes	149
3.8.3	Análisis de Tarifas.....	150
3.8.4	Análisis de Modelos de Tarifas	161
3.8.5	Promociones y Campañas.....	162
3.9	Previsión de Productos y Evolución.....	163
3.9.1	Previsión de Productos y Evolución.....	163
3.9.2	Evolución Desde el Mundo de la Telefonía Local de Telecomunicaciones.....	163
3.9.3	Evolución desde el Mundo Inalámbrico	164
3.9.4	Telefonía Local	167
3.9.5	Estructura de Productos	169
3.9.6	Estructura de Productos Paquetizados.....	172
3.9.7	Larga Distancia	174
3.9.8	Estructura de Productos	175
3.9.9	Internet.....	177
3.9.10	Estructura de Productos	178
3.9.11	Televisión.....	180
3.9.12	Estructura de Productos	181
3.9.13	Telefonía Móvil.....	184
3.9.14	Estructura de Productos	185



3.9.15 Estructura de Productos Internet Móvil	189
4. CONCLUSIONES	192
4.1 Información Obtenida de la Web	192
4.2 Información Obtenida de Respuestas de las Empresas	192
4.3 Mejoramiento Propuesto por las Empresas	193
4.4 Comparación de Información Web-Empresas	193
4.5 Análisis de la Industria	193
4.6 Mercado de Telefonía Local	194
4.7 Mercado de Telefonía de Larga Distancia	196
4.8 Mercado de Internet	197
4.9 Mercado de Televisión Pagada	198
4.10 Mercado de Telefonía Móvil	199
4.11 Mercado de Internet Móvil Banda Ancha	200
4.12 Mercado de Servicios Paquetizados Locales	200
4.13 Previsión de Productos y Evolución	201
ANEXOS	203
1. Resumen de Información Entregada por las Empresas en sus Sitios Web	203
2. Resumen Detallado de Respuestas de Empresas	206
GLOSARIO	212



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 - Equipo de Trabajo por ACONS.....	12
Tabla 2 - Porcentaje de Respuesta por Segmento.....	30
Tabla 3 - Cantidad de Planes por Empresa.....	35
Tabla 4 - Cargo Fijo Mensual Planes Residenciales Telefónica Chile.....	36
Tabla 5 - Cargo fijo mensual Planes VTR.....	37
Tabla 6 - Cantidad de Planes de Larga Distancia por Empresa.....	38
Tabla 7 - Comparación de Planes LD Entel, Empresa / Web.....	40
Tabla 8 - Comparación de Cargo Fijo Mensual Planes LD de VTR.....	41
Tabla 9 - Comparación Web/Empresas Internet.....	44
Tabla 10 - Comparación Web/Empresas Televisión.....	51
Tabla 11 - Comparación Planes Empresa-Web.....	54
Tabla 12 - Diferencias en Comparación Planes Empresa-Web.....	55
Tabla 13 - Detalle de las diferencia Web-Empresa.....	56
Tabla 14 - Plan de Datos Movistar.....	59
Tabla 15 - Planes Blackberry Libres Movistar.....	60
Tabla 16 - Planes de Datos Adicionales a un Plan de Voz (Claro).....	64
Tabla 17 - Planes de Datos sin Plan de Voz (Claro).....	64
Tabla 18 - Planes Ilimitados (Claro).....	65
Tabla 19 - Servicios Adicionales y Planes Blackberry (Claro).....	66
Tabla 20 - Planes Ilimitados (Entel PCS).....	69
Tabla 21 - Comparación Planes Empresa-Web Paquetizados Local.....	73
Tabla 22 - Productos Simples a Combinar en Paquetizados de VTR.....	77
Tabla 23 – Listado de Empresas por Segmentos Competitivos.....	80
Tabla 24 - Cantidad de Planes por Región y Empresa.....	84
Tabla 25 - Cantidad de Planes por Tipo de Cliente.....	85
Tabla 26 - Cargo fijo promedio por empresa clientes residenciales.....	86
Tabla 27 - Cargo fijo promedio por región clientes residenciales.....	87
Tabla 28 - Valor Promedio del Segundo Adicional, Planes sin Minutos Incluidos.....	88
Tabla 29 - Valor promedio del minuto incluido LDN contratado.....	97
Tabla 30 - Valor Promedio del Minuto incluido LDI Contratado.....	98
Tabla 31 - Valor del Minuto a Diferentes Destinos para LD Discado.....	100
Tabla 32 - Valor del Minuto a Diferentes Destinos para LD Discado.....	100
Tabla 33 - Valor del minuto a diferentes destinos LDN / LDI contratado.....	101
Tabla 34 - Valor del minuto a diferentes destinos LDN/ LDI contratado.....	102
Tabla 35 - Cargo Fijo Promedio por Rango de Velocidad.....	110
Tabla 36 - Cargo Fijo Promedio por Rango de Velocidad Empresa.....	111
Tabla 37 - Cargo fijo promedio por rango de velocidad / región geográfica.....	113
Tabla 38 - Cargo Fijo Promedio /Rango de Velocidad / Región Geográfica Empresa.....	114
Tabla 39 - Cantidad de Planes Ofrecido por Cada Empresa.....	120
Tabla 40 - Cargo Fijo Promedio por Empresa.....	120
Tabla 41 - Cargo Fijo Promedio por Región y Empresa.....	121
Tabla 42 - Número de Planes con Contrato y Prepago.....	126
Tabla 43 - Número de Planes para Cliente Empresa y Persona.....	127
Tabla 44 - Valor Promedio del Minuto Adicional On Net.....	128
Tabla 45 - Valor Promedio del minuto adicional Off Net.....	128
Tabla 46 - Valor Promedio del Cargo Fijo Planes Residenciales con Contrato.....	129
Tabla 47 - Comparación de Planes con Características Similares.....	131
Tabla 48 - Característica del Plan Familiar.....	140
Tabla 49 - Planes Internet Móvil Movistar.....	145
Tabla 50 - Planes Internet Móvil Entel PCS.....	146



Tabla 51 - Planes Internet Móvil de Claro.....	146
Tabla 52 - Planes iPhone Libres de Movistar.....	147
Tabla 53 - Planes iPhone de Claro.....	147
Tabla 54 - Cantidad de Planes Paquetizados	149
Tabla 55 - Cargo Fijo Promedio por Empresa.....	150
Tabla 56 - Cargo Fijo Promedio por Empresa.....	151
Tabla 57 - Cargo Fijo Promedio por Empresa.....	151
Tabla 58 - Cargo Fijo Promedio Planes Triple por Región.....	152
Tabla 59 - Cargo Fijo Promedio Planes Telefonía-Internet.....	154
Tabla 60 - Cargo fijo promedio planes Telefonía-Internet.....	154
Tabla 61 - Cargo fijo promedio planes Telefonía-Internet.....	154
Tabla 62 - Cargo Fijo Promedio Planes Telefonía-Internet-Región	156
Tabla 63 - Cargo Fijo Promedio Planes Internet- Televisión.....	158
Tabla 64 - Cargo Fijo Promedio Planes Internet- Televisión-Región	159
Tabla 65 - Cargo Fijo Promedio Planes Telefonía- Televisión	160
Tabla 66 - Respuesta de las empresas a la solicitud de SUBTEL.....	206
Tabla 67 - Estado de respuesta de las empresas del segmento Internet	207
Tabla 68 - Problemas no solucionados del segmento Internet	207
Tabla 69 - Estado de Respuesta de las empresas del segmento larga distancia	208
Tabla 70 - Problemas no solucionados del segmento larga distancia	209
Tabla 71 - Estado de respuesta de las empresas del segmento Telefonía local	209
Tabla 72 - Problemas no solucionados del segmento telefonía local.....	210
Tabla 73 - Estado de respuesta de las empresas del segmento Telefonía Móvil	210
Tabla 74 - Problemas no solucionados del segmento telefonía móvil	210
Tabla 75 - Estado de respuesta de las empresas del segmento Televisión.....	211
Tabla 76 - Problemas no solucionados del segmento televisión	211



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 – Porcentaje de Empresas con Sitio Web.....	17
Figura 2 – Porcentaje de Empresas que Informan Planes en su Sitio Web	18
Figura 3 – Porcentaje de Empresas que Informan Tarifas en su Sitio Web	18
Figura 4 – Porcentaje de Empresas que Informan Cobertura Geográfica en su Sitio Web.....	19
Figura 5 – Sistema de Transferencia de Información de SUBTEL	27
Figura 6 – Porcentaje de Resultado de Respuestas	29
Figura 7 – Recomendador de Planes Entel PCS.....	70
Figura 8 – Resultados Recomendador de Planes Entel PCS	71
Figura 9 – Cargo Fijo Promedio Clientes Residenciales con Contrato.....	87
Figura 10 – Cargo Fijo Promedio por Región	88
Figura 11 – Valor del Segundo planes sin minutos incluidos	89
Figura 12 – Modelo de Tarifas Cargo Fijo más Cargo Variable	90
Figura 13 – Modelo de Tarifas Cargo Fijo, Minutos Incluidos más Cargo Variable.....	91
Figura 14 – Modelo de Tarifas Cargo Fijo y Minutos Ilimitados.....	92
Figura 15 – Modelo de Tarifas Cuenta Controlada.....	93
Figura 16 – Modelo de Tarifas Horario Preferente	94
Figura 17 - Modelo de Tarifas Horario Preferente	95
Figura 18 – Valor Promedio del Minuto Incluido LDN Contratado	98
Figura 19 – Valor Promedio del Minuto Incluido LDI Contratado.....	99
Figura 20 – Valor Promedio del Minuto a Diferentes Destinos para LD Discado	101
Figura 21 – Valor promedio del minuto a diferentes destinos para LD contratado.....	103
Figura 22 – Modelo de Tarifas Muticarrier Discado.....	104
Figura 23 – Modelo de Tarifas Muticarrier Contratado	105
Figura 24 – Modelo de Tarifas País Frecuente	106
Figura 25 – Modelo de Tarifas Paquetes de Minutos Nacionales	107
Figura 26 – Modelo de Tarifas Tarjeta de Llamadas.....	108
Figura 27 – Cargo Fijo Promedio Versus Velocidad de Bajada	111
Figura 28 – Cargo Fijo Promedio Versus Velocidad de Bajada Empresa.....	112
Figura 29 – Cargo Fijo Promedio/ Región Geográfica.....	113
Figura 30 – Cargo fijo promedio/ región geográfica Empresa	114
Figura 31 - Modelo de Tarifa Acceso Conmutado.....	115
Figura 32 - Modelo de Tarifa Acceso Banda Ancha Conmutada	116
Figura 33 - Modelo de Tarifa Acceso Banda Ancha Dedicado	117
Figura 34 - Modelo de Tarifa Acceso Banda Ancha Prepago	118
Figura 35 – Cargo fijo promedio por número de canales	121
Figura 36 – Cargo Fijo Promedio por Región	122
Figura 37 - Modelo de Tarifa Televisión Pagada	123
Figura 38 -. Modelo de Tarifa Televisión Digital	124
Figura 39 – Participación de Mercado Móviles	125
Figura 40 – Valor Promedio del Minuto Adicional Cliente Persona.	129
Figura 41 – Valor Promedio del Cargo Fijo Planes Residenciales con Contrato.	130
Figura 42 – Valor Promedio del Minuto Incluido Planes Residenciales con Contrato.	130
Figura 43 – Modelo de Tarifas Estructura Tarifa Plana	132
Figura 44 – Modelo de Tarifa Estructura Tarifa Libre	133
Figura 45 – Estructura Tarifa Control de Consumo.....	134
Figura 46 – Estructura Tarifa Control de Consumo por Destino	135
Figura 47 – Estructura Tarifa On- Net	137
Figura 48 – Estructura tarifa On – Net / Off – Net.	138



Figura 49 – Estructura de Tarifa Grupal Familiar	139
Figura 50 – Estructura de Prepago Básico.....	141
Figura 51 – Estructura de Prepago Horario Preferente	142
Figura 52 - Acceso a la Red Banda Ancha Móvil	143
Figura 53 - Cobertura de red Banda Ancha Móvil	144
Figura 54 – Modelos Básicos de Tarifas Internet Móvil.....	148
Figura 55 – Cargo Fijo Mensual Promedio Servicio Triple.	152
Figura 56 – Cargo Fijo Mensual Promedio Servicio Triple.	153
Figura 57 – Cargo Fijo Mensual Promedio Servicio Telefonía más Internet.....	155
Figura 58 – Cargo Fijo Mensual Promedio Telefonía- Internet-Región	157
Figura 59 – Cargo Fijo Mensual Promedio Internet- Televisión	158
Figura 60 – Cargo Fijo Mensual Promedio Internet-Televisión-Región.....	159
Figura 61 – Cargo fijo mensual promedio Telefonía- Televisión	160
Figura 62 – Cargo Fijo Mensual Promedio Telefonía- Televisión-Región.....	161
Figura 63 - Evolución de redes	166
Figura 64 - Evolución Tecnológica.....	166
Figura 65 - Evolución de hacia la convergencia IP.....	167
Figura 66 - Estructura de los Productos de Telefonía Local	172
Figura 67 - Estructura de los productos de larga distancia	177
Figura 68 - Estructura de los productos de acceso a Internet fijo.....	180
Figura 69 - Estructura de los productos de televisión pagada	184
Figura 70 - Estructura de los productos de Telefonía Móvil	189
Figura 71 - Estructura de los productos de Internet Móvil.....	191



1 Introducción

1.1 Objetivos del Estudio

El gobierno ha definido, para el cuatrienio 2006-2010, como sus tres principales lineamientos estratégicos, a saber, la búsqueda de la equidad, la promoción de la competitividad y la búsqueda de la protección social para el usuario. Dichos objetivos deben fundar y justificar todo proceso de generación de políticas públicas, entre las que se encuentran las materias del sector de telecomunicaciones, cuyas iniciativas se originan desde la Subsecretaría de Telecomunicaciones, en adelante e indistintamente, SUBTEL.

En particular, respecto a la búsqueda de la protección social de los usuarios, SUBTEL debe asumir un rol preponderante, desde la perspectiva de su función de control y supervigilancia del funcionamiento de los servicios de telecomunicaciones y la protección de los derechos de los usuarios contempladas en la Ley N°18.168, General de Telecomunicaciones, generando herramientas para la promoción de la disminución de las asimetrías de la información y la difusión de los derechos de los consumidores, en materia de servicios de telecomunicaciones.

El rol fiscalizador de SUBTEL se torna especialmente relevante en un sector tan dinámico como el de las telecomunicaciones. En efecto, la velocidad del cambio tecnológico al interior de la industria, los múltiples servicios, su convergencia, las mayores economías de escala que se producen, la gran cantidad de actores que inciden directa e indirectamente en este sector y la heterogeneidad en los niveles de competencia de los distintos segmentos de la industria, hacen que la protección de los derechos de los consumidores sea uno de los principales objetivos estratégicos de SUBTEL.

Como una herramienta relevante para poner en marcha los lineamientos estratégicos descritos, SUBTEL estima indispensable conocer la oferta de productos y servicios que la Industria de Telecomunicaciones entrega a los usuarios de ellos, considerando el hecho de que las características se modifican continuamente, dando lugar, muchas veces, a promociones y no nuevos servicios, los cuales generalmente se traducen en planes con distinta distribución tarifaria, manteniéndose la calidad del servicio que está asociada al servicio básico.

En mérito de lo expuesto, SUBTEL solicita a la empresa consultora ACONS, que efectúe la recopilación y análisis de la información en el mercado de productos y servicios con sus tarifas respectivas, que se ofrecen en Chile por las concesionarias, permisionarias e ISP, en los mercados de telefonía local, telefonía móvil, larga distancia, acceso a Internet y televisión pagada, considerando que dichos servicios estén o no sujetos a regulaciones tarifarias, en particular se requiere obtener la definición, la descripción y la tarifa que las empresas de la industria han establecido



para todos los planes tarifarios de dichos servicios. De igual manera, deben establecerse comparaciones con presentaciones de otras industrias sobre el mismo tema, así como especificar la solicitud sistemática de información a la industria o anexo STI¹. También SUBTEL requiere especificar una interfaz de presentación Web para público en general y usuarios interno de SUBTEL, que permita informar, analizar y comparar los productos y servicios mencionados, con sus respectivas tarifas.

En este contexto SUBTEL solicita a la empresa consultora ACONS un proyecto denominado “Análisis del Mercado de Productos de Telecomunicaciones en Chile”.

1.1.1 Objetivos Generales

Identificar, recopilar y analizar la información de productos y/o servicios de telecomunicaciones ofrecidos en Chile por las empresas Concesionarias, Permisionarias e ISP y especificar el anexo Técnico STI, necesario para capturar la información periódica proveniente de las empresas del sector. Del mismo modo, debe especificarse la interfaz de presentación hacia los usuarios externos e internos que permita presentar datos comparativos de dichos productos y/o servicios, así como hacer comparaciones de valores entre las mismas o diferentes empresas.

1.1.2 Objetivos Específicos

- ♦ Identificar y describir los diferentes productos y/o servicios ofrecidos por las empresas de telecomunicaciones Concesionarias, permisionarias e ISP, que se comercializan en Chile, en los siguientes segmentos de la Industria: Telefonía Local, Telefonía Móvil, Acceso a Internet, Larga Distancia y Televisión Pagada, atendiendo los diferentes sustentos legales o comerciales que tienen, ya sea estén establecidos sus precios o parte de ellos por la regulación vigente ,o simplemente por razones de mercado que se argumenten.
- ♦ Identificar las tarifas que a nivel comunal se ofrecen a los usuarios de los servicios de telecomunicaciones, sean esta correspondiente a los servicios tradicionales o de campañas promocionales eventuales o periódicas.
- ♦ Identificar, describir y analizar el nivel de tarifas, de los productos identificados como de “Tarifas menores”, “Planes Diversos”, “Planes de alto consumo” y “Oferta Conjunta”, de acuerdo a lo establecido en el decreto Supremo 742 del 2003, y sus modificaciones posteriores. En este sentido deberá analizarse la información histórica que mantiene SUBTEL, a raíz de la información que han enviado las empresas reguladas, solicitada por dicho

¹ Sistema de Transferencia de Información de SUBTEL creado mediante Resolución Exenta N°159 del 2006 que permite recopilar del sector datos estadísticos y de mercado que sean periódicos.



decreto. Particular importancia tiene el análisis de oferta de producto “Paquetizados” (Bundling), que dichas empresas ofrecen.

- ♦ Analizar la base total de reclamos que tiene SUBTEL (del orden de 12.000 reclamos totales anuales, desde el año 2006), e identificar aquellos que se relacionan con tarifas cobradas a productos individuales y planes conjuntos. Entregar un análisis estadístico de dicha información que permita identificar y cuantificar el impacto de la estructura tarifaria en los reclamos de los usuarios y las asimetrías de la información existente en la industria y el mercado.
- ♦ Identificar el marco legal que ampara la generación de dichos productos y su venta, y realizar las recomendaciones en este ámbito que eventualmente debieran incorporarse en los diferentes instrumentos legales existentes o nuevos que debieran dictarse. Considerar la experiencia internacional de publicación de tarifas de la industria, y a nivel nacional la de otras industrias que han enfrentado circunstancias similares (Ejemplos Isapres).
- ♦ Especificar él o los anexos técnicos requeridos para solicitar información periódica a las empresas de la industria a través del STI, sobre las materias a que se refiere este estudio, que permite definir la estructura de datos de los archivos que deberán entregarse a SUBTEL, de acuerdo a lo especificado anteriormente, puede tenerse como ejemplo, lo definido para otros anexos ya en operación, publicados en documentos de apoyo del sistema en página Web de SUBTEL.
- ♦ Especificar la interfaz de presentación hacia los usuarios externos e internos, en la Web de SUBTEL, que permita conocer datos comparativos de los productos y/o servicios objetos de este estudio, así como hacer comparaciones de valores de ellos entre las mismas o diferentes empresas que lo entregan. Para lo anterior, debe considerar la herramienta informática Qlikview (<http://www.qlikviewchile.com>) que dispone este organismo de estado.

1.2 Objetivos y Alcances de la Tercera Etapa

El presente es el tercer informe de este estudio y tiene como objeto presentar a SUBTEL, los resultados de la tercera etapa del proyecto encargado a ACONS.

Objetivos de la Tercera Etapa

Para la tercera etapa definida como “Procesamiento de la Información e Informe Final” se pide:

- ♦ Análisis y procesamiento de toda la información obtenida.



- ♦ Realización de tablas que contemplen diferentes formas de presentar la información.
- ♦ Cruce de la información y generación de nuevas tablas.
- ♦ Modelamiento de tarifas.
- ♦ Previsión de nuevos productos y proyección de tarifas.

SUBTEL espera como resultado un informe de la etapa III que contenga a lo menos lo siguiente:

- ♦ Análisis y resultados de la información obtenida.
- ♦ Análisis comparado de los resultados entre la información provista por las empresas y la de libre disponibilidad en el mercado.
- ♦ Anexos del STI completamente definidos listo para ser implementados por el Departamento de desarrollo Tecnológico de SUBTEL.
- ♦ Especificación y construcción de maquetas de la aplicación de gestión a la ciudadanía, sobre productos y tarifas de la industria listo para ser implementado por el Departamento de Desarrollo Tecnológico de SUBTEL.

1.3 Metodología de Trabajo

La metodología utilizada en este trabajo fue desarrollada en un enfoque de Gestión por Calidad. Ello parte por el hecho de haber formado un equipo de trabajo con SUBTEL, el cual se encargó de analizar quincenalmente el avance del trabajo, en reuniones y otras actividades, con una orientación al cumplimiento de los compromisos.

Equipo de Trabajo

En la Tabla 1 se muestra equipo de trabajo de ACONS formado por:

Nombre	Rol
César Torres Araya	Jefe de Proyecto
Manuel Cabrera Zárate	Integrante Equipo
Néstor González	Integrante Equipo
Héctor Marambio Echeverría	Integrante Equipo
Virginia Reginato Contreras	Integrante Equipo
Iván Solar Calderón	Integrante Equipo
Myriam Vera	Integrante Equipo

Tabla 1 - Equipo de Trabajo por ACONS



Coordinación de Proyecto

Se estableció una coordinación a través de los Jefes de Proyecto de SUBTEL y ACONS la que ha estado sustentada en una relación de compromiso, coordinación entre los integrantes de los equipos de trabajo, confianza, y en contactos habituales a través de reuniones informales durante la semana, de contactos telefónicos y vía correo electrónico.

Esta forma de trabajo ha permitido consensuar diferentes necesidades y expectativas de los clientes internos y generar las confianzas entre los equipos, que han sido la base del trabajo tal como fue planteado por ACONS desde el inicio del proyecto.

Reuniones Quincenales

Desde el inicio del proyecto se realizaron reuniones de avance quincenales. En dichas reuniones participaron todos los integrantes del equipo de trabajo, y los objetivos planteados son:

- ◆ Analizar el avance del proyecto
- ◆ Aclaración de temas
- ◆ Presentaciones de ACONS con los avances de los temas del informe
- ◆ Analizar los temas críticos y buscar en conjunto las soluciones
- ◆ Acordar las orientaciones para los resultados de la asesoría, de acuerdo a los intereses planteados por SUBTEL
- ◆ Evaluar cumplimiento de compromisos
- ◆ Por cada reunión de avance, se generó una “Minuta de Coordinación y Compromisos” donde se registraron los temas tratados y sobretodo los compromisos adquiridos.

Reuniones Adicionales

Con motivo de tratar temas específicos se realizaron reuniones adicionales:

- ◆ Reuniones de trabajo con Sistema: Se realizaron reuniones de trabajo con el departamento de Sistemas, relacionadas con información detallada del sistema STI y del software QLIKVIEW. Esto con el objetivo de conocer en detalle la estructura del STI, y los anexos administrativos y técnicos para realizar el diseño del cuestionario para las empresas, y el desarrollo de la maqueta.
- ◆ Reuniones de análisis y validación de diseño de las modificaciones al anexo STI y de especificación y construcción de la aplicación de gestión a la ciudadanía, sobre productos y tarifas, con el propósito de quedar listos para ser implementado posteriormente: Se realizaron varias reuniones de trabajo con el equipo SUBTEL-



ACONS, para analizar en detalle, los campos contenidos en el anexo STI diseñado, asegurando y verificando que las necesidades y expectativas de las áreas internas de SUBTEL, estuvieran contenidas en dicho anexo. En estas reuniones se definió la información a solicitar a las empresas, de acuerdo a las necesidades de las diferentes áreas internas de SUBTEL.

- ◆ Reuniones con las empresas dominantes, de forma de aclarar sus dudas y plantearles observaciones con relación a la información que se les solicitó. Estas empresas son: Telefónica Chile, VTR, Telmex, Entel PCS, Movistar y Claro.

1.4 Estructura del Informe

Características del estudio

Nombre: Análisis del Mercado de Productos de Telecomunicaciones en Chile

Divisiones Responsables de SUBTEL: División Fiscalización

División Política Regulatoria y Estudios

Estructura de los Informes

El estudio está dividido en tres partes:

Etapas I: Preparación de Requerimientos a Empresas, Captura de Información de Mercado e Informes

Etapas II: Preparación de Especificaciones de los Anexos del STI y Qlikview.

Etapas III: Procesamiento de la Información e Informe Final

El informe correspondiente a esta etapa es el presente informe.

El informe III se presentará de acuerdo a lo esperado por SUBTEL, conteniendo lo siguiente:

- ◆ Análisis y resultados de la información obtenida.
- ◆ Análisis comparado de los resultados entre la información provista por las empresas y la de libre disponibilidad en el mercado.
- ◆ Anexos del STI completamente definidos listos para ser implementados por el Departamento de desarrollo Tecnológico de SUBTEL. Este Tema fue



adelantado y tratado en profundidad en la etapa II, por lo que se ha omitido del presente informe, según lo acordado con SUBTEL.

- ♦ Especificación y construcción de maquetas de la aplicación de gestión a la ciudadanía, sobre productos y tarifas de la industria listo para ser implementado por el Departamento de Desarrollo Tecnológico de SUBTEL. Este Tema fue adelantado y tratado en profundidad en la etapa II, por lo que se ha omitido del presente informe, según lo acordado con SUBTEL.



2. Análisis y Resultados de la Información Obtenida.

2.1 Introducción

Las fuentes relevantes para el análisis de información de planes² y tarifas que se utilizó en este estudio fueron dos:

- ♦ Información obtenida desde Internet.
- ♦ Información obtenida de las respuestas que proporcionaron las empresas a SUBTEL, ante la petición de información de planes y tarifas, que se realizó a través de los Oficios N° 55, 56, 57, 58 y 59 de fecha 16 de octubre de 2008.

Si bien es cierto la información publicitaria sobre el mercado de las telecomunicaciones se encuentra disponible en una variedad de medios, tales como: Publicidad vial, publicidad en diarios y revista, publicidad en radio y televisión, todas ellas están destinadas principalmente al posicionamiento de marca y productos e incentivar la demanda a través de campañas publicitarias de promociones y ofertas.

Internet es el único medio que permite encontrar información detallada de todos los aspectos relacionados con la industria. En los sitios Web de las empresas de telecomunicaciones se encuentra publicidad de marca, de productos, de servicios y, en muchos casos, de las tarifas y condiciones comerciales detalladas.

Por otra parte la información solicitada por SUBTEL, a través de los Oficios, está enfocada a obtener directamente de las empresas la información de planes y tarifas, de los productos y servicios que comercializa.

2.2 Información Obtenida de la Web

2.2.1 Introducción

Para obtener la información de la Web se realizó una búsqueda de información de planes y tarifas sobre las 113 empresas que consultó SUBTEL, a través de sus Oficios, en los diferentes segmentos objeto de este estudio, es decir: Telefonía Local, Telefonía de Larga Distancia, Telefonía Móvil, Acceso a Internet, Televisión Pagada y las combinaciones de dos o más segmentos.

² **Plan:** Elemento único de comercialización de uno o más productos o servicios, el que tiene asociado características y tarifas. Su comercialización se puede realizar ya sea a través de la celebración de un contrato, de un convenio o a través de la venta por una vez del mismo.



2.2.2 Información Obtenida de la Web

De las 113 empresas de telecomunicaciones analizadas existen 41 que no poseen sitio Web, la única forma de informarse es llamando por teléfono. Esto se produce principalmente entre las empresas pequeñas del sector larga distancia y del sector Internet.

El detalle de los datos e información de origen que se presenta en este punto, se encuentran en el Anexo 1 adjunto a este documento.

A continuación se presentan cuatro figuras desarrolladas en gráficos circulares, que permiten visualizar los principales aspectos observados. En la **Figura 1**, se muestra el porcentaje de empresas que poseen sitio Web donde se informa de planes y tarifas.

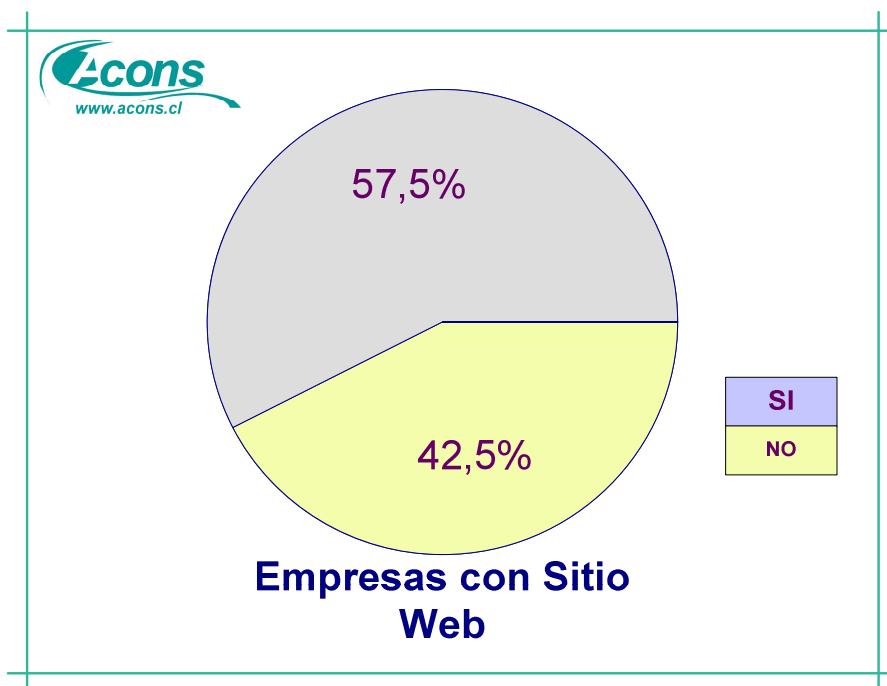


Figura 1 – Porcentaje de Empresas con Sitio Web

En la **Figura 2** se muestra el porcentaje de empresas que entregan información de planes en su sitio Web.

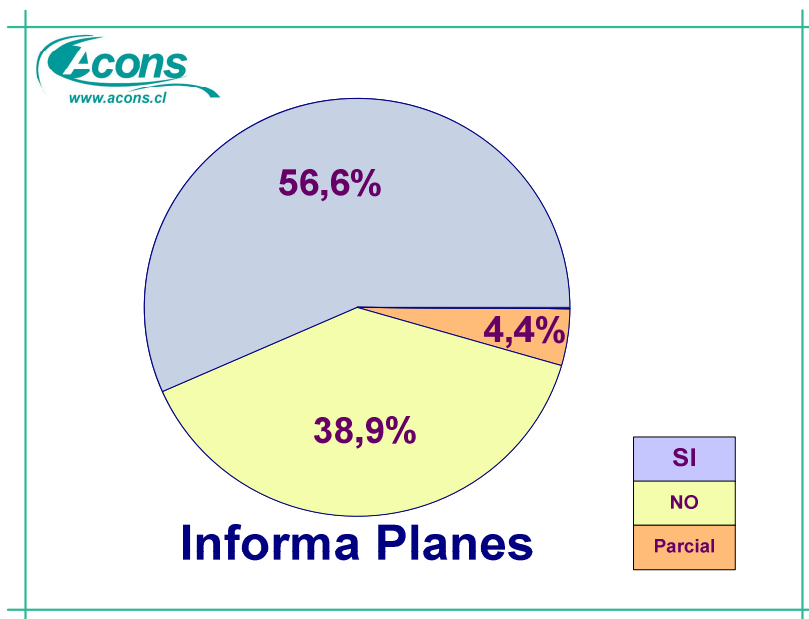


Figura 2 – Porcentaje de Empresas que Informan Planes en su Sitio Web

En la **Figura 3** se muestra el porcentaje de empresas que entregan información de tarifas en su sitio Web.

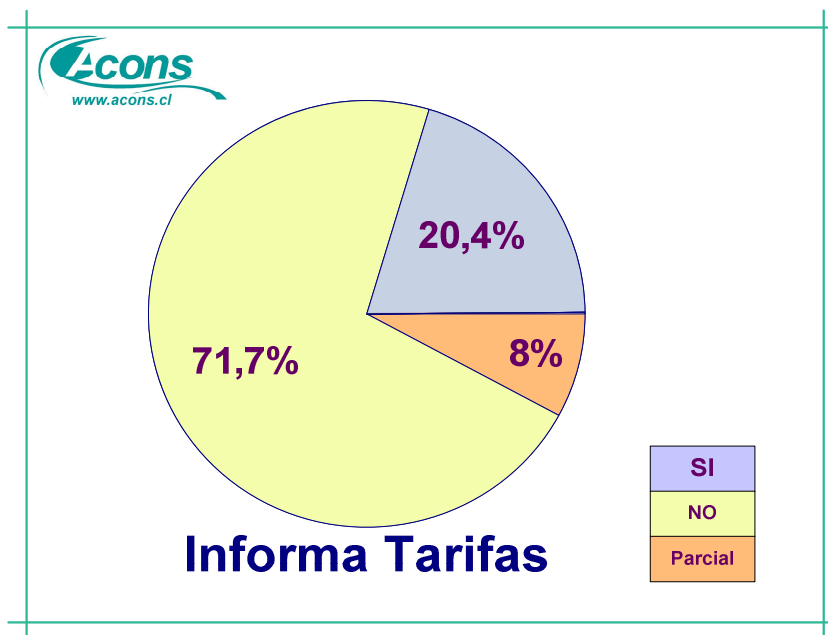


Figura 3 – Porcentaje de Empresas que Informan Tarifas en su Sitio Web



En la **Figura 4** se muestra las empresas que informan sobre la cobertura de sus planes.

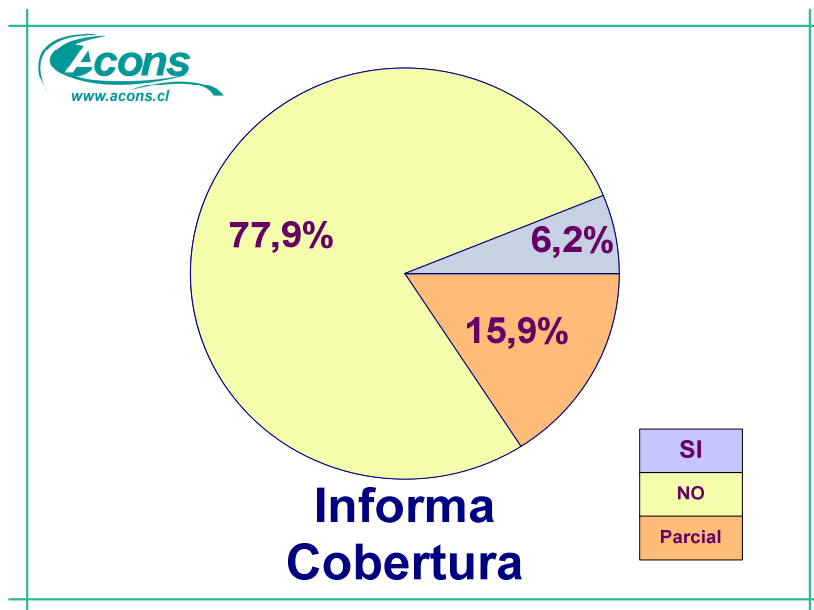


Figura 4 – Porcentaje de Empresas que Informan Cobertura Geográfica en su Sitio Web

2.2.3 Análisis de Empresas en la Web

A continuación se realiza un análisis de la información de planes comerciales y tarifas contenida en los sitios Web de las principales empresas de telecomunicaciones, que se consensuaron en el equipo de trabajo SUBTEL-ACONS:

Grupo Telefónica

Compañía de Telecomunicaciones de Chile: www.telefonicachile.cl/catalogo

Telefónica presenta un sitio Web con información clasificada en tres categorías: Personas, Negocios y Empresas.

La información entregada para la categoría Personas es completa y detallada, se entrega una gran variedad de planes con sus respectivas tarifas, sin embargo no se informa respecto a la cobertura de los diferentes planes. Los productos ofrecidos son



Telefonía Local, Acceso a Internet, Televisión Digital, Dúos (Telefonía+TV y Telefonía +Internet), Tríos y telefonía móvil.

La información entregada para la categoría Negocios también es completa y detallada, se entregan planes y tarifas, pero tampoco se informa respecto a la cobertura de los diferentes planes. Los productos ofrecidos son Telefonía Local y Acceso a Internet.

La información entregada para la categoría Empresas es completa en cuanto a las posibilidades tecnológicas, pero no se detallan planes, tarifas, ni cobertura. Los productos ofrecidos son sólo genéricos (Voz, Datos, etc.)

Telefónica Larga Distancia: www.188.cl

Telefónica Larga Distancia presenta información clasificada en tres categorías: Hogar, Pymes y Empresas.

La información entregada para las tres categorías es incompleta ya que entrega sólo información de los planes existentes, pero no entrega tarifas a excepción de algunas promociones. En general los enlaces a las tarifas no contienen información o no funcionan.

Los planes ofrecidos para la categoría Hogar están clasificados en: Planes para llamadas nacionales, Planes para llamadas internacionales, Planes para llamadas con celulares, Tarjetas de llamada, Para llamadas sin planes ni tarjetas.

Los planes ofrecidos para las categorías Pymes y Empresas están clasificados en: Planes para control de gastos en llamadas, Tarjetas de llamada, Para llamadas sin planes ni tarjetas y Para mejorar tus negocios.

Telefónica Móviles Chile Larga Distancia: www.181.movistar.cl

Telefónica Móviles Chile Larga Distancia presenta información en tres tipos de planes: Discado directo, LDI Prepago y Cobro Revertido.

En la categoría Discado directo, orientada a teléfonos fijos, entrega información completa sobre tarifas, horarios y cobros adicionales.

En la categoría LDI Prepago, orientada a teléfonos celulares, entrega tarifas para los teléfonos móviles de cada una de las compañías.

En la categoría Cobro Revertido, orientada a cualquier tipo de teléfono, describe el servicio pero no entrega ni planes ni tarifas.

Telefónica Móviles Chile: www.movistar.cl



Movistar presenta información en su página Web en dos categorías: 1) Personas y 2) Empresas y Pymes.

En la categoría Personas se entrega información detallada de planes y tarifas para planes con contrato, planes de prepago y de banda ancha móvil.

En la categoría Empresas y Pymes se entrega también información detallada de los diferentes planes y tarifas.

Grupo Telmex

Telmex: www.telmex.cl

Telmex presenta un sitio Web con información clasificada en tres categorías: Hogar, Empresas y Corporaciones.

La información entregada para la categoría Hogar menciona solamente Planes de Televisión y Larga Distancia. En el caso de la Televisión entrega algunas tarifas.

Para las categorías Empresas y Corporaciones se presentan sólo los productos ofrecidos sin información de Planes ni tarifas. Se ofrece Telefonía Local, Acceso a Internet, Larga Distancia y Datos.

Nota: este mismo sitio Web es el que se indica para:

- Telmex Chile Telephony: www.telmex.cl
- Telmex Chile Internet: www.telmex.cl
- Telmex Chile Wireless: www.telmex.cl
- Telmex Chile Networks: www.telmex.cl
- Telmex Corp: www.telmex.cl
- Telmex Servicios Empresariales: www.telmex.cl

Telmex Chile Long Distance: www.telmex.cl/Hogar/Telmex_171/Telmex_171.html

Se describen en términos muy generales los servicios ofrecidos, sin entregar información de Planes ni de tarifas.

Zap Televisión Satelital Directa al Hogar:

www.telmex.cl/Hogar/Telmex_TV/Telmex_TV.html

Se entrega información de Planes y tarifas de una forma básica.



Grupo Entel

Empresa Nacional de Telecomunicaciones: www.entel.cl

La página de Entel presenta información clasificada en: Residencial, Empresas y Corporaciones.

En Residencial se presenta información general sin descripción de Planes ni tarifas.

En Larga Distancia se presenta información con cierto grado de detalles sobre Planes y tarifas.

En Internet hay también información general de Planes.

Entel Telefonía Local: www.entelphone.cl

En la categoría de Telefonía Básica se ofrecen planes con información completa y detallada de tarifas, pero no se indica la disponibilidad territorial. Para el caso de tramas digitales no se presenta información de tarifas. Se incluye en esta categoría los servicios con telefonía más ADSL.

Entel presenta un sitio Web donde ofrece planes y servicios clasificados en las siguientes categorías: Telefonía Básica, Larga Distancia, Tarjetas e Internet.

En la categoría de Larga Distancia la información también es completa y detallada indicando adecuadamente las tarifas para los planes internacionales orientados a personas, sin embargo no se informa tarifas para ningún plan nacional ni para los planes internacionales orientados a empresas.

En la categoría Tarjetas se presenta información respecto a los distintos tipos de tarjetas pero no de las tarifas asociadas a ellas.

En la categoría Internet se presenta información respecto a planes de acceso telefónico, planes ADSL y planes Will orientados a personas. En todos los casos es posible informarse de la disponibilidad territorial y las tarifas. Para los planes orientados a empresas se presentan tarifas para ADSL y Will con información de disponibilidad territorial, pero no se presenta información de precios para los accesos dedicados.

Entel PCS Telecomunicaciones: www.entelpcs.cl

Entel Telefonía Móvil: www.entelpcs.cl

Entel PCS presenta información en su página Web en dos categorías: Personas y Empresas.

En la categoría Personas se entrega información detallada de planes y tarifas para



planes con contrato, planes de prepago y planes de banda ancha móvil.

En la categoría Empresas se entrega también información detallada de los diferentes planes y tarifas.

No se diferencia entre Entel PCS y Entel telefonía móvil.

Micarrier Telecomunicaciones: Sin Web

Micarrier a pesar de pertenecer al grupo Entel no se menciona en ninguna de sus páginas Web y no entrega ningún tipo de información.

Grupo VTR

VTR Banda Ancha: www.vtr.cl

VTR presenta un sitio Web con información sin ninguna clasificación de categorías. La información entregada es completa y detallada, se entrega una gran variedad de planes con sus respectivas tarifas, informando también la disponibilidad territorial de ellos. Los productos ofrecidos son Telefonía Local, Acceso a Internet, Televisión, Dúos (Telefonía+TV y Telefonía+Internet, Internet+TV) y Tríos.

VTR Globalcarrier: www.111.cl

VTR Globalcarrier presenta un sitio Web con información sin ninguna clasificación de categorías. La información entregada es completa y detallada, se entrega una gran variedad de planes con sus respectivas tarifas. Los productos ofrecidos son Larga Distancia Nacional y Larga distancia Internacional con o sin contrato.

Grupo GTD

Gtd Manquehue: www.gtdmanquehue.com

Gtd Manquehue presenta un sitio Web con información clasificada en tres categorías: Hogar, Empresas e Inmobiliaria.

La información entregada para la categoría Hogar es parcial, se entrega una gran variedad de planes sin sus respectivas tarifas, además no se informa respecto a la disponibilidad territorial de los diferentes planes. En los casos de los productos ADSL y paquetizados existe un programa que permite cotizar. Los productos ofrecidos son Telefonía Local, Acceso conmutado a Internet, Acceso ADSL, Televisión Digital, Dúos (Telefonía+TV y Telefonía +Internet) y Tríos.



La información entregada para la categoría Empresas también es parcial, se entregan planes sin tarifas, tampoco se informa respecto a la disponibilidad territorial de los diferentes planes. Los productos ofrecidos son Telefonía Local y Acceso a Internet.

La información entregada para la categoría Inmobiliaria es sólo referencial sin planes ni tarifas, tampoco se informa disponibilidad territorial.

Gtd Larga Distancia: www.grupogtd.com/Portada/DirSeccion/Larga_Distancia.asp

Gtd Larga Distancia (carrier 159) no entrega ninguna información de planes, ni de tarifas en su sitio Web.

Gtd Manquehue Larga Distancia: www.gtdmanquehue.com

Gtd Manquehue Larga Distancia (carrier 122) a pesar de pertenecer al grupo Gtd no se menciona en ninguna de sus páginas Web y no entrega ningún tipo de información.

Gtd Internet: www.grupogtd.com/Portada/DirSeccion/Servicio_Internet.asp

Gtd Internet ofrece servicios de acceso a Internet de banda ancha y conmutados, pero no entrega información de planes, ni tarifas, ni disponibilidad territorial.

Gtd Telesat: www.grupogtd.com/Portada/Varios_Telefonia_Local/162.asp

Gtd Telesat entrega información poco precisa respecto a planes y tarifas en su sitio Web, mezcla información de telefonía local con acceso conmutado a Internet y no entrega tarifas. Sí entrega información respecto a disponibilidad territorial.

Grupo Telefónica del Sur

Compañía Nacional de Teléfonos, Telefónica del Sur S.A.: www.telefonicadelsur.cl

Telefónica del Sur presenta un sitio Web con información clasificada por tipo de servicio: Telefonía, Internet y Televisión. Las dos primeras se clasifican internamente en hogar y empresas. Además presenta un producto denominado Superinalámbrico que se describe como un teléfono móvil y está soportado en la tecnología PHS (Personal Handyphone System).

La información entregada para la categoría Telefonía es parcial, se entregan los planes pero sólo algunos de ellos con tarifas. Sí se informa respecto a la disponibilidad territorial de los diferentes planes.



La información entregada para la categoría Internet incluye planes, tarifas y disponibilidad territorial.

La información entregada para la categoría Televisión es parcial, incluye el listado de canales pero no especifica la tarifa básica ni la disponibilidad territorial.

Blue Two Chile: www.innet.cl

No entrega información ni de planes ni tarifas. Se trata de una red de hotspots wifi y bluetooth instalados en varias ciudades de Chile.

Telefónica del Sur Servicios Intermedios: Sin Web

Telefónica del Sur Servicios Intermedios a pesar de pertenecer al grupo Telefónica del Sur no se menciona en ninguna de sus páginas Web y no entrega ningún tipo de información.

Claro

Claro: www.clarochile.cl

Claro presenta información en su página Web en las siguientes categorías: Planes, Prepago, Empresas y Banda Ancha.

En la categoría Planes se entrega información detallada de planes y tarifas para planes con contrato.

En la categoría Prepago se entrega información detallada de planes y tarifas de prepago.

En la categoría Empresas se describen los planes sin entregar tarifas.

En la categoría Banda Ancha se describen planes que se pueden agregar a los planes de voz con contrato, lo que constituye un servicio paquetizado, sin embargo no se entregan tarifas. También se describe el servicio de Banda Ancha de prepago sin entregar planes ni tarifas.

2.2.4 Conclusiones

Del análisis de la información publicitaria de planes y servicios disponible en Internet para los productos objeto de este estudio se puede concluir lo siguiente:

- No existe homogeneidad respecto al tipo de información presentada por las



distintas compañías, de esta manera se hace muy difícil al consumidor tomar una decisión informada usando sólo la información de las páginas Web.

- La calidad de la información difiere mucho según el tipo de producto. Así los productos de telefonía de larga distancia, en general, tienen muy poca información y los productos de televisión abundan en información.
- Otro aspecto importante a observar es que para las compañías no es prioritario informar de la disponibilidad comunal de sus productos, son muy pocas las que lo hacen en la Web.
- En el caso de los productos destinados a los segmentos empresas y corporaciones, la información entregada está destinada sólo a que el cliente se interese y se contacte con un ejecutivo de ventas.
- De las 113 empresas de telecomunicaciones analizadas existen 41 que no poseen sitio Web, la única forma de informarse es llamando por teléfono. Esto se produce principalmente entre las empresas pequeñas del sector larga distancia y del sector Internet.



2.3 Información Obtenida de Respuestas de las Empresas

2.3.1 Introducción

El 16 de octubre de 2008 se envió a las empresas del sector los Oficios N° 55, 56, 57, 58 y 59, en los que se les solicitaba el envío de la información de Planes y Tarifas.

En dicho Oficio se solicitaba la entrega de la información a través del Sistema de Transferencia de Información STI, y de acuerdo a formatos y contenidos que se describían para cada segmento. La Figura 5 muestra el esquema en que opera el STI.

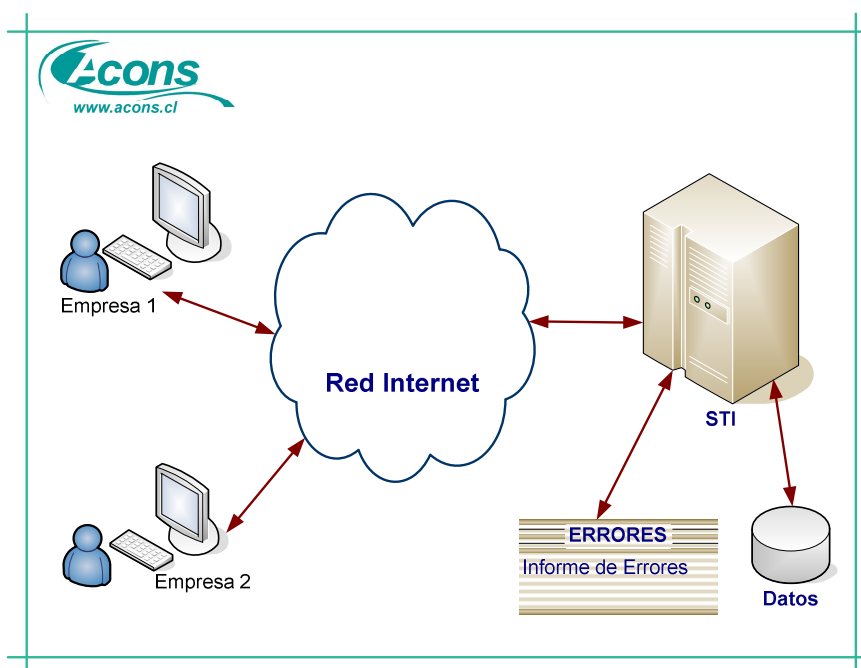


Figura 5 – Sistema de Transferencia de Información de SUBTEL

2.3.2 Acciones de Validación y Seguimiento de las Respuestas.

Para realizar el análisis de la información recibida desde las diferentes Empresas de Telecomunicaciones, fue necesario previamente validarla desde distintos puntos de vista:

- El primero de ellos es relativo al cumplimiento del formato definido en los anexos a los Oficios N° 55, 56, 57, 58 y 59 donde se especificaba el tipo de archivo, los campos y los tipos de datos.



- El segundo punto de vista es relativo a la completitud de los campos obligatorios, ya que éstos permiten asegurar que los archivos contienen la información mínima necesaria.
- El tercer punto de vista dice relación con respetar los campos claves definidos en los anexos, de esta forma se asegura que la información no tiene duplicidades que posteriormente distorsionen los análisis.
- El cuarto y último punto de vista de esta primera validación dice relación con la rigurosidad en seguir la especificación con relación a la información que se solicita en las diferentes tablas.

Una vez realizada esta validación para cada uno de los archivos enviados por las empresas, se construyó con ellos una Base de Datos en MS Access que tiene una estructura similar a la propuesta para el STI y que se entrega como parte integrante de este Informe. Esta Base de Datos es la que permitió realizar los análisis que se presentan en las secciones siguientes.

2.3.3 Análisis de Respuestas de las Empresas.

Los oficios solicitando información de Planes y Tarifas se enviaron a un total de 113 empresas de las cuales se recibieron respuestas de 52, equivalente a un 46% del total.

De las 52 empresas que respondieron, varias entregaron información incompleta o con errores y la fueron corrigiendo en un proceso iterativo, que mejoró significativamente la calidad de la información.

En Figura 6 se muestra el resultado de esta situación

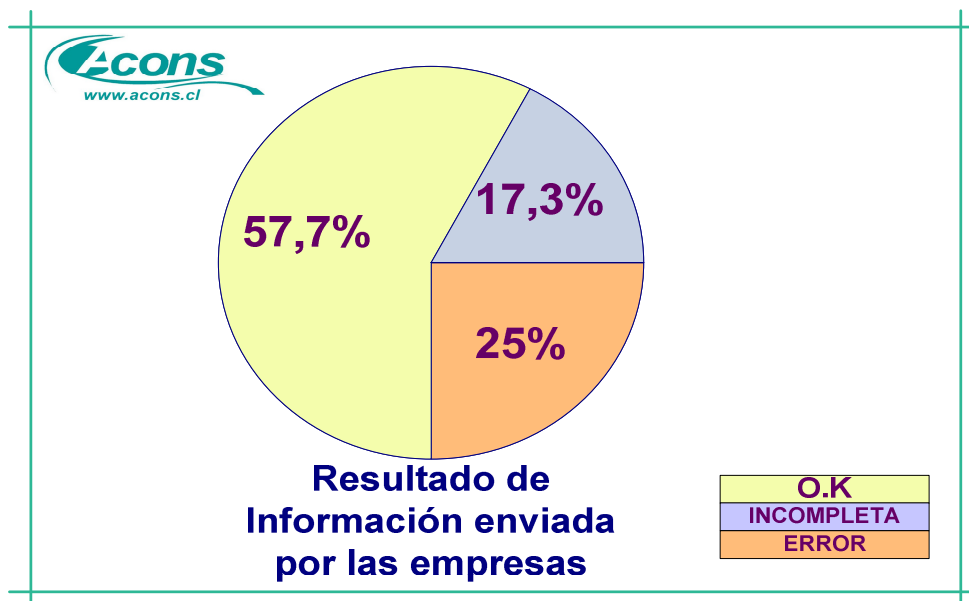


Figura 6 – Porcentaje de Resultado de Respuestas

El detalle de la información recibida desde las 52 empresas es el siguiente

- El 25% de las empresas respondió con errores.
- El 17,3% respondió con información incompleta.
- El 57,7% Respondió en forma satisfactoria y de acuerdo a lo esperado.

Los errores que se produjeron se deben en parte a que era la primera vez que se solicitaba información de este tipo. Para evitar a futuro este tipo de problemas se deben aplicar rigurosamente las recomendaciones que esta consultora ha realizado para el envío de la información a través del STI.

En el Anexo 2 está el detalle de la información recibida desde las empresas.

A continuación se analizará las respuestas recibidas separadas por segmento.

En la **Tabla 2** se muestra el porcentaje de respuestas recibidas por segmento.



Segmento	Cantidad de Empresas	% Respuestas Recibidas, en el segmento
Telefonía Local	24	66%
Larga Distancia	48	54%
Internet	31	12,9%
Televisión Pagada	4	75%
Telefonía Móvil	6	50%

Tabla 2 - Porcentaje de Respuesta por Segmento

Internet: Del total de empresas consultadas sólo se recibieron respuestas del 12,9% de las empresas del segmento Internet. Esta situación se debe probablemente a que en este segmento no se requiere concesión, lo que trae como consecuencia de que por un lado SUBTEL no tiene un catastro exacto de las empresas, y por otro lado las empresas no se sienten obligadas a responder las solicitudes de SUBTEL.

En el Anexo 2, se muestra el total de empresas de este segmento a las cuales se les envió el Oficio y su estado de respuesta.

Larga Distancia: Las empresas del segmento Larga Distancia respondieron ante la consulta de SUBTEL, en un 54%.

En el Anexo 2, se muestra el total de empresas de este segmento a las cuales se les envió el Oficio y su estado de respuesta.

Telefonía Local: Las empresas del segmento Telefonía Local respondieron ante la consulta de SUBTEL, en un 66%.

En el Anexo 2, se muestra el total de empresas de este segmento a las cuales se les envió el Oficio y su estado de respuesta.

Telefonía Móvil: Las empresas del segmento Telefonía Móvil respondieron ante la consulta de SUBTEL, en un 50%. En este caso la explicación es clara, tanto Entel como Telefónica operan dos licencias de telefonía móvil y respondieron agrupando todos sus productos en una de ellas.

Televisión: Las empresas del segmento Televisión respondieron ante la consulta de



SUBTEL, en un 75%, la empresa DIRECTV CHILE TELEVISIÓN LIMITADA, no respondió la consulta.

En el Anexo 2, se muestra el total de empresas de este segmento a las cuales se les envió el Oficio y su estado de respuesta.

2.3.4 Conclusiones

El tiempo de respuesta de las solicitudes realizadas a las empresas, debe estar de acuerdo a la complejidad, volumen y prioridad que esta puede tener. Lo anterior es producto de que se recibieron solicitudes de prórrogas de tiempo, por parte de varias empresas.

Se recibieron 52 respuestas al oficio enviado por SUBTEL, de las cuales el 25% de las empresas respondió con errores, el 17,3% respondió con información incompleta y el 57,7% respondió en forma satisfactoria y de acuerdo a lo esperado, para evitar estas anomalías se debe exigir máxima rigurosidad en el envío de información.

Se recibió información de parte de todas las empresas dominantes de cada segmento, por lo que se tiene una muestra más que representativa de la industria.



2.4 Mejoramiento Propuesto por las Empresas

2.4.1 Introducción.

De acuerdo a las observaciones enviadas por las empresas, se han recibido contribuciones relevantes de tres de ellas: TRANSAM, VTR y Telefónica Chile.

2.4.2 Empresa TRANSAM.

TRANSAM envió con oportunidad propuestas concretas de mejoramiento para el segmento de Larga Distancia, las cuales fueron analizadas por el equipo de trabajo SUBTEL-ACONS e incorporadas al modelo de datos que se propone en este informe.

Las modificaciones se refieren a:

- Agregar tipos de Planes específicos para LD.
- Incorporar el cargo por establecimiento de llamada.
- Incorporar una tabla de tarifas para llamada LDN.

2.4.3 Empresa VTR.

Las observaciones de VTR fueron analizadas con SUBTEL en una reunión de trabajo, como resultado de la cual se incorporaron ciertas mejoras, las que se refieren a:

- Mejoras a los Planes de telefonía.
- Precisiones respecto a las restricciones de servicios de Internet.

Para el caso de la Televisión, VTR tiene una definición particular de Plan la que no es concordante con la definición que ha adoptado SUBTEL.

2.4.4 Empresa Telefónica Chile.

Las observaciones de Telefónica Chile fueron analizadas con SUBTEL en una reunión de trabajo, como resultado de la cual se incorporaron ciertas mejoras, las que se refieren a:

- Utilizar las definiciones de Oferta y Promociones estipuladas en la Ley del Consumidor.

Por otra parte Telefónica Chile hizo ver la complejidad y costo de responder a la información solicitada, como asimismo la imposibilidad de identificar a través de una URL los Planes paquetizados, por la forma en que está construida su página Web.



2.4.5 Observaciones Planteadas por Empresas Dominantes

Como resumen de las reuniones de trabajo que SUBTEL sostuvo con las empresas dominantes de cada segmento, se rescatan los siguientes puntos:

- La cantidad de información solicitada es muy grande. Manifestaron que ante esta petición, se recurrió a la obtención manual de la información, y en todos los casos se solicitó una prórroga para poder cumplir con la entrega.
- De la misma manera manifestaron que frente a una solicitud periódica de esta información, no sería posible obtenerla manualmente, por lo que se requeriría el desarrollo de un sistema para recuperar la información. Esto involucraría un costo que actualmente no tienen considerado.
- Igualmente manifestaron que los tiempos de desarrollo de esta aplicación no eran cortos.
- Finalmente las empresas manifestaron su aprehensión acerca del uso de esta información. Indicaron que en el caso que fuera a ser presentada al público, se requeriría la definición de criterios, y que estos fueran consensuados, en torno a qué Planes y qué características son comparables.

2.4.6 Conclusiones

Las aclaraciones que aportaron las empresas han resultado fundamentales para el éxito de este estudio. Por una parte TRANSAM hizo llegar un documento con sus observaciones, las que permitieron mejorar la petición de información en Larga Distancia.

Por otra parte, y como resultado de las observaciones entregadas por VTR y Telefónica Chile, SUBTEL se reunió con ambas empresas lo que permitió recoger mejoras.

En cuanto a las empresas móviles, SUBTEL se reunió con Movistar, Entel PCS y Claro, lo que también permitió obtener mejoras para la petición de información.



2.5 Comparación de Información Web-Empresas

2.5.1 Introducción.

Para realizar un análisis comparativo de la información obtenida desde la Web y la información recibida de las empresas, se ha utilizado como fuente de información dos bases de datos:

- Una base de dato conformada por la información recopilada por el equipo de trabajo de ACONS desde las páginas Web de las empresas.
- Una base de dato conformada por la información enviada por cada una de las empresas del sector, como respuesta a los Oficios ya mencionados.

El propósito de este análisis es comparar las características y calidad de la información recolectada, por un lado a través de un análisis de lo que se obtuvo desde los sitios Web, y por otro, lo entregado por las empresas como respuesta a los Oficios N°55, 56, 57, 58 y 59.

A continuación se analizan con mayor detalle aquellas empresas que poseen una importante participación en el mercado de las telecomunicaciones. Estas son, Telefónica Chile, Entel, VTR, Telefónica del Sur, Telmex, GTD y Claro, cada una de las cuales tiene una o más filiales dedicadas a segmentos específicos.

Los segmentos considerados en este análisis son todos los incluidos en este estudio, es decir, Telefonía local (TL), Larga Distancia (LD) Internet (IN), Televisión (TV), Telefonía Móvil (TM), Paquetizados Local (OL) y Paquetizados Móviles (OM).

En lo que sigue, se exponen algunos aspectos importantes de comparación entre la información recolectada desde las páginas Web y aquella enviada por las propias empresas.

2.5.2 Segmento de Telefonía Local.

A continuación se analizará la información de las empresas que son más representativas de este segmento, estas son:

- Telefónica Chile
- VTR
- Telefónica del Sur
- GTD Manquehue



Se dejan fuera del análisis de Telefonía Local a Entel y Telmex, ya que ambas empresas se definen como orientadas exclusivamente a clientes comerciales y no tienen una participación de mercado relevante en este segmento.

En la **Tabla 3** se muestra la información recolectada por ACONS desde las páginas Web y la información enviada por las diferentes empresas. En ella se indica la cantidad de Planes de telefonía local informados por cada empresa.

EMPRESA	EMPRESA	Web
GTD MANQUEHUE	45	15
TELEFONICA CHILE	131	90
TELEFONICA DEL SUR	15	9
VTR	2	2

Tabla 3 - Cantidad de Planes por Empresa

De la **Tabla 3** se puede observar que existe disparidad entre la información que se puede extraer desde las páginas Web y la información entregada por las mismas empresas. El principal motivo de esta disparidad está en que existen diferentes formas de entender el concepto Plan y también en la forma de entregar la información de éstos. A continuación se analizarán estos resultados empresa por empresa ya que la explicación de las diferencias no es la misma para todos los casos.

Telefónica Chile

Las diferencias en los Planes informados por la empresa y los recogidos desde la Web, se refieren a:

- Planes para llamado desde teléfonos fijos a teléfonos móviles con diferentes cantidades de minutos incluidos;
- Planes de tarifas reguladas para las diferentes áreas tarifarias;
- Planes “Línea súper económica 3000” y “Plan 500 minutos locales día y noche”.

En base a la información obtenida por ACONS y aquella entregada por la empresa respecto a sus Planes se pueden distinguir los siguientes tipos de planes:

- Planes de Prepago, tales como los Planes de líneas súper económicas.
- Planes con contrato: con control de consumo; con restricción horaria; e ilimitados.



Tarifa y cobertura.- La cobertura del sector es Nacional y los tipos de tarifas que se observaron corresponden a tarifa plana, tarifa por consumo y tarifa con restricción horaria.

Regiones	ARICA		TARAPACA		ANTOFAGASTA		ATACAMA	
Nombre del Producto	Empresas	Web	Empresas	Web	Empresas	Web	Empresas	Web
LINEA ECONOMICA 120 MINUTOS	12.790	12.790	12.790	12.790	12.790	12.790	12.790	12.790
LINEA SUPER ECONOMICA 3000								
LINEA SUPER ECONOMICA 5000								
LINEA SUPER ECONOMICA 6000								
LINEA SUPER ECONOMICA 7000								
PLAN 250 MINUTOS LOCALES DIA Y NOCHE	11.979	13.690	11.979	13.690	11.979	13.690	11.979	13.690
PLAN 350 MINUTOS LOCALES DIA Y NOCHE	12.854	14.690	12.854	14.690	12.854	14.690	12.854	14.690
PLAN 500 MINUTOS LOCALES DIA Y NOCHE								
PLAN DE MINUTOS ILIMITADO	17.390	17.390	17.390	17.390	17.390	17.390	17.390	17.390

Regiones	COQUIMBO		VALPARAISO		METROPOLITANA		O'HIGGINS	
Nombre del Producto	Empresas	Web	Empresas	Web	Empresas	Web	Empresas	Web
LINEA ECONOMICA 120 MINUTOS	12.790	12.790	12.790	12.790		11.790	12.790	12.790
LINEA SUPER ECONOMICA 3000								
LINEA SUPER ECONOMICA 5000								
LINEA SUPER ECONOMICA 6000								
LINEA SUPER ECONOMICA 7000								
PLAN 250 MINUTOS LOCALES DIA Y NOCHE	11.979	13.690	11.979	13.690	11.979	13.690	11.979	13.690
PLAN 350 MINUTOS LOCALES DIA Y NOCHE	12.854	14.690	12.854	14.690	12.854	14.690	12.854	14.690
PLAN 500 MINUTOS LOCALES DIA Y NOCHE								
PLAN DE MINUTOS ILIMITADO	17.390	17.390	17.390	17.390	17.390	17.390	17.390	17.390

Regiones	MAULE		BIOBIO		ARAUCANIA		LOS RIOS	
Producto	Empresas	Web	Empresas	Web	Empresas	Web	Empresas	Web
LINEA ECONOMICA 120 MINUTOS	12.790	12.790	12.790	12.790	12.790	12.790	12.790	
LINEA SUPER ECONOMICA 3000								
LINEA SUPER ECONOMICA 5000								
LINEA SUPER ECONOMICA 6000								
LINEA SUPER ECONOMICA 7000								
PLAN 250 MINUTOS LOCALES DIA Y NOCHE	11.979	13.690	11.979	13.690	11.979	13.690		
PLAN 350 MINUTOS LOCALES DIA Y NOCHE	12.854	14.690	12.854	14.690	12.854	14.690		
PLAN 500 MINUTOS LOCALES DIA Y NOCHE							12.500	
PLAN DE MINUTOS ILIMITADO	17.390	17.390	17.390	17.390	17.390	17.390		

Regiones	LOS LAGOS		AISEN		MAGALLANES		TODO CHILE	
Producto	Empresas	Web	Empresas	Web	Empresas	Web	Empresas	Web
LINEA ECONOMICA 120 MINUTOS	12.790		12.790		12.790	12.790		
LINEA SUPER ECONOMICA 3000							3.000	
LINEA SUPER ECONOMICA 5000							5.000	5.000
LINEA SUPER ECONOMICA 6000							6.000	6.000
LINEA SUPER ECONOMICA 7000							7.000	7.000
PLAN 250 MINUTOS LOCALES DIA Y NOCHE					11.979	13.690		
PLAN 350 MINUTOS LOCALES DIA Y NOCHE					12.854	14.690		
PLAN 500 MINUTOS LOCALES DIA Y NOCHE	12.500		12.500					
PLAN DE MINUTOS ILIMITADO					17.390	17.390		

Tabla 4 - Cargo Fijo Mensual Planes Residenciales Telefónica Chile

En la **Tabla 4** se presenta a modo de ejemplo una comparación entre los cargos fijos mensuales informados directamente por la empresa como respuesta al Oficio enviado



por SUBTEL y los publicados en su página Web, para los Planes de telefonía local destinados al mercado residencial.

Se puede observar que existen diferencias en las tarifas de los Planes “plan 250 minutos locales día y noche” (valor 14,3% superior en la Web) y “plan 350 minutos locales día y noche” (valor 13,5% superior en la Web).

Esta diferencia de tarifa en los planes informados por la empresa y Web, se debe a que las empresas no tienen automatizado el proceso de informar tarifas y por lo tanto tuvieron que realizarlo a mano, utilizando diversas fuentes internas, en ese proceso es muy posible que se hayan producido errores, especialmente de transcripción.

Este comentario lo hicieron las personas de Telefónica que asistieron a la reunión de coordinación con SUBTEL.

De la **Tabla 4** también se observa que existen Planes no publicados en la página Web. Tal situación fue planteada por SUBTEL a la empresa, quien comprometió una respuesta la que a la fecha no ha sido entregada.

Conclusión.- Del análisis de la información obtenida desde la página Web y la entregada por Telefónica Chile, se puede destacar que en general existe coherencia entre las dos fuentes de información, sin embargo hay diferencias, ya mencionadas en los puntos anteriores.

Empresa VTR

Para esta empresa la cantidad de Planes levantados de su página Web es la misma que la cantidad de Planes informados por la empresa como respuesta al Oficio de SUBTEL.

Tipo de Plan.- Es importante destacar que VTR no tiene Planes destinados al mercado comercial y tampoco de prepago, sus Planes están definidos para todo cliente y son todos con contrato.

Precios / Tarifas.- En relación a las tarifas, la **Tabla 5** muestra el valor de los cargos fijos informados por ambas fuentes, se puede observar que no existen diferencias en los valores informados.

Todo Chile menos Aysen y Magallanes

Producto	Empresas	Web
Plan de Telefonía 350 Minutos	15.390	15.390
Plan de Telefonía Ilimitado	17.390	17.390

Tabla 5 - Cargo fijo mensual Planes VTR



Conclusión.- VTR presenta información clara de sus planes y de la cobertura.

2.5.3 Segmento de Telefonía Larga Distancia.

En el segmento de Larga Distancia hay una cantidad importante de actores que tiene una pequeña participación de mercado. Sólo analizaremos a continuación las filiales de las empresas dominantes que se dedican a este segmento. En la **Tabla 6** se muestran las empresas ya indicadas con la cantidad de Planes informados separados según sean para clientes residenciales o comerciales. De la observación de la tabla se puede concluir lo siguiente.

	Cliente Residenciales		Clientes Comerciales	
	Empresas	Web	Empresas	Web
TELEFÓNICA MUNDO	6	37	30	3
MOVISTAR (TELEFONICA)	3		1	
GLOBUS (TELEFONICA)	3	5		
CHILESAT (TELMEX)		7	562	
AT&T CHILE (TELMEX)			52	
FIRSTCOM (TELMEX)			84	
GTD LD	6			
MANQUEHUE L.D. (GTD)	2		1	
ENTEL	50	28	24	8
VTR GLOBAL CARRIER	13	12		
CARRIER 121 (TELSUR)	19			

Tabla 6 - Cantidad de Planes de Larga Distancia por Empresa

- Varias de las empresas no tienen sólo una filial dedicada al negocio de Larga Distancia sino que varias, es así como Telefónica Chile y Telmex se presentan con tres filiales, GTD con dos y Entel, VTR, y Telefónica del Sur con una. Se debe destacar que Entel no informó su filial Mi Carrier (154) y tampoco publica información en la Web.
- No todas las empresas se interesan en los servicios destinados a clientes comerciales, así VTR y Telefónica del Sur sólo informaron Planes para clientes residenciales.
- Telmex, de acuerdo a lo informado, está enfocado en forma casi exclusiva a clientes comerciales.



- En este segmento, la información disponible en la Web es muy escasa. Las empresas no publican en este medio sus Planes, sino que sólo información general que no permite identificar Planes y tarifas, o simplemente no tienen página Web.

TELEFONICA CHILE

Esta empresa aparece con tres filiales de Larga Distancia, Telefónica Mundo, Movistar (ex Bellsouth LD) y Globus. De las tres sólo la primera tiene una cantidad importante de Planes. Se analizará a continuación algunos aspectos importantes de Telefónica Mundo.

- En la base de datos entregada por la empresa aparecen 30 Planes para clientes comerciales y 6 Planes para clientes residenciales. Los primeros corresponden a la familia de Planes "Paquete minuto nacional xxx" que son sólo 30 alternativas diferentes de minutos incluidos. De todas maneras esta Consultora estima que corresponde a una definición correcta de Plan ya que la diferencia en minutos incluidos lo hace un Plan diferente.
- En la base de datos obtenida de la revisión del sitio Web de la empresa aparecen 40 Planes de los cuales 3 son para clientes comerciales y 37 para clientes residenciales. Aunque esta Consultora ha hecho un esfuerzo, no ha sido posible establecer una correspondencia entre los Planes informados por la empresa en su respuesta al Oficio y los publicados en la página Web.
- Es necesario destacar que la empresa en su respuesta al Oficio no entregó la referencia a la página Web con la descripción del Plan. Si este campo se hubiera completado correctamente, habría sido posible identificar claramente los Planes desde la Web.
- A la fecha de este informe, el sitio Web www.globus.cl ya no está en funcionamiento y automáticamente es redireccionado a www.188.cl que es el sitio de Telefónica Mundo.

ENTEL

Esta empresa participa en el negocio de Larga Distancia sin filiales y está orientada tanto al cliente residencial como al comercial. Se analizará a continuación algunos aspectos importantes de Entel.

- En la información entregada por la empresa aparecen 74 Planes, de los cuales se pueden distinguir 16 distintos, en los demás las diferencias están sólo en la



cantidad de minutos que se incluyen.

- En la información obtenida de la Web aparecen 36 Planes, entre los cuales hay algunos que se pueden considerar como de un solo tipo diferenciados por los minutos incluidos, por ejemplo: Flexible Mundo (3 versiones), Flexible USA (3 versiones), País frecuente (7 versiones).
- En la **Tabla 7** se puede observar que de la totalidad de Planes informados por Entel en su respuesta al Oficio, sólo 12 (16,2%) son identificables en su página Web, el resto no fue posible encontrarlos. En los doce Planes que se lograron identificar no existe diferencia en el cargo fijo mensual.

Producto/Plan	Empresas	Web	Producto/Plan	Empresas	Web	Producto/Plan	Empresas	Web
Conveniente-100	2.090		Flexible USA 2190 - 20	2.190	2.190	País Frecuente 10 min G1	950	950
Conveniente-1200	12.990		Flexible USA 3390 - 40	3.390	3.390	País Frecuente 10 min G2	1.290	1.700
Conveniente-175	3.090		Flexible-100	2.190		País Frecuente 120 min G1	6.720	6.720
Conveniente-1800	18.900		Flexible-1200	13.990		País Frecuente 120 min G2	7.990	
Conveniente-250	3.390		Flexible-175	3.190		País Frecuente 20 min G1	1.600	1.600
Conveniente-350	3.790		Flexible-1800	19.900		País Frecuente 20 min G2	2.190	
Conveniente-40	1.190		Flexible-250	3.490		País Frecuente 280 min G1	12.990	
Conveniente-500	5.490		Flexible-350	3.890		País Frecuente 50 min G1	3.400	3.400
Conveniente-70	1.590		Flexible-40	1.290		País Frecuente 50 min G2	4.190	
Conveniente-800	8.490		Flexible-500	5.590		País Frecuente 500 min G1	18.890	
CRD 0-1	1.990		Flexible-70	1.690		País Frecuente 80 min G1	4.960	4.960
CRD 2490-10	2.490		Flexible-800	8.590		País Frecuente 80 min G2	5.990	
CRD 3990-15	3.990		Happy Hour 21	1.990		País frecuente 10 min G3		2.170
Cuba Frecuente	2.390		Happy Hour 22	1.990		Plan Chile Empresas	14.808	
Flexible MUNDO - 120	8.490		Happy Hour 23	1.990		Plan Chile Full	17.564	
Flexible MUNDO - 80	6.490		Ilimitado Nocturno	2.890		Plan Chile VIP	24.200	
Flexible MUNDO 1590 - 10	1.590	1.590	Mix 15000	225.000		Plan Flexible Inicia	17.345	
Flexible MUNDO 2590 - 20	2.590	2.590	Mix 2000	34.000		XL Internacional	12.990	
Flexible MUNDO 3590 - 40	3.590	3.590	Mix 3000	49.500				
Flexible USA 1390 - 10	1.390	1.390	Mix 5000	80.000				

Tabla 7 - Comparación de Planes LD Entel, Empresa / Web

- Es necesario destacar que la empresa, en su respuesta al Oficio, completó el campo URL sólo en forma genérica (www.entel.cl) y no indicando el link hacia la descripción del producto específico como se solicitó. Si este campo se hubiera completado correctamente, habría sido posible identificar claramente los Planes en la Web.

VTR

Esta empresa participa en el segmento de larga distancia con una única filial, VTR Global Carrier y está orientada sólo al cliente residencial. Se analizará a continuación algunos aspectos importantes de VTR.

- Para el caso de VTR Global Carrier, en la información entregada por la empresa aparecen 13 Planes, pero se puede distinguir 6 de ellos como Planes distintos, a saber:

1) Minutos Libres Internacional.



- 2) Minutos libres Nacional.
- 3) Minutos Libres USA.
- 4) Chile Nocturno 21-22 hrs.
- 5) Discado Internacional.
- 6) Discado Nacional.

Dentro de estos tipos de Planes, se pueden encontrar alternativas de minutos incluidos y de tarifas, lo que lleva a la empresa a informar 13 Planes.

- En la **Tabla 8** se muestra una comparación entre los Planes y cargos fijos mensuales informados por la empresa como respuesta al Oficio y lo publicado en la Web. Se puede observar que en la página Web se publican 11 Planes, pero sólo 9 de ellos se pudieron identificar con lo informado como respuesta al Oficio.

Plan	Empresa	Web
11 Minutos libres Internacional	990	990
113 Minutos libres Internacional	5.650	5.650
149 Minutos libres Nacional	3.990	3.990
25 Minutos libre USA	1.500	-
30 Minutos libres Internacional	1.950	1.950
30 Minutos libres Nacional	990	990
300 Minutos libres USA	13.500	-
60 Minutos libres Internacional	3.650	3.650
60 Minutos libres Nacional	1.990	1.990
99 Minutos libres Nacional	2.990	2.990
Chile Nocturno 21-22 Hrs	1.589	1.589
Discado Internacional	0	-
Discado Nacional	0	-
Minutos libre USA	-	-
Plan Total LDN y LDI	-	13.500
Chile Conectado	-	0

Tabla 8 - Comparación de Cargo Fijo Mensual Planes LD de VTR



- No se detectaron diferencias de valores en los cargos fijos entregados por la empresa en las dos fuentes de información que se analizan.

TELMEX

Telmex participa en este segmento con tres filiales, Chilesat, AT&T Chile Networks y Firstcom. Las tres están dedicadas fundamentalmente a los clientes comerciales y la primera de ellas es la que ofrece el mayor número de Planes.

- En el caso de Chilesat, en la información enviada por la empresa, aparecen 562 Planes diferentes, todos ellos destinados a clientes comerciales. Las diferencias corresponden, en general, a la cantidad de minutos incluidos en un plan contratado. De una revisión exhaustiva, se puede determinar que existen en realidad 5 Planes plenamente diferenciables (cuando la diferencia no es la cantidad de minutos incluidos en el Plan), que son los siguientes:
 - 1) País Frecuente Internacional (varias alternativas de minutos).
 - 2) País Frecuente Nacional Empresa CTL (varias alternativas de minutos).
 - 3) País Frecuente Nacional PYME CTL (varias alternativas de minutos).
 - 4) Plan Diamante C Empresa.
 - 5) Plan Diamante C PYME.
- En la página Web de Chilesat sólo se publicitan 7 Planes destinados a los clientes residenciales, por lo tanto no existe comparación con los 562 planes para clientes comerciales informados por la empresa.
- Respecto de AT&T Chile Networks, en la información entregada por la empresa se aprecian 52 Planes con códigos diferentes. Sin embargo, hay sólo dos tipos de Planes que se pueden diferenciar verdaderamente, el País Frecuente Nacional y el País Frecuente Internacional. Esto es, hay una amplia gama de Planes, que sólo están diferenciados por la cantidad de minutos y la restricción horaria. Esta empresa no tiene sitio Web, por lo tanto no publicita sus Planes por este medio.
- Con relación a Firstcom, en la información entregada por la empresa se aprecian 84 Planes con códigos diferentes. Sin embargo, hay sólo 4 tipos de Planes que se pueden diferenciar verdaderamente: el Control Móvil, Control Nacional, LDI Justo y PFN Justo. Se trata de una amplia gama de Planes, diferenciados por cantidad de minutos y restricción horaria, lo que permite al cliente seleccionar el Plan según su conveniencia. Esta empresa no tiene sitio



Web, por lo tanto no publicita sus Planes por este medio.

GTD

GTD participa en el segmento de larga distancia con dos filiales, GTD LD y Manquehue LD, ambas definen sus planes como para todo tipo de clientes.

- GTD LD envió como respuesta al Oficio sólo 6 Planes para todo tipo de clientes, en ellos se puede diferenciar tres tipos de planes, plan larga distancia público en general, plan larga distancia super prime continental y plan larga distancia super prime. Al momento que se hizo el levantamiento en la página Web no había información de planes, pero a la fecha de este informe la página Web tiene información de planes y tarifas que concuerda con la respuesta al Oficio. Todos los planes informados no tienen cargo fijo ni minutos incluidos.

Es dado suponer que la modificación de la página Web se relaciona con la petición de información de SUBTEL. Esto viene a reafirmar el supuesto que las empresas reaccionan frente a las solicitudes de la autoridad mejorando la información en sus páginas Web.

- Manquehue LD envió como respuesta al Oficio sólo 3 Planes para todo tipo de clientes, dos de ellos destinados a todo cliente y uno para clientes comerciales. Se trata de planes básicos sin cargo fijo ni minutos incluidos. En la página Web de la empresa no se publicitan Planes de larga distancia.

Telefónica del Sur

Telefónica del Sur participa en el segmento de Larga Distancia con una filial denominada Carrier 121 con Planes destinados a todo tipo de clientes.

- Carrier 121 envió como respuesta al Oficio, 19 Planes para todo tipo de clientes, en ellos se puede diferenciar 7 tipos de Planes que son los siguientes:
 - 1) Nacional.
 - 2) Plan xx min.
 - 3) Plan ilimitado con cell.
 - 4) Plan internacional top ten.
 - 5) Plan ip xxx min.
 - 6) Plan mype xx min.
 - 7) Plan nocturno 2.



Todos los Planes tienen diferente cantidad de minutos incluidos, con un cargo fijo mensual. Es necesario destacar que uno de los Planes es de telefonía IP.

En la página Web no hay información de planes, por lo tanto no es posible realizar una comparación.

2.5.4 Segmento Internet.

En la **Tabla 9** se muestra la cantidad de Planes diferentes por empresa.

	Empresas	Web
TELEFÓNICA CTC CHILE	9	36
TELEFÓNICA DEL SUR	11	12
VTR TELEFÓNICA S.A.	5	4
GTD MANQUEHUE	21	11
ENTEL	0	6
CMET	2	2
CSAT	4	0
NETLINE	47	0
STEL ACCESS S.A.	6	0
TECNOERA	5	0
AUSTRO INTERNET S.A.	0	4
CHILE.COM	0	1
CHILESAT INTERNET (TEL	0	6
CTR	0	4
CYBERCENTER	0	13
E-MONEY	0	4
FULLCOM S.A.	0	2
GLOBALCOM INTERNET	0	107
GTD INTERNET S.A.	0	6
IFX NETWORKS	0	5
INALAMBRICA	0	3
INTERCITY	0	22
INTERNET SATELITAL LIM	0	4
LATLINK	0	15
TUTOPIA.COM	0	14
IJA LTDA.	0	1
UPLINK	0	9

Tabla 9 - Comparación Web/Empresas Internet



Nota: Un 0 en el cuerpo de la tabla indica que no hay información de planes para la empresa correspondiente.

Análisis de información general

Previo a un análisis de las empresas más relevantes de este segmento, es menester observar los siguientes hechos que se desprenden de la **Tabla 9**.

- Existen algunas diferencias entre la cantidad de planes levantados por ACONS y los informados por las empresas.
- Hay 16 empresas que no entregaron información: Entel, Austro Internet, Chile.com, Chilesat Internet (Telmex), CTR, Cybercenter, E-money, Fullcom, Globalcom Internet, Gtd Internet, IFX networks, Inalámbrica, Intercity, Internet satelital, Latlink, Tutopia, IIA y Uplink.
- Hay 4 empresas para las cuales no se reconoce la existencia de información relevante para el segmento Internet en su sitio Web (la información que la empresa tiene en su sitio Web no permite reconocer planes ni tarifas). Estas son: Csat, Netline, Stel access y Tecnoera.
- Hay empresas, como por ejemplo Telefónica del Sur y VTR, en que la información de planes levantados por ACONS corresponde a lo informado por la empresa.
- Hay otras, en cambio, como Telefónica Chile y GTD Manquehue, en las que se presenta una diferencia en la cantidad de Planes. Estas situaciones se analizan en los próximos párrafos.

Las empresas relevantes para el análisis de este segmento son las siguientes:

- Telefónica Chile.
- VTR Banda Ancha S.A.
- ENTEL.
- Telefónica del Sur.
- GTD.

Telefónica CHILE

En el caso específico de Telefónica Chile, la cantidad de Planes declarados por la



empresa aparecen en cantidad inferior a lo recopilado por ACONS. La empresa informa de 9 Planes en tanto que ACONS considera que existen 36 diferentes. Telefónica Chile informa de sus Planes genéricos de distintas velocidades más dos Planes genéricos de prepago. ACONS, en cambio, incluye los Planes de Minutos Internet, los de Prepago Zona Wi-Fi, Planes Wifi, así como todas las alternativas de Speedy.

Tipo de Plan.- Con base en la información levantada por ACONS y aquella entregada por la empresa respecto de sus Planes en el segmento Internet, se puede determinar que Telefónica Chile ofrece un conjunto de Planes de acceso a Internet en Banda Ancha, diferenciados fundamentalmente por la velocidad de bajada en los que predominan Planes de abonados con contrato, habiendo también una oferta de prepago. Las velocidades ofrecidas son de 300K, 600K, 1M (en prepago), 2M, 4M, 6M y 8M (M se refiere a la velocidad de transferencia de datos en Megabits por segundo).

Precios / Tarifas.- En el caso de los Planes de prepago, se cobra un cargo por instalación de \$20.000, el costo del CPE es gratuito y no hay cargo fijo mensual, lo que es lógico para este tipo de Plan. Por lo que se aprecia en la información disponible, el costo de instalación es geográficamente plano.

En el caso de los planes de abonados con contrato, las tarifas son geográficamente planas y van desde \$24.290 para velocidades de 2M hasta \$33.490 para velocidad de 8M. Todos estos planes indican la velocidad de bajada pero no se indican las velocidades de subida.

Cobertura.- Telefónica Chile es el único operador que está presente en todas las regiones excepto en la región de Magallanes, de acuerdo a lo informado por la propia empresa.

VTR BANDA ANCHA S.A

Los planes Internet recopilados por ACONS para VTR y aquellos informados por la empresa coinciden plenamente, excepto el hecho de que VTR agrega el Plan denominado UNO.

Tipo de Plan.- VTR ofrece un conjunto de planes de acceso a Internet en Banda Ancha, al igual que en el caso de Telefónica Chile, diferenciados fundamentalmente por la velocidad de bajada. Todos ellos corresponden a abonados con contrato, por lo que a diferencia de Telefónica Chile, no tiene oferta de prepago.

VTR ofrece 5 planes de Banda Ancha: Mega 2, Mega 4, Mega 8, Mega 10 y Uno. Acorde a la información entregada por la misma empresa, estos planes tienen como característica común que la velocidad de subida máxima es de 512Kbps.



El plan de 10M tiene algunas características específicas, con restricciones. Mega 10 es un plan de navegación de alta velocidad que incorpora 20GB de capacidad para bajar datos desde Internet. Una vez consumida dicha cuota de descarga, la velocidad baja al plan Mega 4.

Si el cliente desea continuar transfiriendo datos, el Plan Mega 10 considera recargas o extensiones de tráfico de 5GB, con la que se puede continuar navegando a 10 Mbps. Dentro del ciclo de facturación se puede adquirir como máximo una recarga de 5GB.

Las recargas tienen duración de 90 días y se consumen sólo si se supera los 20 GB. Es decir, cada vez que se consume la capacidad del plan se activará el uso de la cantidad contratada como recarga.

Esta información está disponible en el sitio Web de la empresa, de la misma forma que se presenta en este punto.

Las tarifas del segmento Internet en VTR son geográficamente planas, al igual que en el caso de Telefónica Chile, y van desde \$26.000 para velocidades de 2M hasta \$45.000 para velocidad de 10M. La tarifa para 8M es de \$35.000. Todos estos planes indican la velocidad de bajada pero no se indican las velocidades de subida.

Cobertura.- VTR no tiene cobertura total a nivel nacional, sin embargo, está presente en una gran cantidad de comunas. El sitio Web permite consultar la cobertura por comuna.

Precio / Tarifa.- Las tarifas de la Web coinciden con las informadas por la empresa.

Entel

Aunque Entel es un actor relevante en el sistema de telecomunicaciones del país, parece no tener interés en la oferta de Planes de acceso a Internet. La empresa no reportó planes en el segmento de Internet, no obstante que es conocido que Entel los tiene en este segmento, destinados a clientes comerciales. Estos tampoco están publicados en la página Web.

El hecho de que Entel no aparezca participando en este segmento parece significar solamente que la empresa está orientada a otros nichos, distintos de personas y familias. Esos otros nichos, de servicios integrales de comunicaciones para empresas, no se reflejan en la información que se encuentra en la Web, porque son nichos que se trabajan en forma directa.

Telefónica del Sur

Tanto la empresa Telefónica del Sur como ACONS reportan prácticamente la misma cantidad de Planes, no obstante que se aprecian diferencias en los nombres utilizados



por una y por otra. Los nombres de Planes reportados por ACONS son aquellos que un cliente encontrará en el sitio Web de la empresa, mientras que los nombres de Planes informados por Telefónica del Sur son diferentes aunque se refieran al mismo Plan.

Aparece aquí un problema de nomenclatura y denominación de los Planes, lo cual puede entorpecer la acción de control de la autoridad y la comunicación con las empresas. A este respecto cabe señalar que lo acordado sobre la petición de información a las empresas, y que se reflejó en el Informe II, recalca el hecho que la información de Planes que debe entregar la empresa debe corresponder con la que publica en su página Web.

Tipo de Plan.- Telefónica del Sur ofrece un conjunto de Planes de acceso a Internet en Banda Ancha, al igual que en el caso de Telefónica Chile y de VTR, diferenciados fundamentalmente por la velocidad de bajada. Todos los Planes corresponden a abonados con contrato, por lo que al igual que VTR y a diferencia de Telefónica, no tiene oferta de prepago.

Telefónica del Sur ofrece Planes en velocidades de 1Mb, 1,2Mb, 2Mb, 3Mb, 4Mb y 600Kb. Acorde a la información entregada por la misma empresa, la velocidad de subida predominante es de 512Kbits, existe un plan con velocidad de subida de 2048Kb, otro de 256Kb -todos con tecnología ADSL- y un plan con tecnología analógica de 48Kb de subida.

La oferta de Telefónica del Sur se caracteriza por ser dedicada a las empresas. Los nombres usados para sus planes son explícitos en esto, indicando el tipo de empresa: pequeña, mediana, grande.

Cobertura.- Telefónica del Sur, como su nombre lo indica, cubre geográficamente el sur del país, desde la Región del Bío-Bío hasta la Región de Aysén.

Precio / Tarifa.- La información de tarifas coincide entre lo informado por la empresa y lo rescatado desde la Web. Las tarifas de Telefónica del Sur se caracterizan por ser geográficamente planas y basadas en un cargo fijo mensual, cuyo valor varía según el plan.

Las tarifas de Telefónica del Sur son superiores a las tarifas de Telefónica Chile y de VTR para planes similares. Esto se debe probablemente a que Telefónica del Sur opera con poca competencia en precios en el sector.

GTD

En este caso, la empresa informó sólo de GTD Manquehue, 21 Planes, obviando la información sobre GTD Internet. La consultora ACONS, en cambio, incluye información de GTD Manquehue y de GTD Internet, en un total de Planes.



No todos los nombres de Planes Internet informados por la empresa se aprecian en los nombres encontrados en su sitio Web. Por ejemplo, ACONS, en su base de datos incluye el plan BANDA ANCHA PRO como un solo plan. No obstante que la empresa informa de 8 planes diferentes bajo la misma denominación (la diferencia se debe a la variedad de velocidades diferentes y por IP dinámica vs, IP fija). Si bien la empresa informó a SUBTEL que tiene 8 Planes de esta naturaleza, eso no es evidente en su sitio Web, ya que allí se indican los atributos del Plan, pero no se ven los Planes diferenciados uno por uno, esto provoca la diferencia en el registro de las respectivas bases de datos.

Aquí se pone en evidencia, nuevamente, la existencia de algunos vacíos en la nomenclatura que pueden impedir a la autoridad realizar un control sobre la oferta de la empresa, reflejada en la información que se entrega en la Web. Esta situación, que como vemos no es sólo de GTD, se debe, en mucho, a la facilidad que brinda la tecnología para producir diversas combinaciones de los parámetros y atributos del acceso a la red (por ejemplo, velocidades de subida y bajada se combinan independientemente).

Tipo de Plan.- De la información disponible se desprende que GTD Manquehue ofrece acceso en Banda Ancha con velocidades de 1024K, 2048K y 4096K en los planes denominados Banda Ancha Negocios, todos con velocidad de subida de 512K y tecnología ADSL, sin restricciones, para clientes comerciales abonados con contrato. Además, para clientes comerciales, GTD Manquehue ofrece planes denominados PRO, en los que se administra la IP ya sea Fija o Dinámica.

Cobertura.- GTD Manquehue opera sólo en algunas comunas de la Región Metropolitana.

Precios / Tarifas.- La información entregada por la empresa es coincidente con la que se obtuvo de la Web. Las tarifas de GTD Manquehue son geográficamente planas y varían sólo en función del Plan correspondiente, sin diferenciar, entonces, entre las diversas comunas de la región. Las tarifas corresponden a un cargo fijo mensual, sin costo del CPE pero hay cargo de instalación que varía entre los diferentes planes.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

De lo expuesto, se puede inferir que existe la necesidad de que se fije una manera única para denominar los planes con el propósito de facilitar la comprensión de la autoridad, y su comunicación con las empresas, sin que ello impida a ésta ofrecer dichos planes, con una connotación más comercial y de marketing, a sus usuarios, a través de sitios Web o cualquier otra forma de difusión.



A este respecto cabe señalar lo acordado sobre la petición de información a las empresas, y que se reflejó en el Informe II, acerca de recalcar el hecho que la información de Planes que debe entregar la empresa debe corresponder con la que publica en su página Web.

En el caso de la empresa Telefónica Chile, los Planes en el segmento Internet se caracterizan por ser simples, diferenciados sólo por velocidad de acceso, con tarifas geográficamente planas y amplia cobertura a nivel nacional, excepto la región de Magallanes.

Telefónica Chile dispone de una cantidad mayor de Planes contratados que prepago, lo que parece lógico en el segmento Internet. También, se aprecia el interés de la empresa por ofrecer velocidades de acceso cada vez mayores, aunque su competidor más directo, VTR, ya ofrece una velocidad superior, la de 10M.

En el caso de VTR se concluye que los Planes, de manera muy similar a Telefónica Chile, se caracterizan por ser simples, diferenciados sólo por velocidad de acceso, con tarifas geográficamente planas y amplia cobertura a nivel nacional, exceptuando algunas comunas.

Es muy importante notar que los Planes de VTR y de Telefónica Chile son muy similares y fuertemente competitivos.

En el caso de VTR no existe el prepago, lo que si existe en Telefónica Chile. Cabe señalar que VTR tiene una orientación a los servicios paquetizados, mucho más que Telefónica Chile.

Telefónica del Sur es un actor relevante del segmento Internet en las regiones donde opera y compite directamente con Telefónica Chile y VTR, aunque sus tarifas son levemente superiores, por la baja competencia en precios existente entre ellas. En particular en Aysén, Telefónica del Sur ofrece un servicio de características similares en velocidad y precio a las que ofrece en otras regiones, mientras que Telefónica Chile ofrece servicios con alto costo y bajas velocidades de acceso.

La oferta de GTD Manquehue está concentrada sólo en la Región Metropolitana, donde se constituye competidor de Telefónica Chile y VTR, ya que ofrece velocidades similares. No obstante, GTD presenta la particularidad de una oferta de alta velocidad para clientes residenciales, con tecnología FTTH, que no está en la oferta de las otras empresas: 15, 30 y 100Mbps.

Observando la notación usada por esta empresa, comparada con otras, se puede ver que no existe una forma común, por ejemplo, se usa 1000Kbps en lugar de 1Mbps. Esto, que pudiera parecer sin importancia, debería ser corregido. Para ello, ACONS recomienda que se instruya a todas las empresas una nomenclatura común para referirse a las velocidades. Esta recomendación es, en rigor, extensible a todos los aspectos relativos a los Planes, sus parámetros, sus características, sus atributos, sus



medidas, etc.

En cuanto a velocidades, este sector se ha caracterizado por una competencia entre Telefónica Chile y VTR, basada en el aumento de velocidad a sus clientes ya abonados sin aumentarles la tarifa.

Respecto a este punto, se desconoce si ha existido inversión en infraestructura que permita sostener estos aumentos de velocidad.

2.5.5 Segmento Televisión Pagada.

En la **Tabla 10** se muestra la cantidad de Planes diferentes por empresa, con una comparación entre la información enviada por las empresas y la información recuperada desde la Web.

	Empresas	Web
CABLE CENTRAL	4	0
GTD MANQUEHUE	31	17
TELEFONICA DEL SUR	14	0
TELEFONICA MULTIMEDIA	14	720
VTR TELEFONICA S.A.	2	62
ZAP TV (TELMEX)	6	1
DIRECTV CHILE LTDA.	0	3

Tabla 10 - Comparación Web/Empresas Televisión

Nota: Un 0 en el cuerpo de la tabla indica que no hay información de planes para la empresa correspondiente.

Análisis de Información General

De la **Tabla 10** y las bases de datos que la sustentan, se pueden obtener las siguientes conclusiones:

- Existen diferencias importantes entre la cantidad de planes levantados por ACONS y lo informado por las empresas. Situación que se presenta para todas las empresas indicadas en la tabla.
- La empresa Direct TV no entregó la información solicitada.
- En el caso de Cable Central de CMET, la página Web no entrega información de Planes y tarifas de Televisión.



- Para Telefónica del Sur, el registro de ACONS indica que no hay información de Televisión en la página Web de la empresa. Esto se debe a que, si bien al visitar dicha página hay un link para TV que tiene indicación del Plan Golden y Planes Premium, no existe información relevante para la base de datos. Específicamente, si se visita el link Televisión/Planes y Tarifas, se encuentra Planes Golden, del cual no se puede verificar la tarifa. Sólo hay tarifas en planes Premium que, en rigor, corresponden a la elección de un canal de fútbol o de un pack de canales de películas, que no son planes sino complementos.
- También en el caso de VTR un mismo Plan presenta parrillas diferentes en las diferentes zonas. En la interpretación de SUBTEL estos son diferentes Planes.
- ZAP TV (TELMEX TV) informa de 6 planes, sin embargo sólo dos de ellos contienen una parrilla de canales, los otros cuatro corresponde a uno o dos canales Premium. Aquí nuevamente aparece una forma distinta de interpretar lo que es un Plan y qué no lo es. En la interpretación de SUBTEL, la oferta de un canal Premium no es un Plan, sino un complemento de uno o más Planes.

Telefónica MULTIMEDIA

Telefónica Multimedia, que es filial de Telefónica Chile informó de 14 planes diferentes, mientras que ACONS, luego de la revisión de la página Web indica un plan, que es “arma tu plan”. En rigor, la oferta televisiva de Telefónica Chile permite al cliente armar un plan en forma interactiva a través de Internet. El conjunto de combinaciones que se puede hacer es grande (más de 700 Planes posibles), por lo que un cliente, a través del sitio Web, puede buscar lo que más le acomode a sus necesidades, pero es complejo llegar a conocer toda la oferta a través del sitio porque ésta se arma en forma interactiva.

De la información disponible se puede deducir que la tarifa es geográficamente plana y su variación depende exclusivamente del Plan elegido y no de un efecto geográfico.

Planes/tarifas.- Telefónica Chile permite al cliente armar un plan a su medida, todo de manera interactiva por Internet. Para ello dispone de 3 Planes base y 14 Planes complementarios a uno base, los que en las posibilidades de combinación da una cantidad superior a los 700 Planes. La oferta de esta empresa cubre el territorio nacional.

De la información disponible se puede deducir que la tarifa es geográficamente plana y su variación depende exclusivamente del Plan elegido y no de un efecto geográfico.

Cobertura.- Telefónica Multimedia tiene cobertura en todo Chile.



VTR Banda Ancha S.A.

Tipo de plan.- VTR ofrece esencialmente 2 Planes de televisión: Cable Full y Cable Light. Según la información proporcionada por la empresa y que se puede corroborar en el sitio Web, el Plan Full entrega entre 39 y 69 canales, dependiendo de la comuna donde éste se contrate. De la misma forma, el Plan Light entrega entre 18 y 49 canales también dependiendo de la comuna. Estos planes no incluyen cargos de: paquetes programáticos de canales adicionales; cargos por compras en VOD; revista de programación, D-BOX Adicional, etc.

Ambos planes, Full y Light, se complementan con la incorporación de D-BOX y D-BOX/PRO, que constituyen combinaciones que dan origen a variedad de planes.

Sin embargo, en la interpretación de SUBTEL los Planes con distinta parrilla de canales constituyen Planes diferentes. Según esto los Planes de VTR son en realidad más de 60.

En el caso de VTR al igual que Telefónica Chile presenta una gran diferencia debido a que en televisión también se puede armar su Plan. Considerando las distintas parrillas a niveles de región ACONS levantó 62 Planes.

Precio / Tarifa.- La tarifa de Televisión de VTR no es geográficamente plana, sino, por el contrario, presenta tarifas diferentes para el mismo Plan (misma parrilla de canales), en distintas comunas del país.

A la inversa se da el caso que una misma tarifa se aplica en distintas comunas para distinta parrilla de canales sin una razón aparente que marque la diferencia, excepto que se trate del uso de diferentes elementos tecnológicos, lo cual no es visible al cliente.

Cobertura.- VTR tiene una amplia cobertura a nivel nacional, pero, existen comunas no cubiertas. Por ello, el sitio Web de la empresa permite a una persona determinar si su comuna tiene o no el servicio de Televisión. Tal como lo informa la propia empresa, el Servicio VTR Televisión está sujeto a factibilidad técnica y operativa dependiendo de la ciudad donde sea solicitado.

TELEFÓNICA DEL SUR

Telefónica del Sur, como su nombre lo indica, cubre geográficamente el sur del país,



desde la Región del Bío-Bío hasta la Región de Aysén. Como ya se mencionó, el sitio Web de la empresa no entrega información adecuada para hacer un análisis más completo en el segmento Televisión.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La dispersión de tarifas constituye, en definitiva, una dispersión de Planes, lo que constituye un problema a resolver, como ya se ha dicho, a través de una definición de lo que es un Plan.

Si se desea manejar información para toma de decisiones a nivel de la autoridad, es necesario que las empresas adopten en la entrega de información la definición de Plan de SUBTEL:

“Se define un Plan como una combinación única de canales que un Cliente puede contratar, considerando incluso que se pueda formar combinando Planes de canales.”

Los parámetros de comparación en este segmento son la parrilla de canales y la tarifa del Plan.

2.5.6 Segmento Telefonía Móvil.

La Telefonía Móvil ha sido la de mayor crecimiento en Chile en los últimos años. Este segmento posee tres agentes principales, los cuales son Movistar (fusión de Telefónica Móvil y Bellsouth), ENTEL y Claro.

En la **Tabla 11** se muestra la cantidad de planes diferentes por empresa, con una comparación entre la información enviada por las empresas y la información recuperada desde la Web.

Las empresas que se analizarán son las siguientes:

- MOVISTAR
- CLARO
- ENTELPCS

EMPRESA	EMPRESA	Web
MOVISTAR	83	95
CLARO	465	70
ENTELPCS	81	75

Tabla 11 - Comparación Planes Empresa-
Web



La Tabla 11 muestra la información obtenida de la Web y la información enviada por las empresas móviles, donde se observan diferencias las que se analizan a continuación.

EMPRESA MOVISTAR

La empresa Movistar como respuesta al Oficio enviado por SUBTEL, envió un total de 83 planes, mientras que ACONS recuperó un total de 95 Planes desde la Web.

Se observa que la diferencia a nivel de cantidad Planes, corresponde a 12 Planes, lo que se explica por:

- La empresa Movistar informo once (11) Planes, que no se encontraron en la Web.
- Se encontró un total de veintitrés (23) Planes que están en la Web y que no fueron informados por la empresa.

Esta situación se detalla en la **Tabla 12**.

Causas	EMPRESA	Web
Coincidencia de 72 planes	72	72
No hay información en la Web (1)	11	0
No hay información de la empresa (2)	0	23
Total	83	95

Tabla 12 - Diferencias en Comparación Planes Empresa-Web

El detalle de la diferencia de la comparación se indica en la Tabla 13



(1) Planes, no hay Información en la Web	(2) Planes, No hay información enviada por la empresa
Plan Libre 600	Plan escíbeme
Plan Libre 800	Salta de Prepago a Plan,
Plan Libre 1000	Prepago a plan Libre 40
Empresa Tradicional 130	Prepago a plan Libre 55
Empresa Tradicional 200	Prepago a plan Libre 70
Empresa Tradicional 300	Prepago a plan Libre 100
Empresa Tradicional 400	Prepago a plan Libre 200
Empresa Tradicional 55	Plan Mig. 6.990
Club Pyme 1040	Plan Mig. On Net 8.990
Club Pyme 1470	Plan Mig. On Net 11.990
Club Pyme 2320	Plan Mig. 1
.	Plan Mig. 2
	Plan Empresa Plano
	Tradicional 55 Pyme
	Tradicional 130 Pyme
	Plan Internet Móvil Controlado 200MB
	Plan Internet Móvil Controlado 500MB
	Plan Internet Móvil Controlado 2GB
	Plan Internet Móvil Controlado 3GB
	Plan Internet Móvil 200 Kbps
	Plan Internet Móvil 400 Kbps
	Plan Internet Móvil Ilimitado
	Blackberry Profesional sólo datos
Total:11	Total. 23

Tabla 13 - Detalle de las diferencia Web-Empresa

Cabe destacar que estas diferencias fueron analizadas y entregadas a Movistar, en reunión convocada por SUBTEL, para analizar estos temas. A la fecha no se ha recibido explicación al respecto.

Tipos de Plan: Los tipos de Plan que ofrece Movistar son: Contratos, Prepagos y una combinación entre contrato y prepago (Híbridos).

Precio / Tarifa: En la comparación de tarifa entre las bases de datos de la empresa y Web, no se detectaron diferencias.

Cobertura: Es de tipo nacional.

Conclusión.- Del análisis de la información obtenida desde la página Web y la entregada por Movistar, se puede destacar que existe coherencia a nivel de las tarifas, sin embargo, hay diferencias en la cantidad de Planes informados y la Web, las que



fueron conversadas y analizadas en reunión que sostuvo SUBTEL con MOVISTAR, donde se indicó que posiblemente existió error en la transcripción de los datos a la base de datos, ya que no hay un proceso automático para obtener esta información solicitada por SUBTEL. Sin embargo se comprometió una respuesta la que a la fecha no ha sido entregada.

EMPRESA CLARO

La empresa Claro presenta diferencias notables en lo que informó y lo encontrado en la página Web.

Las diferencias que se indican en la **Tabla 11** fueron tratadas en detalle y entregadas a la empresa, en reunión de trabajo efectuada en diciembre de 2008 entre SUBTEL y CLARO. De igual forma todos los antecedentes y detalles se adjuntan en este documento en un CD, donde esta contenida la información y bases de datos respectivas.

Tipos de Plan: Los tipos de Planes que ofrece CLARO son: Contratos, Prepagos y una combinación entre contratos y prepagos.

Precio / Tarifa: De los planes que se pudieron identificar entre la información enviada por la empresa y la obtenida desde la Web, no se detectaron diferencias en las tarifas.

Cobertura: Es de tipo Nacional.

Conclusión: La información enviada por la empresa Claro a nivel de tarifa coincide con lo publicado en la Web, sin embargo, hay una gran diferencia entre la información de cantidad de Planes enviada por la empresa y la obtenida directamente de la Web, situación que fue conversada con esta empresa en reunión de trabajo con SUBTEL, realizada en el mes de diciembre de 2008, donde se le entregó la información, con el propósito que fuera analizada y entregara una respuesta a esas diferencias.

A este respecto, Claro explicó en la reunión que la diferencia se debe a que lo entregado corresponde no sólo a los Planes que se estaban comercializando a la fecha de entrega, sino a todos los Planes, incluidos los que ya no están vigentes.

EMPRESA Entel PCS

No se aprecian diferencias importantes en la información de Planes presentadas en la **Tabla 11**.

Los 6 planes que no se encontraron en la Web fueron presentados a la empresa en



reunión de trabajo efectuada en diciembre del 2008 con SUBTEL.

La explicación dada es que se trata de un error en la información entregada.

Tipos de Plan: Los tipos de Planes que ofrece Entel PCS son: Contratos, Prepagos y una combinación entre contratos y prepagos.

Precio / Tarifa: Las tarifas enviadas por la empresa coinciden con la información obtenida de la Web.

Cobertura: Es de tipo Nacional.

Conclusión: La información enviada por la empresa Entel PCS a nivel de tarifa coincide con lo publicado en la Web, hay una diferencia menor a nivel de la cantidad de planes, que según lo informado por la empresa se trata de un error en la transcripción de la información.

2.5.7 Segmento Telefonía Móvil más Internet.

Empresa Movistar

Los planes de Banda Ancha que se ofrecen en el sitio Web de la empresa Movistar corresponden a:

- Planes Banda Ancha Móvil con Contrato
- Planes Banda Ancha Móvil Prepagos.

En el sitio Web los planes se presentan de la siguiente Forma:

- Planes Banda Ancha Móvil 3.5G
- Banda Ancha GPRS/EDGE
- Plan de Datos
- Servicio Banda Ancha Móvil Prepago.

Planes Banda Ancha Móvil 3.5 G

Los cuales se ofrecen a través de la red 3.5G (HSDPA), High – Speed Downlink Packet Access. Esta red 3.5 G, permite obtener promedio de velocidad de 700Kbps, conectarse a Internet desde un notebook o PC utilizando como medio de conexión, tarjetas de datos de los tipos USB o “Express Cards” o a través de equipos celulares que tengan la funcionalidad de módem. Se debe contratar un plan de datos.

Se puede navegar por Internet desde cualquier lugar donde exista cobertura, enviar y



recibir correos electrónicos, enviar mensajería instantánea, bajar y recibir archivos.

Banda Ancha GPRS/EDGE

Es un servicio que permite conectar un notebook o PDA a Internet a la red de datos GPRS/EDGE de Movistar, utilizando como medio de conexión un teléfono celular o una tarjeta pcmcia. Se debe contratar un plan de datos y adquirir, mediante arriendo y/o compra, una Tarjeta de Datos o dispositivo MODEM.

Para acceder a los planes anteriormente mencionados se requiere de un Plan de Datos, como se muestra a continuación.

Plan de Datos Para acceder al servicio Banda Ancha Móvil 3.5G/ GPRS/ EDGE de MOVISTAR se requiere contratar un Plan de Datos de 3.5G, como se indica en la **Tabla 14**.

Plan de Datos	Cargo Fijo	MB Incluidos	Valor MB Adicional
Plan Banda Ancha Móvil Controlado 200MB	\$9.990	200	\$50
Plan Banda Ancha Móvil Controlado 500MB	\$15.990	500	\$32
Plan Banda Ancha Móvil Controlado 2GB	\$19.900	2.048	\$10
Plan Banda Ancha Móvil Controlado 3GB	\$24.900	3.072	\$8
Plan Banda Ancha Móvil 200kbps	\$19.900	Ilimitado	NA
Plan Banda Ancha Móvil 400kbps	\$24.900	Ilimitado	NA
Plan Banda Ancha Móvil Ilimitado	\$29.900	Ilimitado	NA

Tabla 14 - Plan de Datos Movistar

Servicio Banda Ancha Móvil Prepago

Existe un pack de prepago banda ancha móvil 3.5G, con el cual se puede navegar desde cualquier lugar donde existe cobertura, pagando por el tiempo que se está conectado.

Algunas de las característica del equipo de cliente (CPE) o del MODEM USB HUAWEI E160, son: Tecnología Soportada, HSDPA/UMTS 850/1900/2100 Mhz, GSM/GPRS/EDGE 850/900/1800/1900 Mhz., Interfase estandar USB autoinstalable, - compatible con sistema operativo Windows, Vista, Windows 2000, Windows XP y MAC (version 10.3.7 a 10.5) y Soporta MicroSD para uso de pendrive.



El precio es de \$69.900. Adicionalmente se pueden comprar bolsas de prepago:

- Bolsa Navegación Ilimitada 1 día - \$1.990
- Bolsa Navegación Ilimitada 7 días - \$9.990
- Bolsa Navegación Ilimitada 30 días - \$34.990

Plan Blackberry

De igual forma la empresa dispone de planes de Blackberry que permiten:

- Recibir, leer y responder correos electrónicos.
- Enviar y descargar archivos adjuntos.
- Servicio de mensajes instantáneos.
- Navegar por Internet: Desde el Browser del celular.
- Respalda Información.

En la **Tabla 15** se muestra los planes y tarifas.

Planes Blackberry	Necesita Plan de voz	Cargo fijo	Tráfico BlackBerry incluido	Tarifa tráfico adicional (por KB)
Profesional	si	\$9.990	Ilimitado*	\$0
Profesional Sólo Datos	no	\$14.990	Ilimitado*	\$0
Flexible	si	\$2.990	No incluye	\$4
Joven	si	\$4.990	(**)	(***)

Tabla 15 - Planes Blackberry Libres Movistar

El tráfico ilimitado incluye (*):

- Tráfico para envío y recepción de correo en el equipo celular.
- Descarga y envío de archivos adjuntos en correos.
- Navegación por Internet desde el browser del equipo celular.
- Uso de comunicación desde aplicaciones Messenger incluidas en el equipo celular.

El tráfico ilimitado incluye (**):

- Tráfico para envío y recepción de correo en el equipo celular.



- Descarga y envío de archivos adjuntos en correos.
- Uso de comunicación desde aplicaciones Messenger incluidas en el equipo celular.

(***) La Navegación desde el celular no esta incluida en este plan, por lo que es adicional y se cobra a \$290 la hora.

Planes Internet Banda Ancha Movistar

La empresa Movistar no informó sus planes de Internet Banda Ancha,

A partir del sitio Web se obtuvo los siguientes siete (7) planes:

- Plan Banda Ancha Móvil Controlado 200MB.
- Plan Banda Ancha Móvil Controlado 500MB.
- Plan Banda Ancha Móvil Controlado 2GB.
- Plan Banda Ancha Móvil Controlado 3GB.
- Plan Banda Ancha Móvil 200kbps.
- Plan Banda Ancha Móvil 400kbps.
- Plan Banda Ancha Móvil Ilimitado.

Plan Banda Ancha Móvil Controlado 200MB.

Permite mantener el control del consumo. Una vez consumido el tráfico contratado si se desea seguir navegando dentro del mismo mes se tiene que recargar a través de las vías de recarga electrónica disponible y el saldo se descuenta a \$0,0488 por kilobyte Plan Controlado sólo datos incluye navegación a través del servicio Banda Ancha Móvil; no incluye navegación WAP ni descargas. Estas se descontarán del saldo disponible para navegación, Servicio Publico Telefónico Móvil Deshabilitado.

Plan Banda Ancha Móvil Controlado 500MB.

Permite mantener el control del consumo. Una vez consumido el tráfico contratado si se desea seguir navegando dentro del mismo mes se tiene que recargar a través de las vías de recarga electrónica disponible y el saldo se descuenta a \$0,0312 por kilobytes.

Plan Controlado sólo datos incluye navegación a través del servicio Internet Móvil; no incluye navegación WAP ni descargas. Estas se descontarán del saldo disponible para navegación. Servicio Público Telefónico Móvil Deshabilitado.

**Plan Banda Ancha Móvil Controlado 2GB.**

Permite mantener el control del consumo. Una vez consumido el tráfico contratado si se desea seguir navegando dentro del mismo mes se tiene que recargar a través de las vías de recarga electrónica disponible y el saldo se descuenta a \$0,0095 por kilobytes.

Plan Controlado sólo datos incluye navegación a través del servicio Internet Móvil; no incluye navegación WAP ni descargas. Estas se descontarán del saldo disponible para navegación. Servicio Público Telefónico Móvil Deshabilitado.

Plan Banda Ancha Móvil Controlado 3GB.

Permite mantener el control del consumo. Una vez consumido el tráfico contratado si se desea seguir navegando dentro del mismo mes se tiene que recargar a través de las vías de recarga electrónica disponible y el saldo se descuenta a \$0,0079 por kilobytes.

Plan Controlado sólo datos incluye navegación a través del servicio Internet Móvil; no incluye navegación WAP ni descargas. Estas se descontarán del saldo disponible para navegación. Servicio Público Telefónico Móvil Deshabilitado.

Plan Banda Ancha Móvil 200kbps.

El cliente podrá navegar ilimitadamente por un cargo fijo mensual de \$19.900 accediendo a una velocidad máxima de descarga de hasta 200kbps (kilobits por segundo) y una velocidad máxima de subida de hasta 64kbps (kilobits por segundo). Estas velocidades se alcanzarán bajo condiciones óptimas de cobertura de la red 3.5g (UMTS/HSDPA) o de la red GPRS/EDGE de Movistar.

Plan Banda Ancha Móvil 400kbps.

El cliente podrá navegar ilimitadamente por un cargo fijo mensual de \$24.900 accediendo a una velocidad máxima de descarga de hasta 400kbps (kilobits por segundo) y una velocidad máxima de subida de hasta 64kbps (kilobits por segundo). Estas velocidades se alcanzarán bajo condiciones óptimas de cobertura de la red 3.5g (UMTS/HSDPA) de Movistar y la conexión a través de terminales/dispositivos compatibles con la res 3.5G de Movistar.

Plan Banda Ancha Móvil Ilimitado.

El cliente podrá navegar ilimitadamente por un cargo fijo mensual de \$29.900.



El plan ilimitado de \$29.900 sólo garantizará las velocidades promedios máximas alcanzadas bajo condiciones óptimas de la red, hasta los 3GB de navegación en un mismo ciclo de facturación, después de los 3GB de navegación, la velocidad de transferencia de datos disminuirá automáticamente a un máximo de 200kbps.

Los KB incluidos en la navegación del servicio de Internet Móvil de Movistar consideran tanto el tráfico recibido como el enviado.

La tasación del servicio Internet Móvil es por kilobytes enviados y recibidos.

Conclusión: No se pudo comparar los planes de banda ancha, porque no fueron enviados por la empresa.

Los cliente que contratan este plan de Banda ancha 3.5 G, con velocidades de bajada ofertada a 700Kbps, no podrán navegar a esta velocidad en los lugares donde no hay cobertura de la red 3.5G, sino que navegarán a velocidad promedio de 200Kbps que entrega la red GPRS/EDGE, a la cual se conectarán. La red GPRS/EDGE tiene cobertura nacional y brinda servicios de voz a través de la red GSM y de datos a través de las redes GPRS/EDGE.

De igual forma el plan ilimitado de \$29.900 sólo garantizará las velocidades promedios máximas alcanzadas bajo condiciones óptimas de la red, hasta los 3GB de navegación en un mismo ciclo de facturación, después de los 3GB de navegación, la velocidad de transferencia de datos disminuirá automáticamente a un máximo de 200kbps.

El tema de la cobertura y a la restricción de los 3 GB, es fuente de reclamo de los clientes que contratan este plan, porque ellos creen que la velocidad será la misma en todo lugar y bajo el concepto de Banda Ancha Móvil Ilimitada.

En este contexto y para mitigar esta situación de reclamo es recomendable que la información de cobertura tenga mayor visibilidad en la página Web de las empresas, educando a los clientes de una manera más concreta acerca de la disminución o baja en la velocidad como consecuencia de la cobertura y la restricción de tráfico de 3GB, de tal forma que puedan decidir mejor acerca del plan que contrataran como producto de sus hábitos y comportamiento de consumo.

Planes Internet Banda Ancha CLARO

Los planes de Banda Ancha que se ofrecen en el sitio Web de la empresa Claro corresponden a:



- Banda Ancha Móvil (Planes)
- Internet Prepago Controlado (Prepago y Cuenta Exacta)

Banda Ancha Móvil debe ser contratada bajo una de las siguientes modalidades:

- Servicios adicionales y planes de datos.
- Planes de datos puros limitados.
- Planes de datos puros ilimitados.

Los planes de Datos Adicionales, sólo son posibles contratando un plan de voz.

Servicios Adicionales a un Plan de Voz	Precio	Tráfico Incluido	Precio Tráfico Adicional KB
3 MB	\$ 2.490	3 MB	0.29 x KB
15 MB	\$ 4.990	15 MB	0.29 x KB
50 MB	\$ 7.900	50 MB	0.29 x KB
120 MB	\$ 11.990	120 MB	0.29 x KB
1.024 MB	\$ 18.990	1.024 MB	0.29 x KB

Tabla 16 - Planes de Datos Adicionales a un Plan de Voz (Claro)

En la **Tabla 17** se muestran los planes de datos sin voz.

Planes Puros	Precio	Tráfico Incluido	Precio Tráfico Adicional KB
Plan Internet 50 MB	\$ 7.990	50 MB	0.29 x KB
Plan Internet 120 MB	\$ 11.990	120 MB	0.29 x KB
Plan Internet 1.024 MB	\$ 18.990	1024 MB	0.29 x KB
Plan Internet Ilimitado	\$ 29.900	Ilimitado	-

Tabla 17 - Planes de Datos sin Plan de Voz (Claro)

En la Tabla 18 se muestra los planes Ilimitados, los que permiten navegar a alta



velocidad hasta llegar a un límite determinado de 1GB, 2GB o 3GB consumidos. Al llegar al límite, el plan no se corta, sino que la velocidad baja de 700 a 200kbps.

Planes	Precio	Tráfico Incluido	Velocidad 1	Límite baja velocidad (*)	Velocidad 2
Internet ilimitado 3GB	\$24.900	Ilimitado	700 Kbps	3 GB	200 Kbps
Internet ilimitado 2GB	\$19.900	Ilimitado	700 Kbps	2 GB	200 Kbps
Internet ilimitado 1GB	\$14.900	Ilimitado	700 Kbps	1 GB	200 Kbps

Tabla 18 - Planes Ilimitados (Claro)

(*): Cuando el cliente consume una cantidad de MB superior al límite en un periodo de facturación, la velocidad de navegación bajará a "Velocidad 2" Al iniciarse el siguiente periodo, la velocidad vuelve a "Velocidad 1"

Planes Banda Ancha Móvil Prepagos

Claro dispone de un Kit de conexión el cual consta de un MODEM Prepago, Claro tiene varios equipos de MODEM a un precio de \$59.900, tales como el MODEM 3G ZTEMF626.

Planes de Prepagos

Ciber Café

- 1 Día a \$1.490, corresponde a 24 horas de Navegación
- 7 Días a \$9.990, corresponde a 7 días de Navegación desde la hora de activación
- 15 Días a \$ 18.990, corresponde a 15 días de Navegación desde la hora de activación
- 30 Días, a \$ 34.990, corresponde a 30 días de Navegación desde la hora de activación

Libre

- \$290 x MB Traficado

Cuenta Controlada

- 1 GB a \$18.990 ,corresponde a 30 días Según Consumo

Planes Blackberry

Los planes de Blackberry que la empresa dispone permiten:



- Recibir, leer y responder correos electrónicos.
- Enviar y descargar archivos adjuntos de forma ilimitada.

En la **Tabla 19** se muestra los planes y tarifas Blackberry.

Tipo	Paquete de Servicio / Plan	Precio	Tráfico Incluido
Servicios asignables a cualquier plan pospago (servicio adicional)	Blackberry Prof. Ilimitado	\$9.900	Ilimitado
Servicios asignables a cualquier plan pospago (servicio adicional)	Blackberry Corporativo	\$16.900	Ilimitado
Planes de datos puros	Plan Blackberry Prof. Ilimitado	\$13.900	Limitado
(sin plan de voz)*	Plan Blackberry Corporativo	\$19.900	Ilimitado

Tabla 19 - Servicios Adicionales y Planes Blackberry (Claro)

Conclusión: La información enviada por la empresa Claro a nivel de tarifa coincide con lo publicado en la Web, sin embargo, hay una gran diferencia entre la información de cantidad de Planes enviada por la empresa y la obtenida directamente de la Web, situación que fue conversada con esta empresa en reunión de trabajo realizada en el mes de diciembre del 2008, con SUBTEL, donde se entregó a Claro la información, con el propósito que fuera analizada y entregara una respuesta a esas diferencias.

A este respecto, Claro explicó que la diferencia se debe a que lo entregado corresponde no sólo a los Planes que se estaban comercializando a la fecha de entrega, sino que a todos los Planes, incluidos los que ya no están vigentes.

La cobertura y la restricción de tráfico constituyen fuente de reclamos en los clientes que contratan este plan. La razón está en que los clientes asumen que navegarán a la velocidad de bajada ofertada en cualquier lugar y bajo el concepto de Internet ilimitado.

Tal como lo indica la empresa Claro los planes están diseñados de manera que cuando el cliente consume una cantidad de MB superior al límite en un periodo de facturación, la velocidad de navegación bajará a "Velocidad 2" (200kbps) Al iniciarse el siguiente periodo, la velocidad vuelve a "Velocidad 1" (700 Kbps).

Esta situación para un cliente no tan avezado en Internet en la elección de un plan, podría resultar no beneficioso si su hábito de consumo es consumir la cuota los primeros días del mes.



Planes Internet Banda Ancha Entel PCS

Los planes de Banda Ancha que se ofrecen en el sitio Web de la empresa Entel PCS corresponden a:

- Planes de Banda Ancha Móvil.
- Planes de Banda Ancha Móvil Prepagos.

Planes de Banda Ancha Móvil

Planes Banda Ancha Móvil debe ser contratada bajo una de las siguientes modalidades:

- Servicios adicionales y planes de datos.
- Planes de datos puros limitados.
- Planes de datos puros ilimitados.

Banda Ancha Móvil 200 Kbps

Velocidad máxima obtenible bajo cobertura de la red 3.5G (UMTS/HSDPA) o GPRS/EDGE de Entel PCS y el uso de terminal o módem de datos compatible con la red 3.5G (UMTS/HSDPA) o GPRS/EDGE de Entel PCS considerando condiciones o limitaciones geográficas que puedan afectar la propagación de la señal de la red 3.5G (UMTS/HSDPA) o GPRS/EDGE de Entel PCS.

Banda Ancha Móvil 400 Kbps

Velocidad máxima obtenible bajo cobertura de la red 3.5G (UMTS/HSDPA) de Entel PCS y el uso de terminal o módem de datos compatible con la red 3.5G (UMTS/HSDPA) de Entel PCS considerando condiciones o limitaciones geográficas que puedan afectar la propagación de la señal de la red 3.5G (UMTS/HSDPA) de Entel PCS.

De no cumplirse las condiciones técnicas anteriormente detalladas, respecto a cobertura, terminal y condiciones o limitaciones, **la velocidad máxima alcanzará a 200 Kilobits por segundo** para la descarga de encontrarse disponible cobertura de la red GPRS/EDGE de Entel PCS y el uso de terminal o módem de datos compatible con



la red GPRS/EDGE de Entel PCS.

Si el tráfico de datos Banda Ancha Móvil mensual acumulado desde el primer día del mes en curso supera los 3 Gigabytes (3.072 Megabytes, equivalente a 3.145.728 Kilobytes) **la velocidad máxima alcanzará a 200 Kilobits por segundo** para la descarga de datos el resto del mes. A partir del primer día del mes siguiente la velocidad máxima de descarga corresponderá nuevamente a la descrita en el cuadro de tarifas.

Banda Ancha Móvil 700 Kbps

Velocidad máxima obtenible bajo cobertura de la red 3.5G (UMTS/HSDPA) de Entel PCS y el uso de terminal o módem de datos compatible con la red 3.5G (UMTS/HSDPA) de Entel PCS considerando condiciones o limitaciones geográficas que puedan afectar la propagación de la señal de la red 3.5G (UMTS/HSDPA) de Entel PCS.

De no cumplirse las condiciones técnicas anteriormente detalladas, respecto a cobertura, terminal y condiciones o limitaciones, **la velocidad máxima alcanzará a 200 Kilobits por segundo para** la descarga de encontrarse disponible cobertura de la red GPRS/EDGE de Entel PCS y el uso de terminal o módem de datos compatible con la red GPRS/EDGE de Entel PCS.

Si el tráfico de datos Banda Ancha Móvil mensual acumulado desde el primer día del mes en curso supera los 3 Gigabytes (3.072 Megabytes, equivalente a 3.145.728 Kilobytes) **la velocidad máxima alcanzará a 200 Kilobits por segundo** para la descarga de datos el resto del mes. A partir del primer día del mes siguiente la velocidad máxima de descarga corresponderá nuevamente a la descrita en el cuadro de tarifas.

La velocidad máxima de subida para cualquiera de estos planes es de 64 Kbps.

Se considera como tráfico Banda Ancha Móvil tanto los Kilobytes enviados como los recibidos durante la navegación.

Planes de Banda Ancha Móvil Prepago.

Entel PCS, tiene un Pack Promocional Banda Ancha Móvil Prepago \$79.900, el cual incluye un Modem Samsung B1100, Sim Card con \$10.000 de carga inicial, dos meses gratis de navegación. Adicionalmente tiene bolsas de navegación por tiempo:

- Bolsa de 1 día a \$1.990
- Bolsa de 7 días a \$9.990.



- Bolsa de 30 días: \$34.990.

Todas las bolsas son de tráfico ilimitado por el tiempo elegido.

Planes Blackberry

La empresa Entel PCS, dispone de planes de Blackberry que se muestran en la **Tabla 20**.

Plan	Precio	Trafico Incluido
Blackberry Profesional	\$14.990	Ilimitado

Tabla 20 - Planes Ilimitados (Entel PCS))

Valores con IVA

- Tarifas expresadas en MB, tasadas al KB.
- Para acceso a correo y navegación Web mediante la blackberry.
- Cargo Fijo no incluye tráfico de voz.
- Tráfico incluido asociado a acceso a correos a través del Servicio BlackBerry dentro del territorio nacional.
- El tráfico de Roaming será cobrado a tarifas del servicio Roaming Multimedia, según tarifas del operador.
- El acceso a WAP y/o navegación por Internet se cobra a las tarifas vigentes de Banda Ancha Móvil.
- Otros servicios de valor agregado son tasados de acuerdo a tarifas vigentes

Recomendador de Planes

La empresa Entel PCS ha estado mejorando su sitio Web y una de sus mejoras lo constituye el recomendador de planes que tiene a disposición de sus clientes y que se presenta a continuación:

1. Se accede al sitio Web, página principal, luego se selecciona la pestaña planes. Al lado derecho de la ventana que se presenta se encuentra el recomendador de planes. http://www.entelpcs.cl/planes_new/
2. Se selecciona el recomendador de planes y se presiona comenzar

3. Luego aparece una ventana que solicita indicar las preferencias, donde se tiene que seleccionar lo siguiente:
 - Si el plan es personal, seleccionar “Para mí”
 - Si el plan es familiar, seleccionar “Para mí Familia”
 - Seleccionar a donde son las llamadas “Móviles Entel PCS y red fija” o si las llamadas son “Todo destino”
 - Se debe indicar el consumo de minutos al mes que necesita el plan “El rango va desde 0 a 2500 minutos”.
 - Se debe indicar cuantos mensajes de textos necesita enviar al mes “El rango va desde 0 a 200”.
 - Una vez realizadas estas acciones dar el OK
4. Luego se presenta una ventana que muestra las preferencias y da la posibilidad de modificarla. Se continua seleccionando “Ver Planes Sugeridos”. Estos pasos se muestran en la **Figura 7**.

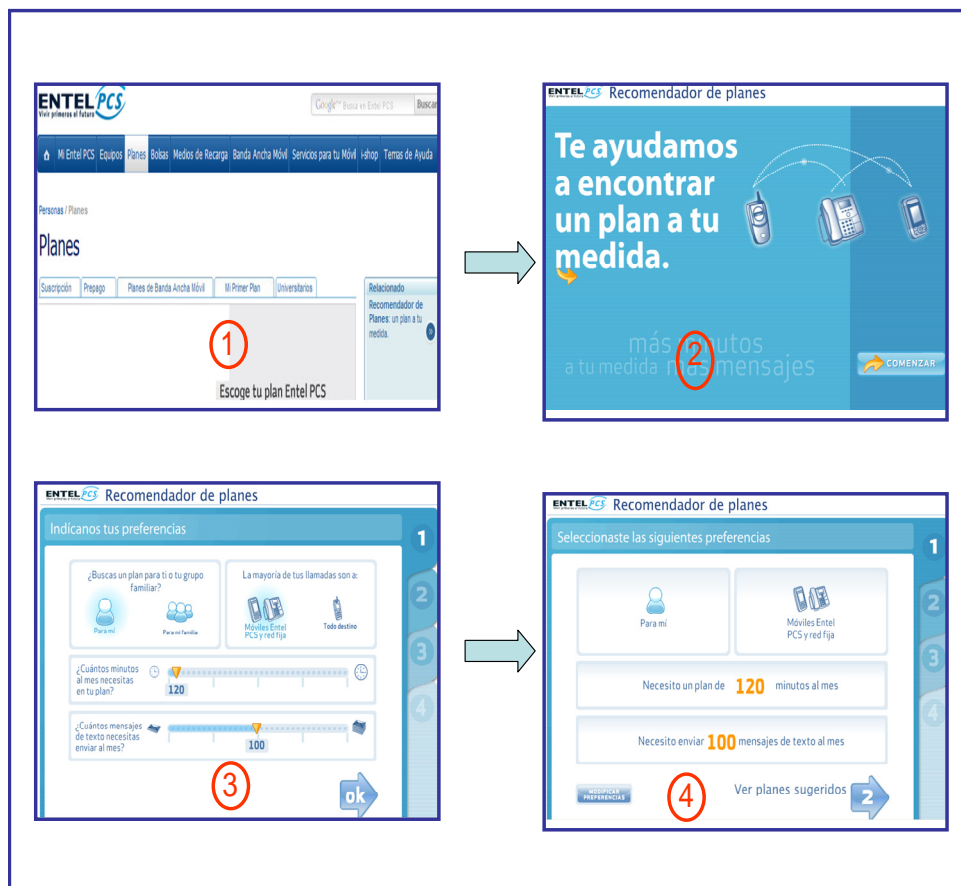


Figura 7 – Recomendador de Planes Entel PCS

5. Esta nueva ventana presenta los planes sugeridos y si se desea más información se presiona “Ver más”.
6. La acción de “Ver más”, muestra los detalles del plan.

En la **Figura 8**, se muestra el resultado de estas dos acciones.

The figure consists of two screenshots from the Entel PCS website. The top screenshot shows the 'Recomendador de planes' (Plan Recommender) page. It displays two suggested plans: 'Red Total 200' and 'CC Tarifa Red 14.790'. Each plan is shown with its fixed charge (Cargo Fijo) and message rate (Tarifa Mensajes). The 'Red Total 200' plan has a fixed charge of \$10,990 and a message rate of \$5,000. The 'CC Tarifa Red 14.790' plan has a fixed charge of \$14,790 and a message rate of \$5,000. A 'Ver más' (View more) button is visible next to each plan. A red circle with the number '5' is placed over the 'Ver más' button for the 'Red Total 200' plan. Below the plans, there is a section titled 'Ve cuánto pagarías al mes' (See how much you would pay per month) with a blue arrow pointing right, also marked with a red circle and the number '3'. The bottom screenshot shows the 'Detalle' (Details) page for the 'Red Total 200' plan. It provides a breakdown of the fixed charge: \$10,990. This is composed of 200 minutes for Entel PCS or Fixed Line, 0 minutes for other mobile companies, and a rate of \$104 per minute for Entel PCS or Fixed Line, plus a rate of \$202 per minute for other companies. A red circle with the number '6' is placed over the 'Ver más' button in the top right corner of the details page.

Figura 8 – Resultados Recomendador de Planes Entel PCS

Conclusión:

La información enviada por la empresa Entel PCS a nivel de tarifa coincide con lo publicado en la Web.



Cuando el cliente no se encuentra en la zona de cobertura de la red 3.5G o red Banda Ancha Móvil, la velocidad baja en forma automática a 200 Kbps, como se indica en la página Web de Entel PCS.

De igual forma, si el tráfico de datos Banda Ancha Móvil mensual acumulado desde el primer día del mes en curso supera los 3 Gigabytes (3.072 Megabytes, equivalente a 3.145.728 Kilobytes), la velocidad máxima bajará a 200 Kbps para la descarga de datos el resto del mes. A partir del primer día del mes siguiente la velocidad máxima de descarga corresponderá nuevamente a la descrita en el cuadro de tarifas, como se indica en la página Web, de Entel PCS

Lo comentado anteriormente resulta poco beneficioso para un cliente que tiene contratado un plan Banda Ancha de 700Kbps, si por tráfico consume los primeros días del mes los 3GB, ya que el resto del mes, estará navegando por Internet a la velocidad de 200Kbps, equivalente al plan banda Ancha de 200Kbps.

La cobertura y la restricción de consumo 3GB, es una de las fuentes de reclamo en aquellos clientes que tienen un plan Banda Ancha Móvil Ilimitado, ya que cualquiera de las dos condiciones que se de, automáticamente navegará a 200Kbps, en vez de los 700Kbps, que ellos creen que se da en cualquier lugar y bajo el concepto de tráfico ilimitado.

Para minimizar está situación de reclamo se recomienda educar al cliente en cuanto a seleccionar el plan que sea mejor de acuerdo a su consumo.

Haciendo un paralelo con el mundo de la banda Ancha Fija (Par de cobre o Cable Coaxial), una de las componentes de competitividad es la velocidad de navegación, la cual ha sido aumentada últimamente por las empresas de ese sector, sin incrementar el precio o tarifa. Si se pusiera restricción de una cuota de GB de tráfico, el beneficio para el cliente se vería minimizado.

Uno de los mejoramientos que se ha observado en el sitio Web de Entel PCS, es el mecanismo de ayuda al cliente a través del **Recomendador de Planes** el cual apunta directamente en la dirección de que el cliente vaya aprendiendo y educándose con respecto a su consumo, de tal forma de elegir su mejor plan. Este mejoramiento va en la línea estratégica de lo que SUBTEL desea que se produzca en Chile, para que los clientes estén mejor informados, se produzca una mayor transparencia y que las empresas aumenten su competitividad y eficiencia.

2.5.8 Segmento Servicios Paquetizados Locales.

En este segmento se destacan claramente dos actores relevantes, tanto por la cobertura, como por la presencia en la difusión y la publicidad. Se trata de VTR y



Telefónica Chile.

En su oferta, cada una de estas empresas cubre todas las posibilidades de Planes paquetizados en dúos y tríos. La **Tabla 21** muestra la cantidad de Planes que informaron las empresas y que se levantaron en la Web para cada una de las empresas que participan en este segmento.

Hay que destacar que en este segmento no hay tecnologías nuevas, es decir cada empresa utiliza aquí las mismas tecnologías que para entregar los Planes individuales mencionados en los puntos anteriores.

Empresa	Información Empresa	Información Web
Telefónica Chile	152	157
VTR	45	45
CMET	22	0
CSAT (TELMEX)	16	0
EntelPhone	61	59
GTD Manquehue	507	9
Telcoy	4	0
Telefónica del Sur	14	0

Tabla 21 - Comparación Planes Empresa-Web Paquetizados Local

Nota: Un 0 en el cuerpo de la tabla indica que no hay información de planes para la empresa correspondiente.

De la Tabla 21 podemos decir que:

- En general la información proporcionada por las empresas es similar a los Planes levantados por ACONS. Excepto en el caso de GTD Manquehue, empresa que luego de conocido este primer levantamiento, actualizó su página Web para hacerla concordante con los Planes informados. Debido a lo anterior no se incluye un análisis de esta empresa en este estudio.
- Hay 4 empresas para las cuales no se reconoce la existencia de información relevante en su sitio Web para el segmento paquetizados fijos, esta son: CMET, CSAT (Telmex), Telefónica del Sur y Telcoy S.A. No obstante, estas empresas informaron de sus planes en este segmento.
- Por sus características de cobertura, difusión y publicidad, es posible reconocer que VTR y Telefónica Chile son las empresas dominantes de este mercado.



Las empresas relevantes para el análisis de este segmento son las siguientes:

- Telefónica Chile
- VTR Telefónica S.A.

Telefónica CHILE

- La información enviada por Telefónica Chile coincide con la información obtenida desde la Web. La diferencia de los 5 Planes fue un error en la transcripción de los datos según información proporcionada por la empresa en reunión con SUBTEL, en el mes de diciembre.
- En la información enviada por la empresa aparecen 152 planes. Entre ellos, se distinguen las siguientes familias:
 - Combinaciones de velocidad de acceso a Internet y minutos incluidos de telefonía local. La definición de estos Planes dada por la misma empresa es la siguiente:

“Los dúos son planes en los cuales, por un precio único, se ofrecen en forma conjunta los servicios de telefonía y de acceso a Internet en Banda Ancha, incluyéndose en el cobro único el cargo fijo de la Línea Telefónica y una cantidad de minutos para comunicaciones locales (SLM).

Estas ofertas conjuntas se comercializan actualmente sólo en modalidad de Postpago y la renta mensual da derecho a navegación ilimitada a las velocidades y en las áreas de cobertura que se indican en cada caso y al uso de la línea telefónica para consumo de minutos de comunicaciones locales según el plan de minutos respectivo. Los consumos de minutos adicionales a dicho plan, se pagan a una tarifa variable especial por cada minuto adicional.

El servicio de banda ancha que se ofrece en estas ofertas conjuntas es monousuario con IP dinámica y la velocidad de navegación máxima garantizada corresponde al 10% de las velocidades nominales de navegación que cada Plan ofrece.”

- Planes de minutos incluidos combinados con planes de televisión. La definición de estos Planes dada por la misma empresa es la siguiente:

“Son planes en los cuales, por un precio único, se ofrecen en forma conjunta los servicios de telefonía y de televisión de pago, incluyéndose



en el cobro único el cargo fijo de la Línea Telefónica y una cantidad de minutos para comunicaciones locales (SLM).

Estas ofertas conjuntas se comercializan actualmente sólo en modalidad de Postpago y la renta mensual da derecho a acceder a una parrilla de canales, según el plan que elija el cliente y al uso de la línea telefónica para consumo de minutos de comunicaciones locales según el plan de minutos respectivo. Los consumos de minutos adicionales a dicho plan, se pagan a una tarifa variable especial por cada minuto adicional.”

- Tríos Banda Ancha. Combinaciones de velocidad de acceso a Internet, televisión, con cantidad de minutos incluidos. La definición de estos Planes dada por la misma empresa es la siguiente:

“Son planes en los cuales, por un precio único, se ofrecen en forma conjunta los servicios de telefonía, de acceso a Internet en Banda Ancha y de televisión de pago, incluyéndose en el cobro único el cargo fijo de la Línea Telefónica y una cantidad de minutos para comunicaciones locales (SLM).

Estas ofertas conjuntas se comercializan actualmente sólo en modalidad de Postpago y la renta mensual da derecho a navegación ilimitada a las velocidades y en las áreas de cobertura que se indican en cada caso, a acceder a una parrilla de canales de televisión, según el plan que elija el cliente y al uso de la línea telefónica para consumo de minutos de comunicaciones locales según el plan de minutos respectivo. Los consumos de minutos adicionales a dicho plan de minutos, se pagan a una tarifa variable especial por cada minuto adicional.

El servicio de banda ancha que se ofrece en estas ofertas conjuntas es monousuario con IP dinámica y la velocidad de navegación máxima garantizada corresponde al 10% de las velocidades nominales de navegación que cada Plan ofrece.”

- En lo correspondiente a telefonía de estos Planes paquetizados, Telefónica Chile ofrece fundamentalmente dos alternativas: 350 minutos incluidos o cantidad ilimitada de minutos. Esta propuesta no parece tener alguna explicación de índole tecnológica, más bien es de tipo comercial, marketing, orientado a clientes que toman mayores o menores riesgos.
- En Internet, se ofrece fundamentalmente Banda Ancha en velocidades de bajada



de 300K (en algunos tríos), 600K, 2M, 4M, 6M y 8M. Las velocidades de subida son de 200K, 300K y 550K, siendo preponderante y máxima esta última. Todas estas alternativas de acceso a Internet se combinan con las dos alternativas de telefonía y con las alternativas de televisión para ir conformando una gran variedad de Planes.

- El segmento de Televisión, es más complejo de analizar puesto que hay una gran variedad de posibilidades que puede ir armando el cliente, a partir de planes bases. Se puede armar diferentes combinaciones a partir del denominado Plan de Entrada con una parrilla de 30 canales, hasta TV PLUS con 61 canales.

Las tecnologías usadas en la mayor parte de los planes son ADSL y WIFI. En los dúos de telefonía y televisión se usa tecnología analógica para la telefonía y satelital para la televisión.

Con respecto a la cobertura y tarifas, Telefónica Chile cubre trece regiones del país en este segmento. Las regiones no incluidas son las regiones de Aysén y Magallanes. No obstante, el Plan de minutos más TV aparece como ofrecido en todo Chile.

Las tarifas son geográficamente planas.

Conclusiones.- Las posibilidades combinatorias de tres Planes que tienen a su vez varias alternativas, es muy grande. Eso es notable en este segmento y es por tanto bastante complejo de analizar y por ende, de controlar.

No obstante, se aprecia en el caso recién analizado, que Telefónica Chile presenta toda la información a la autoridad y que, en el caso del cliente, le ofrece la posibilidad de elegir su plan en forma interactiva a través de Internet, cosa que, por ser pública, tiene semblanza de transparencia.

VTR

- La información enviada por VTR coincide con la información obtenida desde la Web.
- VTR, al igual que Telefónica Chile, no impone restricciones en la combinación de productos que puede contratar un cliente. Por lo tanto, los usuarios pueden armar diversos paquetes combinando cualquiera de sus productos de Televisión Pagada, Telefonía e Internet de Banda Ancha.

Cada Plan corresponde a una combinación de dos o más productos de los siguientes:



Internet	TV Pagada	Telefonía
Mega 2	Cable Light	Plan de Telefonía 350 Minutos
Mega 4	Cable Full	Plan Total Ilimitado
Mega 8		
Mega 10		
Uno		

Tabla 22 - Productos Simples a Combinar en Paquetizados de VTR

- VTR promociona con especial énfasis los siguientes 3 paquetes:
 - Pack Light: Incluye Internet Banda Ancha, un Plan telefónico con llamadas ilimitadas a Teléfonos VTR y un plan de minutos para llamar a teléfonos de otras compañías. El Pack Light incluye:
 - Telefonía Plan Total 350.
 - Banda Ancha de Mega 2/512 Kbps.
 - TV Cable Light + D-Box TV Digital VTR.

Además, VTR ofrece las siguientes promociones:

“Y si quieres hablar libremente a cualquier teléfono fijo de cualquier compañía y en todo horario, por \$2.000 adicionales al mes, contrata Plan Total Ilimitado.

Solicítalo por Internet y los primeros 3 meses pagas sólo \$32.490

Antes del 30 de noviembre con D-Box|PRO a sólo \$3.990 mensuales por siempre, más Movie City HD Gratis por 6 meses”

- Pack clásico: El pack clásico incluye:
 - Telefonía Plan Total 350.
 - Banda Ancha de Mega 4/512 Kbps.
 - TV Cable Full + D-Box TV Digital VTR.

Además, VTR ofrece las siguientes promociones:



“Y si quieres hablar libremente a cualquier teléfono fijo de cualquier compañía y en todo horario, por \$2.000 adicionales al mes, contrata Plan Total Ilimitado.

Simplifica tus cuentas con una sola boleta y conoce los convenientes descuentos multiservicio que VTR te puede brindar.

Solicítalo por Internet y los primeros 3 meses pagas sólo \$44.990

Antes del 30 de noviembre con D-Box|PRO a sólo \$1.990 mensuales por siempre, más Movie City HD Gratis por 6 meses”

- Pack Gold: Este Pack incluye:
 - Telefonía Plan Total Ilimitado. Permite hablar libremente a cualquier compañía el tiempo que se quiera y a la hora que se quiera dentro de una misma ciudad.
 - TV Cable Full + D-Box TV Digital VTR
 - Mega 8/512 Kbps.

Además, VTR ofrece las siguientes promociones:

“Solicítalo por Internet y los primeros 3 meses pagas sólo \$ 52.990

Antes del 30 de noviembre con D-Box|PRO incluido por siempre, más Movie City HD Gratis por 6 meses. Adicionalmente llevate WiFi por \$990 mensual. (Precio normal \$1990)”

- Cobertura y tarifas.- VTR cubre gran parte del territorio nacional, exceptuando las regiones undécima y duodécima. Los clientes, al ingresar a la página Web de la empresa pueden elegir la comuna que deseen y verificar si existe o no el servicio en dicha comuna. No todas las comunas están cubiertas.
- Las tarifas de VTR en este segmento son geográficamente planas, se incluye un cobro de instalación de \$30.000, que puede llegar a \$0 si se aplican descuentos. Los descuentos aparecen como elementos de marketing que la empresa puede usar a discreción.
- De manera similar a lo que ocurre con Telefónica Chile, la gran cantidad de planes ofrecidos por VTR conlleva una gran cantidad de tarifas, una para cada plan.

Conclusiones.- Igualmente en VTR las posibilidades combinatorias de tres Planes



que tienen a su vez varias alternativas, son muy grandes.

Es de notar que VTR presenta toda la información publicada en su página Web a la autoridad y que, en el caso del cliente, le ofrece la posibilidad de elegir su plan en forma interactiva a través de Internet, cosa que, por ser pública, tiene semblanza de transparencia.

2.5.9 Conclusiones.

Se aprecia que VTR y Telefónica Chile tienen ofertas muy semejantes, ya que al considerar los Planes individuales, se tienen rangos similares. El ejemplo más notable es que ambos ofrecen telefonía de 350 minutos incluidos y cantidad ilimitada de minutos incluidos. Lo mismo ocurre con las velocidades de acceso a Internet, ya que ambos ofrecen 2M, 4M, 8M. No obstante que Telefónica Chile ofrece velocidades bajas de 300K y 600K que no ofrece VTR y, por otro lado, VTR ofrece 10M, cosa que no ofrece Telefónica Chile. También, las formas de combinación de parrillas de canales, así como canales Premium, tienen mucho en común.

Incluso es similar el esquema tarifario, ya que independiente de las diferencias de precios, ambas empresas tienen tarifas geográficamente planas.



3. Análisis de la Industria de Telecomunicaciones

3.1 Análisis de la Industria

El mercado de las telecomunicaciones es uno de los sectores más dinámico en Chile, ha experimentado un fuerte crecimiento en los últimos años, fundamentalmente debido al segmento móvil e Internet, al desarrollo e introducción de nuevas tecnologías y la convergencia en los servicios ofrecidos por los actores de la industria.

El análisis y estudio de la industria se realizará, a partir de la información recibida de la empresa. En la **Tabla 23** se muestra los segmentos de Telefonía Local (TL), Larga Distancia (LD), Internet (IN), Televisión (TV), Telefonía Móvil (TM), Paquetizado Local(OM) y acceso Internet Banda Ancha Móvil(OM) objetos de este estudio.

EMPRESAS	SEGMENTOS						
	TL	LD	IN	OL	TV	TM	OM
TELEFONICA CHILE	●	●	●	●	●	●	●
TELMEX	●	●	●	●	●		
VTR	●	●	●	●	●		
TELEFONICA DEL SUR	●	●	●	●	●		
GTD	●	●	●	●	●		
ENTEL	●	●		●		●	●
CMET	●		●	●	●		
CLARO						●	●
NETLINE	●						
QUANTAX	●						
WILL	●						
TELESTAR	●						
STEL ACCESS	●		●				
CONVERGIA		●					
TRANSAM		●					
115 TELECOMUNICACIONES		●					
HEILSBERG		●					
117 TELECOMUNICACIONES		●					
STEL CHILE		●					
IMAGEN		●					
FIBERSAT		●					
SMARTEL		●					
ETSE		●					
IDT CHILE		●					
SERVICIOS INTERNET			●				
NETLINE			●				
DIREC TV					●		
IFX		●	●				

Tabla 23 – Listado de Empresas por Segmentos Competitivos

De la **Tabla 23** se puede decir lo siguiente:

- Telefónica Chile, participa en todos los segmentos a través de sus distintas filiales.



- VTR, Telmex, telefónica del Sur y GTD, participan en todos los segmentos excepto en los de telefonía móvil y acceso a Internet Banda Ancha Móvil.
- Empresas dedicadas a nichos de mercado de telefonía local como: NETLINE, QUANTAX, y WILL.
- Empresas dedicadas a nichos de mercado de larga distancia como: CONVERGIA, TRANSAM, 115TELECOMUNICACIONES, HEILSBURG, 117 TELECOMUNICACIONES, STEL CHILE, IMAGEN, FIBERSAT, SMARTEL y ETSE.
- Empresas dedicadas a nichos de mercado de Internet y telefonía local como: STEL ACCESS
- Empresas dedicadas a nichos de mercado de Internet y larga distancia como: IFX.
- Empresas dedicadas a nichos de mercado de televisión como DIREC TV.
- El Caso de Entel Chile, compite en todos los segmentos, menos en los segmentos de Internet y televisión.

En Conclusión se puede decir que:

- Las empresas con mayor respaldo financiero, fortalecen su posición competitiva al articular dos o más segmentos de negocios como son:
 - Telefonía local e Internet
 - Larga Distancia e Internet
 - Telefonía local, Internet y televisión.
 - En todos los segmentos, excepto Internet y móvil.
 - Telefonía local, telefonía móvil, Servicio paquetizados locales y televisión.
 - En todos los segmentos
- Otras empresas basan su estrategia de penetración en un solo nicho de mercado o segmento que puede ser: Telefonía local, Internet, o televisión.
- El mercado de las telecomunicaciones en Chile, en los últimos años ha experimentado cambios estructurales y de hábitos de consumo:
 - Aumento de la rivalidad competitiva
 - Entre operadores integrados y operadores de nichos.
 - En otorgar mayores velocidades de bajada en acceso Internet.
 - Oferta de servicios paquetizados de telefonía, Internet y televisión.



- Estrategias de negocios de:
 - Integración de segmentos de negocios.
 - Convergencia tecnológica y de servicios.
- Incorporación de nuevas tecnologías
 - TV por ADSL, ADSL2.
 - Convergencia a nivel de red de acceso a través de nodos NGN.
- Convergencia de la industria de las telecomunicaciones con otras industrias, como la de información y comunicaciones.
- Incremento en las conexiones de Banda Ancha y bajas en cantidad de conexiones conmutadas para acceso a Internet.
- Traslado de tráfico público hacia redes privadas.
- Próxima baja en la tarifas de cargo de acceso de empresas móviles. (Decreto Tarifario).
- Sustitución de tráfico de larga distancia por tráfico Internet y móvil.
- Aumento de la penetración de la telefonía móvil. La cantidad de abonados móviles por cada 100 habitantes aumentó un 10,9%, alcanzando en este último período los 83,9 usuarios por cada 100 habitantes (Fuente SUBTEL).
- Incorporación de acceso a Internet Banda Ancha Móvil.

A continuación se analizará cada uno de los segmentos anteriormente mencionados:



3.2 Mercado de Telefonía Local

3.2.1 Introducción

En el segmento de Telefonía Local hay más de diez empresas operando, el principal operador a nivel nacional es sin lugar a duda la empresa dominante Telefónica Chile, con aproximadamente un 63,0% de las líneas en servicio, le siguen VTR con un 16,8%, Telefónica del Sur con un 6,1% y Entelphone con un 4,6%. La penetración del servicio telefónico local es aproximadamente de 20 líneas por cada 100 habitantes. (Fuente: SUBTEL. Informe anual 2007).

3.2.2 Análisis de Planes y Segmentación de Clientes

Los planes informados por las empresas están orientados a los siguientes tipos de clientes:

- **Planes destinados a clientes comerciales:** Son ofrecidos por las empresas Convergía, Telmex, Entelphone y Telesat.
- **Planes destinados a todo tipo de cliente o residenciales:** Son ofrecidos por las empresas CMET, Will, VTR y Telestar ofrecen sólo planes destinados a todo tipo de clientes o residenciales.
- **Planes destinados a clientes comerciales como residenciales:** Son ofrecidos por resto de las empresas.
- **Planes Prepagos:** Son ofrecidos en forma tradicional por la empresa CMET, ya que el caso de Netline se trata de telefonía IP y el caso de Will se trata de telefonía inalámbrica.



Actualmente existen varias empresas operando en el mercado de telefonía local, en la **Tabla 24** se muestra la presencia de 14 empresas y la cantidad de planes diferentes que tiene cada empresa desagregada por región.

	XV	I	II	III	IV	V	RM	VI	VII	VIII	IX	XIV	X	XII	XII
CMET						12	10	9	13	15					
CONVERGIA TELECOM S.A.							18								
CSAT		43	23	23	23	43	23	23	43	43	23		23	23	23
ENTELPHONE	21	21	21	21	21	21	12	21	21	21	21	21	21	21	21
GTD MANQUEHUE							36								
GTD TELESAT		3	3			3	3			3	3				
NETLINE							2								
STEL ACCESS S.A.							4								
TELCOY S.A.														43	
TELFÓNICA CHILE	193	193	193	194	194	195	192	193	194	195	193	188	188	2	193
TELFÓNICA DEL SUR										43	43	43	43		
TELESTAR							1								
VTR TELEFÓNICA S.A.	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2		
WILL							9								
Total Empresas	3	5	5	4	4	6	12	5	5	7	6	4	5	4	3
Total Planes	216	262	242	240	240	276	312	248	273	322	285	254	277	89	237

Tabla 24 - Cantidad de Planes por Región y Empresa

Las empresas compiten a través de una estrategia de focalización en un cierto nicho de mercado. Hay empresas que compiten en forma focalizada en algunas regiones del país como son los casos de: Convergía Telecom S.A., GTD Manquehue, Net Line, Stel Access SA, y Telcoy S.A.

Las empresas que están presentes en todas las regiones del país son Telefónica Chile, y Entelphone. Telmex (por error de información no aparece en las dos regiones recién creadas). Ninguna empresa en Chile tiene presencia en todas las comunas.



En la **Tabla 25** se muestra la segmentación de clientes que tiene cada empresa y la cantidad de planes por tipo de cliente.

	Clientes comerciales	Residenciales o Todo tipo de cliente	Prepago	Total
CMET		44	15	59
CONVERGIA	17	1		18
CSAT	379			379
ENTELPHONE	306			306
GTD MANQUEHUE	16	20		36
GTD TELESAT	18			18
NETLINE			2	2
STEL ACCESS S.A.		4		4
TELCOY S.A.		43		43
TELEFÓNICA CHILE	2604	96		2700
TELEFÓNICA DEL SUR		172		172
TELESTAR		1		1
VTR TELEFÓNICA S.A.		26		26
WILL	1	3	5	9
Total	3341	410	22	3773

Tabla 25 - Cantidad de Planes por Tipo de Cliente



3.2.3 Análisis de Tarifas y Cobertura

Las empresas del sector cubren todo el ámbito nacional. La **Tabla 26** muestra el valor del cargo fijo promedio por empresa para los planes destinados a clientes residenciales, con contrato, desagregados por rango de cantidad de minutos incluidos.

Minutos Incluidos	3000 a					
	sin minutos	menos de 400	400 a 1000	1000 a 3000	10000	ilimitado
CMET	13.511	11.393	12.199	9.760		
GTD MANQUEHUE	10.034		19.643	32.196	45.100	25.490
STEL ACCESS S.A.	17.825					
TELFÓNICA CTC CHILE	14.004	13.723	12.500			17.390
TELESTAR	6.358					
VTR TELEFÓNICA S.A.		15.390				17.390
Total	12.933	10.105	15.433	28.116	45.100	21.440

Tabla 26 - Cargo fijo promedio por empresa clientes residenciales

De la **Tabla 26** podemos decir lo siguiente:

- Los Planes sin minutos tienen un cargo fijo mayor que aquellos con menos de 400 minutos incluidos.
- Los Planes con minutos ilimitados también tienen un cargo fijo menor que los planes con más de 3000 minutos incluidos.

Esta situación indica que a las empresas les interesa que sus clientes migren hacia los planes de minutos y claramente hacia los de minutos ilimitados. De hecho VTR, por ejemplo, sólo ofrece planes con menos de 400 minutos o con minutos ilimitados, y no ofrece planes sin minutos incluidos.

Este mismo aspecto se ve con mayor claridad en la **Figura 9** donde se observa que no tiene sentido contratar planes en el rango 1.000 a 10.000 minutos incluidos (GTD Manquehue).

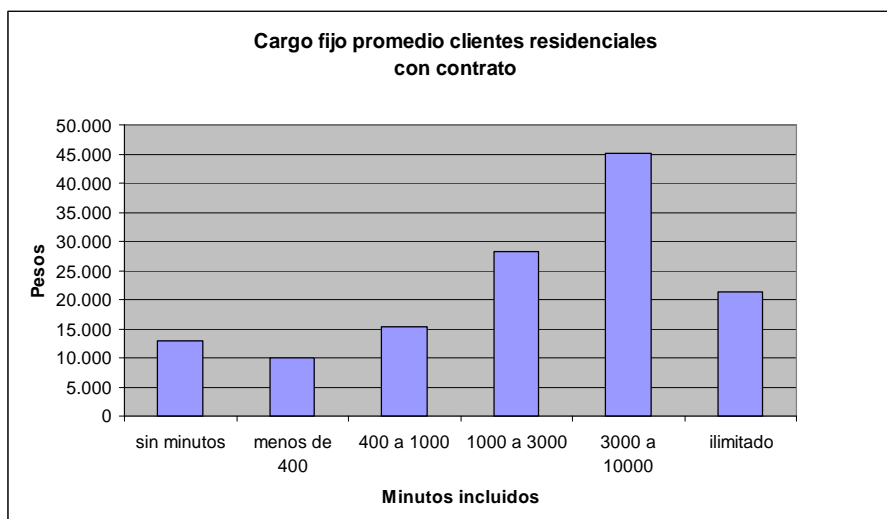


Figura 9 – Cargo Fijo Promedio Clientes Residenciales con Contrato

Otro aspecto del análisis es el mostrado en la **Tabla 27**, donde se muestra el valor promedio del cargo fijo para clientes residenciales, con contrato, desagregado por Región y rango de minutos incluidos. Se puede observar que no existen grandes variaciones por región dentro del mismo rango de minutos, sin embargo en los rangos de mayor cantidad de minutos incluidos aparece la Región Metropolitana con un valor promedio más alto, esto se debe a que GTD Manquehue, que sólo está presente en esta región, ofrece planes con cargos fijos considerablemente más altos que el promedio.

Minutos Incluidos	3000 a						Total \$
	sin minutos	menos de 400	400 a 1000	1000 a 3000	10000	ilimitado	
ARICA Y PARINACOTA	14.506	14.140				17.390	15.121
TARAPACA	14.666	14.140				17.390	15.144
ANTOFAGASTA	14.449	14.140				17.390	15.113
ATACAMA	14.478	14.140				17.390	15.037
COQUIMBO	14.478	14.140				17.390	15.037
VALPARAISO	14.045	12.885		9.760		17.390	13.425
METROPOLITANA	11.766	8.502	17.232	29.976	45.100	21.440	18.354
O'HIGGINS	14.111	13.549				17.390	14.227
MAULE	14.324	12.514	13.299			17.390	13.502
BIOBIO	14.192	11.976	13.299			17.390	13.294
LA ARAUCANIA	14.367	14.140				17.390	15.101
LOS RIOS		14.090	12.500			17.390	14.518
LOS LAGOS		14.090	12.500			17.390	14.518
AYSEN		12.790	12.500				12.645
MAGALLANES	14.506	13.723				17.390	14.613

Tabla 27 - Cargo fijo promedio por región clientes residenciales



En la **Figura 10** siguiente muestra el mismo fenómeno, además se puede observar que los valores para las regiones centrales son levemente menores que en las regiones extremas.

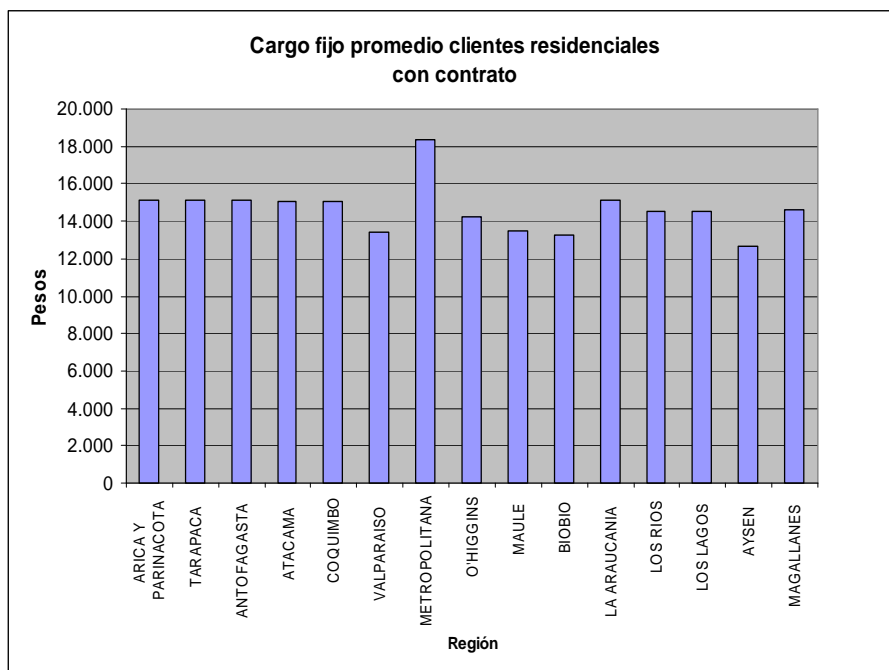


Figura 10 – Cargo Fijo Promedio por Región

La **Tabla 28** se muestra el valor promedio del segundo adicional por empresa para planes residenciales sin minutos incluidos, para la Región Metropolitana. Se destacan los casos de Netline con un valor muy por debajo del resto de las empresas por tratarse de telefonía IP, y de Will con un valor muy por encima del resto de las empresas por tratarse de telefonía inalámbrica para zonas urbanas sin cobertura alámbrica.

Empresa	\$
CMET	0,58
GTD MANQUEHUE	0,45
NETLINE	0,03
TELEFÓNICA CTC CHILE	0,40
WILL	1,50

Tabla 28 - Valor Promedio del Segundo Adicional, Planes sin Minutos Incluidos



La misma información desagregada por región y empresa se muestra en la **Figura 11**

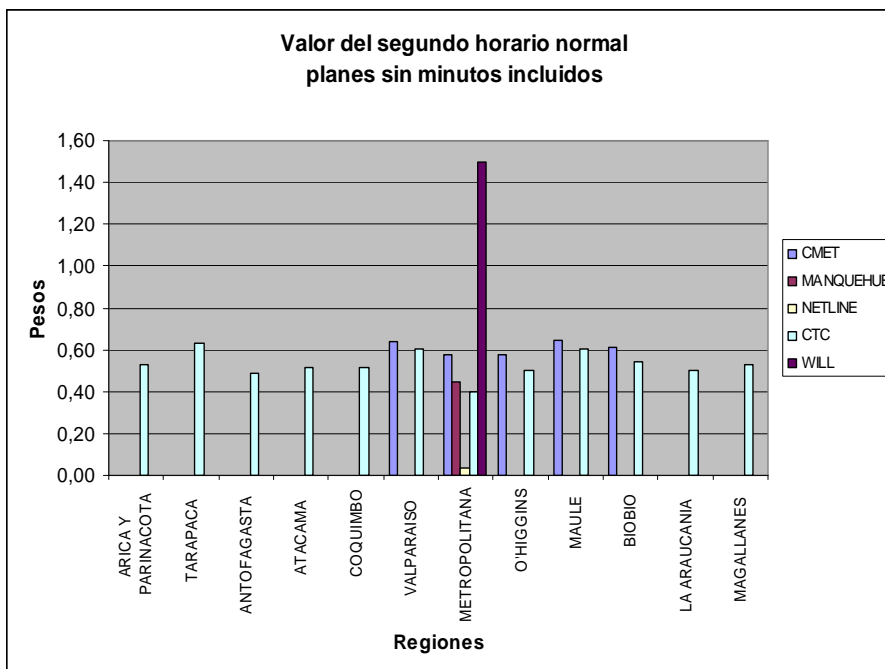


Figura 11 – Valor del Segundo planes sin minutos incluidos

3.2.4 Servicios de Valor Agregado

Los servicios de valor agregado para las empresas del sector, son entre otros los siguientes: Servicios suplementarios, tales como marcación abreviada, despertador, buzón de voz, etc. y servicios complementarios como accesos a niveles 800, 700 y 300.

3.2.5 Análisis de Modelos de Tarifas

Los modelos de tarifas que se observan a partir de los planes presentes en el mercado son los que se describen a continuación.

Modelo de Tarifa de Cargo Fijo más Cargo Variable

Este modelo consta de un cargo fijo más cargo variable proporcional al tiempo de uso



del canal telefónico, este modelo aún está vigente para muchos planes más bien tradicionales.

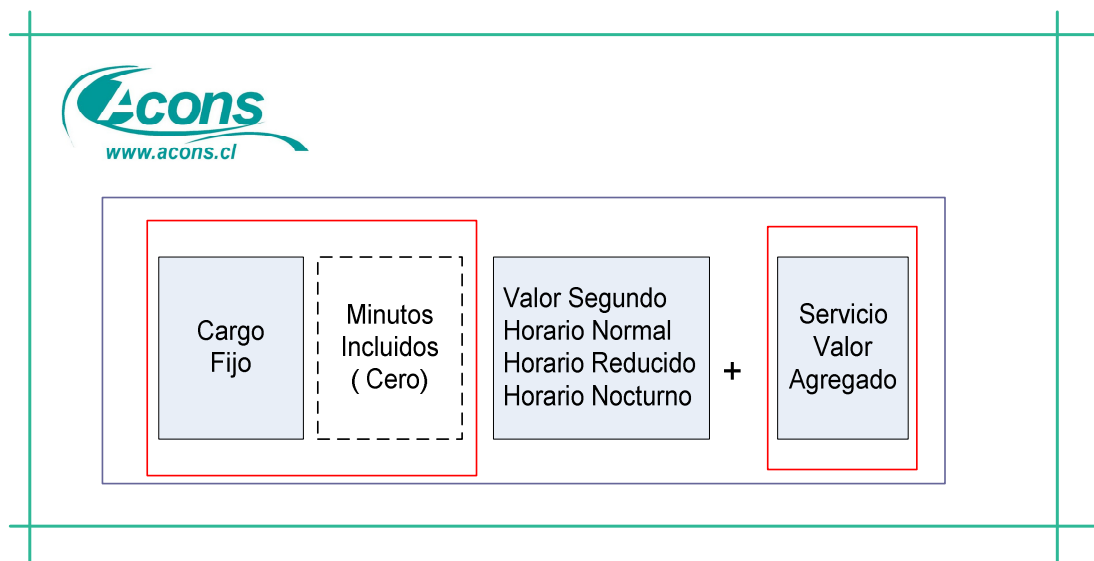


Figura 12 – Modelo de Tarifas Cargo Fijo más Cargo Variable



Modelo de Tarifa Cargo Fijo, con Minutos Incluidos más Cargo Variable Adicional

Este modelo es el más usado actualmente y corresponde a un cargo fijo con una cantidad de minutos incluidos en él, más cargo variable proporcional al tiempo de uso adicional del canal telefónico.

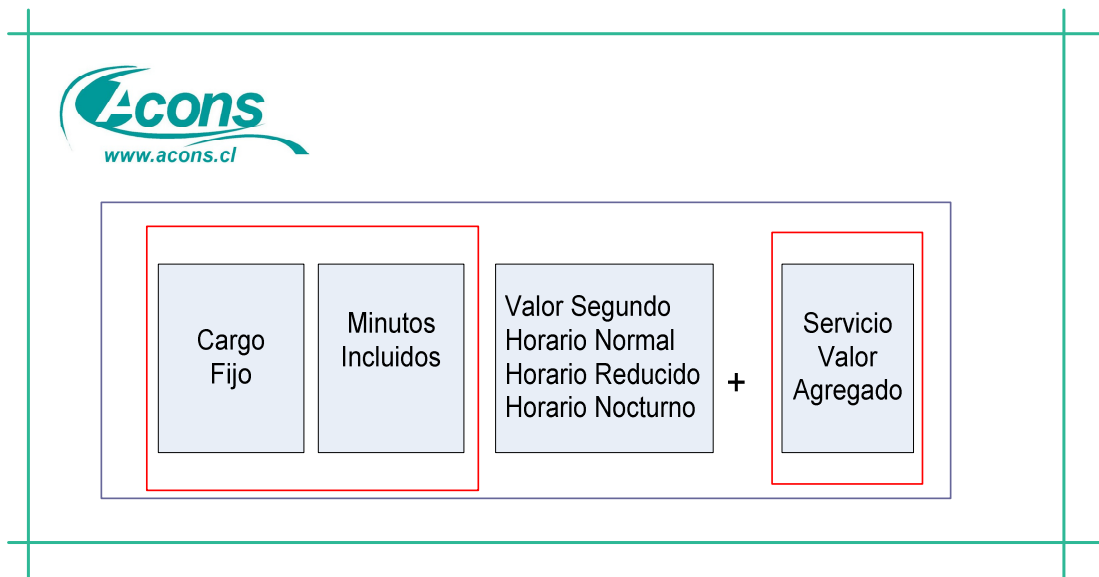


Figura 13 – Modelo de Tarifas Cargo Fijo, Minutos Incluidos más Cargo Variable



Modelo de Tarifa Cargo Fijo, con Minutos Ilimitados

Podemos decir que este modelo es una variante del modelo anterior y que cada vez adquiere más clientes. Consiste en que la cantidad de minutos incluidos es ilimitada, por lo que corresponde al modelo de Tarifa Plana.

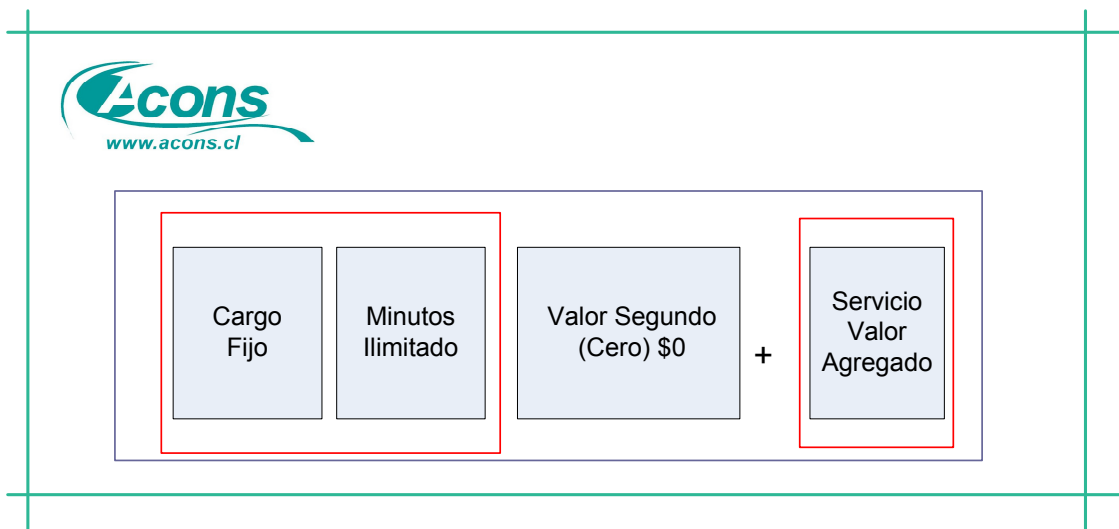


Figura 14 – Modelo de Tarifas Cargo Fijo y Minutos Ilimitados



Modelo de Tarifa Cuenta Controlada

Existe un cargo fijo mensual, el cual se va consumiendo hasta que se terminan los minutos incluidos. Una vez que esto ocurre, el teléfono se bloquea en originación en forma automática y queda habilitado sólo para recibir, hasta el inicio del próximo período de facturación. Si se desea continuar realizando llamadas se debe recargar el teléfono mediante el sistema de prepago. Si durante el mes no se consume la totalidad del valor pactado, el saldo se pierde.

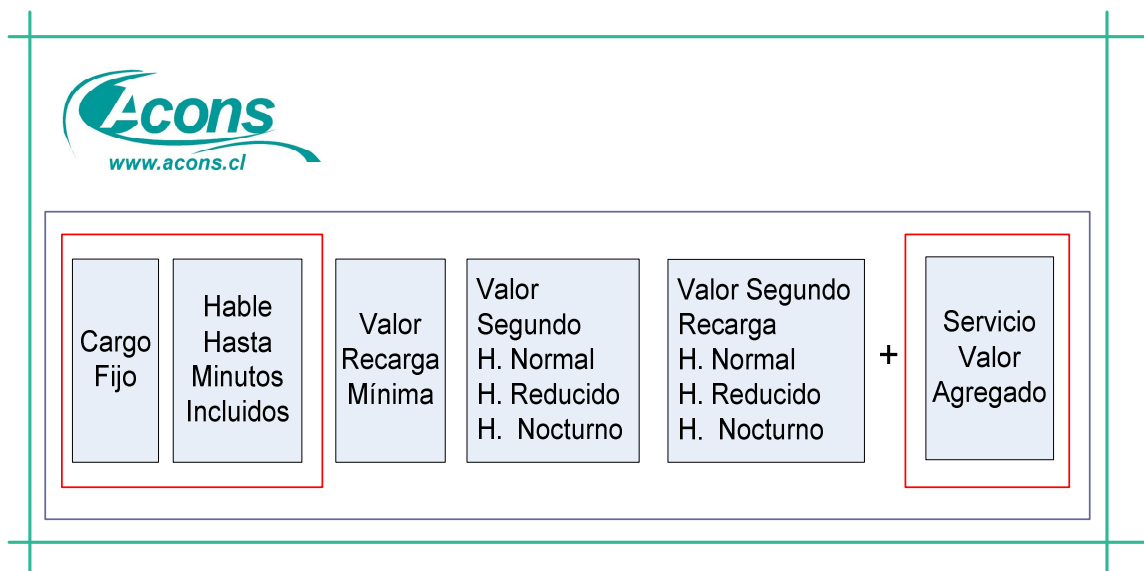


Figura 15 – Modelo de Tarifas Cuenta Controlada



Modelo de Tarifa Horario Preferente

Este modelo tiene un cargo fijo mensual más un cargo por segundo consumidos, el valor del segundo, corresponde al valor que tiene la llamada en el tramo horario en que se encuentra ya sea horario normal, horario reducido o horario nocturno. El cliente puede elegir de acuerdo al plan cual es el horario preferente que desea y cual es el horario que dejara a la estructura de tramos horario vigente.

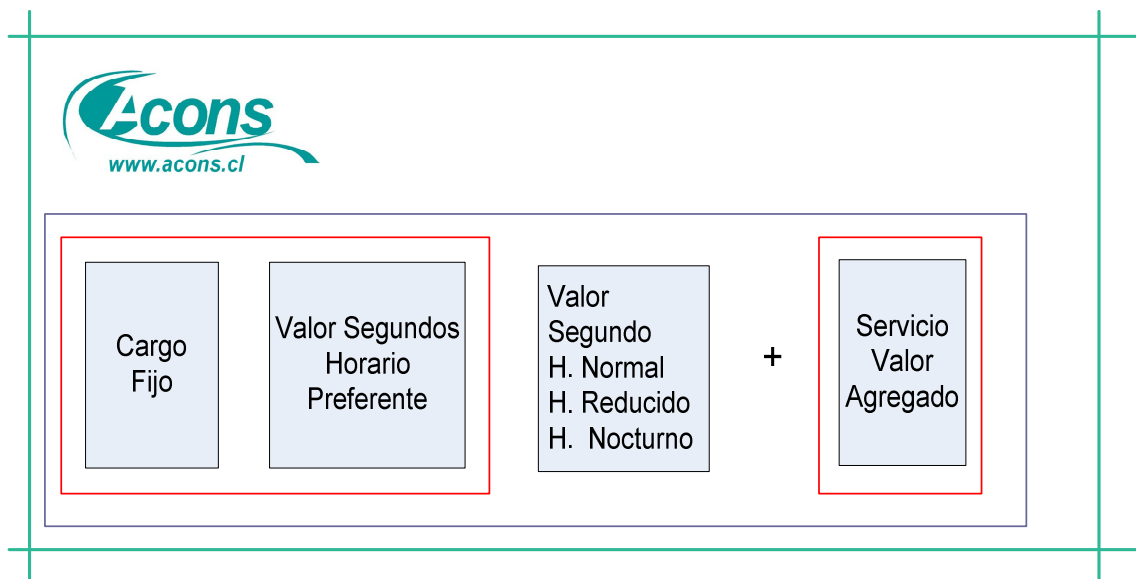


Figura 16 – Modelo de Tarifas Horario Preferente



Modelo de Tarifa Números Frecuentes

Este modelo considera un cargo fijo mensual, un cargo por segundo de duración de la llamada a números frecuente, un cargo por segundo de duración de llamadas a números no frecuentes de acuerdo al tramo horario vigente .El cliente define una lista de números frecuentes, las llamadas a esos números son más económicas.

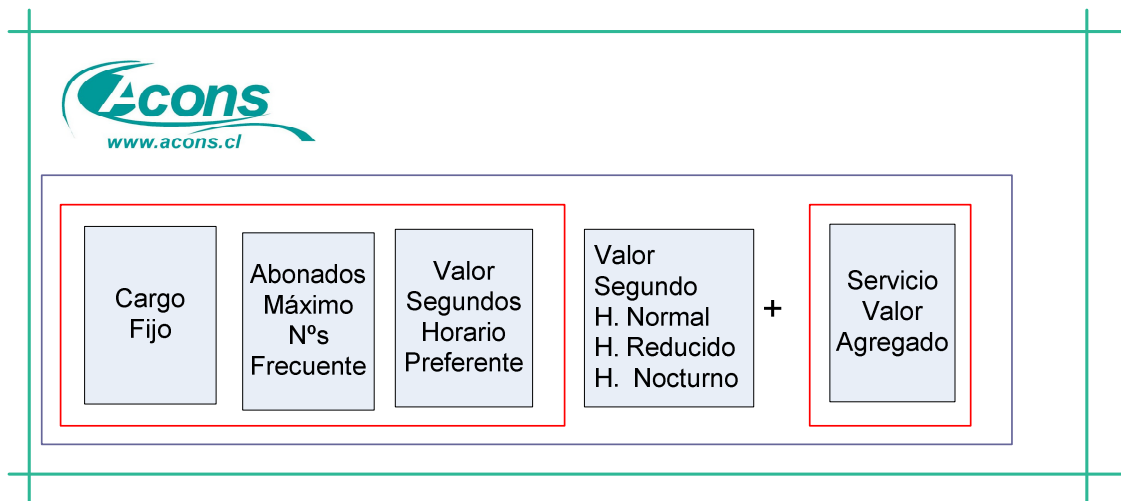


Figura 17 - Modelo de Tarifas Horario Preferente

Modelo de Tarifa de Prepago

Este modelo de tarifa considera un valor fijo que se va descontando de acuerdo al valor del minuto en el horario utilizado.



3.3 Mercado de Telefonía Larga Distancia

3.3.1 Introducción

El mercado de Telefonía de Larga Distancia, tanto nacional como internacional, posee más de diez operadores tras la entrada en vigencia del sistema multiportador en 1994. El mercado de Larga Distancia es altamente competitivo.

Algunas de las empresas que compiten en el mercado nacional son: Telefónica Mundo, Entel, Chilesat, CNT Carrier, Carrier 181 (Ex Bellsouth), VTR Global Carrier S.A., Manquehue LD, GTD LD, Transam y Firstcom entre otras.

Los operadores de larga distancia están conformados por empresas de carrier, distintas a las empresas que proveen servicios de telefonía fija y móvil (aunque las más importantes pertenecen al mismo holding), los cuales prestan sus servicios a través de estas redes, como es el caso de Telefónica, Entel, entre otras.

El tráfico de larga distancia en minutos (correspondiente al tráfico de salida y entrada cursado tanto por redes de telefonía móvil como fija, incluyendo los tráficos de Larga Distancia Nacional e Internacional.) durante el año 2007, disminuyó 9,5% en relación al año anterior. Esta tendencia decreciente se mantiene desde el año 2002. Fuente: SUBTEL, Informe anual 2007.

3.3.2 Análisis de Planes y Segmentación de Clientes

El tráfico de larga distancia hace uso de las redes de telefonía local y telefonía móvil básicamente para llegar a centros de conmutación, por lo que están presentes en todas las regiones.

Los planes ofrecidos por las empresas de larga distancia básicamente se clasifican en:

- Larga Distancia Nacional (LDN) Contratado, con minutos incluidos.
- Larga Distancia Internacional (LDI) Contratados, con minutos incluidos.
- Larga Distancia Nacional / Internacional sin cargo fijo ni minutos incluidos.
- Larga Distancia Nacional (LDN) Discado
- Larga Distancia Internacional (LDI) Discado

Las empresas del sector segmentan sus clientes por el comportamiento y hábitos de consumo. Desde esta perspectiva las empresas están orientando sus planes de la



siguiente forma:

- **Mercado Racional:** Son los clientes que tienen un contrato previo(Sistema multiportador Contratado), con la empresa prestadora del servicio y esta dirigido a los siguientes clientes objetivos: Personas, Pymes y Empresas, los cuales utilizan el servicio de larga distancia nacional e internacional contratado ,para realizar sus llamadas..
- **Mercado Masivo:** Son básicamente los clientes residenciales que utilizan el sistema multiportador discado, para realizar llamadas de larga Distancia Nacional e Internacional.

Cabe destacar que los operadores que disponen de red se orientan a todo tipo de cliente es decir cubre los dos subsegmentos LDN y LDI, mientras que los operadores sin red, como por ejemplo TRANSAM, focalizan su estrategia en cliente específicos.

3.3.3 Análisis de Tarifas

La cobertura a nivel del sector es nacional. La **Tabla 29** muestra planes de servicios de larga distancia nacional con contrato previo, para aquellas empresas que ofrecen la modalidad de minutos incluidos con un cargo fijo mensual. Se puede observar que la mayor oferta está en el rango de hasta 500 minutos mensuales y que las tarifas por minuto son bastante uniformes, salvo las empresas Convergía y VTR Global Carrier que tienen tarifas considerablemente mayores.

PromedioValor Minuto	Rango de minutos incluidos							
	meno s de 100	100 a 500	500 a 1500	1500 a 2500	2500 a 5000	5000 a 10000	10000 a 20000	mas de 20000
Empresa								
AT&T CHILE NETWORKS	32	23						
CARRIER 121	60	27	25			0		
CHILESAT	29	27	25	25	24	24	23	23
CONVERGIA CHILE S.A.		37	36	45				
ENTEL-CHILE S.A.	82	21	19	20	22	5	15	
FIRSTCOM	46	27						
TELEFÓNICA MUNDO	32	31	30	28	28	27		
VTR GLOBAL CARRIER S.A.	52	38						
Total	44	27	25	30	25	22	23	23

Tabla 29 - Valor promedio del minuto incluido LDN contratado



En la **Figura 18** se observa, para el mismo servicio anterior, el valor promedio del minuto. Se puede observar que con excepción del tramo de menos de 100 minutos incluidos, la tarifa promedio es bastante similar con una leve baja con el aumento de minutos.

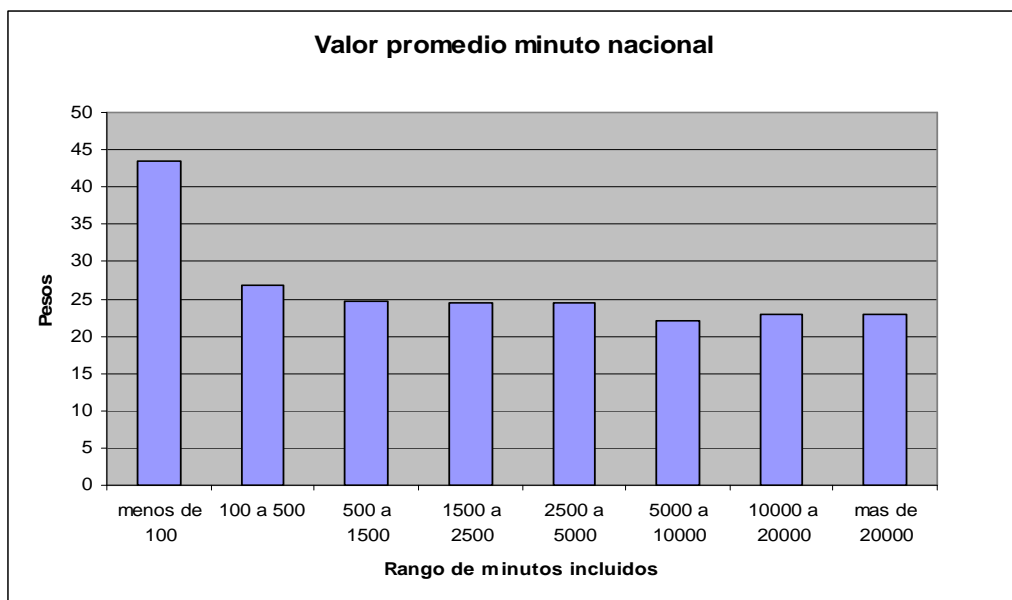


Figura 18 – Valor Promedio del Minuto Incluido LDN Contratado

La **Tabla 30** muestra los planes servicio de larga distancia internacional con contrato previo, para aquellas empresas que ofrecen la modalidad de minutos incluidos con un cargo fijo mensual. Se puede observar que la mayor oferta está en el rango de hasta 1500 minutos mensuales y que la dispersión de tarifas es bastante mayor que en el caso nacional.

PromedioValor Minuto	Rango de minutos incluidos							
	menos de 100	100 a 500	500 a 1500	1500 a 2500	2500 a 5000	5000 a 10000	10000 a 20000	mas de 20000
Empresa								
AT&T CHILE NETWORKS	111	99						
CHILESAT	113	97	90	86	81	74	71	66
CONVERGIA CHILE S.A.		40	22					
ENTEL-CHILE S.A.	99	60	30					
FIRSTCOM	152	61	55					
VTR GLOBAL CARRIER S.A.	60	45						
Total	111	86	73	86	81	74	71	66

Tabla 30 - Valor Promedio del Minuto incluido LDI Contratado

En la **Figura 19** se observa, para el mismo servicio anterior, el valor promedio del



minuto. Se puede observar, igual que en el caso anterior, que con excepción del tramo de menos de 100 minutos incluidos, la tarifa promedio baja levemente con el aumento de minutos.

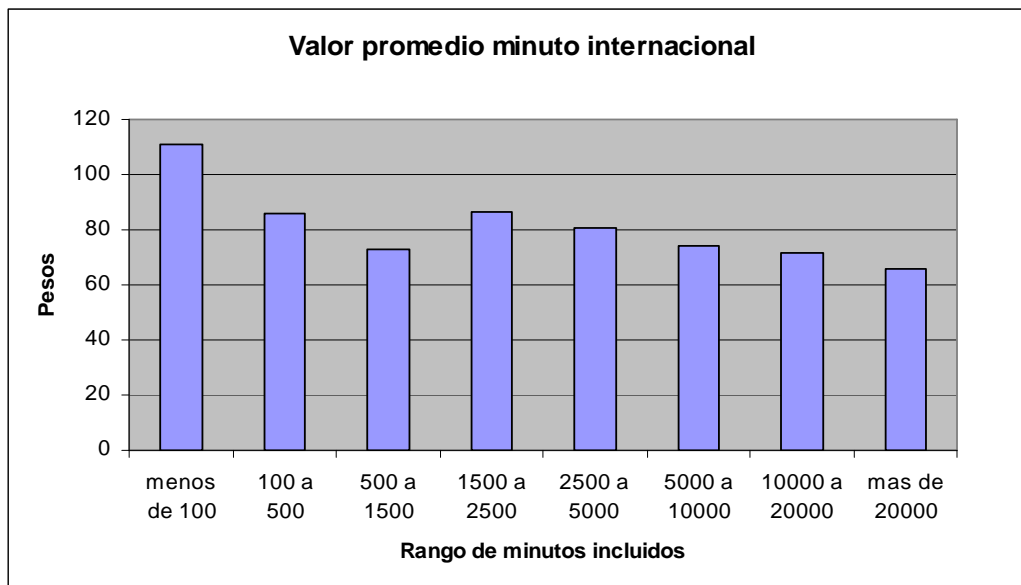


Figura 19 – Valor Promedio del Minuto Incluido LDI Contratado

La **Tabla 31** y la **Tabla 32** muestran los planes y tarifas del servicio de larga distancia nacional e internacional discado junto al valor del minuto a los destinos más importantes en diferentes horarios para cada empresa. Se puede observar que existe una gran dispersión de valores entre las diferentes empresas, lo que muestra que este no es un servicio en el cual sea importante competir. Cabe destacar que fueron sólo 9 las empresas que informaron este servicio, sin embargo todas las concesionarias de larga distancia están obligadas legalmente a entregarlo.



Empresa	USA			ESPAÑA		
	Normal	Reducido	Nocturno	Normal	Reducido	Nocturno
CARRIER 113	221,00	120,00	120,00	388,00	289,00	289,00
CARRIER 153	63,00	63,00	63,00	63,00	63,00	63,00
CARRIER 156	69,00	69,00	69,00	69,00	69,00	69,00
CONVERGIA CHILE S.A.	89,00	89,00	89,00	166,00	166,00	166,00
ETSE S.A.						
GTD LD	592,19	592,19	592,19	412,76	412,76	412,76
IFX LARGA DISTANCIA	96,09	96,09	96,09	162,09	162,09	162,09
MANQUEHUE L.D.	370,00	370,00	370,00	370,00	370,00	370,00
VTR GLOBAL CARRIER S.A.	475,00	360,00	360,00	783,00	661,00	661,00
Promedio	246,91	219,91	219,91	301,73	274,11	274,11

Tabla 31 - Valor del Minuto a Diferentes Destinos para LD Discado

Empresa	ARGENTINA			PERU			NACIONAL		
	Norma l	Reducido	Nocturno	Nor	Red	Noct	Nor	Red	Noct
CARRIER 113	388,00	289,00	289,00	388,00	313,00	313,00	84,00	60,00	60,00
CARRIER 153	63,00	63,00	63,00	93,00	93,00	93,00	33,00	33,00	33,00
CARRIER 156	79,00	79,00	79,00	79,00	79,00	79,00	28,00	22,00	22,00
CONVERGIA CHILE S.A.	166,00	166,00	166,00	166,00	166,00	166,00			
ETSE S.A.							26,00	12,00	12,00
GTD LD	501,94	501,94	501,94	550,49	550,49	550,49	62,12	62,12	62,12
IFX LARGA DISTANCIA	193,59	193,59	193,59	216,09	216,09	216,09	27,46	27,46	27,46
MANQUEHUE L.D.	370,00	370,00	370,00	370,00	370,00	370,00			
VTR GLOBAL CARRIER S.A.	739,00	612,00	612,00	856,00	814,00	814,00	135,00	107,00	107,00
Promedio	312,57	284,32	284,32	339,82	325,20	325,20	56,51	46,23	46,23

Tabla 32 - Valor del Minuto a Diferentes Destinos para LD Discado

La **Figura 20** muestra las tarifas promedio por minuto a los destinos más importantes en diferentes horarios, para servicio de larga distancia nacional e internacional discado. Se puede observar que la variable principal para determinar la tarifa es el volumen total de tráfico en la ruta y no la distancia, esto hace que la tarifa internacional más baja sea a Estados Unidos, siendo considerablemente mayores las tarifas a los países vecinos.

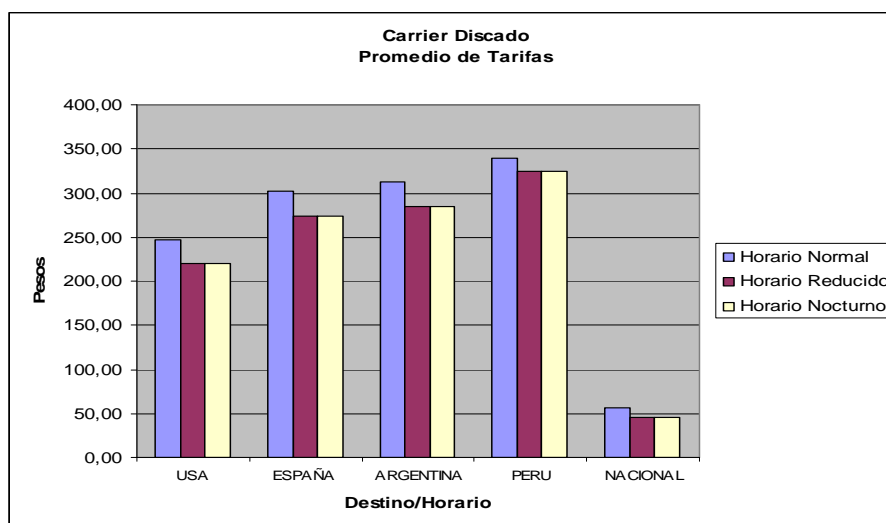


Figura 20 – Valor Promedio del Minuto a Diferentes Destinos para LD Discado

La **Tabla 33** y la **Tabla 34** muestran las tarifas de los planes del servicio de larga distancia nacional e internacional contratado para aquellos planes sin cargo fijo ni minutos incluidos, junto al valor del minuto a los destinos más importantes en diferentes horarios para cada empresa. Hay empresas que aparecen más de una vez porque ofrecen más de un plan. En este caso se observa mayor uniformidad de tarifas debido a que se trata de un subsegmento mucho más competitivo y principalmente destinado a empresas.

Empresa	USA			ESPAÑA		
	Normal	Reducido	Nocturno	Normal	Reducido	Nocturno
CARRIER 113	79,00	79,00	79,00	99,00	99,00	99,00
CARRIER 113	100,00	100,00	100,00	212,00	212,00	212,00
CARRIER 153	63,00	63,00	63,00	63,00	63,00	63,00
CARRIER 156	69,00	69,00	69,00	69,00	69,00	69,00
CONVERGIA CHILE S.A.	89,00	89,00	89,00	166,00	166,00	166,00
ETSE S.A.						
GTD LD	81,40	81,40	81,40	107,42	107,42	107,42
GTD LD	87,82	87,82	87,82	130,92	130,92	130,92
IFX LARGA DISTANCIA	63,00	63,00	63,00	75,00	75,00	75,00
IFX LARGA DISTANCIA	67,00	67,00	67,00	101,00	101,00	101,00
IFX LARGA DISTANCIA	84,75	84,75	84,75	169,49	169,49	169,49
MANQUEHUE L.D.	60,00	60,00	60,00	80,00	80,00	80,00
Promedio	76,72	76,72	76,72	115,71	115,71	115,71

Tabla 33 - Valor del minuto a diferentes destinos LDN / LDI contratado



Empresa	ARGENTINA			PERU			NACIONAL		
	Nor	Red	Noct	Nor	Red	Noct	Nor	Red	Noct
CARRIER 113	113,00	113,00	113,00	99,00	99,00	99,00	28,00	28,00	28,00
CARRIER 113	212,00	212,00	212,00	212,00	212,00	212,00	33,00	33,00	33,00
CARRIER 153	63,00	63,00	63,00	93,00	93,00	93,00	33,00	33,00	33,00
CARRIER 156	79,00	79,00	79,00	79,00	79,00	79,00	28,00	22,00	22,00
CONVERGIA CHILE S.A.	166,00	166,00	166,00	166,00	166,00	166,00			
ETSE S.A.							26,00	12,00	12,00
GTD LD	97,82	97,82	97,82	157,37	157,37	157,37	32,84	32,84	32,84
GTD LD	117,81	117,81	117,81	117,81	117,81	117,81	32,84	32,84	32,84
IFX LARGA DISTANCIA	79,00	79,00	79,00	75,00	75,00	75,00	27,46	27,46	27,46
IFX LARGA DISTANCIA	109,00	109,00	109,00	109,00	109,00	109,00	27,46	27,46	27,46
IFX LARGA DISTANCIA	193,59	193,59	193,59	161,02	161,02	161,02	27,46	27,46	27,46
MANQUEHUE L.D.	370,00	370,00	370,00	90,00	90,00	90,00			
Promedio	145,47	145,47	145,47	123,56	123,56	123,56	29,61	27,61	27,61

Tabla 34 - Valor del minuto a diferentes destinos LDN/ LDI contratado

La **Figura 21** muestra las tarifas promedio por minuto a los destinos más importantes, en diferentes horarios, para el servicio de larga distancia nacional e internacional contratado en aquellos planes sin cargo fijo ni minutos incluidos. Se observa en primer lugar que las tarifas promedio son menores al 50% de las del servicio LD discado y en segundo lugar que no se mantiene una proporcionalidad según el destino ya que en este caso Perú tiene tarifa promedio más baja que Argentina y España, tampoco existen diferencias entre los horarios normal, reducido y nocturno.

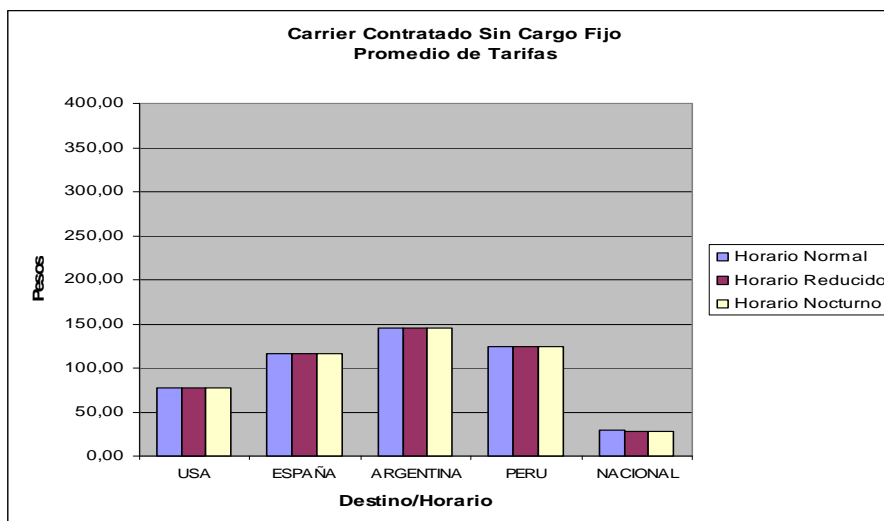


Figura 21 – Valor promedio del minuto a diferentes destinos para LD contratado

3.3.4 Servicios de Valor Agregado

Las empresas del sector para fortalecer su posicionamiento ofrecen una variedad de productos y servicio para hacer más atractiva su oferta, tales como servicio de cobro revertido automático, servicio de cobro automático a un tercer número, tarjetas de prepagos, tarjetas de call card y líneas frecuente nacional.

3.3.5 Modelos de Tarifas

Desde el punto de vista de los modelos de tarifas, en el segmento de larga distancia se ha utilizado tradicionalmente el modelo de cobro por tiempo de uso del canal, ya sea que exista un contrato previo (multicarrier contratado) o sin contrato previo (multicarrier discado), sin embargo desde hace algún tiempo se ha ido cambiando a un modelo donde se combina el tiempo de uso con un cargo fijo y minutos incluidos en ciertos horarios, ciertos destinos, o números frecuentes. Otra particularidad del modelo de tarifas de la larga distancia es que algunas empresas cobran un cargo por establecimiento de llamada y un cargo mensual por facturación a través de la compañía local.



Modelo de Tarifa Multicarrier Discado

Es el producto de larga distancia tradicional, donde se establece la comunicación discando el código del portador y el número de destino, el valor del segundo de comunicación es diferente según el horario y el destino. Cada portador publica su tabla de tarifas. No requiere contrato. Los indicadores que permiten realizar comparaciones en este caso son:

- Valor del segundo en horario normal según destino.
- Valor del segundo en horario reducido según destino.
- Valor del segundo en horario nocturno según destino.

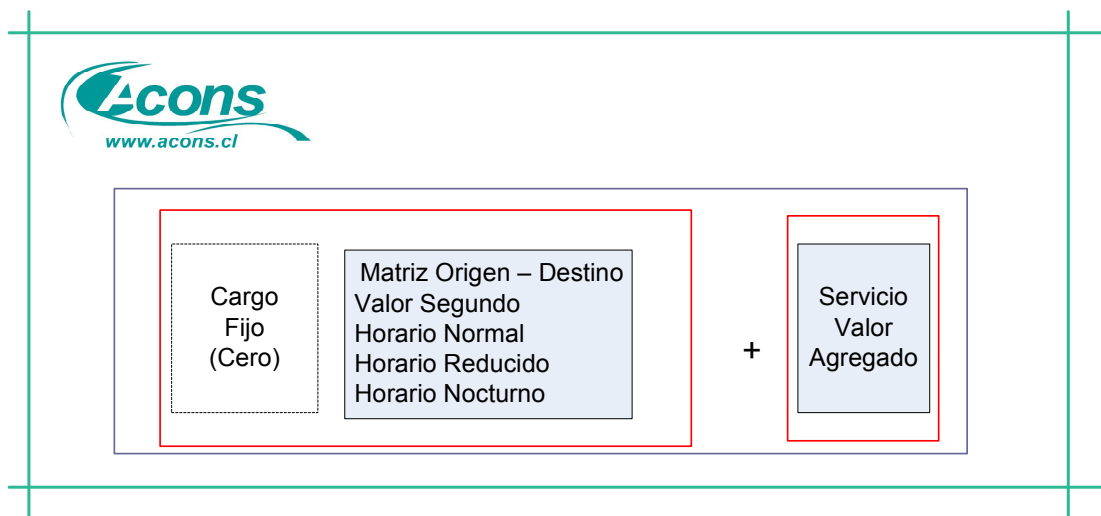


Figura 22 – Modelo de Tarifas Muticarrier Discado



Modelo de Tarifa Multicarrier Contratado

Es similar al anterior pero previo al uso del servicio se establece un contrato entre empresa y cliente. Este contrato permite el acceso a tarifas preferenciales pero no es excluyente. Igual que en el caso anterior no tiene cargo fijo y el valor del segundo de comunicación es diferente según el horario y el destino. Los indicadores que permiten realizar comparaciones en este caso son:

- Valor del segundo en horario normal según destino
- Valor del segundo en horario reducido según destino
- Valor del segundo en horario nocturno según destino

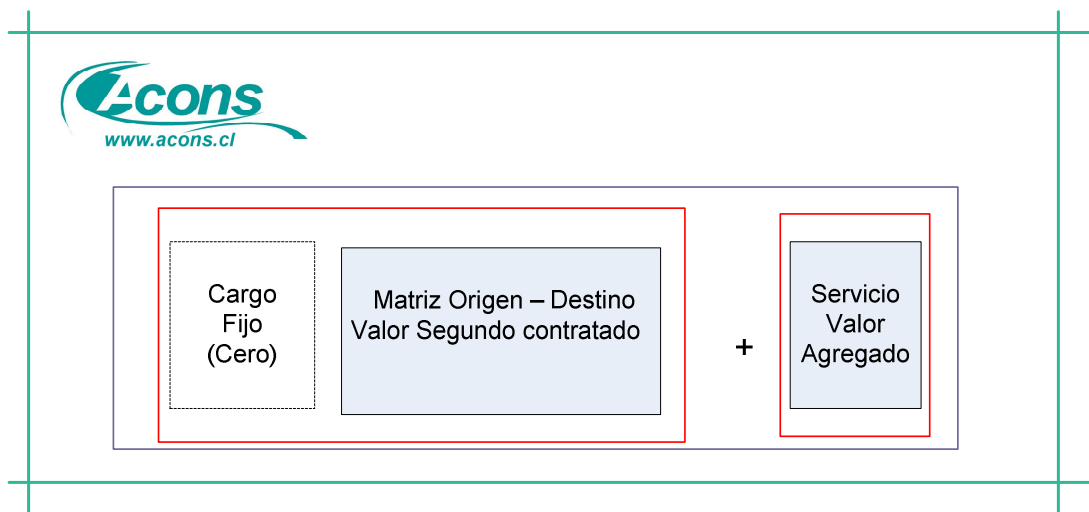


Figura 23 – Modelo de Tarifas Muticarrier Contratado



Modelo de Tarifa País Frecuente

Es un producto de larga distancia internacional con contrato y cargo fijo mensual, que permite a los clientes realizar llamadas al extranjero, desde los teléfonos de red fija, a diferentes destinos y en diferentes horarios según el plan. Su característica principal es que existe un grupo de países a los cuales se puede llamar consumiendo los minutos incluidos. Los indicadores que permiten realizar comparaciones en este caso son:

- Valor del cargo fijo mensual
- Cantidad de minutos incluidos
- Países preferentes
- Valor del segundo a otros países

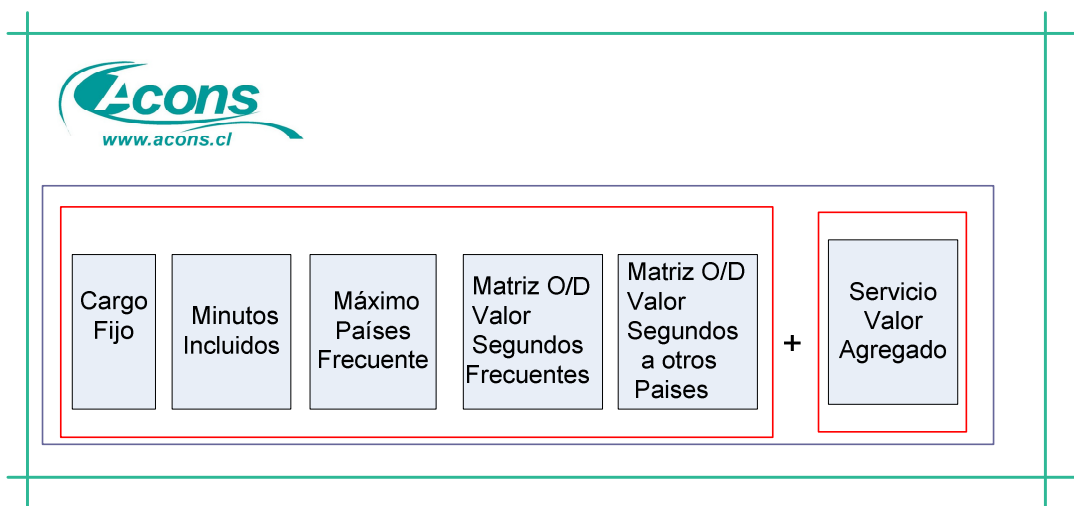


Figura 24 – Modelo de Tarifas País Frecuente



Modelo de Tarifa Paquetes de Minutos Nacionales

El producto permite al cliente acceder a una cierta cantidad de minutos libres de Larga Distancia Nacional por un cargo fijo mensual en horarios predeterminados. Los minutos adicionales se pagan a una tarifa predefinida para el producto. Los indicadores que permiten realizar comparaciones en este caso son:

- Valor del cargo fijo mensual
- Cantidad de minutos incluidos
- Horarios de consumo de minutos incluidos
- Valor del segundo adicional en horario normal
- Valor del segundo adicional en horario reducido
- Valor del segundo adicional en horario nocturno

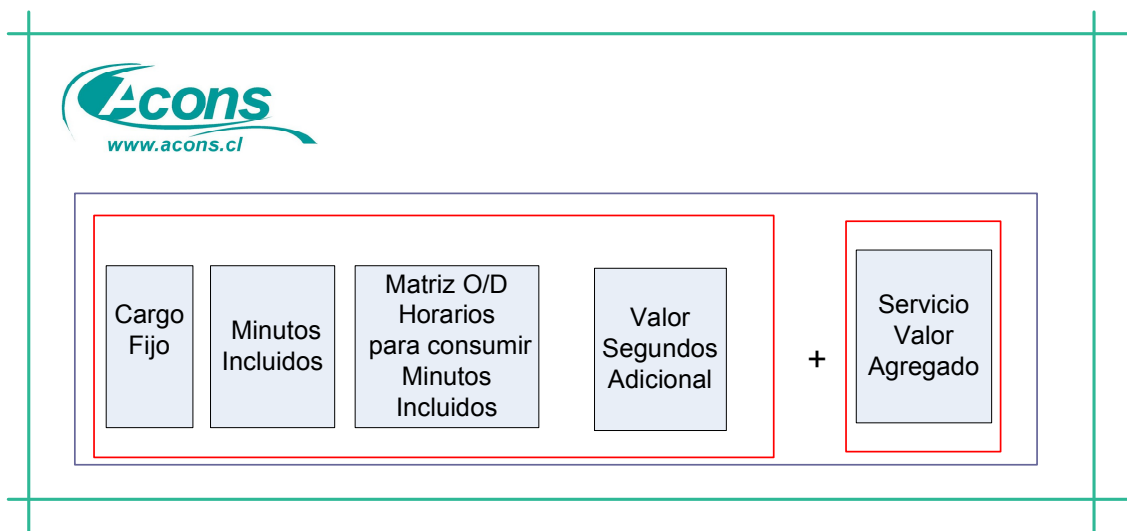


Figura 25 – Modelo de Tarifas Paquetes de Minutos Nacionales



Modelo de Tarifa Tarjeta de Llamadas

Es similar al multicarrier contratado pero las llamadas se pueden originar en cualquier teléfono, incluso un teléfono público. El contrato permite el acceso a tarifas preferenciales facturando al dueño de la tarjeta y no al teléfono donde se origina la llamada. No tiene cargo fijo y el valor del segundo de comunicación es diferente según el horario y el destino. Los indicadores que permiten realizar comparaciones en este caso son:

- Valor del segundo en horario normal según destino
- Valor del segundo en horario reducido según destino
- Valor del segundo en horario nocturno según destino

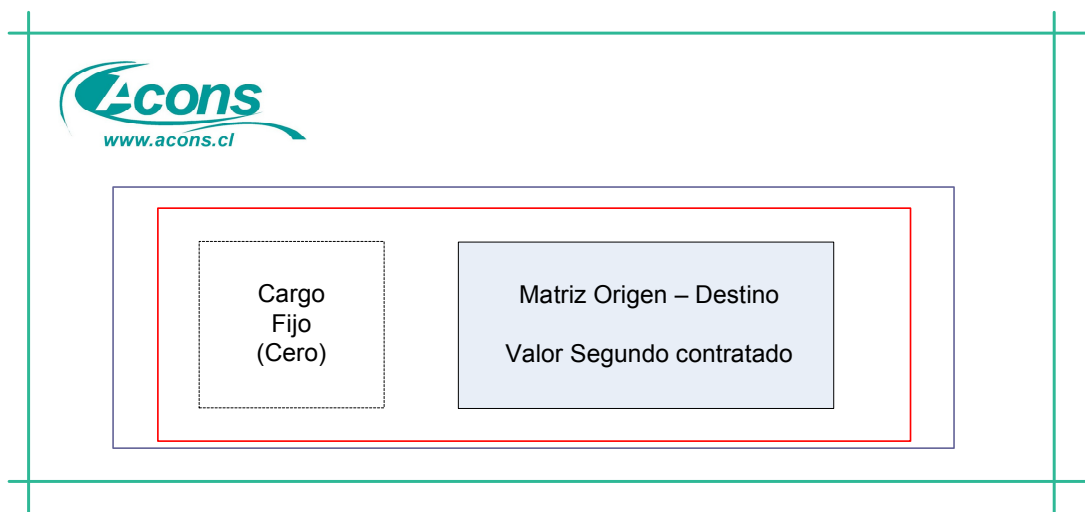


Figura 26 – Modelo de Tarifas Tarjeta de Llamadas



3.4 Mercado de Internet

3.4.1 Introducción

El segmento de los proveedores de servicio de Internet o ISP (Internet Service Providers) ha tenido un gran desarrollo. Este mercado se ha desarrollado en paralelo con Internet desde 1994, siendo entre 1997 y 1999 los años de máxima expansión, por entrada de ISP extranjeras al mercado. En el año 2000, se incorporó la modalidad de ISP con acceso libre sin contrato, en el cuál el usuario sólo paga por el tiempo efectivo de conexión; y los planes conmutados de tarifas de minutos ilimitados. Estas modalidades se incorporaron debido a la entrada de la banda ancha.

3.4.2 Análisis de Planes y Segmentación de Clientes

Los planes que se ofrecen en Internet se pueden clasificar en planes con contratos y planes prepagos.

Estos planes se brindan a través de dos modalidades :

- Acceso a Internet conmutado
- Acceso a Internet Banda Ancha

La tecnología que se utiliza para brindar estos planes mayoritariamente es; Utilización de MODEM, acceso RDSI, los cuales se conectan a la línea telefónica para brindar acceso conmutado.

Se utiliza tecnología, ADSL, WILL, Wimax, Cable MODEM para acceder a Internet Banda Ancha.

Los planes pueden ser brindados a través de direcciones IP dinámica o Fija.

Las empresas segmentan a sus clientes en mercado Masivo y Empresa. Las direcciones IP dinámicas están dirigidas generalmente al segmento masivo y las direcciones IP fijas están dirigidos al segmento empresa.

3.4.3 Análisis de Tarifas

Los planes con acceso conmutados pueden navegar por Internet con una velocidad máxima de 128 Kbps y se cobra básicamente por minutos de navegación.

Los planes de acceso a Internet banda ancha se cobran mediante una renta plana mensual diferenciada por la velocidad de bajada.

Es importante destacar que las conexiones de servicio de acceso de Internet banda



ancha han crecido notablemente en los últimos años, mientras que las conexiones por acceso conmutado han decrecido y cada vez hay menos usuarios que se conectan vía este medio. La razón es que las personas están cada vez más sensible a la velocidad de navegación y a la calidad de servicio en Internet.

El mercado de la banda ancha está siendo cada vez más competitivo, actualmente se ha observado en el mercado un continuo aumento de la velocidad por la misma tarifa, fenómeno que se viene produciendo desde hace un par de años y que ha generado competencia en el segmento, satisfaciendo así las necesidades de aumento de velocidad de los usuarios sin aumentar las tarifas.

Análisis de tarifa / Velocidad: Un primer punto de vista para el análisis de las tarifas es la oferta disponible de parte de las diferentes empresas con relación a la velocidad nominal de bajada para el acceso.

La Tabla 35 muestra las empresas que ofrecen servicio de acceso a Internet clasificado “Para todo cliente” o “Residencial” en diferentes rangos de velocidades de banda ancha, junto al cargo fijo mensual promedio.

Cargo Fijo Mensual Promedio \$	Velocidad Nominal KBps								
	menos de 200	200 a 500	500 a 1.000	1.000 a 2.000	2.000 a 3.000	3.000 a 5.000	5.000 a 10.000	10.000 o mas	
Empresa									
CMET COMPANÍA DE TELÉFONO	14.500	17.000							
GTD MANQUEHUE				23.990	25.990	28.990	35.990	95.990	
NETLINE	27.844	37.671	53.794	63.735	86.621	68.692	134.119	217.058	
STEL ACCESS S.A.			11.850	17.850	21.850				
TELEFÓNICA CTC CHILE		30.490	35.740		24.490	27.490	31.990		
TELEFÓNICA DEL SUR					21.900	31.900			
VTR TELEFÓNICA S.A.				11.900	25.300	28.300	34.300	44.300	
Total	24.508	34.886	44.563	50.639	64.366	46.715	92.424	151.355	

Tabla 35 - Cargo Fijo Promedio por Rango de Velocidad

La Figura 27 muestra como aumenta el valor del cargo fijo promedio con la velocidad nominal de bajada. Se puede observar que en los rangos de mayor oferta (2 a 3Mbps) las tarifas promedio son bastante uniformes, exceptuando la empresa Netline que informa tarifas considerablemente más altas. Esta misma empresa produce una ligera distorsión en el gráfico ya que hace que la curva tenga una baja en el rango de 3 a 5 Mbps.

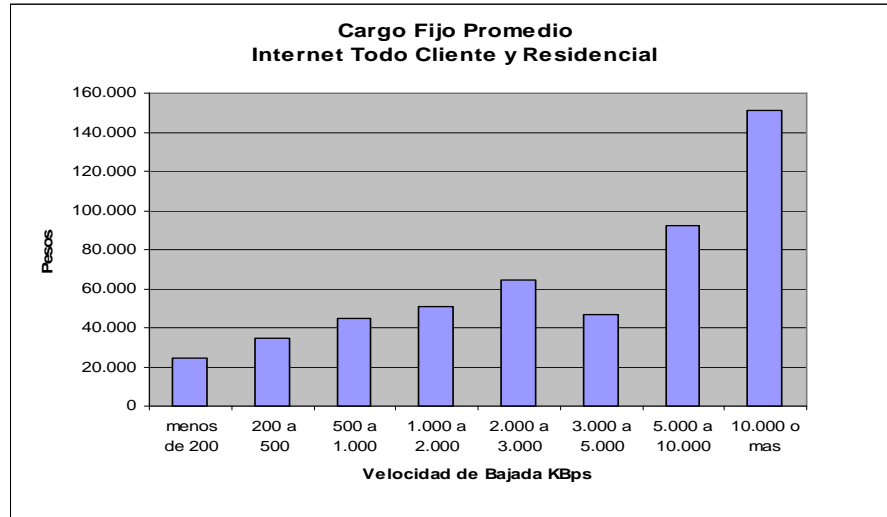


Figura 27 – Cargo Fijo Promedio Versus Velocidad de Bajada

La misma información para los clientes empresa se muestra en la Tabla 36 y la Figura 28. También se observa que una empresa, en este caso Tecnoera, produce una distorsión ya que sus tarifas son considerablemente más altas al promedio del mercado.

No existe una explicación que justifique el comportamiento tarifario de Netline y Tecnoera.

Cargo Fijo Mensual Promedio \$	Velocidad Nominal KBps					
	200 a 500	500 a 1000	1000 a 2000	2000 a 3000	3000 a 5000	10000 o mas
Empresa						
CSAT	38.162	40.283	57.244	86.926		
GTD MANQUEHUE		27.743	42.539	50.778	60.614	
TECNOERA		75.000	95.000	130.000	170.000	290.000
TELEFÓNICA DEL SUR		19.274	35.925	62.463	55.467	
Total	38.162	27.711	41.706	62.086	58.272	290.000

Tabla 36 - Cargo Fijo Promedio por Rango de Velocidad Empresa

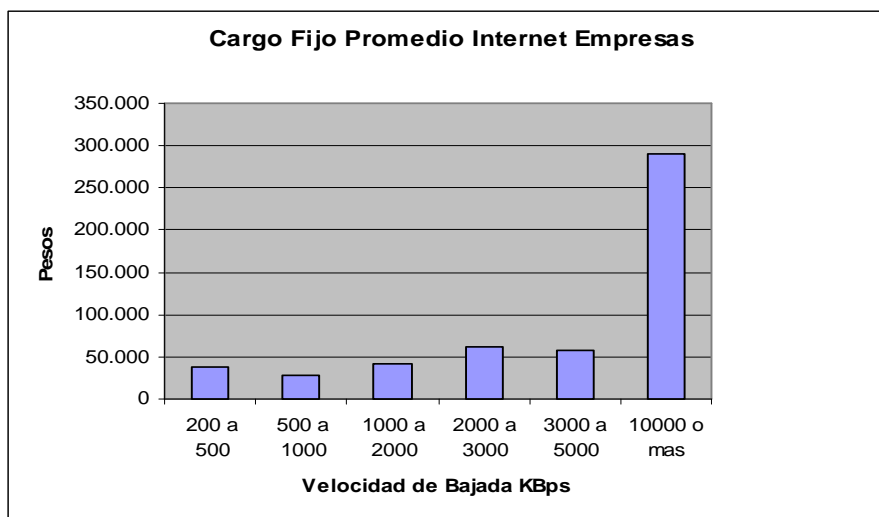


Figura 28 – Cargo Fijo Promedio Versus Velocidad de Bajada Empresa

Análisis de Tarifa / Área Geográfica: El otro punto de vista para el análisis de la información es la variación de las tarifas desde el punto de vista geográfico.

La Tabla 37 muestra las tarifas promedio del mercado por rango de velocidad de bajada, para todo cliente o residencial, en las distintas regiones del país. Se puede observar que, en general, las tarifas más bajas se encuentran en las regiones centrales, especialmente en la Región Metropolitana.

La **Figura 29** muestra más claramente como cambia la tarifa promedio de los servicios de acceso a Internet para todo cliente o residencial para las diferentes regiones del país, haciéndose evidente la baja en las regiones centrales.



Región	Velocidad Nominal KBps								Total
	menos de 200	200 a 500	500 a 1.000	1.000 a 2.000	2.000 a 3.000	3.000 a 5.000	5.000 a 10.000	10.000 o mas	
REGION DE ARICA Y PARINACOTA	27.844	39.398	51.182	59.426	77.125	55.093	103.711	188.265	77.376
REGION DE TARAPACA	27.844	39.398	51.182	55.106	73.423	51.265	97.401	167.699	73.806
REGION DE ANTOFAGASTA	27.844	39.398	51.182	55.106	73.423	51.265	97.401	167.699	73.806
REGION DE ATACAMA	27.844	39.398	51.182	59.426	77.125	55.093	103.711	188.265	77.376
REGION DE COQUIMBO	34.316	39.398	51.182	55.106	73.423	51.265	97.401	167.699	74.685
REGION DE VALPARAISO	16.151	21.800	51.182	34.532	53.372	37.756	67.353	95.111	44.335
REGION METROPOLITANA	16.040	21.634	44.031	23.695	34.699	30.467	42.516	86.403	43.096
REGION DE O'HIGGINS	15.915	21.200	51.182	55.106	73.423	51.265	97.401	167.699	48.932
REGION DEL MAULE	16.702	23.108	51.182	55.106	73.423	51.265	97.401	167.699	55.635
REGION DEL BIOBIO	17.803	25.399	51.182	41.604	52.664	38.815	77.682	116.283	51.708
REGION DE LA ARAUCANIA	34.316	39.398	51.182	59.426	66.770	47.362	103.711	188.265	73.841
REGION DE LOS RIOS	27.844	39.398	51.182	59.426	50.617	39.631	103.711	188.265	63.452
REGION DE LOS LAGOS	34.316	39.398	51.182	51.505	40.018	35.899	92.143	152.274	53.221
REGION DE AISEN	34.316	38.795	55.905	68.095	57.217	43.328	150.722	217.058	72.114
REGION DE MAGALLANES	34.316	38.795	55.905	68.095	92.534	81.423	150.722	217.058	89.504

Tabla 37 - Cargo fijo promedio por rango de velocidad / región geográfica

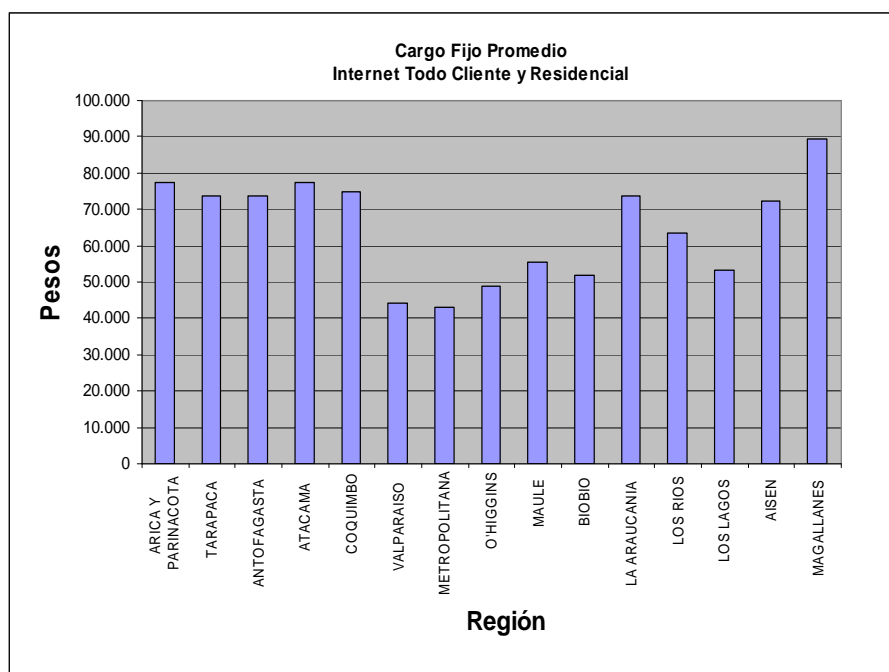


Figura 29 – Cargo Fijo Promedio/ Región Geográfica

Finalmente la Tabla 38 y la **Figura 30** muestran la misma información de tarifas promedio para diferentes regiones para los servicios de acceso a Internet para clientes empresa. En este caso se observa una baja notable en las tarifas para la región Metropolitana y para las regiones del sur excepto la Región de Magallanes.



Carga Fijo Mensual Promedio \$	Velocidad Nominal KBps					
	200 a 500	500 a 1000	1000 a 2000	2000 a 3000	3000 a 5000	Total
REGION DE TARAPACA	38.162	40.283	57.244	86.926		55.654
REGION DE ANTOFAGASTA	38.162	40.283	57.244	86.926		55.654
REGION DE ATACAMA	38.162	40.283	57.244	86.926		55.654
REGION DE COQUIMBO	38.162	40.283	57.244	86.926		55.654
REGION DE VALPARAISO	38.162	40.283	57.244	86.926		55.654
REGION METROPOLITANA	38.162	27.963	42.712	51.203	60.614	47.136
REGION DE O'HIGGINS	38.162	40.283	57.244	86.926		55.654
REGION DEL MAULE	38.162	40.283	57.244	86.926		55.654
REGION DEL BIOBIO	38.162	28.611	42.016	67.613	55.467	50.673
REGION DE LA ARAUCANIA	38.162	24.526	38.971	64.910	55.467	49.677
REGION DE LOS RIOS		19.274	35.925	62.463	55.467	48.681
REGION DE LOS LAGOS	38.162	21.525	37.132	63.404	55.467	49.076
REGION DE AISEN	38.162	21.184	36.940	63.252	55.467	49.013
REGION DE MAGALLANES	38.162	40.283	57.244	86.926		55.654

Tabla 38 - Cargo Fijo Promedio /Rango de Velocidad / Región Geográfica Empresa

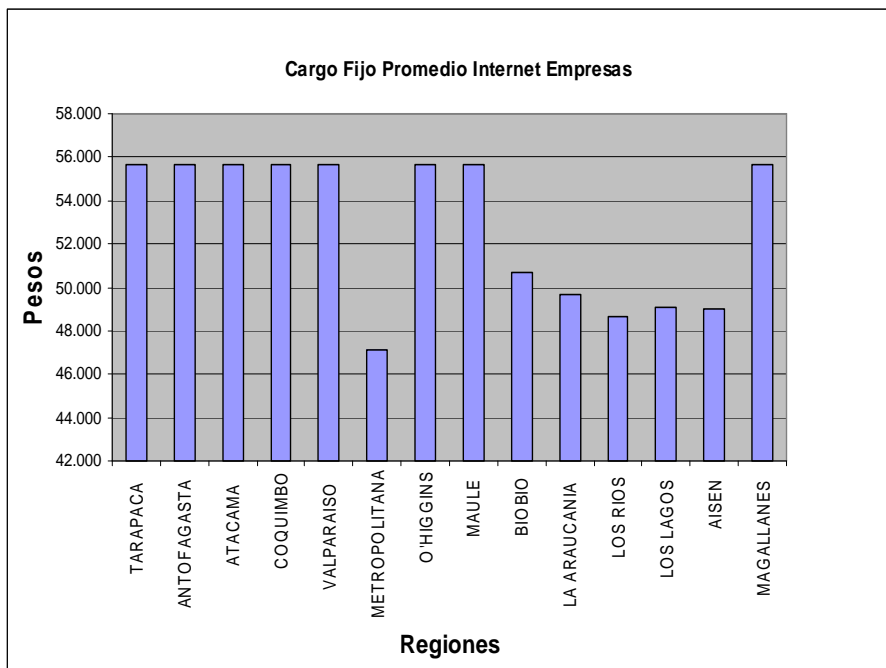


Figura 30 – Cargo fijo promedio/ región geográfica Empresa



3.4.4 Servicios de Valor Agregado

Los servicios de valor agregado para el segmento Internet son la casilla de correo, espacio en Web, protección antivirus, etc.

3.4.5 Análisis Modelo de Tarifa

Los modelos de tarifas que se observan a partir de los planes presentes en el mercado son los que se describen a continuación.

Modelo de Tarifa Acceso Conmutado

Este modelo tiene un cargo fijo mensual, un cargo por segundo de conexión, el valor del segundo de conexión es diferente según el horario. La velocidad de navegación máxima es de 56 kbps.

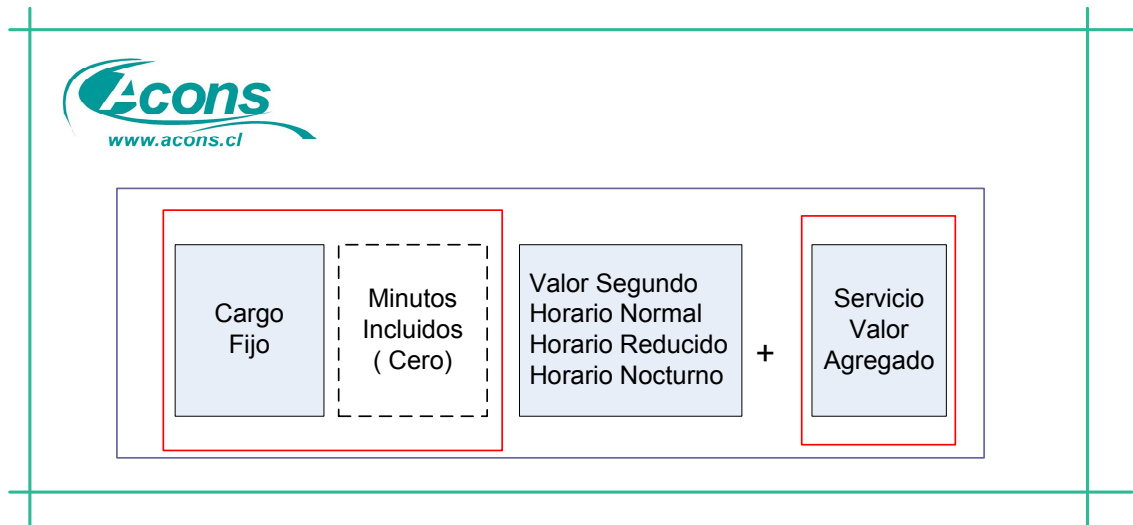


Figura 31 - Modelo de Tarifa Acceso Conmutado



Modelo de Tarifa Acceso Banda Ancha Conmutado

El modelo de tarifa de acceso Banda Ancha Conmutado se utiliza para acceso a Internet a través de direcciones IP dinámica o mediante direcciones IP Fijas.

Tiene un cargo fijo mensual, acorde a la velocidad de bajada y subida contratada.

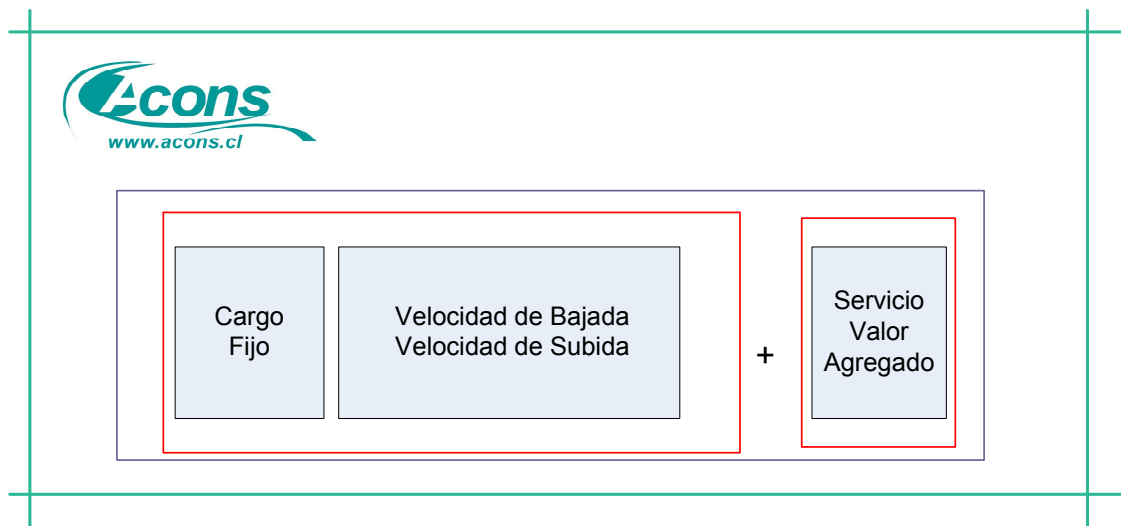


Figura 32 - Modelo de Tarifa Acceso Banda Ancha Conmutada



Modelo de Tarifa Acceso Banda Ancha Dedicado

El modelo de tarifa de acceso Banda Ancha Dedicado se utiliza para acceso a Internet a través de direcciones IP Fijas.

Tiene un cargo fijo mensual, velocidades de bajada, velocidad de subida y cantidad de direcciones IP de acuerdo al plan que se contrata.

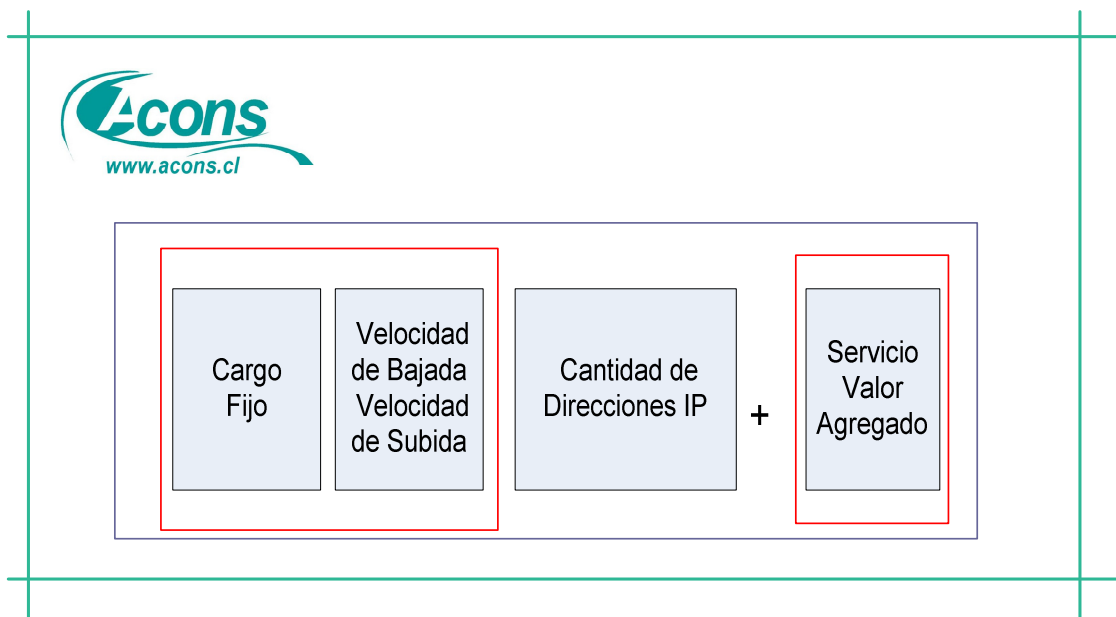


Figura 33 - Modelo de Tarifa Acceso Banda Ancha Dedicado



Modelo de Tarifa Acceso Banda Ancha Prepago

El modelo de tarifa no tiene un cargo fijo, sin embargo requiere de un cargo de instalación. La tarjeta de prepago permite conectarse durante una cantidad de horas continuadas, no se puede fraccionar y navegar a la velocidad contratada. Un vez finalizado el consumo se debe adquirir una recarga mínima para seguir navegando.

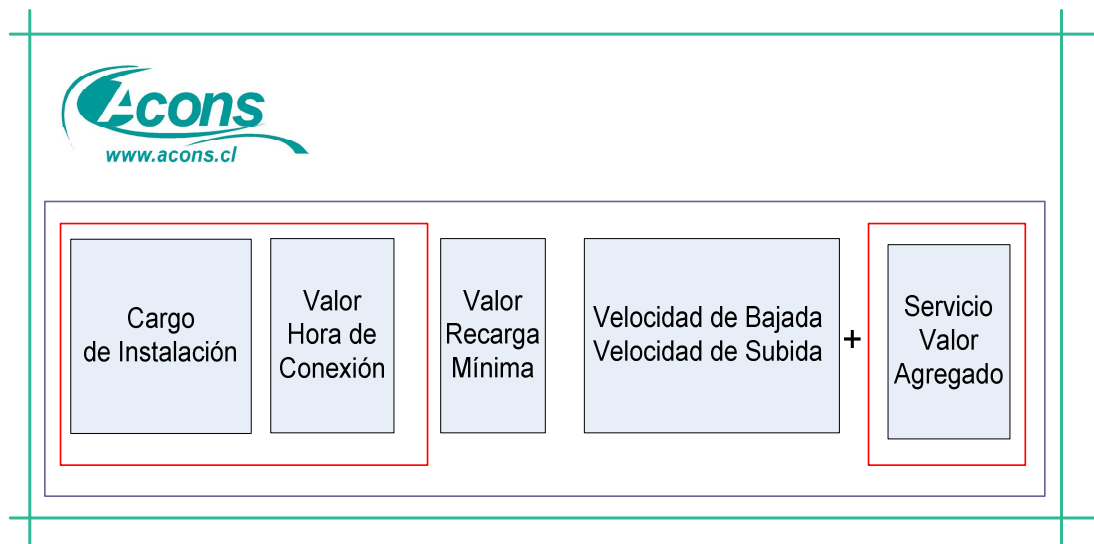


Figura 34 - Modelo de Tarifa Acceso Banda Ancha Prepago

A todos estos modelos se pueden adicionar servicios de valor agregado o complementario tales como: casillas de correo espacio Web, antivirus etc.

Cada uno de estos servicios tiene un valor fijo mensual que se adiciona al valor mensual del plan.



3.5 Mercado de Televisión Pagada

3.5.1 Introducción

El segmento de los proveedores de Televisión pagada, ha tenido un gran desarrollo. En este análisis se consideraron solamente las 6 empresas de las cuales se recibió información.

Los proveedores de este mercado han comenzado a migrar a la provisión de servicios integrados, ofreciendo al usuario además del servicio de televisión, telefonía y acceso a Internet.

3.5.2 Análisis de Planes y Segmentación de Clientes

En el mercado de televisión existe una variedad de planes que permite llegar a todo tipo de clientes tales como: Niños, joven, joven adulto, adultos, estudiantes y profesionales, entre otros.

En términos generales se identifican los siguientes tipos de planes:

- Planes Básicos o Light.
- Planes Full.
- Planes complementarios.
- Planes a la Medida.

Los planes de canales básicos o Light, oscilan entre 30 y 50 canales, los planes de canales Full, tienen entre 50 y 70 canales.

Planes complementarios, corresponden a canales específicos o temáticos, que se pueden incorporar a un plan base

Los planes a la medida, permiten una gran variedad de planes de acuerdo a la preferencia y hábitos de consumo de los clientes y se conforman a partir de los planes bases definidos por el proveedor del servicio.

La Tabla 39 muestra las empresas que entregan servicios de televisión y la cantidad de planes disponibles en cada una de ellas. Los planes están clasificados según el número de canales, sin embargo es necesario aclarar que los planes con menos de 10 canales y los planes entre 10 y 30 canales no se contratan como servicio independiente, sino que son planes que se agregan a los planes de mayor número de canales.



Número de canales	menos de				Total
	10	10 a 30	30 a 50	50 o mas	
CABLE CENTRAL	3			1	4
GTD MANQUEHUE	14	9	1	7	31
TELEFÓNICA DEL SUR	11	1		2	14
TELEFÓNICA MULTIMEDIA	6	4	3	1	14
VTR TELEFÓNICA S.A.	2		1	1	4
TELMEX TV	4		1	1	6

Tabla 39 - Cantidad de Planes Ofrecido por Cada Empresa

3.5.3 Análisis de Tarifas

Las tarifas que se cobran en este sector son tarifas planas. A esta tarifa se puede agregar cargos fijos adicionales por aumentar el número de canales, o por incorporar servicios de valor agregado.

La Tabla 40 muestra el cargo fijo promedio por empresa según el número de canales del plan. Se destaca el hecho de que GTD Manquehue y Telefónica del Sur, para el rango de más de 50 canales, tienen cargos fijos considerablemente mayores que el promedio y por otro lado Cable Central (CMET) tiene cargo fijo bastante menores que el promedio.

Número de canales	menos de			
	10	10 a 30	30 a 50	50 o mas
CABLE CENTRAL	3.830			9.900
GTD MANQUEHUE	3.697	5.461	15.500	27.714
TELEFÓNICA DEL SUR	2.971	5.400		27.400
TELEFÓNICA MULTIMEDIA	3.430	3.725	19.980	23.990
VTR TELEFÓNICA S.A.	4.240		12.913	19.346
TELMEX TV	4.465		19.490	14.490
Total \$	3.571	4.960	14.233	21.153

Tabla 40 - Cargo Fijo Promedio por Empresa.

La **Figura 35** muestra el cargo fijo promedio nacional para los distintos rangos de número de canales. Se observa que existe un aumento progresivo del cargo fijo según aumenta el número de canales.

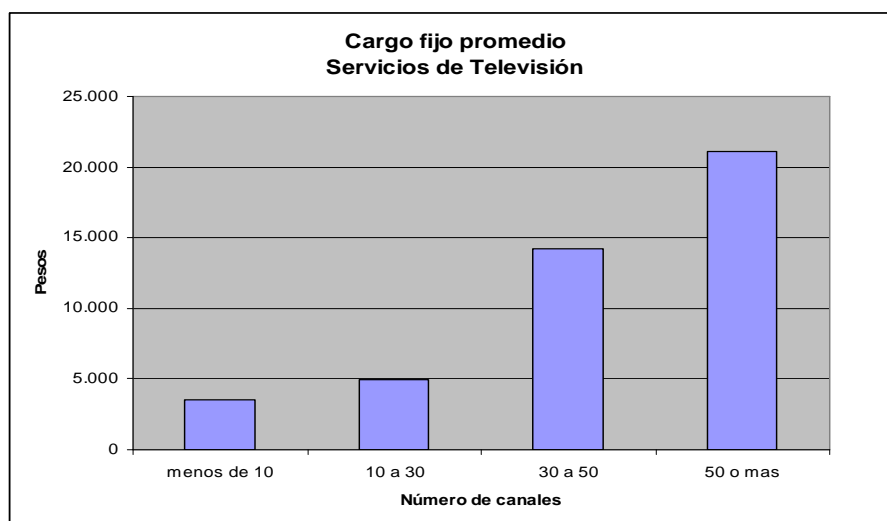


Figura 35 – Cargo fijo promedio por número de canales

La **Tabla 41** muestra el cargo fijo promedio por región para cada una de las empresas presentes en la región con planes de 50 canales o más. En primer lugar se observa que las únicas empresas presentes en todo el país son Telefónica Multimedia y Telmex TV y que adicionalmente el cargo fijo es independiente de la región. VTR también está presente en todo el país con excepción de la Región de Magallanes presentando valores de cargo fijo promedio diferentes en cada región. Por otro lado está GTD Manquehue que sólo tiene presencia en la región Metropolitana y con un cargo fijo bastante superior al promedio.

	CABLE CENTRAL	GTD MANQUEHUE	TELEFÓNICA DEL SUR	TELEFÓNICA MULTIMEDIA	VTR		Total
					TELEFÓNICA S.A.	TELMEX TV	
ARICA Y PARINACOTA				23.990	16.320	14.490	18.267
TARAPACA				23.990	19.030	14.490	19.170
ANTOFAGASTA				23.990	21.005	14.490	20.123
ATACAMA				23.990	19.950	14.490	19.666
COQUIMBO				23.990	18.425	14.490	18.833
VALPARAISO	9.900			23.990	17.328	14.490	17.000
METROPOLITANA	9.900	27.714		23.990	23.400	14.490	24.098
O'HIGGINS	9.900			23.990	17.200	14.490	16.663
MAULE	9.900			23.990	18.083	14.490	17.105
BIOBIO		9.900	27.400	23.990	20.006	14.490	20.321
LA ARAUCANIA			27.400	23.990	16.880	14.490	21.173
LOS RIOS			27.400	23.990	17.935	14.490	21.525
LOS LAGOS			27.400	23.990	18.640	14.490	20.980
AYSEN				23.990	19.400	14.490	19.293
MAGALLANES				23.990		14.490	19.240

Tabla 41 - Cargo Fijo Promedio por Región y Empresa



La **Figura 36** muestra la variación del cargo fijo promedio por región, para los servicios de más de 50 canales. Se observa que el valor para la Región Metropolitana es mayor que para el resto del país debido al efecto de GTD Manquehue. También se puede observar la típica disminución del valor en las regiones centrales.

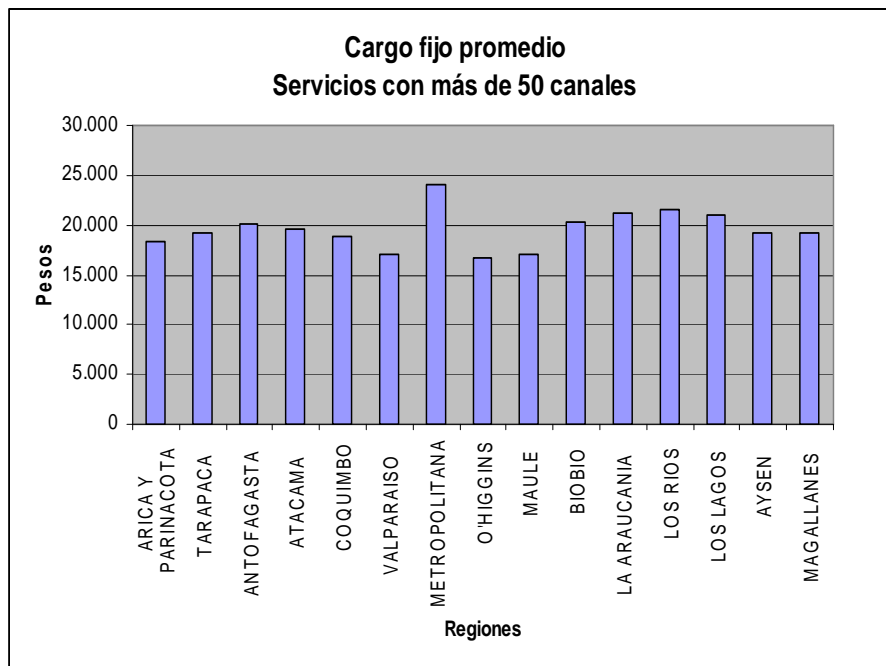


Figura 36 – Cargo Fijo Promedio por Región



3.5.4 Análisis de Modelos de Tarifas

El modelo de tarifas utilizado en este segmento consta básicamente de un modelo de Tarifa Plana, que incluye una parrilla de canales básicos.

Modelo de Tarifa Televisión Pagada

Este modelo esta conformado por un cargo fijo mensual, que incluye una parrilla de canales básicos, y un cargo fijo adicional que incluye una parrilla de canales adicionales.

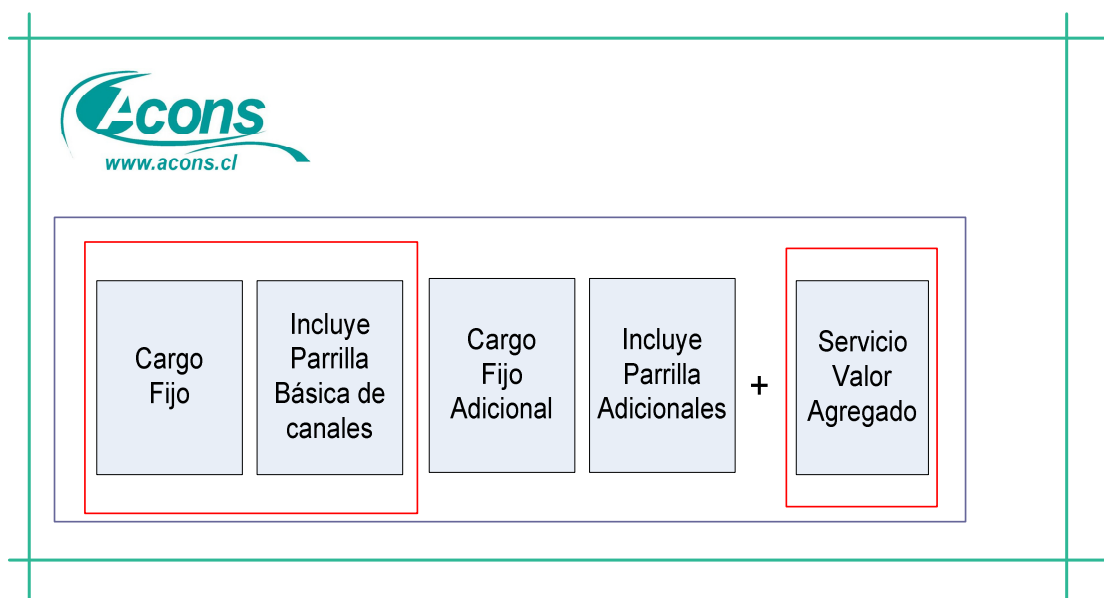


Figura 37 - Modelo de Tarifa Televisión Pagada



Modelo de Tarifa Televisión Digital por Cable / Satelital

Ambos modelos son similares, la diferencia está en la forma que llega la señal. Estos modelos esta conformado por un cargo fijo mensual, que incluye una parrilla de canales básicos, un cargo fijo Adicional que incluye una parrilla de canales adicionales y un decodificador por televisor.

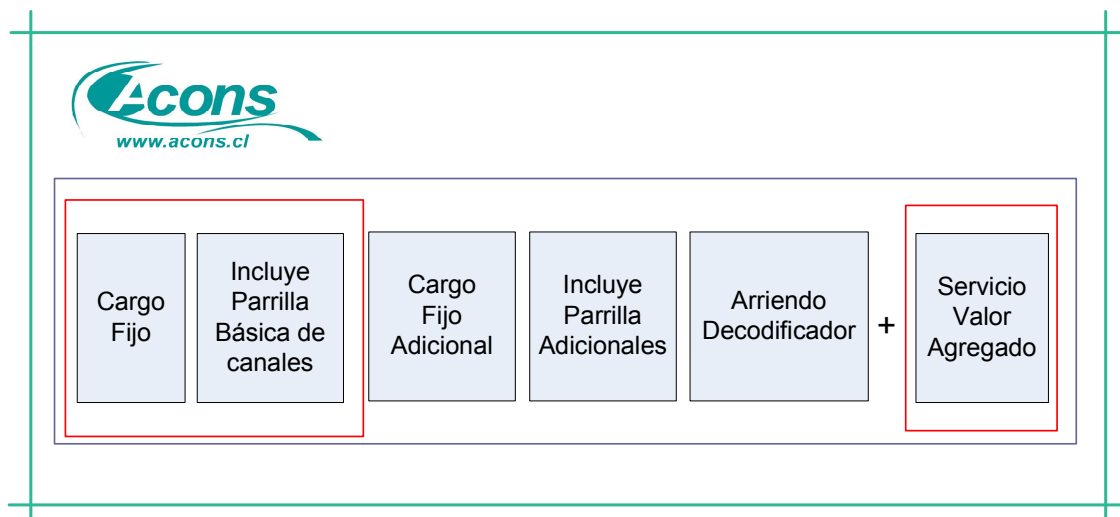


Figura 38 - . Modelo de Tarifa Televisión Digital

Servicios de valor agregado:

- Pay per view
- Grabación de programas para ver en horario diferido
- Programas para iniciar cuando el cliente lo desea
- Otros

Cada uno de estos servicios tiene un valor que puede ser fijo mensual o por cada vez que se usan. Por lo tanto el valor mensual a pagar está dado por la suma del valor del servicio básico y los servicios de valor agregado contratados.

3.6 Mercado de Telefonía Móvil

3.6.1 Introducción

El segmento de telefonía móvil es el de mayor crecimiento en Chile y por lo mismo cubre todos los nichos de mercado posibles. Este segmento posee tres agentes principales, los cuales son Movistar (fusión de Telefónica Móvil y Bellsouth), Entel PCS y Claro.

La participación de mercado como se muestra en la **Figura 39** es de un 42,3% para Movistar, 39,6% para Entel PCS, y un 18,1% para Claro.

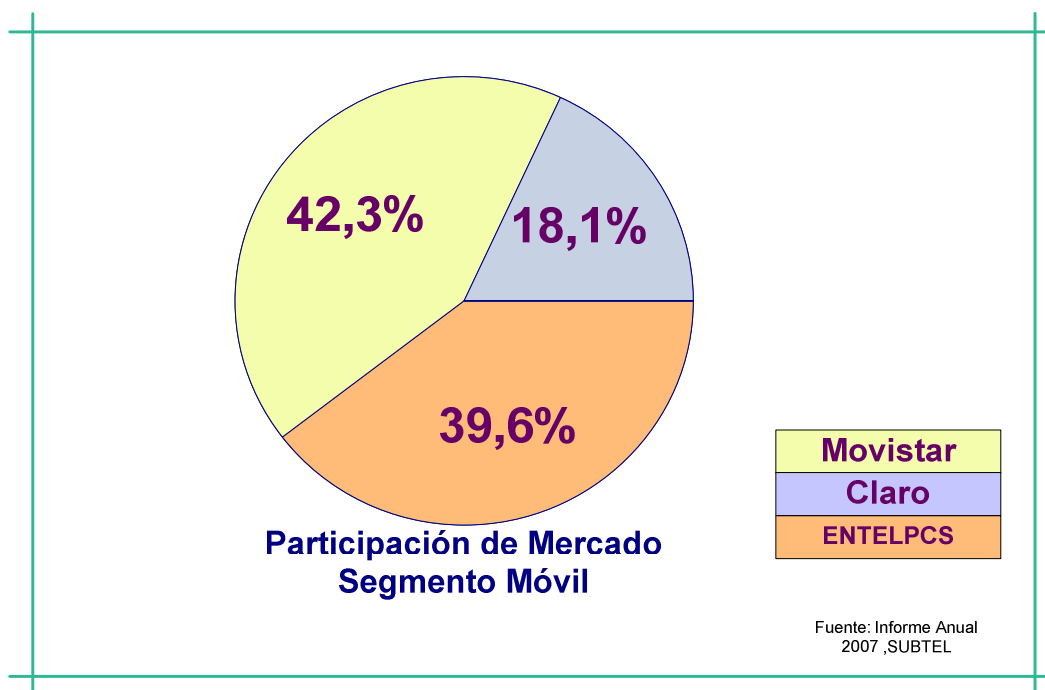


Figura 39 – Participación de Mercado Móviles

La penetración en telefonía celular es de 83,7 % usuarios por cada 100 habitantes, al año 2007 (Fuente SUBTEL).

3.6.2 Análisis de Planes y Segmentación de Clientes

Los planes disponibles en este segmento son tan variados como diferentes son los clientes a los cuales están dirigidos, existen planes dirigidos a personas de distintas edades, con diversos hábitos de comportamiento y consumo, planes de prepago y



postpago, planes para clientes persona, familia y empresa.

Otra característica de la telefonía móvil es que presenta una gran variedad de servicios adicionales. Entre ellos se pueden mencionar los diferentes modelos de teléfonos orientados a diferentes tipos de usuarios, con radio, máquina fotográfica, grabadora de voz, la posibilidad de agregarle diferentes tipos de aplicaciones; juegos, ringtones, etc.

Los planes que se observan en el segmento de Telefonía móvil, son diseñados a nivel individual y grupal:

- **Planes Individuales:** Son planes dirigido a personas que y diseñado de acuerdo a las preferencias y hábitos de la persona, entre estos se encuentran planes con fuerte componente en llamadas celulares de la propia empresa (on net), planes libres a todo destino, planes con control de consumo y planes y Planes iPhone entre otros.
- **Planes Grupales:** Son planes dirigidos a grupos familiares con una fuerte componente on net, planes dirigido a empresa diseñados a la medida, y con componente on net y off net, se consideran llamadas a números específicos celulares o de la red fija, Planes Club orientado a satisfacer intereses de comunidades, con componentes on net y off net y con llamadas a números específicos de otras celulares o red fija.

Los tipos de plan que ofrecen las empresas del sector son: Contratos, Prepagos y una combinación entre contrato y prepago (Híbridos).

La Tabla 42 se muestra la cantidad de planes disponibles por empresa, separada en planes con contrato y de prepago.

Empresa	Contrato	Prepago	Total
CLARO	448	17	465
ENTEL PCS	73	8	81
MOVISTAR	78	5	83
Total	599	30	629

Tabla 42 - Número de Planes con Contrato y Prepago.

En la Tabla 42 se muestra una cantidad de planes de prepago muy inferior a los planes de contratos para todas las empresas del sector, sin embargo la cantidad de usuarios de prepagos es del orden del 75% con respecto a la cantidad total de



usuarios de la industria. La cantidad de usuarios con contratos se ha estabilizado en un 25%, respecto al total de usuario de la industria. Fuente: Informe anual 2007 SUBTEL

En el segmento móvil se observa planes que incentivan el cambiarse de un plan de prepago a un plan de contrato, sobre todo para aquellos clientes que tienen consumos elevados, por ejemplo en el caso de Movistar, se promociona el plan “Salta de un prepago a un plan”.

La Tabla 43 muestra la cantidad de planes disponibles por empresa, separada por planes destinados a personas o empresas.

Empresa	Empresa	Persona	Total
CLARO	423	42	465
ENTEL PCS	42	39	81
MOVISTAR	41	42	83
Total	506	123	629

Tabla 43 - Número de Planes para Cliente Empresa y Persona.

Se destaca el caso de Claro que tiene 423 planes diferentes destinados a empresas que se diferencian en la combinación de minutos incluidos On net, Off Net y a grupo cerrado.

3.6.3 Análisis de Tarifas y Cobertura

Los servicios de telefonía móvil tienen cobertura nacional.

Los planes de telefonía móvil para contratos, incluyen un cargo fijo mensual, minutos incluidos en el cargo fijo mensual, tarifa por minutos adicionales ya sea on-net, off,net o a otros tipos de destino.

- **Tarifa / Valor On –Net:** La tarifa on - net en estricto rigor corresponde a la tarifa que se cobra por una llamada realizada entre abonados de la propia empresa. Sin embargo, las empresas móviles, incorporan mayoritariamente las llamadas que terminan en la red fija , de tal forma que definen tarifa on – net: como el valor de los minutos de llamadas efectuadas hacia teléfonos móviles conectados a la red de la misma empresa o hacia teléfonos de red fija de cualquier compañía, excluidos los teléfonos sometidos al régimen tarifarlo



de telefonía rural.

- **Tarifa / Valor minuto off net:** Corresponde al valor de los minutos de llamadas efectuadas hacia teléfonos móviles conectados a redes que no sean de la propia empresa o hacia teléfonos de red fija sometidos al régimen tarifario de telefonía rural.

Otra característica importante es que todas las tarifas tienen el mismo valor independiente de la región donde se contrate o del origen y destino de las llamadas.

La Tabla 44 muestra el valor promedio del minuto adicional para planes persona con contrato On Net.

Rango de minutos	sin minutos	menos de						
	incluidos	150	150 a 300	300 a 600	600 a 1200	1200 a 2400	2400 a 4800	4800 a 9900
CLARO	82,8	110,3	122,8	98,0	80,3	77,5	78,3	78,7
ENTEL PCS	95,0	135,3	104,3	94,4	81,2	84,3	106,8	
MOVISTAR	66,0	145,1	98,9	92,4	88,3	83,7	118,5	
Total \$	83,8	136,2	108,0	94,5	83,2	79,1	80,2	78,7

Tabla 44 - Valor Promedio del Minuto Adicional On Net.

La Tabla 45 muestra el valor promedio del minuto adicional para planes persona con contrato, Off net.

Rango de minutos	sin minutos	menos de						
	incluidos	150	150 a 300	300 a 600	600 a 1200	1200 a 2400	2400 a 4800	4800 a 9900
CLARO	141,0	127,0	133,9	109,1	123,7	130,2	151,6	158,5
ENTEL PCS	95,0	135,3	128,8	131,8	115,9	94,3	106,8	
MOVISTAR	110,0	145,1	127,8	112,8	113,3	123,9	118,5	
Total \$	125,6	139,5	130,0	115,0	118,7	126,1	149,3	158,5

Tabla 45 - Valor Promedio del minuto adicional Off Net.

Se observa que, como es natural, los minutos On Net tienden a tener un valor más bajo que los Off Net. También se observa que los valores son relativamente parejos, no habiendo una empresa que se destaque por valores más altos o más bajos en todos los rangos.

La **Figura 40** muestra el valor promedio del minuto adicional On Net y Off Net, también para clientes persona con contrato, se observa que el valor de los minutos On Net disminuye con el aumento de los minutos incluidos, sin embargo el valor de los minutos On Net tiene un mínimo en el rango de 300 a 600 minutos incluidos, este sin duda, es el rango donde existe mayor competencia.

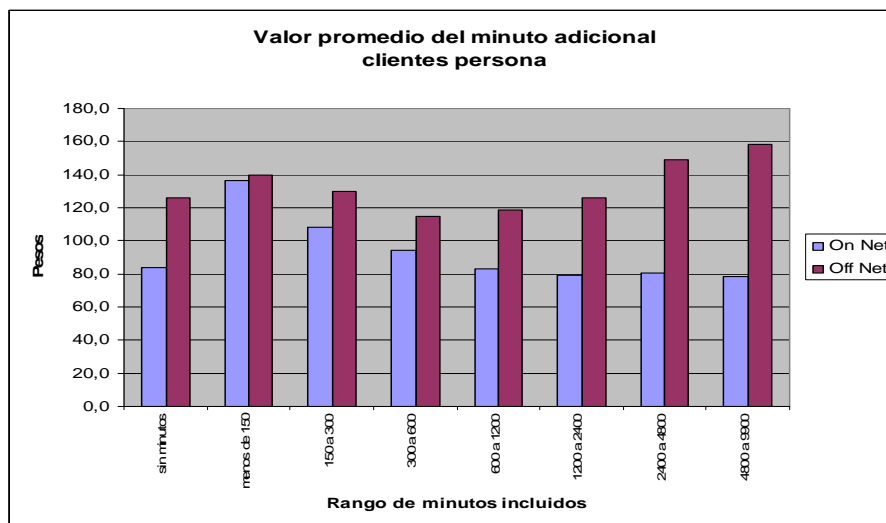


Figura 40 – Valor Promedio del Minuto Adicional Cliente Persona.

La Tabla 46 muestra el valor promedio del cargo fijo para planes con contrato, destinados a clientes persona desagregado por rango de minutos incluidos. Se observa que Claro tiene los valores más bajos en los rangos entre 150 y 1200 minutos, sin embargo no es posible obtener conclusiones sin tener en cuenta todas las variables que tienen los planes, ya que como se dijo anteriormente existen demasiadas variables que diferencian los planes en aspectos que no son netamente tarifa.

Minutos incluidos	menos de					
	150	150 a 300	300 a 600	600 a 1200	1200 a 2400	2400 a 4800
CLARO		12.740	20.490	29.240	62.657	54.500
ENTEL PCS	12.077	16.461	24.990	36.210	28.490	51.640
MOVISTAR	12.852	22.590	31.550	51.190	33.540	65.390
Total	12.400	18.908	26.973	43.765	40.563	57.420

Tabla 46 - Valor Promedio del Cargo Fijo Planes Residenciales con Contrato

La **Figura 41** muestra el valor del cargo fijo promedio para clientes persona con contrato según el rango de minutos incluidos. Se observa que el aumento del valor es aproximadamente lineal para un aumento exponencial de los minutos incluidos, lo cual indica que el valor del minuto promedio disminuye exponencialmente como lo muestra la **Figura 42**.

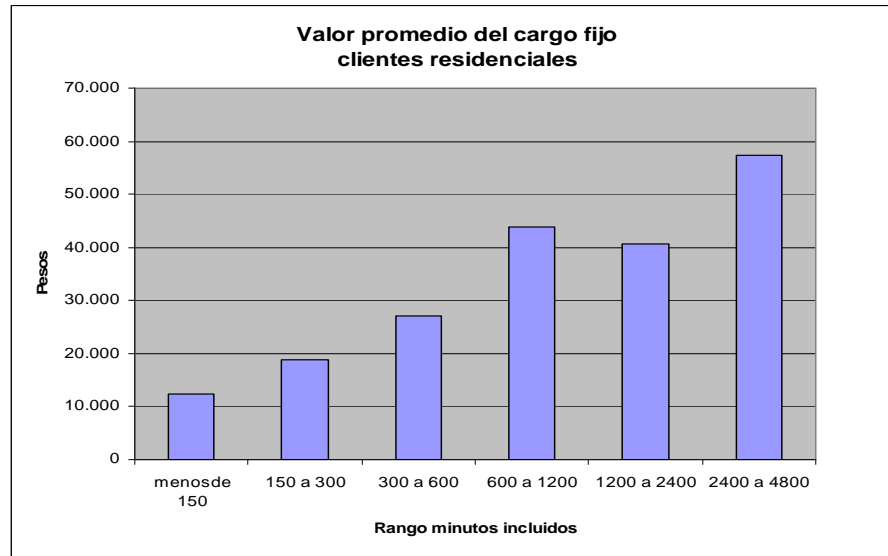


Figura 41 – Valor Promedio del Cargo Fijo Planes Residenciales con Contrato.

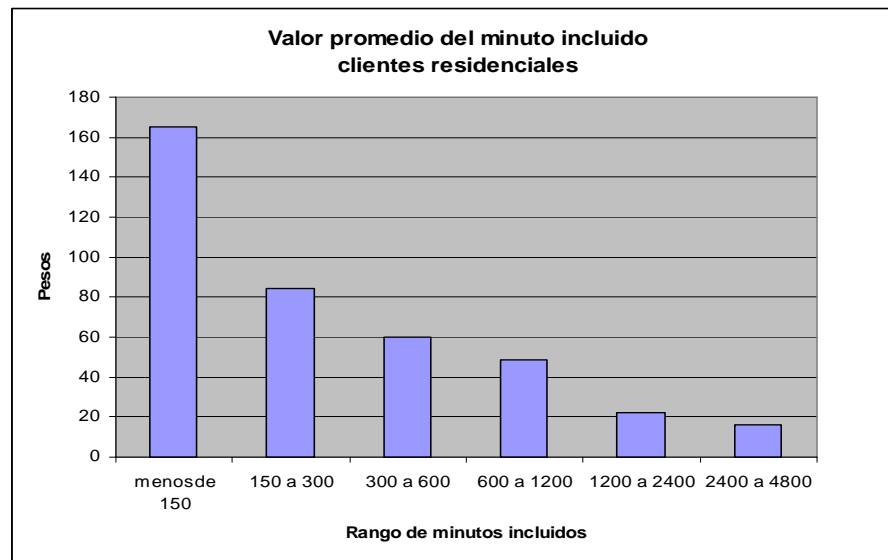


Figura 42 – Valor Promedio del Minuto Incluido Planes Residenciales con Contrato.

La Tabla 47 muestra las características principales de 5 planes que están dentro de los mismos rangos de minutos incluidos On Net y Off Net, se puede observar que aquellos que tienen menores valores de cargo fijo tienen mayores valores en los



minutos adicionales lo cual hace muy difícil la comparación ya que son muy pocos los clientes que sólo consumen los minutos incluidos.

Empresa	Nombre del Producto/Plan	Rango Minutos incluidos On Net	Rango Minutos incluidos Off Net	Cargo Fijo Mensual	Valor del Minuto adicional On Net	Valor del Minuto adicional Off Net	Valor del Minuto adicional a otros destinos	Valor del SMS adicional
ENTEL PCS	Plan Red Empresa 540	300 a 600	menosde 150	14.990	90	180	90	60
ENTEL PCS	Full Red 440	300 a 600	menosde 150	16.490	99	196	99	60
MOVISTAR	Club Pyme 540	300 a 600	menosde 150	14.990	90	180		60
CLARO	Plan Empresa AA1	300 a 600	menosde 150	8.850	155	155	180	50
CLARO	Plan Empresa BB2	300 a 600	menosde 150	9.990	118	118	180	50

Tabla 47 - Comparación de Planes con Características Similares

3.6.4 Servicios de valor Agregados

Existe una variedad de servicio de valor agregado que las empresas entregan a sus clientes para disponer de una oferta más completa. Entre estos servicios de valor agregado se encuentran los siguientes:

- Mensajes de Texto (SMS).
- Mensaje Multimedia (MMS)
- Roaming Internacional
- Servicios de Información
- Servicios de entretenimiento
- Servicio de buzón de voz
- Servicio de consulta de saldo SMS.

3.6.5 Análisis Modelos de Tarifas

Los modelos de tarifas que diseñan las empresas del segmento móvil son muy variados y están en relación directa con la forma de segmentar y competir en el mercado.

En este contexto sus planes y estructura de tarifas son ajustadas a las necesidades y expectativas de sus clientes, como asimismo a lograr obtener la rentabilidad esperada.

Algunos de los modelos de tarifas más utilizados son los siguientes en el segmento son:

- Modelo de Tarifa plana.
- Modelo de tarifa Libres
- Modelo de Tarifa por Control de Consumo
- Modelo de Tarifa por Control de Consumo por Destino



- Modelo de Tarifa On-Net / Off-Net.
- Modelo de Tarifa On- Net
- Modelo de Tarifa Familiar

Modelo de Tarifa Plana

Este modelo considera el pago de un cargo fijo mensual, que permite llamar a teléfonos de red fija y móvil de cualquier compañía móvil, dentro del territorio nacional continental a un valor de tarifa única el minuto. Dicho cargo fijo deberá ser pagado aunque el cliente no haga uso del servicio y no considera minutos incluidos, los que serán facturados de conformidad con la tarifa única indicada.

La estructura es la siguiente:

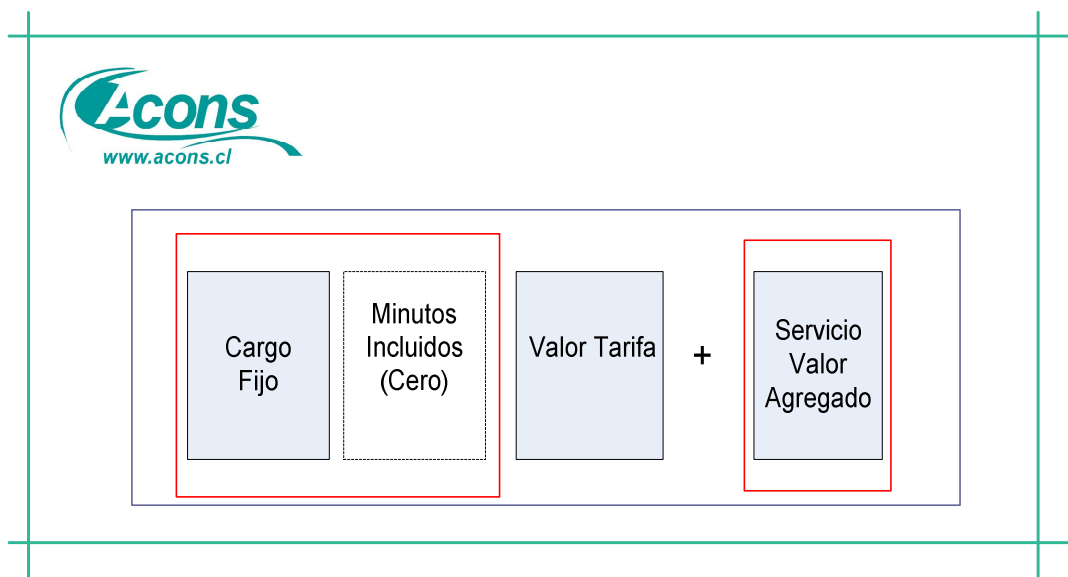


Figura 43 – Modelo de Tarifas Estructura Tarifa Plana

Este modelo de tarifa es complementado con servicios de valor agregados, donde el costo de estos servicios se adiciona a la cuenta mensual. Se considera el SMS como un servicio de valor agregado.



Modelo de Tarifa Libres

Este modelo considera el pago de un cargo fijo mensual, que da derecho a minutos libres para llamar a teléfonos de red fija y teléfonos celulares de cualquier compañía móvil, dentro del territorio nacional continental.

Los minutos que excedan el cargo fijo serán cobrados conforme a las tarifas que para cada plan se indiquen.

La estructura de la tarifa es la siguiente:

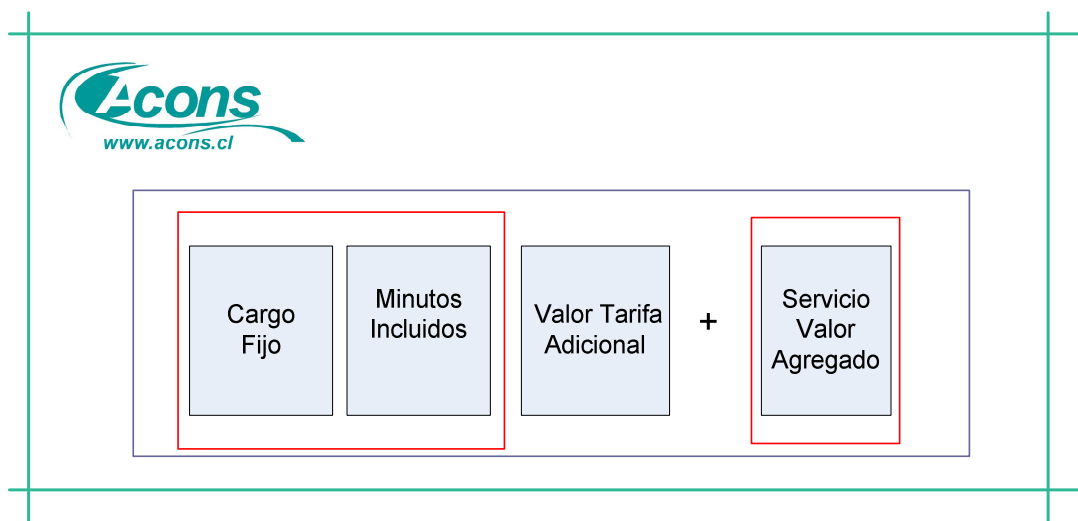


Figura 44 – Modelo de Tarifa Estructura Tarifa Libre

El diseño de estos planes consiste en que para un mayor cargo fijo mensual, se ofrece una mayor cantidad de minutos incluidos y una menor tarifa por minuto adicional.

Este modelo de tarifa es complementado con servicios de valor agregados, Se considera el SMS como un servicio de valor agregado, los costos de estos servicios se adiciona a la cuenta mensual.



Modelo de Tarifa por Control de Consumo

Este plan permite al Cliente efectuar llamadas telefónicas sólo hasta por el monto que el cargo fijo del plan alcance a cubrir. Una vez consumido el cargo fijo de su plan, el servicio se suspenderá. El cargo fijo se descuenta de acuerdo al valor de la tarifa que corresponde a cada plan.

El Cliente podrá utilizar cualquiera de las alternativas de recarga disponibles para prepago:

- Recargas con cargo a tarjetas de casas comerciales
- Recargas con cargo a tarjetas de crédito bancarias
- Recargas con tarjetas Redbanc
- Recargas a través de tiendas adheridas

La estructura es la siguiente:

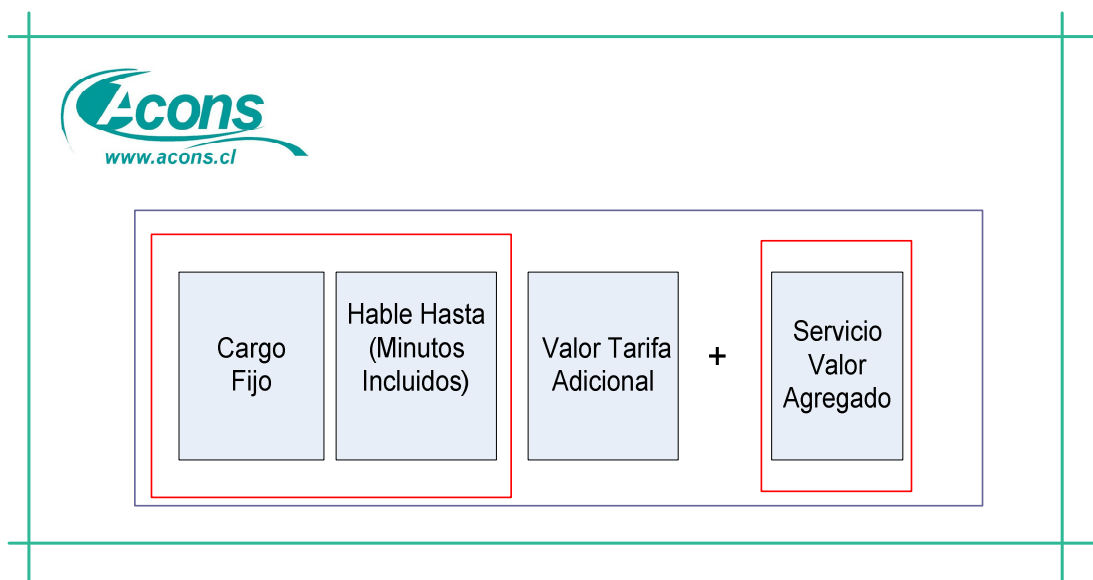


Figura 45 – Estructura Tarifa Control de Consumo

El diseño de estos planes consiste en que para un mayor cargo fijo mensual, se ofrece una mayor cantidad de minutos incluidos y una menor tarifa por minuto adicional.

Este modelo de tarifa es complementado con servicios de valor agregados, Se considera el SMS como un servicio de valor agregado, los costos de estos servicios se adiciona a la cuenta mensual.



Modelo de Tarifa por Control de Consumo por Destino

Los planes de control por consumo permiten al Cliente efectuar llamadas telefónicas sólo hasta por el monto que el cargo fijo del plan alcance a cubrir. Una vez consumido el cargo fijo de su plan, el servicio de llamada se suspenderá, sin embargo nunca dejara de recibirla. El cargo fijo se descuenta de acuerdo al valor de la tarifa que corresponde a cada plan.

El Cliente podrá utilizar cualquiera de las alternativas de recarga disponibles para prepago:

- Recargas con cargo a tarjetas de casas comerciales
- Recargas con cargo a tarjetas de crédito bancarias
- Recargas con tarjetas Redbanc
- Recargas a través de tiendas adheridas

La estructura es la siguiente:

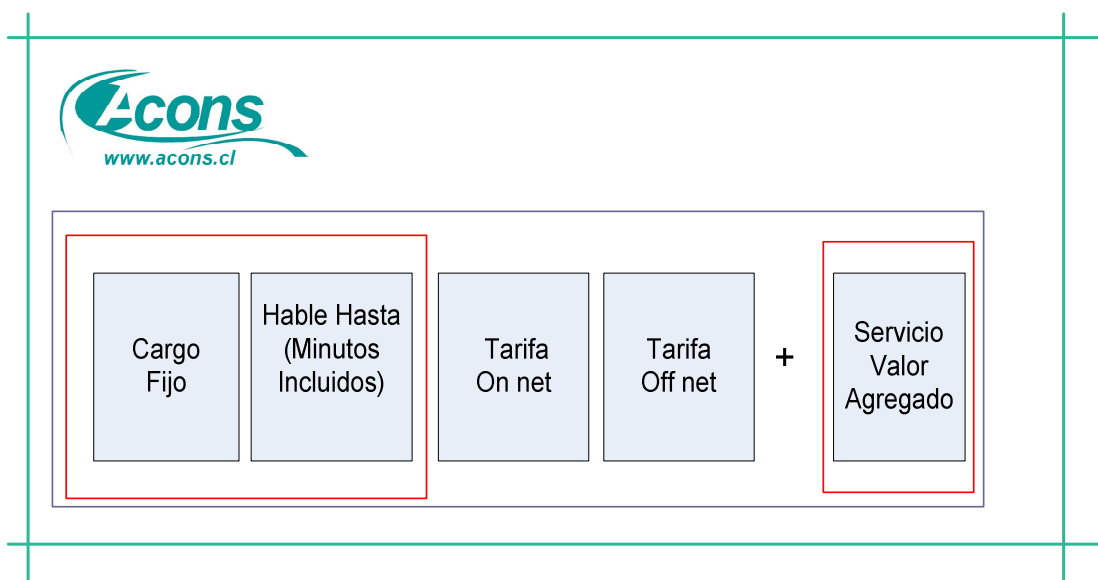


Figura 46 – Estructura Tarifa Control de Consumo por Destino

Tarifa minutos on net: Corresponde al valor de los minutos de llamadas efectuadas hacia teléfonos móviles conectados a la red de Movistar o hacia teléfonos de red fija de cualquier compañía, excluidos los teléfonos sometidos al régimen tarifario de telefonía rural.

Tarifa minutos off net: Corresponde al valor de los minutos de llamadas efectuadas hacia teléfonos móviles conectados a redes que no sean Movistar o hacia teléfonos de red fija sometidos al régimen tarifario de telefonía rural.



El diseño de este modelo es que para un mayor cargo fijo, se brinda un mayor tiempo para hablar, se privilegia la tarifa On Net manteniendo una tarifa constante para los diferentes planes y disminuyendo la tarifa Off-Net.

Es complementado con servicios de valor agregado. Se considera el SMS como un servicio de valor agregado, los costos de estos servicios se adiciona a la cuenta mensual.



Modelo de Tarifa On-Net.

El plan de red considera el pago de un cargo fijo mensual que da derecho a minutos libres (Minutos On-Net), para llamar a teléfonos de red fija y teléfonos móviles de la misma compañía.

Las llamadas que excedan los minutos libres se cobrarán de acuerdo a la tarifa adicional según sea el destino de la llamada (On –Net / Off. –Net).

La estructura es la siguiente:

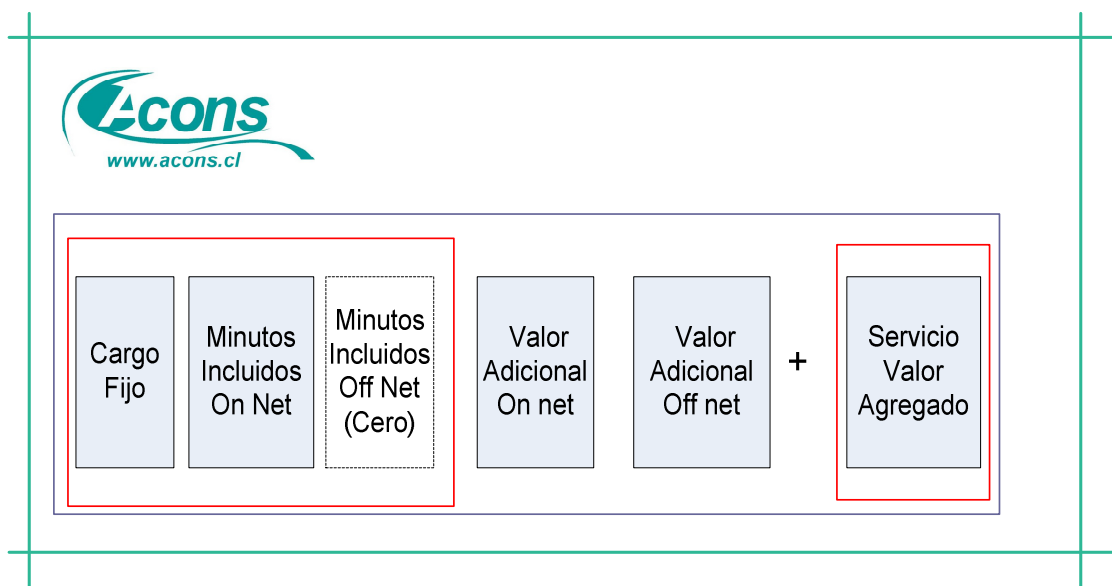


Figura 47 – Estructura Tarifa On- Net

El diseño de este modelo es privilegiar una fuerte componente On- Net.

Valor Adicional minutos on net: Corresponde al valor de los minutos de llamadas efectuadas hacia teléfonos móviles conectados a la red de Movistar o hacia teléfonos de red fija de cualquier compañía, excluidos los teléfonos sometidos al régimen tarifarlo de telefonía rural.

Valor Adicional minutos off net: Corresponde al valor de los minutos de llamadas efectuadas hacia teléfonos móviles conectados a redes que no sean Movistar o hacia teléfonos de red fija sometidos al régimen tarifarlo de telefonía rural.

Este modelo de tarifa es complementado con servicios de valor agregados, Se considera el SMS como un servicio de valor agregado, los costos de estos servicios se adiciona a la cuenta mensual.



Modelo de Tarifa On-Net / Off-Net

El Modelo de Tarifa On - Net /Off - Net, consideran un cargo fijo, que permita realizar llamadas hasta completar la cantidad de minutos libres tanto para On - Net como Off - Net. Las llamadas que sobrepasan los minutos libres se registrarán y cobrarán al valor indicado como valor minuto adicional, según sea el destino de la llamada (On – Net / Off – Net).

La estructura es la siguiente:

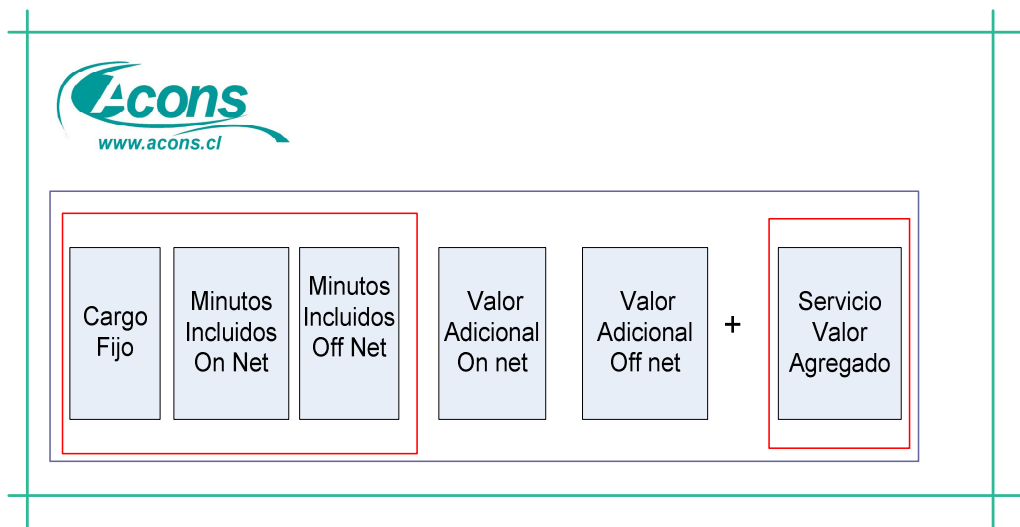


Figura 48 – Estructura tarifa On – Net / Off – Net.

Este modelo de tarifa es complementado con servicios de valor agregado, donde el costo de estos servicios se adiciona a la cuenta mensual.



Modelo de Tarifa Grupal Familiar.

Estos planes son una variación del plan libre el cual permite incorporar los teléfonos celulares de una familia a un plan.

Consideran el pago de un cargo fijo mensual que da derecho a los siguientes minutos:

Minutos libres: Corresponden a las llamadas efectuadas por los teléfonos móviles adscritos al plan escogido a teléfonos fijos y móviles de cualquier compañía ubicados dentro del territorio nacional continental.

Minutos familiares: Corresponden a las llamadas efectuadas entre los teléfonos móviles de Movistar adscritos al plan familia escogido.

Los minutos que excedan el cargo fijo serán cobrados conforme a las tarifas que para cada plan se indican. el monto del cargo fijo, la cantidad de minutos incluidos.

La estructura es la siguiente:

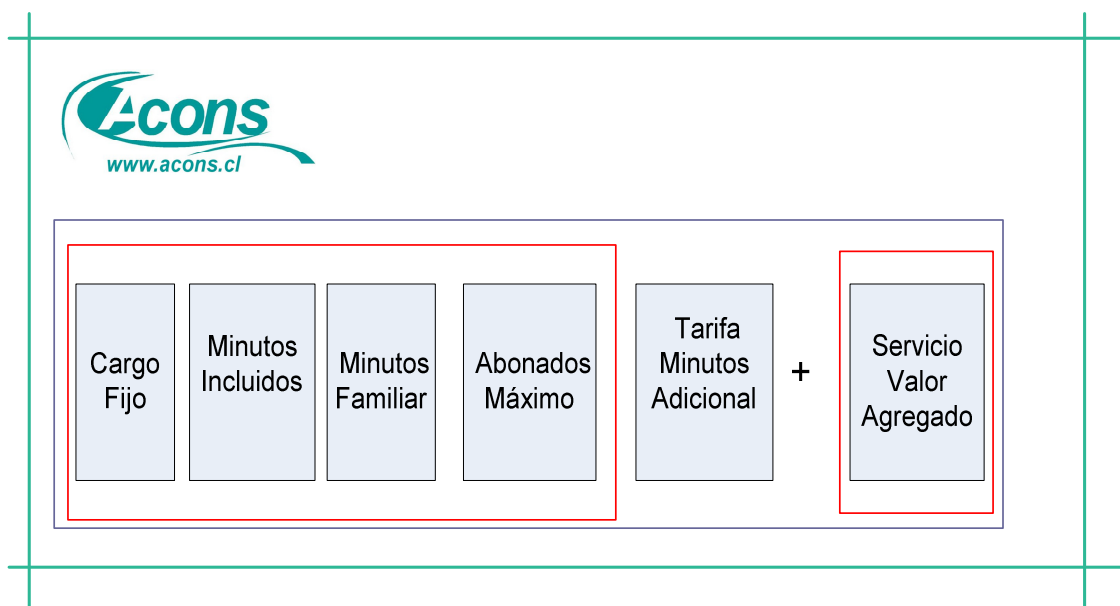


Figura 49 – Estructura de Tarifa Grupal Familiar

El diseño de estos planes consiste en que para un mayor cargo fijo mensual se ofrece una mayor cantidad de minutos incluidos, un menor valor minuto adicional y un mayor número de abonados adscrito al plan. En la Tabla 48 se muestra un ejemplo correspondiente a la empresa Movistar.



Descripción	Rango Cargo fijo	Rango Minutos incluidos	Minutos bolsa familiar	Rango Tarifa min adicional	Abonados máximos
Plan Familiar	\$ 30.490 - \$ 81.590	200-700	1000-3000	\$ 150- \$ 116	2-7

Tabla 48 - Característica del Plan Familiar

Este modelo de tarifa es complementado con servicios de valor agregado. Se considera el SMS como un servicio de valor agregado, los costos de estos servicios se adicionan a la cuenta mensual.

Hay una serie de variantes de los modelos anteriores como ser.

- Modelo de Tarifa Plana Diferenciada por Destino / Tiempo.
- Modelo de Tarifa Plana Diferenciada por Destino / Tiempo y Descuento por Volumen.
- Modelo de Tarifa Grupal sin Control de Consumo
- Modelo de Tarifa a la Medida.



Modelo de Tarifa Prepago Básico.

Este modelo de tarifa utiliza Valor de recarga Mínima (Tarjeta de prepago), se pueden realizar llamadas hasta que se consume el valor de la recarga, una vez consumida la recarga sólo se pueden recibir llamados. Si el teléfono no se recarga periódicamente este se bloquea, de igual forma si no se usa la recarga en un periodo de tiempo ésta se pierde.

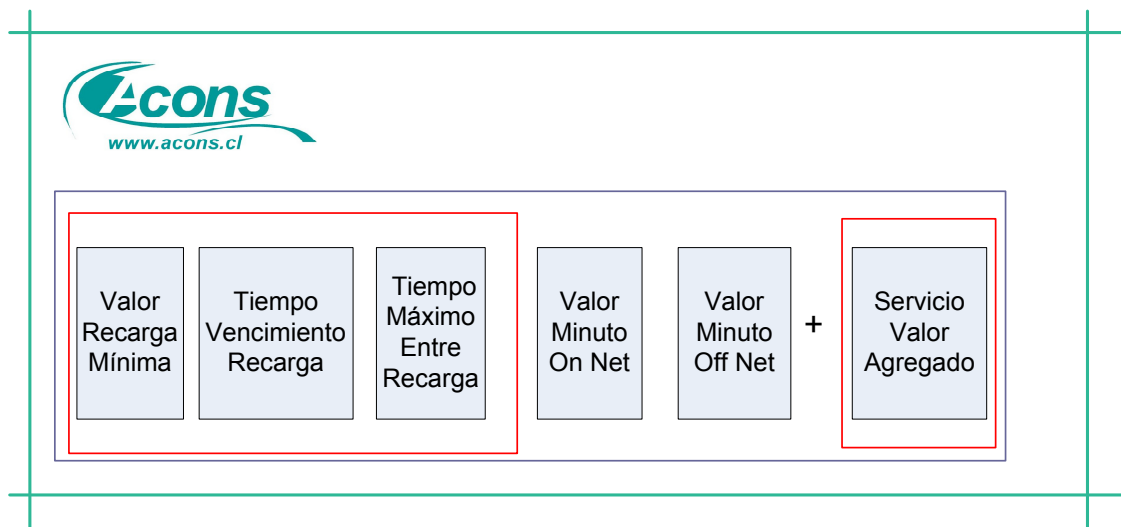


Figura 50 – Estructura de Prepago Básico.

Modelo de Tarifa Prepago Número Frecuente.

Es similar al anterior, adicionalmente se pueden definir una cantidad de números frecuentes con tarifas preferenciales.



Modelo de Tarifa Prepago Horario Preferente

Es similar a los otros modelos, éste considera un horario preferente, todas las llamadas realizadas dentro de ese horario son más económicas.

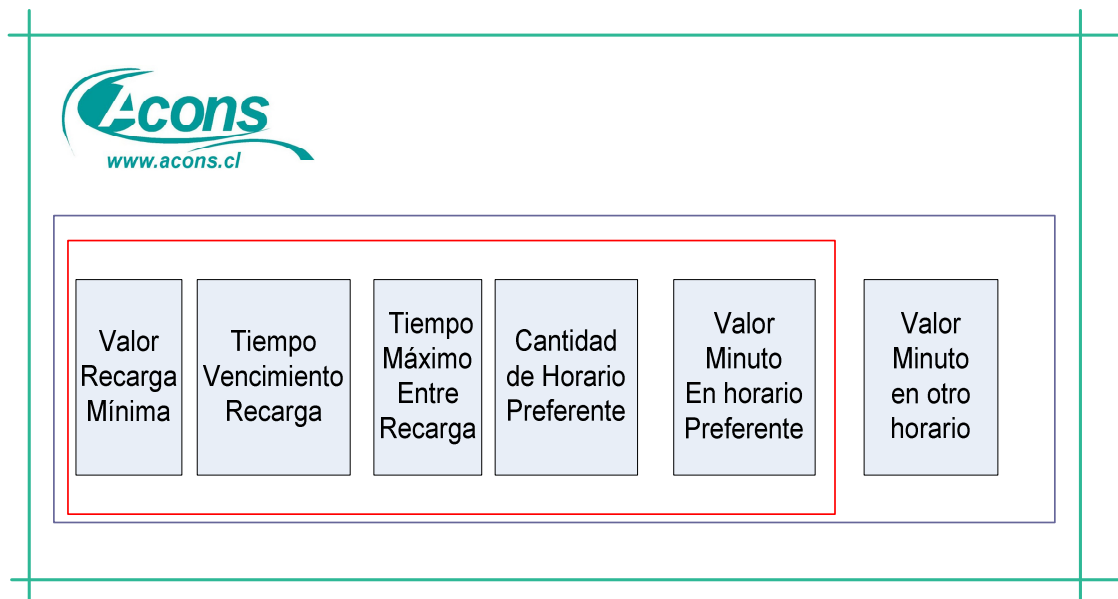


Figura 51 – Estructura de Prepago Horario Preferente

3.7 Mercado de Internet Móvil Banda Ancha

3.7.1 Introducción

Los servicios de Internet móvil de banda ancha se encuentran aún en una etapa inicial, sólo están disponibles en algunas ciudades donde se han hecho los cambios tecnológicos necesarios y tienen un mercado aún muy limitado.

Considerando la importancia que está teniendo este segmento en Chile, a continuación presentamos una descripción básica del servicio.

La banda Ancha móvil, es un sistema de conexión a Internet, a través de un dispositivo MODEM que se conecta al puerto USB del notebook o PC de escritorio, para acceder a Internet a alta velocidad a través de las red 3G (UMTS) de la empresa Claro, o de las redes 3.5 G (HDSPPA) de Movistar o Entel PCS.

La **Figura 52** muestra el acceso a la red banda ancha móvil.

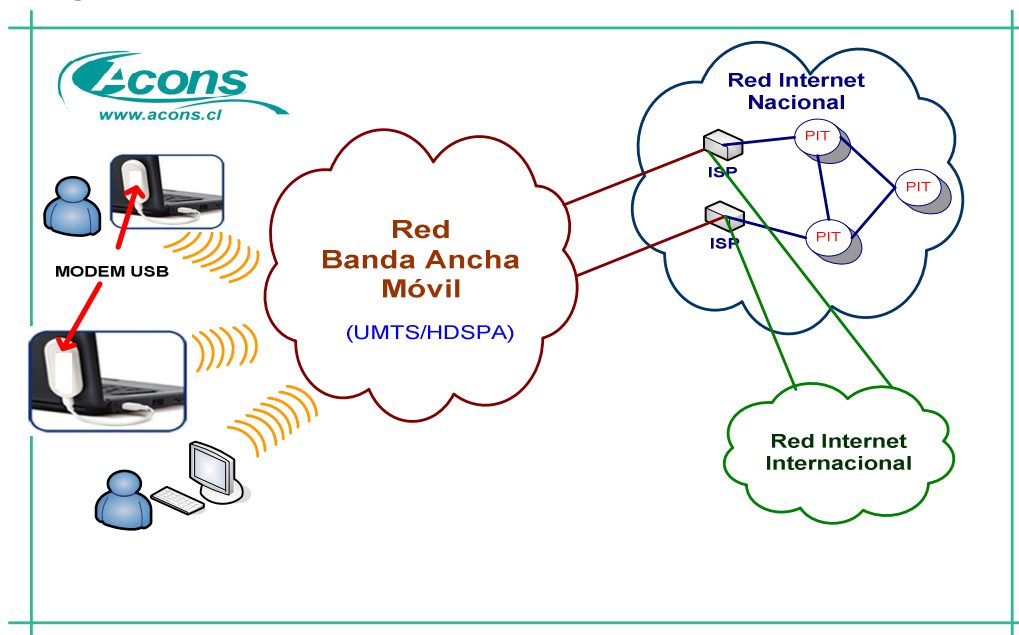


Figura 52 - Acceso a la Red Banda Ancha Móvil

Requisitos de Banda Ancha Móvil

Para acceder desde el notebook o computador personal al servicio de Banda Ancha Móvil vía red 3.G o vía 3.5G de las empresas del sector se requiere tener disponibilidad de lo siguiente:

- Cobertura



- MODEM de datos
- Plan de Banda Ancha Móvil

Cobertura

La cobertura de Banda Ancha Móvil para las empresas del sector está disponible en Santiago y las principales ciudades del país.

Cuando el cliente no se encuentra dentro de la cobertura de las redes 3.G o 3.5 G, no puede navegar a la velocidad que ofrecen estas redes, que en promedio es de 700Kbps, sino que accede a la red GPRS/EDGE disponible en el lugar y que es de menor velocidad. En promedio esta velocidad es de 200Kbps.

La **Figura 53** muestra en forma esquemática la cobertura de las redes de banda ancha y como el cliente cuando no está dentro de la cobertura pasa a conectarse con la red GPRS/EDGE, de menor velocidad.

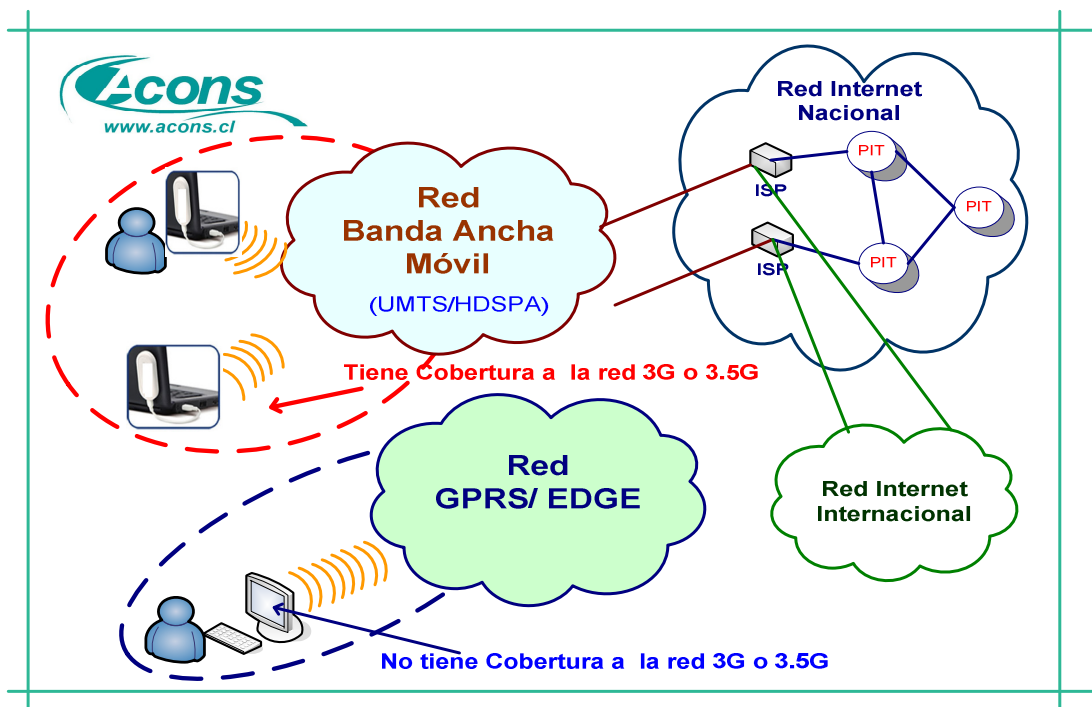


Figura 53 - Cobertura de red Banda Ancha Móvil



3.7.2 Análisis Planes y Segmentación de Clientes

Los planes que se diseñan en este segmento están destinados a clientes con computadores portátiles, equipos iPhone o Blackberry que requieren estar siempre conectados a Internet.

Desde el punto de vista de la variedad de planes existen aquellos con:

- Acceso libre a Internet.
- Acceso sólo a correo electrónico.
- Planes de datos adicionales a los de voz.
- Planes sólo de datos.

3.7.3 Análisis de Tarifas

Desde el punto de vista tecnológico las empresas entregan el servicio de banda ancha en aquellas celdas donde disponen de tecnología 3G y bajan automáticamente la velocidad donde sólo disponen de tecnología GPRS o EDGE.

En la Tabla 49 se muestran los planes Internet banda ancha de Movistar, destacando que está es información es obtenida de la Web, ya que la empresa no informó por error estos planes, en su respuesta al oficio. Los planes corresponden a los planes de datos los cuales son adicionales a los planes de Voz.

Plan de Datos	Cargo Fijo	MB Incluidos	Valor MB Adicional
Plan Banda Ancha Móvil Controlado 200MB	\$9.990	200	\$50
Plan Banda Ancha Móvil Controlado 500MB	\$15.990	500	\$32
Plan Banda Ancha Móvil Controlado 2GB	\$19.900	2.048	\$10
Plan Banda Ancha Móvil Controlado 3GB	\$24.900	3.072	\$8
Plan Banda Ancha Móvil 200kbps	\$19.900	Ilimitado	NA
Plan Banda Ancha Móvil 400kbps	\$24.900	Ilimitado	NA
Plan Banda Ancha Móvil Ilimitado	\$29.900	Ilimitado	NA

Tabla 49 - Planes Internet Móvil Movistar

Los planes banda Ancha Móvil 200Kbps, 400Kbps y el ilimitado, tiene incluido MB



ilimitados, sin embargo están limitados en la velocidad de bajada a lo que se ofrece.

La **Tabla 50** muestra los parámetros relevantes de los planes de Internet móvil de Entel PCS. Todos se caracterizan por ser ilimitados en la cantidad de Kbytes de tráfico, pero están limitados en velocidad de bajada. También se caracterizan por combinar con servicios de voz sin minutos incluidos y con tarifa única por los minutos a cualquier destino.

Nombre del Plan	Cargo Fijo Mensual	Valor		KB incluidos	Velocidad de Bajada Kb/sg	Velocidad de Subida Kb/sg
		minuto adicional	Valor SMS adicional			
Banda Ancha Móvil 200 Kbps Personas	19.900	150	50	Indefinido	200	64
Banda Ancha Móvil 400 Kbps Personas	24.900	150	50	Indefinido	400	64
Banda Ancha Móvil 700 Kbps Personas	29.900	150	50	Indefinido	700	64
Banda Ancha Móvil 200 Kbps Empresas	18.900	100	50	Indefinido	200	64
Banda Ancha Móvil 400 Kbps Empresas	23.900	100	50	Indefinido	400	64
Banda Ancha Móvil 700 Kbps Empresas	28.900	100	50	Indefinido	700	64

Tabla 50 - Planes Internet Móvil Entel PCS

La **Tabla 51** muestra los parámetros más relevantes de los planes de Internet móvil de Claro. Se trata de planes sólo de datos con una cantidad de Mbytes incluidos que van desde 50 a ilimitado, si se exceden los Kbytes incluidos se comienza a cobrar como tráfico adicional. Todos ellos pueden navegar a la velocidad máxima del sistema 3G que es de 700 Kbps en bajada y 384 Kbps en subida.

Nombre del Plan	Cargo Fijo Mensual	Valor del Tráfico adicional		Velocidad de Bajada Kb/sg	Velocidad de Subida Kb/sg
		por KB	KB incluidos		
INTERNET 3G 50 MEGABYTES	21.400	0,29	51.200	700	384
INTERNET 3G 120 MEGABYTES	26.600	0,29	122.880	700	384
INTERNET 3G 1024 MEGABYTES	33.400	0,29	1.048.576	700	384
INTERNET ILIMITADO 2G/3G	39.900	0	Indefinido	700	384
BANDA ANCHA ILIMITADA EMP	46.900	0	Indefinido	700	384
BANDA ANCHA ILIMITADA XII Región	54.400	0	Indefinido	700	384

Tabla 51 Planes Internet Móvil de Claro

En la **Tabla 52** se muestran los parámetros relevantes de una familia de planes de Movistar destinado a clientes con equipos iPhone, donde se combina voz y datos.



Plan	Cargo Fijo	Minutos Incluidos	Datos Incluidos	Precio Equipo	Tarifa Adicional
Plan Libre 150	\$36.290	150	Ilimitados	\$199.900	\$109
Plan Libre 250	\$41.190	250	Ilimitados	\$179.900	\$104
Plan Libre 400	\$49.290	400	Ilimitados	\$159.900	\$98

Tabla 52 - Planes iPhone Libres de Movistar

Finalmente en Tabla 53 se muestra los parámetros relevantes de los planes de Claro destinados a clientes con equipos iPhone donde se combina voz y datos. Se caracterizan por tener minutos y Kbytes incluidos y navegar siempre a la velocidad máxima del sistema 3G.

Nombre del Plan	Cargo Fijo Mensual	Valor minuto adicional On-Net	Valor minuto adicional Off-Net	Valor minuto adicional a otros destinos	Valor SMS adicional	Valor del Tráfico adicional por KB	Total de Minutos incluidos	KB incluidos	Velocidad de Bajada Kb/sg	Velocidad de Subida Kb/sg
Plan iPhone 200	68.900	0	80	180	50	1,97	200	102.400	700	384
Plan iPhone 300	76.900	0	80	180	50	1,97	300	153.600	700	384
Plan iPhone 400	83.900	0	80	180	50	1,97	400	204.800	700	384

Tabla 53 - Planes iPhone de Claro

3.7.4 Servicio de Valor Agregado

Dependiendo de los planes que se contraten se pueden agregar servicios de valor agregados como de:

- Información
- Entretenimiento
- Consulta de saldo.

3.7.5 Modelos de Tarifas

El modelo de tarifas tiene una variedad de posibilidades como el de telefonía móvil, ya que el servicio de Internet banda ancha se ofrece en combinación también con el servicio de voz. Teniendo esta consideración presentaremos, modelos de tarifa de postpago y prepago básicos sin considerar el servicio de voz.



El modelo Básico postpago es el de cargo fijo con KBytes de tráfico incluidos y un valor por KByte adicional, las principales variantes sobre este modelo son las de mantener los KBytes siempre ilimitados pero limitando la velocidad máxima de navegación.

En el caso del modelo de tarifa de prepago, se considera la recarga mínima y el valor del MB por tráfico, este modelo tiene algunas variante por tiempo como ser utilizado en ciertos horarios del día o simplemente por día.

En la **Figura 54** se muestra estos modelos de tarifa.

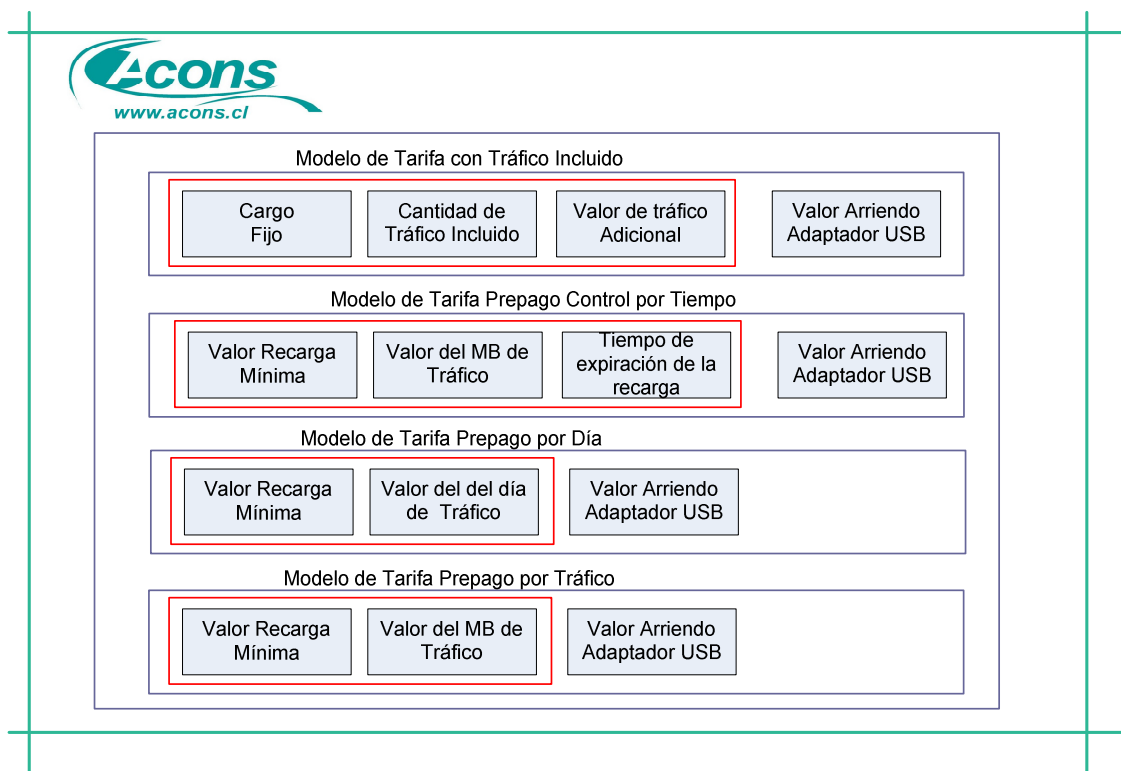


Figura 54 – Modelos Básicos de Tarifas Internet Móvil.



3.8 Mercado de Servicios Paquetizados Locales

3.8.1 Introducción

El segmento de mayor crecimiento y de mayor demanda entre los clientes residenciales es el de los servicios paquetizados locales. Este fenómeno se inicia con dos tecnologías, por un lado la utilización del cable coaxial (originalmente usado para televisión) para entregar telefonía local y por otro lado el ADSL que integró los servicios de telefonía local con el acceso a Internet. Posteriormente, para completar el triple servicio, las compañías telefónicas tradicionales agregan el servicio de televisión satelital y las compañías de TV cable agregan el servicio de Internet aprovechando el gran ancho de banda disponible.

La idea del triple servicio es comercialmente atractiva tanto para el cliente como para las empresas. El cliente busca concentrar en una sola empresa todos los servicios de comunicaciones y así simplificar el pago de cuentas, los reclamos y lograr un descuento por el contrato del paquete. Las empresas buscan aumentar su base de clientes entregando un servicio integral de comunicaciones.

3.8.2 Análisis Planes y Segmentación de Clientes

El análisis de este segmento presenta dificultades en el sentido de la gran variedad de planes que se ofrecen y que nacen de la combinatoria de diferentes velocidades de Internet, distintas parrillas de canales de televisión y diversas cantidades de minutos incluidos de telefonía. Todo esto se ve aumentado por la posibilidad de contratar todas las combinaciones de servicios dobles (Duos).

La Tabla 54 muestra la cantidad de planes informados por las empresas y que hay disponible en este segmento.

Empresa	Información Empresa
Telefónica Chile	152
VTR	45
CMET	22
CSAT (TELMEX)	16
EntelPhone	61
GTD Manquehue	507
Telcoy	4
Telefónica del Sur	14
Total	821

Tabla 54 - Cantidad de Planes Paquetizados



3.8.3 Análisis de Tarifas

Los modelos de tarifas usados en este segmento son los mismos de los productos individuales, es decir que para la televisión se utiliza un cargo fijo más cargos variables por servicios adicionales, para Internet se utiliza también un cargo fijo según la velocidad del acceso y para telefonía se utiliza un cargo fijo más un cargo por segundo adicional.

La Tabla 55, Tabla 56 y Tabla 57 muestran el valor del cargo fijo promedio de los productos triples para las diferentes empresas, desagregados por rangos de velocidad del acceso a Internet y por cantidad de minutos incluidos de telefonía. Se consideran sólo aquellos productos con más de 50 canales de televisión ya que estos constituyen los planes básicos. Se puede observar que la mayor variedad de oferta se encuentra en el rango de minutos ilimitados en telefonía y de 2.000 a 3.000 Kbps de velocidad de bajada para Internet. Las tarifas en este segmento son bastante parejas ya que existe una gran competencia.

Minutos telefonía	menos de 400							
	menos de 200	200 a 500	500 a 1.000	1.000 a 2.000	2.000 a 3.000	3.000 a 5.000	5.000 a 10.000	10.000 o mas
Velocidad Internet Kbps								
CMET	22.350	24.625						
GTD MANQUEHUE TELEFÓNICA CHILE			38.547		40.980	44.647	49.313	
TELEFÓNICA DEL SUR				35.060				
VTR TELEFÓNICA S.A.				39.877	46.990	49.990	55.990	65.990
Total	22.350	24.625	38.547	37.468	41.839	45.618	49.665	65.990

Tabla 55 - Cargo Fijo Promedio por Empresa.



Minutos telefonia	400 a 1000			
	1.000 a 2.000	2.000 a 3.000	3.000 a 5.000	5.000 a 10.000
Velocidad Internet KBps				
CMET				
GTD MANQUEHUE	49.133	51.133	54.204	61.133
TELEFÓNICA CHILE				
TELEFÓNICA DEL SUR				
VTR TELEFÓNICA S.A.				
Total	49.133	51.133	54.204	61.133

Tabla 56 - Cargo Fijo Promedio por Empresa.

Minutos telefonia	ilimitado					
	500 a 1.000	1.000 a 2.000	2.000 a 3.000	3.000 a 5.000	5.000 a 10.000	10.000 o mas
Velocidad Internet KBps						
CMET						
GTD MANQUEHUE		51.061	56.291	59.354	66.166	127.834
TELEFÓNICA CHILE	41.147		43.480	46.981	51.813	
TELEFÓNICA DEL SUR			40.900			
VTR TELEFÓNICA S.A.		41.877	48.990	51.990	57.990	67.990
Total	41.147	48.306	50.069	55.438	58.536	125.771

Tabla 57 - Cargo Fijo Promedio por Empresa.

La **Figura 55** muestra los valores de los cargos fijos promedios para los productos triples para diferentes rangos de velocidad de acceso a Internet y distintas cantidades de minutos incluidos. Se observa que este valor aumenta paulatinamente con la velocidad de acceso a Internet, pero con los minutos incluidos se observa que no existe gran diferencia entre el rango de 400 a 1.000 y el rango de minutos ilimitados.

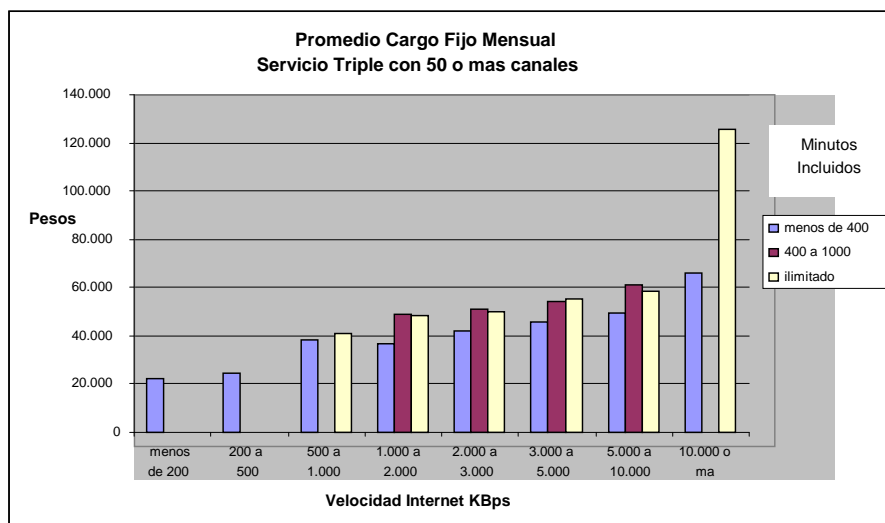


Figura 55 – Cargo Fijo Mensual Promedio Servicio Triple.

La Tabla 58 muestra las tarifas promedio para los servicios triples por Región, se observa que las tarifas son las mismas en todas las regiones donde existe el servicio, con excepción de la Región Metropolitana donde la tarifa es mayor. Esto se debe a que en todas las regiones la oferta está constituida por las mismas empresas y los mismos planes, sólo en la región Metropolitana está presente GTD Manquehue con mayor variedad de planes y tarifas más altas. Otra observación importante es que este tipo de plan no está disponible en las Regiones de Aysén y Magallanes.

Velocidad Internet KBps	menos de 200	200 a 500	500 a 1.000	1.000 a 2.000	2.000 a 3.000	3.000 a 5.000	5.000 a 10.000	10.000 o mas	Total \$
ARICA Y PARINACOTA			39.847	39.550	43.053	46.535	51.083	66.990	47.391
TARAPACA			39.847	42.390	43.053	46.235	51.083	66.990	47.391
ANTOFAGASTA			39.847	42.390	43.053	46.533	51.083	66.990	47.455
ATACAMA			39.847	42.390	43.053	45.616	51.083	66.990	47.257
COQUIMBO			39.847	42.390	43.053	45.715	51.083	66.990	47.278
VALPARAISO	21.967	24.667	39.847	41.540	43.053	46.014	51.083	66.990	45.703
METROPOLITANA	21.967	24.667	39.847	49.134	48.655	52.912	56.620	123.778	61.744
O'HIGGINS	21.967	24.667	39.847	42.390	43.053	46.378	51.083	66.990	45.883
MAULE	21.967	24.667	39.847	42.390	43.053	46.677	51.083	66.990	45.943
BIOBIO	21.967	24.667	39.847	42.390	43.053	45.859	51.083	66.990	45.778
LA ARAUCANIA			39.847	42.390	43.053	46.535	51.083	66.990	47.455
LOS RIOS			39.847	42.390	43.053	46.535	51.083	66.990	47.455
LOS LAGOS			39.847	42.390	43.053	46.535	51.083	66.990	47.455

Tabla 58 - Cargo Fijo Promedio Planes Triple por Región.



El gráfico de la **Figura 56** muestra las tarifas promedio para el servicio triple por región, se puede observar que las tarifas son casi las mismas para todas las regiones, en la zona central tienden a bajar levemente con excepción de la Región Metropolitana por los motivos explicados más arriba.

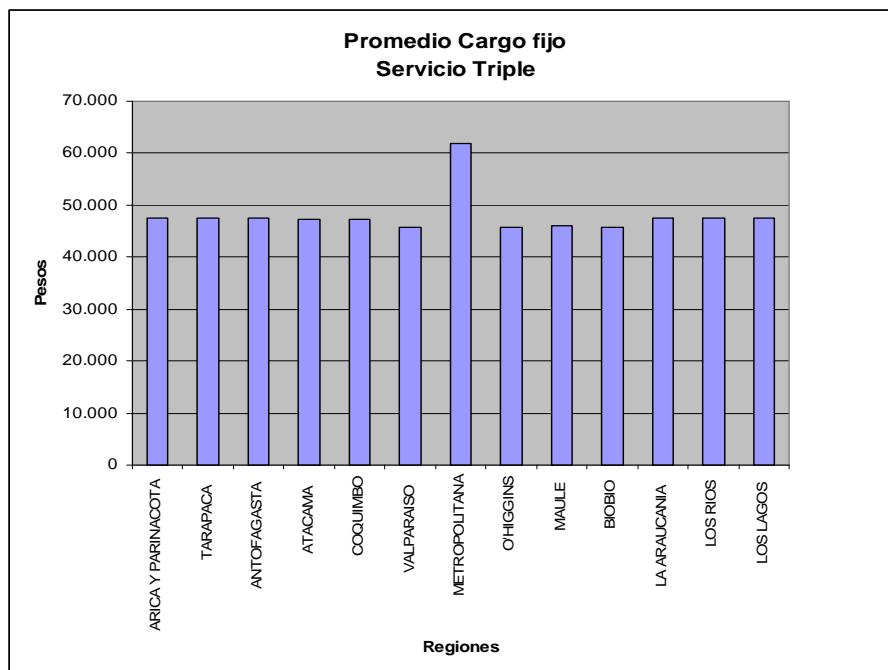


Figura 56 – Cargo Fijo Mensual Promedio Servicio Triple.

La Tabla 59, Tabla 60 y Tabla 61 muestran las tarifas de los servicios de Telefonía más Internet desagregados por rango de velocidad de bajada de Internet y minutos incluidos de Telefonía. Se observa que las mayores ofertas están en los rangos de 1.000 a 5.000 Kbps para Internet y de menos de 400 minutos o ilimitado para los minutos incluidos de telefonía. Otros aspectos importantes son que las tarifas son bastante parejas entre las empresas, salvo GTD Manquehue que tiene tarifas más altas y por otro lado, Entelphone no cuenta con productos de telefonía con minutos ilimitados.



Minutos telefonía	menos de 400							
	menos de 200	200 a 500	500 a 1.000	1.000 a 2.000	2.000 a 3.000	3.000 a 5.000	5.000 a 10.000	10.000 o mas
Velocidad Internet Kbps								
CMET	16.725	18.400						
ENELPHONE		61.635	46.568	54.705				
GTD MANQUEHUE				30.114	32.114	35.114	42.114	
TELCOY S.A.								
TELEFÓNICA CHILE			21.890		24.990	29.240	33.323	
TELEFÓNICA DEL SUR								
VTR TELEFÓNICA S.A.				23.290	27.990	30.990	36.990	46.990
Total \$	16.725	32.812	38.342	40.704	27.521	31.168	35.684	46.990

Tabla 59 - Cargo Fijo Promedio Planes Telefonía-Internet

Minutos telefonía	400 a 1000					
	200 a 500	500 a 1.000	1.000 a 2.000	2.000 a 3.000	3.000 a 5.000	5.000 a 10.000
Velocidad Internet Kbps						
CMET						
ENELPHONE	38.185	39.627	53.200	36.435	40.215	
GTD MANQUEHUE			37.483	39.483	42.483	49.483
TELCOY S.A.						
TELEFÓNICA CHILE						
TELEFÓNICA DEL SUR						
VTR TELEFÓNICA S.A.						
Total \$	38.185	39.627	44.219	38.467	42.029	49.483

Tabla 60 - Cargo fijo promedio planes Telefonía-Internet

Minutos telefonía	ilimitado						
	200 a 500	500 a 1.000	1.000 a 2.000	2.000 a 3.000	3.000 a 5.000	5.000 a 10.000	10.000 o mas
Velocidad Internet KBps							
CMET							
ENELPHONE							
GTD MANQUEHUE			37.983	40.233	43.608	49.983	99.990
TELCOY S.A.			29.400	27.900	33.900		
TELEFÓNICA CHILE		24.490		27.490	30.990	35.823	
TELEFÓNICA DEL SUR			29.400	27.900	41.400		
VTR TELEFÓNICA S.A.			25.290	29.990	32.990	38.990	48.990
Total \$		24.490	32.758	33.522	38.441	43.586	89.790

Tabla 61 - Cargo fijo promedio planes Telefonía-Internet



El gráfico de la **Figura 57** muestra los cargos fijos promedio para el servicio de Telefonía más Internet para diferentes velocidades de bajada y diferentes cantidades de minutos incluidos. Se observa que las tarifas del servicio con minutos de telefonía ilimitado son en promedio más bajas que las que tienen entre 400 y 1000 minutos incluidos, lo que muestra que las empresas prefieren que los clientes de alto consumo se muevan hacia los servicios ilimitados.

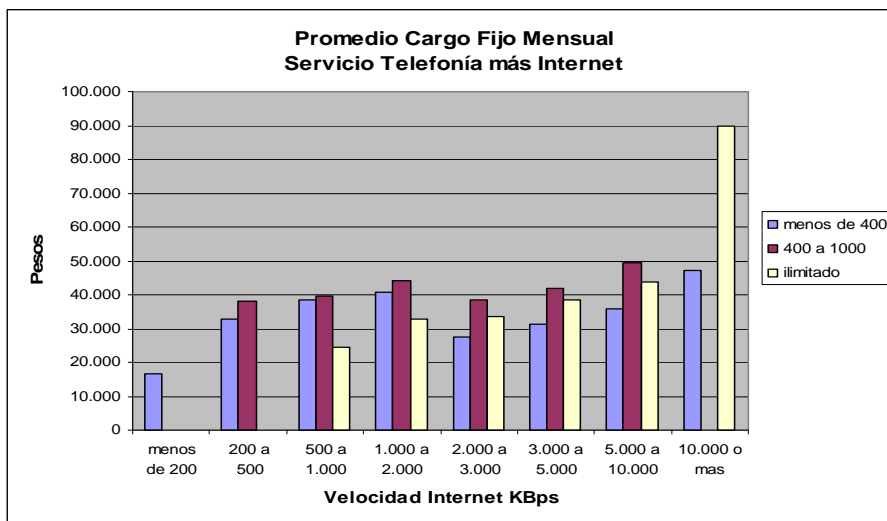


Figura 57 – Cargo Fijo Mensual Promedio Servicio Telefonía más Internet

La Tabla 62 muestra los cargos fijos promedio del servicio de Telefonía más Internet por Región, desagregados por rango de velocidad de bajada de Internet. Se observa que el servicio está disponible en todo el país para todos los rangos de velocidades, salvo en las Regiones de Aysén, donde no se ofrecen servicios de más de 5000 KBps, y Magallanes donde no se ofrecen servicios de más de 2000 Kbps.



Velocidad Internet KBps	menos de 200	200 a 500	500 a 1.000	1.000 a 2.000	2.000 a 3.000	3.000 a 5.000	5.000 a 10.000	10.000 o mas	Total \$
ARICA Y PARINACOTA		51.135	39.217	43.361	41.789	36.932	35.061	47.990	40.288
TARAPACA		36.068	32.271	64.833	34.439	35.915	35.061	47.990	40.660
ANTOFAGASTA		34.913	31.269	57.256	33.509	35.385	35.061	47.990	38.053
ATACAMA		34.913	31.269	57.256	33.509	35.385	35.061	47.990	38.053
COQUIMBO		40.346	35.550	55.302	29.909	33.097	35.061	47.990	37.810
VALPARAISO	11.150	34.711	35.550	62.982	29.909	33.097	35.061	47.990	37.372
METROPOLITANA	16.725	34.711	35.550	42.867	37.558	41.962	48.529	82.657	43.036
O'HIGGINS	16.725	34.711	35.550	55.302	29.909	33.097	35.061	47.990	36.252
MAULE	16.725	34.711	35.550	62.982	29.909	33.097	35.061	47.990	38.167
BIOBIO	16.725	34.711	35.550	59.251	29.775	33.888	35.061	47.990	37.951
LA ARAUCANIA		42.866	35.550	51.848	29.775	33.888	35.061	47.990	37.817
LOS RIOS		42.866	35.550	38.341	32.519	36.078	35.061	47.990	36.418
LOS LAGOS		42.866	35.550	51.890	29.679	33.330	35.061	47.990	37.725
AYSEN		36.960	32.667	77.779	27.900	33.900			54.915
MAGALLANES		37.717	40.110	67.131					51.996

Tabla 62 - Cargo Fijo Promedio Planes Telefonía-Internet-Región

El gráfico de la **Figura 58** muestra los cargos fijos promedio por región para el servicio de Telefonía más Internet.

Se observa un leve aumento de los valores en el extremo norte y un aumento muy fuerte en el extremo sur. En la Región Metropolitana se observa el mismo aumento que en los servicios triples debido a los mismos motivos.

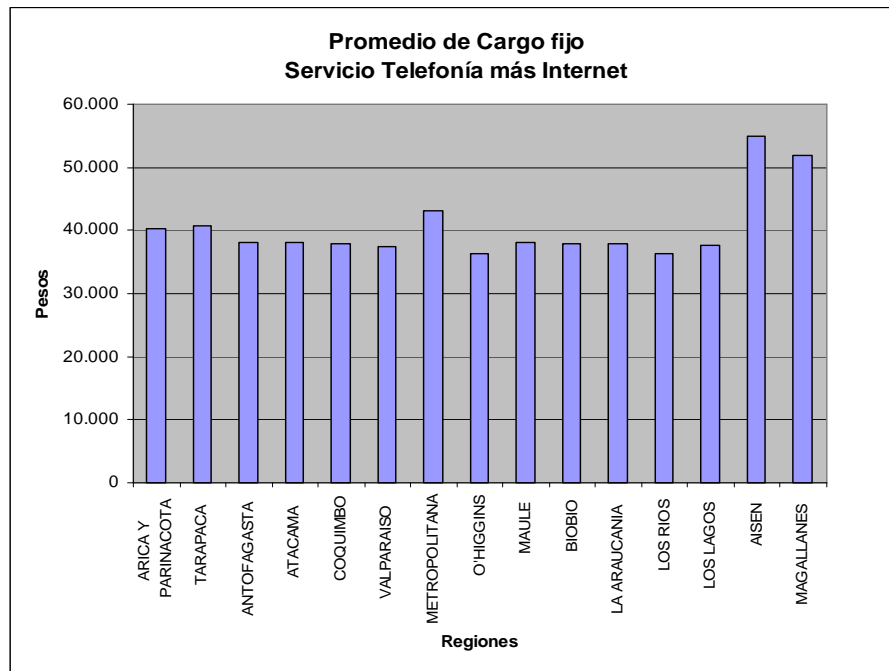


Figura 58 – Cargo Fijo Mensual Promedio Telefonía- Internet-Región

La Tabla 63 muestra el cargo fijo por promedio para los servicios de Internet más Televisión para las diferentes empresas desagregado por rangos de velocidad de bajada de Internet. Se puede observar que la mayor oferta se encuentra para el rango de velocidades entre 2000 y 5000 KBps.



Velocidad Internet KBps	menos de 200	200 a 500	1.000 a 2.000	2.000 a 3.000	3.000 a 5.000	5.000 a 10.000	10.000 o mas
CMET	19.700	20.400					
GTD MANQUEHUE			48.403	50.403	53.403	60.402	115.403
TELEFÓNICA DEL SUR			36.900	41.900	53.900		
VTR TELEFÓNICA S.A.				77.980	83.980	95.980	57.990
Total \$	19.700	20.400	45.847	51.460	55.345	62.774	113.423

Tabla 63 - Cargo Fijo Promedio Planes Internet- Televisión

El gráfico siguiente muestra el cargo fijo mensual promedio para los servicios de Internet más Televisión para diferentes rangos de velocidad de bajada. Se observa que los valores suben uniformemente con la velocidad.

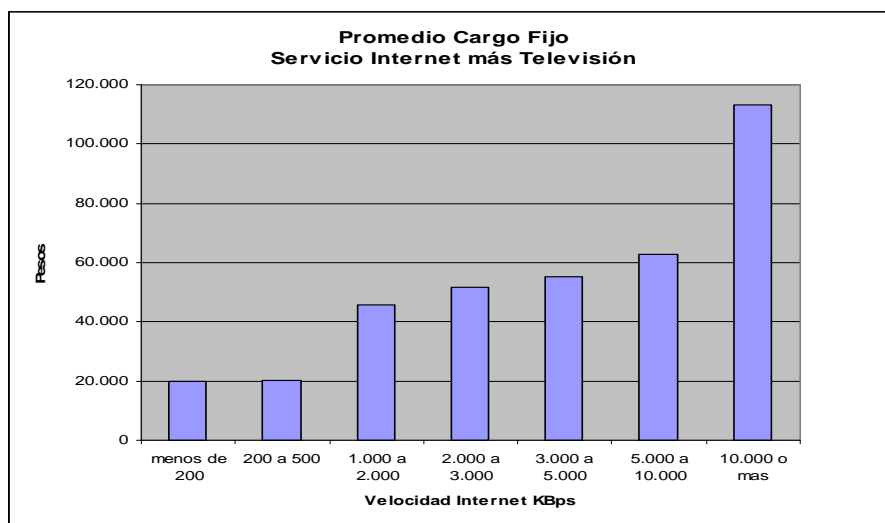


Figura 59 – Cargo Fijo Mensual Promedio Internet- Televisión

La Tabla 64 muestra el cargo fijo promedio de los servicios de Internet más televisión para las diferentes regiones para diferentes rangos de velocidad de bajada. Se puede observar que no existe oferta de estos servicios en las regiones de Aysén y Magallanes y que se produce el mismo aumento de valor para la Región Metropolitana ya observado en todos los productos anteriores.



Velocidad Internet KBps	menos de 200	200 a 500	1.000 a 2.000	2.000 a 3.000	3.000 a 5.000	5.000 a 10.000	10.000 o mas	Total \$
ARICA Y PARINACOTA				77.980	83.980	95.980	57.990	78.983
TARAPACA				77.980	83.980	95.980	57.990	78.983
ANTOFAGASTA				77.980	83.980	95.980	57.990	78.983
ATACAMA				77.980	83.980	95.980	57.990	78.983
COQUIMBO				77.980	83.980	95.980	57.990	78.983
VALPARAISO	19.700	20.400		77.980	83.980	95.980	57.990	59.338
METROPOLITANA	19.700	20.400	48.403	53.850	55.441	62.774	113.423	77.266
O'HIGGINS	19.700	20.400		77.980	83.980	95.980	57.990	59.338
MAULE	19.700	20.400		77.980	83.980	95.980	57.990	59.338
BIOBIO	19.700	20.400		77.980	83.980	95.980	57.990	59.338
LA ARAUCANIA				77.980	83.980	95.980	57.990	78.983
LOS RIOS				77.980	83.980	95.980	57.990	78.983
LOS LAGOS				77.980	83.980	95.980	57.990	78.983

Tabla 64 - Cargo Fijo Promedio Planes Internet- Televisión-Región

El gráfico de la **Figura 60** muestra el cargo fijo promedio de los servicios de Internet más Televisión donde se puede observar que la tarifa es prácticamente la misma en todas las regiones, tanto del sur como del norte, bajando en la zona central con excepción de la región Metropolitana donde se produce un leve aumento debido a las mismas razones ya expuestas.

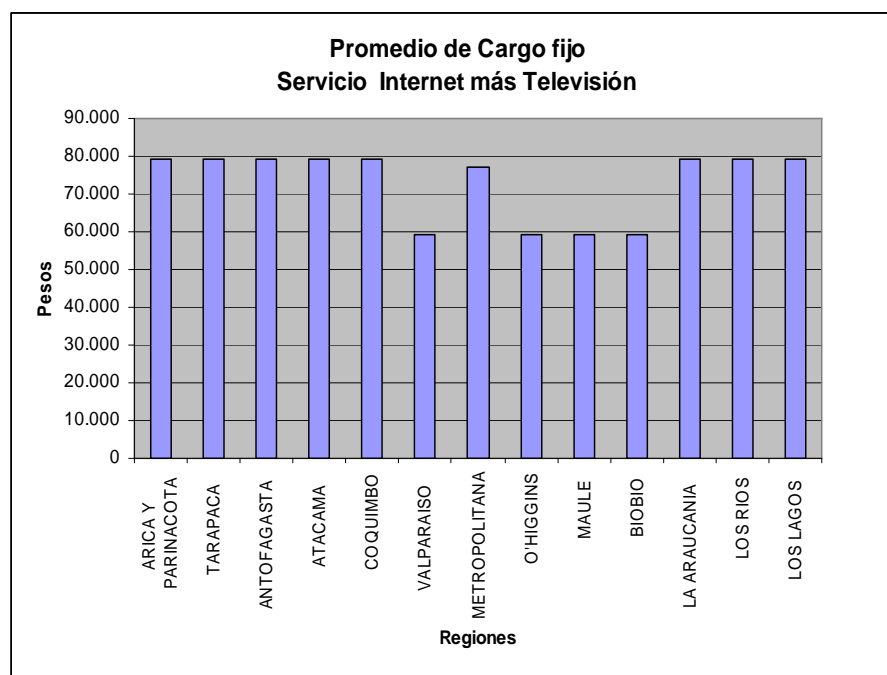


Figura 60 – Cargo Fijo Mensual Promedio Internet-Televisión-Región



La Tabla 65 muestra los cargos fijos promedio por empresa para los servicios de Telefonía más Televisión para diferentes rangos de minutos incluidos de telefonía. Se observa que, al igual que en los casos anteriores GTD Manquehue tiene tarifas más altas que las demás empresas, pero tiene mayor variedad de posibilidades.

Minutos telefonía	menos de 400	400 a 1000	1000 a 3000	ilimitado
CMET	16.875			
GTD MANQUEHUE		39.003	42.503	46.503
TELEFÓNICA CHILE	18.900			
TELEFÓNICA DEL SUR				30.900
VTR TELEFÓNICA S.A.	31.977			33.977
Total \$	22.791	39.003	42.503	40.771

Tabla 65 - Cargo Fijo Promedio Planes Telefonía-Televisión

El gráfico de la **Figura 61** muestra el cargo fijo promedio para los servicios de Telefonía más Televisión para diferentes rangos de minutos incluidos. Se observa nuevamente que el valor para minutos ilimitados es menor que para el rango de 1000 a 3000 minutos.

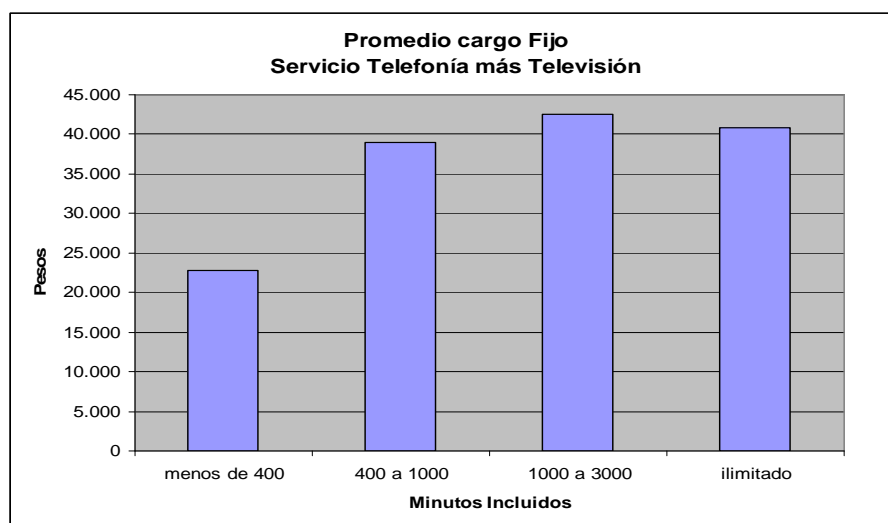


Figura 61 – Cargo fijo mensual promedio Telefonía- Televisión

El gráfico de la **Figura 62** muestra el cargo fijo promedio de los servicios de Telefonía



más Televisión para las diferentes regiones. Se observa la misma tendencia de los casos anteriores en que el valor baja en las regiones centrales pero aumenta en la Región Metropolitana debido a GTD Manquehue.

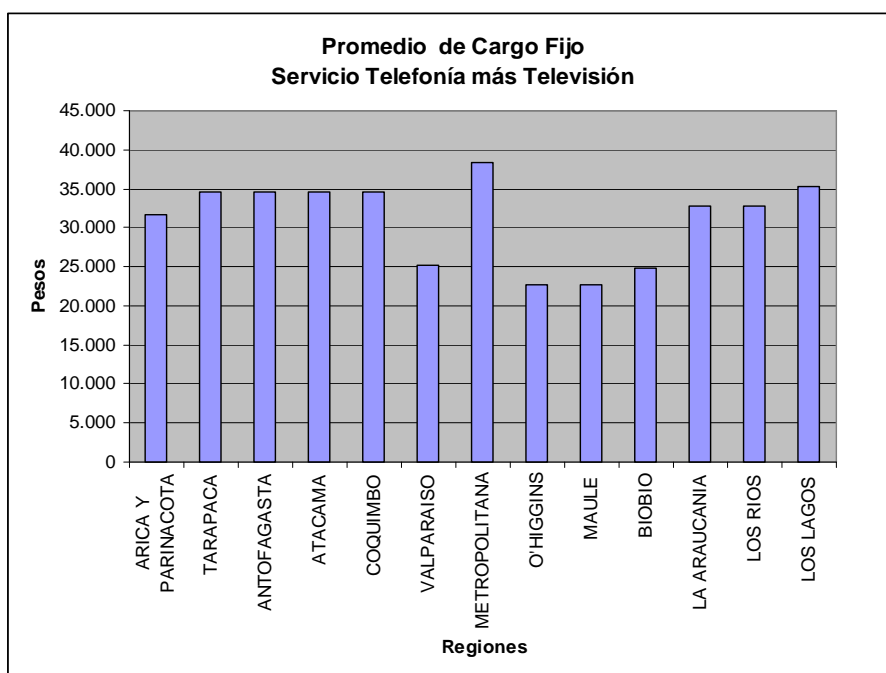


Figura 62 – Cargo Fijo Mensual Promedio Telefonía- Televisión- Región

3.8.4 Análisis de Modelos de Tarifas

Los modelos de tarifas usados en este segmento son los mismos de los productos individuales, es decir que para la televisión se utiliza un cargo fijo más cargos variables por servicios adicionales, para Internet se utiliza también un cargo fijo según la velocidad del acceso y para telefonía se utiliza un cargo fijo más un cargo por segundo adicional.

Las empresas del sector realizan un descuento multiservicio por entregar los tres servicios simultáneamente.



3.8.5 Promociones y Campañas

En la industria de las telecomunicaciones la información publicitaria sobre las ofertas, promociones posicionamiento de producto o marcas que se hacen al mercado se encuentra disponible en una variedad de medios, tales como: Publicidad vial, publicidad en diarios y revista, publicidad en radio y televisión, todas ellas están destinadas principalmente al posicionamiento de marca y productos e incentivar la demanda a través de campañas publicitarias de promociones y ofertas.

Los diferentes segmentos de la industria se encuentran realizando esta publicidad a través de los diferentes medios, sin embargo es Internet el único que permite encontrar información detallada de todos los aspectos relacionados con la industria. En los sitios Web de las empresas de telecomunicaciones se encuentra publicidad de marca, de productos, de servicios y, en muchos casos, de las tarifas y condiciones comerciales detalladas.

Actualmente se observa que las grandes empresas del segmento paquetizado Fijo, del segmento móvil y móvil mas Internet, son los que más inversiones hacen en publicidad, lanzan ofertas y promociones, a través de diarios , revistas y televisión.

En el segmento Internet se ha observado a través de los diarios, radio y televisión la publicidad que lanzaron las empresas respecto al aumento de velocidad de bajada en la navegación de Internet sin aumentar el precio del plan.

Las empresas móviles, sobre todo Claro en diciembre lanzó ofertas al mercado para lograr una mayor participación.

Se observa una fuerte competencia a nivel de Internet y Móvil, que se ve reflejada en las inversiones en publicidad que están realizando. Estas mismas empresas están posicionando su marca a través de diversos medios de comunicación.



3.9 Previsión de Productos y Evolución

3.9.1 Previsión de Productos y Evolución

En Chile el sector de las telecomunicaciones en la última década ha tenido un gran dinamismo, ubicándose a la vanguardia tecnológica, prácticamente al mismo nivel que los países más desarrollados del mundo. A nivel de las empresas participante de esta industria, se ha generado una rivalidad competitiva que ha llevado a las empresas dominantes a una integración vertical y de convergencia en los servicios. Por otra parte las empresas seguidoras y más pequeñas están siguiendo estrategia de nichos de mercado, en algún segmento de la industria y en ciertas regiones o comunas rentables.

Durante este período se han desarrollado variados productos y servicios, la mayor parte de ellos relacionados con Internet y telefonía móvil, logrando de esta forma la masificación de estos dos segmentos que están contribuyendo fuertemente a la convergencia de una sola red IP.

Debido al vertiginoso avance de la tecnología de las telecomunicaciones es muy difícil prever el desarrollo de nuevos productos y servicios a largo plazo, sin embargo es posible hacerlo desde el punto de vista de la evolución de las grandes tendencias de las telecomunicaciones.

Actualmente el sector de las telecomunicaciones en Chile, ha estado evolucionando tecnológicamente desde que se instalaron y se pusieron en operación las centrales de telefonía local.

A partir del mercado de telefonía local ya maduro se comenzó a visualizar dos grandes tendencias en el sector uno que se origina desde el mundo fijo y el otro a partir del mundo móvil de las telecomunicaciones.

3.9.2 Evolución Desde el Mundo de la Telefonía Local de Telecomunicaciones.

A partir de la telefonía local y en mayor escala cuando se incorporaron las centrales digitales en Chile, se comenzó a ofrecer en forma más masiva las comunicaciones de datos, aprovechando los pares de cobres y las centrales como medios de acceso para brindar el servicio.

Posteriormente se comenzó a brindar el servicio de acceso conmutado a Internet, ofreciendo velocidades de 64kbps.

En forma paralela e incipiente apareció el servicio DUO (Voz y dato) a través de tarjetas RDSI (Red De Servicio Integrado), que venían incorporadas en las centrales



en cantidad limitada, como una medida de cautelar la calidad de servicio. Las centrales telefónicas están diseñadas para tráfico de voz, con un promedio de 3 minutos la llamada. El acceso a Internet y su navegación tienen promedios de conexión muy superior a los tres minutos y con pocas conexiones de este tipo, se saturaban y congestionaban las centrales traduciéndose en una mala calidad de servicio para los clientes.

El servicio de acceso conmutado a Internet a través de la RDSI fue conocido también en Chile, como la banda ancha Light, que permitía navegar por Internet a una velocidad de 128 Kbps.

Una solución tecnológica al problema de la calidad de servicio, fue la incorporación del MODEM ADSL, el cual a través de los mismos pares de cobre permite brindar el servicio de voz y dato simultáneamente. Este MODEM, en lado de la central telefónica permite separar la voz de los datos y transmitir la voz por la central telefónica y los datos por una red de alta velocidad.

Entonces las empresas empiezan a masificar el servicio de acceso dedicado a Internet o banda ancha. El nombre de banda Ancha en Chile no ha estado libre de controversia, en cuanto al valor mínimo de velocidad que considera la banda ancha.

El servicio de Banda Ancha ha tenido un crecimiento en nuestro país, mientras que las conexiones de acceso a Internet han comenzado a decaer.

Se observa en el mercado de acceso a Internet una fuerte rivalidad competitiva y el año recién pasado comenzó una competencia fuerte en lanzar al mercado ofertas de duplicación de la velocidad de bajada de Internet por la misma tarifa. Cabe destacar que este incremento de velocidad tiene un costo de inversión en infraestructura para la empresa, para poder asegurar la promesa y calidad de servicio a sus clientes.

De igual forma las empresas chilenas de telefonía local están entregando una variedad de planes que combinan diferentes servicios tales como los llamados DUOS (Dos servicios), como por ejemplo Telefonía e Internet y lo TRIOS (tres servicios), como por ejemplo Telefonía, Internet y Televisión, los que se entregan en forma paquetizadas a sus clientes, entregando un mayor valor agregado y tarifas más convenientes.

Por ultimo podemos decir que el desarrollo de las tecnologías utilizados en MODEM ADSL, ADSL2+, permite evolucionar a servicios IPTV / IPMultimedia.

3.9.3 Evolución desde el Mundo Inalámbrico.

Como se comentó anteriormente a partir de la telefonía local ya madura, las fuerzas



del mercado impulsaron el desarrollo de la telefonía inalámbrica celular, la cual ha estado evolucionando a la transmisión de datos móviles, Internet móvil , TV móvil , es decir banda Ancha Inalámbrica.

En nuestro país hemos observado como la evolución en el mundo inalámbrico a través de los planes que diseñan las empresas y que aprovechan tecnología WiFi, WiMAX, HSDPA, UMTS, es decir redes de tercera generación 3G, para ofrecerlo a sus clientes.

Actualmente en el segmento de telefonía móvil compiten en servicio de acceso Internet banda ancha, las tres empresas del sector: Movistar, EntelPcs y Claro.

Estas empresas ofrecen a sus clientes una gama de planes de servicios de acceso a Internet banda ancha móvil, que se puede comercializar en diferentes modalidades: Datos Puros, o como una combinación de datos más voz. Este servicios esta siendo provisto mediante PC y de teléfonos de alta tecnología como son los iPhones y Blackberry, que ofrecen una serie de beneficios a los clientes.

En cuanto a las tendencias del segmento de la televisión podemos decir que esta ha estado evolucionando de la televisión convencional, a televisión satelital, televisión por cable, televisión Móvil, para seguir evolucionando hacia los servicios IP Multimedia Interactivo.

Es decir se evoluciona a una red IP única, que hace realidad la convergencia de las telecomunicaciones y de radio difusión. En Chile esta convergencia está ya presente y se va incorporando cada vez más, a través de la convergencia de la transmisión de los servicios de voz, datos e imágenes y por otra parte a través de la convergencia entre redes fijas y Móviles, para tender hacia una sola red IP.

En este contexto las empresas de telefonía local en Chile van avanzando en esta dirección y se observan planes que se están ofreciendo y que consideran minutos fijos-Móvil (Plan x minutos Fijo-Móvil, con cargo por llamada).

Las empresas del sector, para avanzar en la convergencia Fijo-Móvil, deben realizar inversiones en infraestructura. Las tecnologías que posibilitan esta convergencia esta dado por las centrales virtuales (CENTREX), que en conjunto con nodos NGN (Red de Nueva Generación) en el acceso, permiten realizar llamadas desde o hacia teléfonos de red fija o móvil, a través de la marcación de anexos o código específico.

En el mismo contexto, hay empresas de telefonía local en Chile, que han incorporado en su red de acceso nodos NGN (Red de Nueva Generación), los cuales permiten la convergencia a nivel de la red de acceso (Cabe destacar que la convergencia a nivel del backbone es una realidad desde hace varios años en Chile).

Esta convergencia a nivel de la red de acceso NGN, permite brindar servicios de VoIP servicio banda ancha y aplicaciones multimedia, en una sola plataforma.

Esto sin lugar a dudas, abre un mundo de posibilidades de nuevos servicios y modelos de negocio que llevarán a la empresa a explorarla tales como:

- Productos y servicios para comunidades de interés común.
- Productos y servicios de Video conferencias másivos
- Productos y servicios de tele trabajo, acceso a subasta en línea ,etc.

En nuestra opinión el sector de las telecomunicaciones en Chile está evolucionando a la convergencia de redes, como se indica en la **Figura 63**.

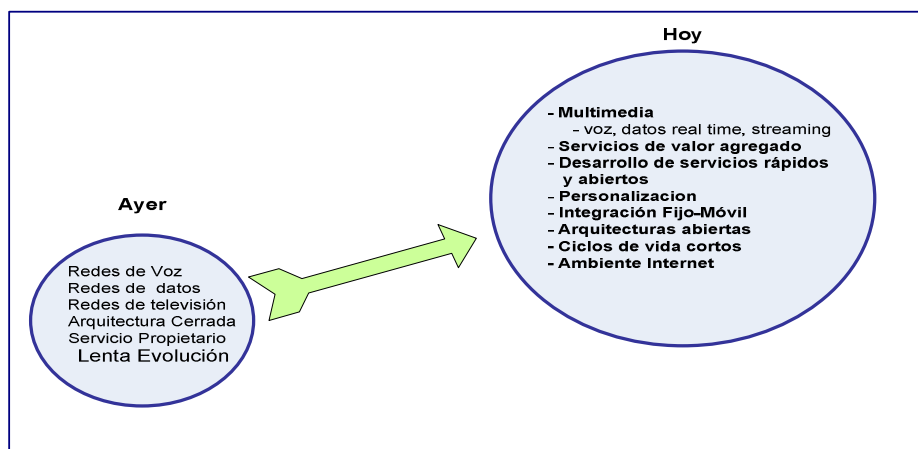


Figura 63 - Evolución de redes

Hacia la evolución Tecnológica como se muestra en la **Figura 64**.

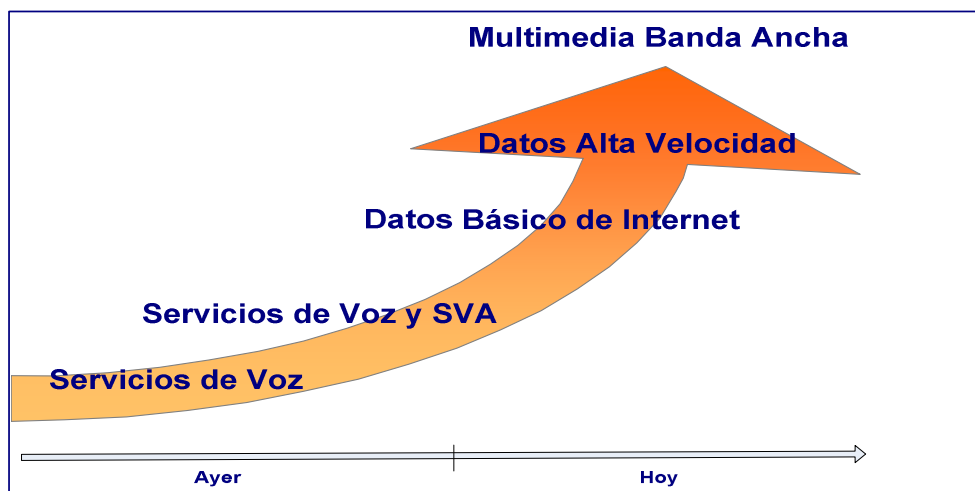


Figura 64 - Evolución Tecnológica

Hacia la convergencia del Mundo IP, como se muestra en la **Figura 65**.

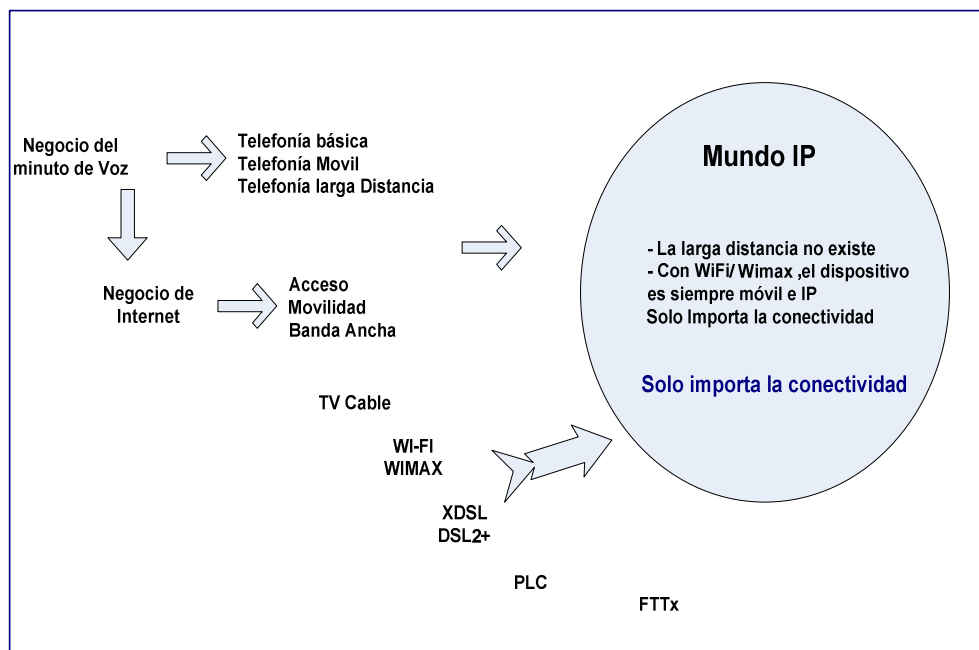


Figura 65 - Evolución de hacia la convergencia IP

La evolución hacia una sola red IP, está sustentada en las distintas contribuciones de distintos sectores industriales tales como:

- Convergencia de desarrollo de nuevos dispositivos, en el mercado existen dispositivos multimedia (Blackberry).
- Desarrollos en tecnología de la información y comunicaciones (TIC)
- Alianzas estratégicas de empresas de Electrónica, informática y de telecomunicaciones.

A continuación se realizará un análisis de cada segmento en particular

3.9.4 Telefonía Local

El mercado de Telefonía Local es el más tradicional de los servicios de telecomunicaciones y en los últimos tiempos se ha visto amenazado fuertemente por las nuevas tecnologías, sin embargo mantiene su importancia relativa a nivel de tráfico local- local .

La telefonía local tradicional se verá permanentemente amenazada por:

- Los productos de telefonía móvil y los avances de la telefonía IP



- La telefonía móvil ha logrado que muchos hogares prescindan del teléfono fijo, ya que durante muchas horas al día se encuentran sin moradores, impactando en los niveles de crecimiento del tráfico local, más bien el tráfico local ha tendido a mantenerse.
- Ha aumentado considerablemente la cantidad de clientes de telefonía móvil y es más económico realizar llamadas entre teléfonos celulares de una misma compañía y hacia la red fija, como consecuencia de los modelos de tarifa On-Net que las empresas Móviles ofrecen a sus clientes, esta situación lleva a la vez que el tráfico de las móviles a la red fija, se incrementa.
- Se está usando más el teléfono fijo como receptor que originador, por el impacto económico que implica, esto a la vez hace que disminuya el tráfico hacia las móviles, Internet y larga distancia.
- A pesar que la telefonía IP, no ha tenido el crecimiento esperado a nivel residencial y aún el crecimiento es bajo a nivel comercial, está siendo cada vez más usado a nivel de empresas y universidades utilizando sus propias redes privadas de datos.

La telefonía local ha estado evolucionando desde una simple línea tradicional (Mono línea) a líneas colectivas, líneas con servicios suplementarios y complementarios. Esta evolución ha implicado proveer a la línea telefónica con servicios de valor agregado y a líneas con servicio paquetizado que incluye línea telefónica + Internet+ TV Cable + otros servicios no de telefonía.

Esta situación sobre todo en las empresas que poseen redes propias ha significado realizar inversiones en el acceso para aumentar el ancho de banda y poder brindar una adecuada calidad de servicio, la incorporación de nodos NGN , permitirá brindar nuevos servicios con orientación IP.

Las empresas además de los servicios paquetizados y de valor agregados, están evolucionando a una **convergencia Fijo-Móvil**, mediante la utilización de centrales virtuales CENTREX y nodos NGN..

Considerando la actual situación económica a nivel nacional e internacional, se estima que los operadores de telefonía local, centraran su estrategia en una mayor utilización de su infraestructura instalada, que en realizar inversiones, focalizando estrategias en la mantención de clientes rentables y estrategia de paquetización de servicio, con inversiones mínimas que aseguren dar un mayor valor agregado a sus clientes.

Con respecto a las tarifas estas deben evolucionar a la baja, considerando además el impacto que tendrá la reducción de las tarifas en los cargos de accesos móviles.



3.9.5 Estructura de Productos

Esta consultora realiza una propuesta para crear una estructura común de productos e indicadores, la cual estimamos que debe estructurarse a partir de la información que se ha obtenido desde las empresas y de los productos básicos, para luego ir agregando componentes adicionales. A continuación se presentarán los lineamientos esenciales para el segmento de telefonía local.

Telefonía Local: En este segmento el elemento básico y común a todos los productos es la comunicación entre dos teléfonos correspondientes a la misma área primaria. Este elemento básico se puede entregar de varias formas como se indica a continuación:

- **Sin minutos incluidos:** Es el servicio telefónico tradicional, con un cargo fijo mensual más un cargo por segundo de comunicación, el valor del segundo de comunicación es diferente según el horario.
- **Indicadores:** Los indicadores que permiten realizar comparaciones en este caso son:
 - Valor del cargo fijo mensual
 - Valor del segundo en horario normal
 - Valor del segundo en horario reducido
 - Valor del segundo en horario nocturno
- **Con minutos incluidos.-** En este caso se incluye una cierta cantidad de minutos en el valor del cargo fijo mensual, si durante el mes no se consume la totalidad de los minutos incluidos, estos se pierden. Si se excede la cantidad de minutos incluidos, este exceso se paga a un valor preestablecido según horario. Los minutos incluidos pueden ser ilimitados.
- **Indicadores:** Los indicadores que permiten realizar comparaciones en este caso son:
 - Valor del cargo fijo mensual
 - Cantidad de minutos incluidos
 - Valor del segundo adicional en horario normal
 - Valor del segundo adicional en horario reducido
 - Valor del segundo adicional en horario nocturno
- **Cuenta controlada:** En este caso se pacta el valor del cargo fijo mensual, el cual se va consumiendo a medida que se van realizando llamadas. Una vez consumido el cargo fijo pactado, el teléfono se bloquea para realizar llamadas



y queda habilitado sólo para recibir hasta el inicio del próximo período de facturación. Si se desea continuar realizando llamadas se debe recargar el teléfono mediante el sistema de prepago. Si durante el mes no se consume la totalidad del valor pactado, el saldo se pierde.

- **Indicadores:** Los indicadores que permiten realizar comparaciones en este caso son:
 - Valor del cargo fijo mensual
 - Valor de la recarga mensual
 - Valor del segundo en horario normal
 - Valor del segundo en horario reducido
 - Valor del segundo en horario nocturno
 - Valor del segundo de recarga en horario normal
 - Valor del segundo de recarga en horario reducido
 - Valor del segundo de recarga en horario nocturno
- **Horario preferente:** Es similar al servicio telefónico tradicional, con un cargo fijo mensual más un cargo por segundo de comunicación, el valor del segundo de comunicación es diferente según el horario. La diferencia es que el cliente puede elegir cuál es el horario normal y cuál es el horario económico.
- **Indicadores:** Los indicadores que permiten realizar comparaciones en este caso son:
 - Valor del cargo fijo mensual
 - Valor del segundo en horario preferente
 - Valor del segundo en horario no preferente
- **Número frecuente:** Es similar al servicio telefónico tradicional, con un cargo fijo mensual más un cargo por segundo de comunicación, el valor del segundo de comunicación es diferente según el horario y según el número al que se llame. El cliente define una lista de números frecuentes, las llamadas a esos números son más económicas.
- **Indicadores:** Los indicadores que permiten realizar comparaciones en este caso son:
 - Valor del cargo fijo mensual
 - Cantidad de números preferentes
 - Valor del segundo a números preferentes en horario normal



- Valor del segundo a números preferentes en horario reducido
- Valor del segundo a números preferentes en horario nocturno
- Valor del segundo a números no preferentes en horario normal
- Valor del segundo a números no preferentes en horario reducido
- Valor del segundo a números no preferentes en horario nocturno

Una vez definidos los elementos básicos con sus variantes e indicadores es necesario agregar los servicios complementarios, estos son servicios adicionales que no son de comunicación. Entre ellos están los siguientes:

- Visor de llamadas
- Despertador
- Detalle de llamadas
- Buzón de voz
- Desvío de llamadas
- Otros

Cada uno de estos servicios tiene un valor fijo mensual y por lo tanto el valor mensual a pagar está dado por la suma del valor del servicio de telefonía local y los servicios complementarios contratados.

La **Figura 66** muestra un resumen de la estructura de los productos de telefonía local.

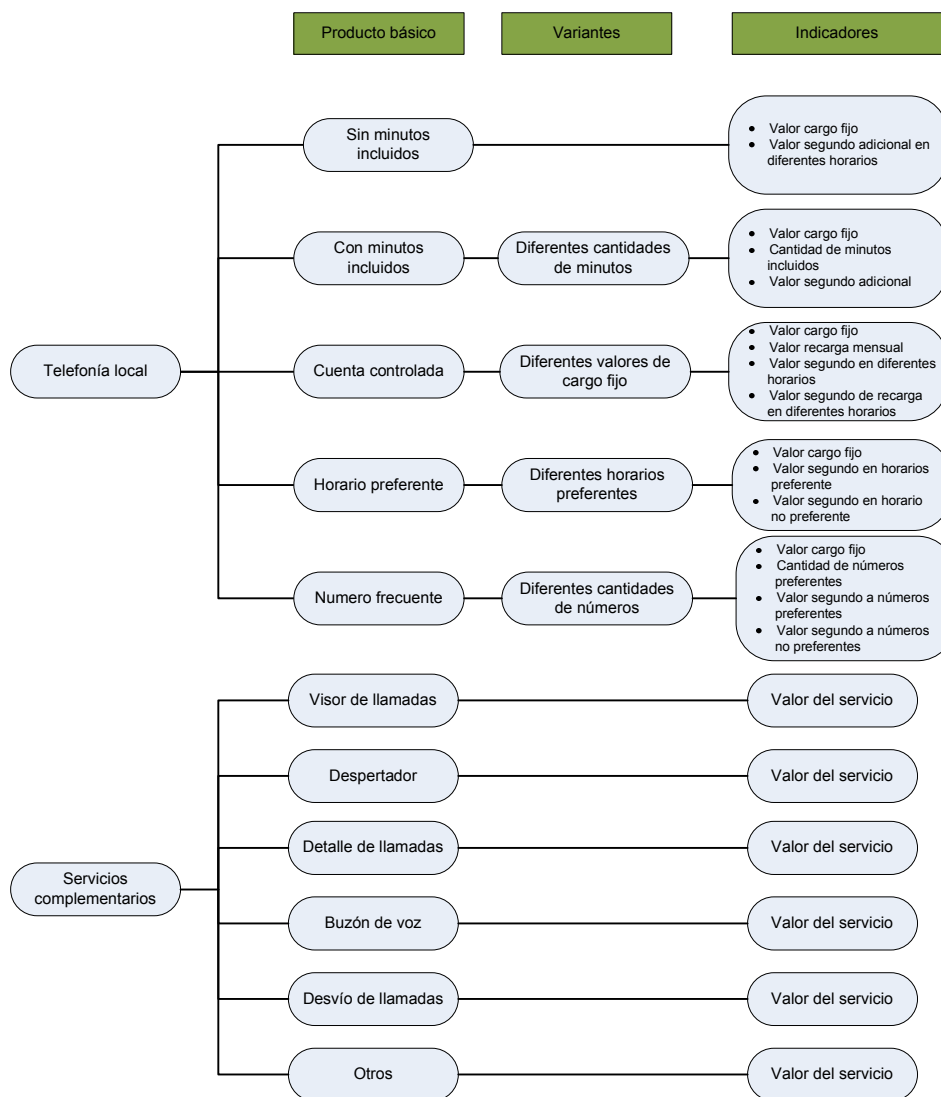


Figura 66 - Estructura de los Productos de Telefonía Local

3.9.6 Estructura de Productos Paquetizados

Productos paquetizados: Como producto paquetizado se entiende cualquier combinación de los productos anteriores con la condición de que se contratan como un paquete indisoluble y se obtiene de esta forma una tarifa menor a la que se obtendría si se contrataran por separado.

Existe una gran variedad de productos paquetizados siendo posible cualquier combinación que la tecnología permita, incluso más allá porque existen productos de este tipo donde se combina, por ejemplo, la telefonía local tradicional con la televisión



satelital.

Los productos paquetizados más comunes son los siguientes:

- Dúos.- Productos que comprenden dos de los productos simples.
 - Telefonía local + televisión
 - Telefonía local + Internet
 - Internet + televisión
 - Telefonía móvil + Internet móvil
- Tríos.- Productos que comprenden tres de los productos simples.
 - Telefonía local + Internet + televisión

La comparación de productos paquetizados es compleja debido a la cantidad de variables a analizar, por este motivo la propuesta de esta consultora es utilizar los mismos indicadores ya expuestos para cada producto componente del paquete y un indicador adicional que es el descuento obtenido por la paquetización. Este descuento se calcula como la suma de los valores a pagar por los productos individuales, menos el valor a pagar por el producto paquetizado.

Conclusiones: Del análisis de la información enviada por las empresas nivel de recepción y validación de la información podemos concluir lo siguiente:

- La estructura de los productos que actualmente comercializa la industria de las telecomunicaciones en Chile es compleja. Esto hace que sea muy difícil establecer patrones de comparación entre distintos productos de diferentes empresas.
- A medida que pasa el tiempo y se produce, cada vez con mayor intensidad, la migración desde los productos simples a los paquetizados, el consumidor va quedando sumido en una nebulosa donde le es prácticamente imposible saber si está pagando el mejor precio del mercado por sus servicios de telecomunicaciones.
- Si un cliente intenta cambiarse de empresa proveedora, se encuentra con que ninguna otra le ofrece el mismo producto que está acostumbrado a tener y por lo tanto no le es posible saber si la nueva tarifa es más conveniente o no.
- Una posible solución a este problema es intentar llegar a un acuerdo entre SUBTEL y las diferentes empresas, de tal manera de crear una estructura de productos común, con indicadores definidos que permitan establecer



comparaciones. Esta idea no es fácil de que sea aceptada por las empresas porque, aparentemente, esta confusión que se produce en los clientes les es favorable para su negocio.

3.9.7 Larga Distancia

El segmento de larga distancia es un segmento altamente competitivo, con la entrada del sistema multiportador este segmento desarrolló guerras de precios y campañas de publicidad que impactó fuertemente en las rentabilidades de las empresas que competían.

La tasa de crecimiento de este segmento ha sido negativa desde 1995. Desde esa fecha en adelante, la variación del tráfico de llamadas de Larga Distancia ha decrecido rápidamente. Las empresas del sector han tenido que aplicar estrategias en costos para mantenerse en competencia y ofrecer planes al mercado focalizándose en nichos específicos. Cabe destacar que hay empresas del sector, que pertenecen al mismo holding, en el cual participan empresas de telefonía fija y móvil, quienes hacen uso de sus servicios.

El tráfico de larga distancia alcanzó 2.197 millones de minutos durante el año 2007, disminuyendo en un 9,5% en relación al año anterior. Esta tendencia decreciente se mantiene desde el año 2002. Fuente SUBTEL 2007

El segmento enfrentará un cambio en sus estrategias competitivas y de desarrollo, por el impacto de las nuevas tecnologías en su tráfico. Se espera que los agentes de este sector, migren a plataformas de servicios múltiples con competencia de precios en nichos de alto tráfico.

En general el segmento de larga distancia ha ido disminuyendo rápidamente su importancia afectado por competidores que van ganando terreno en forma vertiginosa. El primero de ellos es la telefonía móvil que compite abiertamente con la larga distancia nacional residencial, ya que su estructura de tarifas no está sometida al concepto de área primaria y por lo tanto es transparente a la distancia mientras sea dentro del país, adicionalmente la telefonía móvil tiene una gran variedad de formas de pago que favorecen su uso aunque las tarifas no sean necesariamente más bajas. El otro gran competidor es la Telefonía IP y la voz sobre IP que contribuyen en forma creciente a disminuir el tráfico de larga distancia tanto nacional como internacional, para clientes residenciales y clientes empresa. Finalmente otros competidores en menor grado son los mensajes SMS y el correo electrónico.

El segmento debe estar permanentemente mejorando sus estrategias competitivas, por lo anteriormente expuesto. Las empresas deben migrar a estrategias de ofrecer



planes de multiservicios, competir con precios preferenciales a ciertos nichos que generan grandes volúmenes de datos de tráfico de larga distancia, tales como comunidades formadas por personas extranjeras, empresas con destinos frecuentes.

3.9.8 Estructura de Productos

Larga Distancia: En este segmento el elemento básico y común a todos los productos es la comunicación entre dos teléfonos ubicados en distintas áreas primarias o la comunicación entre un teléfono en Chile y otro en el extranjero. Este elemento básico se puede entregar de varias formas como se indica a continuación:

- Multicarrier discado.- Es el producto de larga distancia tradicional, donde se establece la comunicación discando el código del portador y el número de destino, el valor del segundo de comunicación es diferente según el horario y el destino. Cada portador publica su tabla de tarifas. No requiere contrato. Los indicadores que permiten realizar comparaciones en este caso son:
 - Valor del segundo en horario normal según destino
 - Valor del segundo en horario reducido según destino
 - Valor del segundo en horario nocturno según destino

- Multicarrier contratado.- Es similar al anterior pero previo al uso del servicio se establece un contrato entre empresa y cliente. Este contrato permite el acceso a tarifas preferenciales pero no es excluyente. Igual que en el caso anterior no tiene cargo fijo y el valor del segundo de comunicación es diferente según el horario y el destino. Los indicadores que permiten realizar comparaciones en este caso son:
 - Valor del segundo en horario normal según destino
 - Valor del segundo en horario reducido según destino
 - Valor del segundo en horario nocturno según destino

- País frecuente.- Es un producto de larga distancia internacional con contrato y cargo fijo mensual, que permite a los clientes realizar llamadas al extranjero, desde los teléfonos de red fija, a diferentes destinos y en diferentes horarios según el plan. Su característica principal es que existe un grupo de países a los cuales se puede llamar consumiendo los minutos incluidos. Los indicadores que permiten realizar comparaciones en este caso son:
 - Valor del cargo fijo mensual



- Cantidad de minutos incluidos
 - Países preferentes
 - Valor del segundo a otros países
-
- Paquetes de minutos nacionales.- El producto permite al cliente acceder a una cierta cantidad de minutos libres de Larga Distancia Nacional por un cargo fijo mensual en horarios predeterminados. Los minutos adicionales se pagan a una tarifa predefinida para el producto. Los indicadores que permiten realizar comparaciones en este caso son:
 - Valor del cargo fijo mensual
 - Cantidad de minutos incluidos
 - Horarios de consumo de minutos incluidos
 - Valor del segundo adicional en horario normal
 - Valor del segundo adicional en horario reducido
 - Valor del segundo adicional en horario nocturno
-
- Tarjeta de llamada.- Es similar al multicarrier contratado pero las llamadas se pueden originar en cualquier teléfono, incluso un teléfono público. El contrato permite el acceso a tarifas preferenciales facturando al dueño de la tarjeta y no al teléfono donde se origina la llamada. No tiene cargo fijo y el valor del segundo de comunicación es diferente según el horario y el destino. Los indicadores que permiten realizar comparaciones en este caso son:
 - Valor del segundo en horario normal según destino
 - Valor del segundo en horario reducido según destino
 - Valor del segundo en horario nocturno según destino

La **Figura 67** muestra un resumen de la estructura de los productos de larga distancia.

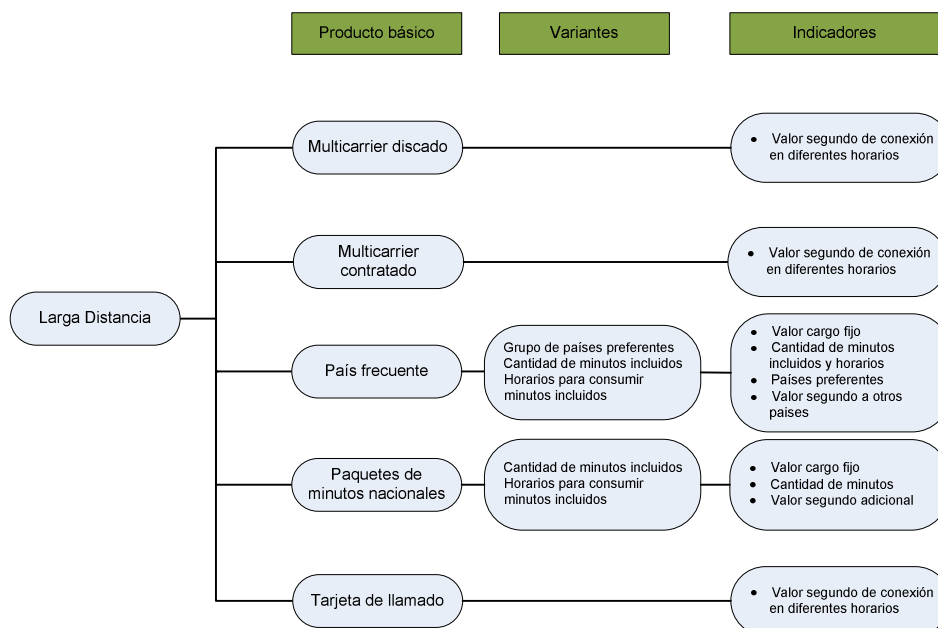


Figura 67 - Estructura de los productos de larga distancia

3.9.9 Internet

La participación de mercado a diciembre de 2007 es de 45,5% para Telefónica Chile, seguida de VTR Banda Ancha con 38,5%, Telefónica del Sur con 6,4%, Entel/Chile S.A. con un 3,1% y GTD Manquehue con 2,2% (fuente SUBTEL). Las empresas restantes registran una participación inferior a 4,0%.

Las empresas que compiten en este segmento lo hacen a través del servicio de acceso conmutado y el servicio de acceso dedicado.

En Chile en los últimos años se ha observado un incremento en las conexiones de Internet dedicado. El número de conexiones a Internet durante el año 2007 alcanzó 1.355.760, lo cual significa un aumento del 22,7% respecto al año anterior. Las conexiones de acceso dedicado registraron un incremento de 28,7%, en tanto las conexiones de acceso conmutado registran una disminución de 48,4%.

Por otra el número de conexiones, tanto residenciales como comerciales, se incrementaron durante el año 2007. Las conexiones residenciales fueron las que registraron la mayor tasa de crecimiento, 24,3%, en tanto, las conexiones comerciales registraron una tasa de crecimiento de 16,1%. La penetración de Internet, medida por el número de conexiones por cada 100 habitantes, alcanzó 8,1 en el año 2007 (Fuente



SUBTEL 2007).

El segmento de Internet puro, como se analiza en esta sección, tiene una importancia relativa en el mercado de las telecomunicaciones, ya que la tendencia actual es hacia los productos paquetizados entre los clientes residenciales y hacia las soluciones integrales de datos, entre los clientes empresa. Esto hace que el segmento de Internet quede restringido a algunos clientes residenciales conservadores, que no han adoptado el esquema de los paquetes dobles o triples, y a las empresas relativamente pequeñas que adoptan como solución a su tráfico de datos sólo una conexión de Internet de Banda Ancha.

Una característica del segmento Internet es que desde el advenimiento de la Banda Ancha, ya sea mediante acceso ADSL o Cable MODEM, su modelo de tarifa ha sido el de Tarifa Plana y no se visualiza que en un futuro cercano se vaya a producir un cambio sustancial. El único cambio que se visualiza es el continuo aumento de la velocidad por la misma tarifa, fenómeno que se viene produciendo desde hace un par de años y que ha generado competencia en el segmento, satisfaciendo así las necesidades de aumento de velocidad de los usuarios sin aumentar las tarifas.

3.9.10 Estructura de Productos

Acceso a Internet fijo: En este segmento el elemento básico y común a todos los productos es el tener acceso a navegar en Internet. Este elemento básico se puede entregar de varias formas como se indica a continuación:

- Acceso conmutado.- Es el servicio de acceso a Internet usando la red telefónica análoga. La estructura tarifaria consiste de un cargo fijo mensual más un cargo por segundo de conexión, el valor del segundo de conexión es diferente según el horario. La velocidad de acceso depende de la calidad de la red de cobre y tiene un máximo de 56 Kbps. Este producto puede ser con o sin contrato. Los indicadores que permiten realizar comparaciones en este caso son:
 - Valor del cargo fijo mensual
 - Valor del segundo de conexión en horario normal
 - Valor del segundo de conexión en horario reducido
 - Valor del segundo de conexión en horario nocturno

- Acceso de banda ancha IP dinámica.- En este caso se utiliza la red de acceso para proporcionar una conexión permanente a Internet (always on) con IP



dinámica. Las variantes están dadas, en primer lugar por la velocidad de acceso y en segundo lugar por la tecnología del acceso. La velocidad de acceso es asimétrica y puede variar desde 256 Kbps a 10 Mbps. La tecnología puede ser ADSL, Cable Modem, WiMax, Vsat, etc. La estructura tarifaria consiste sólo en un cargo fijo mensual. Los indicadores que permiten realizar comparaciones en este caso son:

- Valor del cargo fijo mensual.
 - Velocidad de bajada.
 - Velocidad de subida.
- Acceso de banda ancha IP fija.- Es similar al caso anterior pero se entrega un conjunto de direcciones IP para ser utilizadas en los computadores del cliente. Los indicadores que permiten realizar comparaciones en este caso son:
- Valor del cargo fijo mensual.
 - Velocidad de bajada.
 - Velocidad de subida.
 - Cantidad de direcciones IP.
- Acceso de banda ancha prepago.- Desde el punto tecnológico es igual al caso anterior, pero se paga mediante tarjetas de prepago. La tarjeta de prepago permite conectarse durante una cantidad de horas continuadas, no se puede fraccionar. No tiene cargo fijo pero si tiene cargo de instalación. Los indicadores que permiten realizar comparaciones en este caso son:
- Valor del cargo de instalación.
 - Valor mínimo de recarga.
 - Valor hora de conexión.
 - Velocidad de bajada.
 - Velocidad de subida.

Una vez definidos los elementos básicos con sus variantes e indicadores es necesario agregar los servicios complementarios, estos son servicios adicionales a los cuales se puede acceder teniendo contratado un producto básico. Entre ellos están los siguientes:

- Dominio Virtual

- o Casillas de correo

Cada uno de estos servicios tiene un valor fijo mensual y por lo tanto el valor mensual a pagar está dado por la suma del valor del servicio básico y los servicios complementarios contratados.

La **Figura 68** muestra un resumen de la estructura de los productos de Internet.

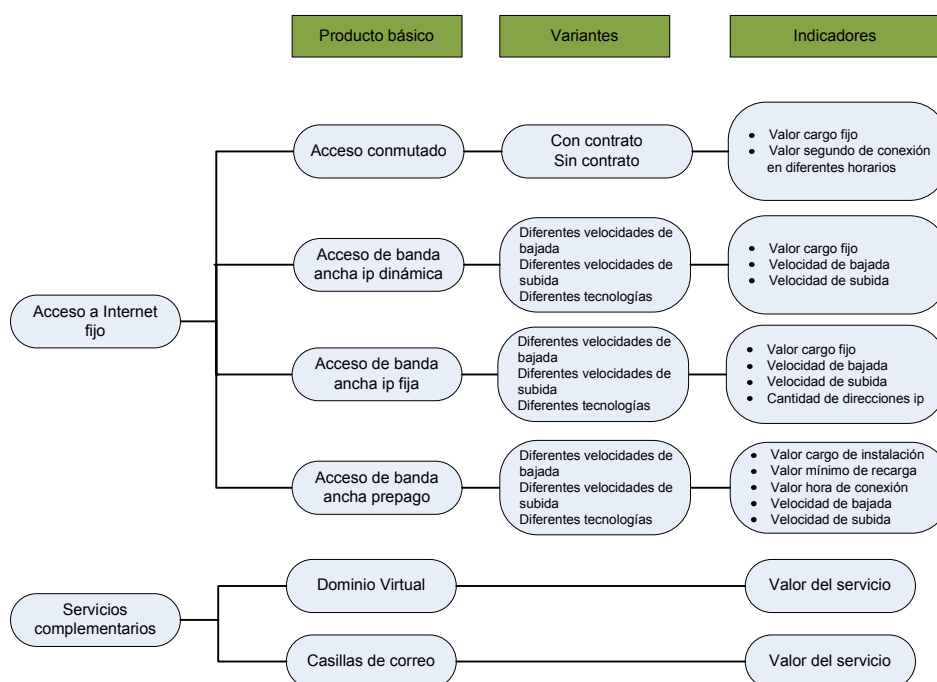


Figura 68 - Estructura de los productos de acceso a Internet fijo

3.9.11 Televisión

El segmento de Televisión pagada nace como un servicio independiente de los demás servicios de telecomunicaciones, entregado por empresas especializadas en el rubro. En sus inicios la distribución de la señal se realiza mediante redes de cable coaxial y poco tiempo después se agrega la distribución mediante equipos de recepción satelital residenciales.

Las redes de cable coaxial evolucionan luego hacia la tecnología híbrida de fibra óptica y cable coaxial (HFC) mejorando así la calidad de la señal recibida en el extremo distante y abriendo la posibilidad de aprovechar el ancho de banda disponible



en la transmisión de señales de telefonía e Internet.

Se llega así a la situación actual donde las empresas de TV cable originales han pasado a tener un único dueño y han sido modernizadas para entregar todos los servicios de telecomunicaciones para el segmento residencial y por otro lado las empresas tradicionales de telefonía se han visto obligadas a asociarse o adquirir empresas de TV satelital para poder competir.

Las empresas que mayor participación tiene en el segmento son: VTR con un 68,4%, seguida de Telefónica Multimedia con un 17,5%, Direct TV Chile Ltda. con un 8,2%, Zap TV con un 4,1, y Cable Central con 1,8%, a diciembre de 2007 y según fuente SUBTEL.

Constituyen el segmento, los subsegmentos de Televisión por Cable y Televisión Satelital los cuales han aportado a la oferta de tipo cultural. Estos subsegmentos se han mantenidos estables.

Durante el período diciembre 2007, la televisión de pago presentó un total de 1.241.346 suscriptores, lo que significó una variación de doce meses de 20,9% a nivel nacional. La región con el mayor nivel de participación en la televisión de pago sigue siendo la Región Metropolitana al igual que el año anterior, alcanzando a diciembre de 2007 un 46,1% de los suscriptores a nivel nacional. Le siguen en importancia la Región de Valparaíso y la de Bío Bío con 15,0% y 9,0% respectivamente. Esto se correlaciona positivamente con nivel de población que hay en estas 3 regiones (Fuente SUBTEL).

La penetración de televisión de pago en Chile alcanzó 7,4 en el año 2007.

Por último, podemos decir que el segmento de televisión ha experimentado un desarrollo importante en los hábitos de consumo de entretenimiento en Chile.

A partir del análisis de la información recibida de las empresas se observa que las empresas están aplicando estrategias de diferenciación en torno a la incorporación de canales premium, canales pay-per-view, canales de música digital, entre otros.

La tendencia es continuar con las estrategia de paquetización y continuar avanzando en soluciones integrales de telefonía, televisión e Internet que brinden mayor valor agregado al cliente, apuntando a la convergencia de los servicios en el televisor.

3.9.12 Estructura de Productos

Televisión pagada: En este segmento el elemento básico y común a todos los productos es la entrega de señal de televisión en el domicilio del cliente. Este elemento básico se puede entregar de varias formas como se indica a continuación:



- **Televisión por cable.-** Este producto consiste en poner a disposición del cliente, por un cargo fijo mensual, un conjunto de canales de televisión entregados mediante un cable coaxial. La señal se puede repartir entre varios televisores mediante divisores coaxiales y cada televisor puede sintonizar canales independientes. Los indicadores que permiten realizar comparaciones en este caso son:
 - Valor del cargo fijo mensual.
 - Valor del cargo fijo por las parrillas adicionales.
 - Parrilla básica de canales.
 - Parrillas adicionales disponibles.

- **Televisión digital por cable.-** En este caso se pone a disposición del cliente, por un cargo fijo mensual, un conjunto de canales de televisión y/o música entregados mediante un cable coaxial el cual termina en un decodificador digital. La señal no se puede repartir entre varios televisores y se requiere un decodificador para cada televisor. Los indicadores que permiten realizar comparaciones en este caso son:
 - Valor del cargo fijo mensual
 - Valor de arriendo de cada decodificador
 - Valor del cargo fijo por las parrillas adicionales
 - Parrilla básica de canales
 - Parrillas adicionales disponibles
 - Servicios de valor agregado disponibles

- **Televisión satelital.-** Este caso es similar al anterior, pero la señal se recibe a través de un receptor satelital instalado en el domicilio del cliente, dicho receptor se conecta a un decodificador digital. La señal no se puede repartir entre varios televisores y se requiere un decodificador para cada televisor. Los indicadores que permiten realizar comparaciones en este caso son:
 - Valor del cargo fijo mensual
 - Valor de arriendo de cada decodificador
 - Valor del cargo fijo por las parrillas adicionales
 - Parrilla básica de canales



- Parrillas adicionales disponibles
- Servicios de valor agregado disponibles

Una vez definidos los elementos básicos con sus variantes e indicadores es necesario agregar los servicios de valor agregado, estos son servicios adicionales que diversifican las opciones del cliente. Entre ellos están los siguientes:

- Pay per view
- Grabación de programas para ver en horario diferido
- Programas para iniciar cuando el cliente lo desea
- Otros

Cada uno de estos servicios tiene un valor que puede ser fijo mensual o por cada vez que se usan. Por lo tanto el valor mensual a pagar está dado por la suma del valor del servicio básico y los servicios de valor agregado contratados.

La **Figura 69** muestra un resumen de la estructura de los productos de televisión pagada:

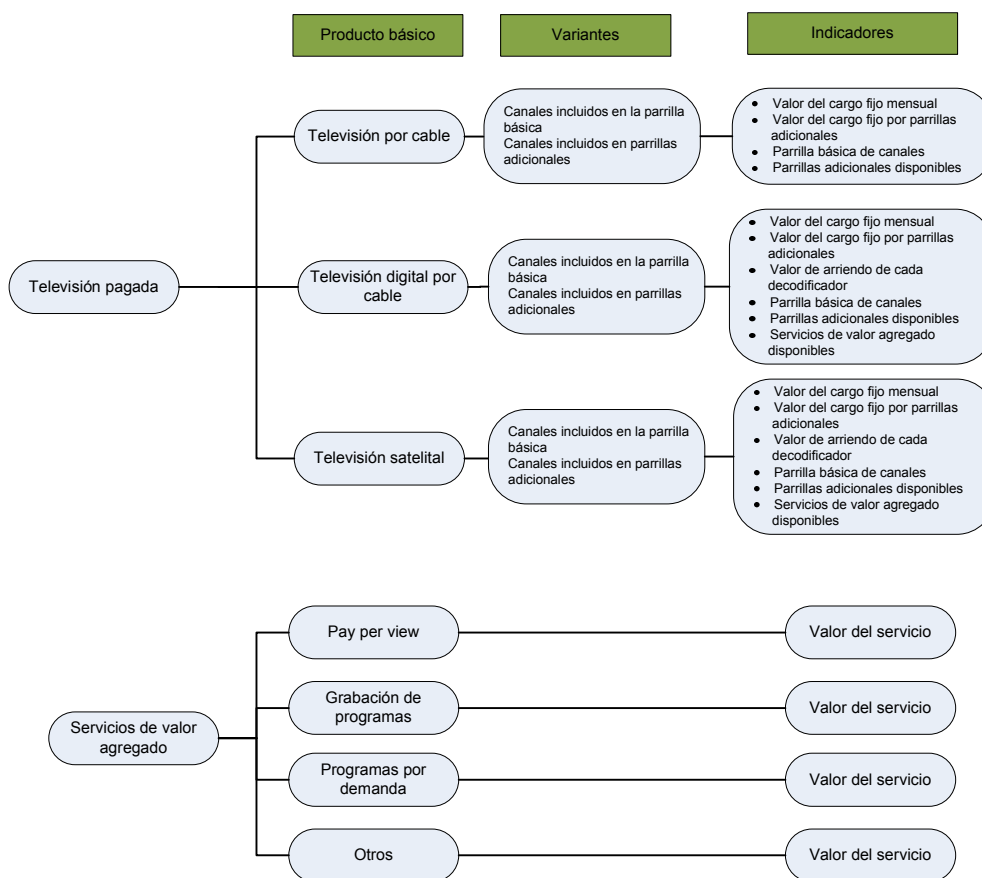


Figura 69 - Estructura de los productos de televisión pagada

3.9.13 Telefonía Móvil

De todos los segmentos del sector de telecomunicaciones, el de telefonía inalámbrica es el que ha presentado mayor dinamismo y crecimiento.

Este crecimiento se debe en gran parte, a la entrada en vigencia del decreto del sistema "Quién Llama Paga", lo cual conllevó a una disminución en el costo para los usuarios. Posteriormente la entrada al mercado de empresas con el producto PCS, provocando una ampliación de la oferta y una alta competencia entre los distintos actores del sector.

La penetración de los servicios de telefonía móvil ha ido en aumento en los últimos años y un indicador de esto es el aumento de su tráfico durante el año 2007.

El segmento que tiene mayor influencia sobre estos resultados es el tráfico móvil-móvil, alcanzando durante el año 2007 los 916 millones de minutos, siendo que el total



fue de 1.117 millones de minutos, lo que implica que su participación en el tráfico móvil total fue de 82,0%.

El año 2007 hubo un aumento del 28,3 % con respecto al año anterior del tráfico cursado a través de los teléfonos móviles.

Los usuarios de telefonía móvil cada vez hacen un uso más intensivo de tráfico de mensajes cortos, teniendo un crecimiento de un 23,4% el año 2007 respecto al año 2006.

La incorporación al mercado de los planes con tarjetas de Prepago, ha contribuido significativamente al aumento de la penetración en Chile.

Los últimos años se han registrado tasas de crecimiento positivas en la composición de los abonados con contrato y prepago, sin embargo en el año 2007 se observa que los abonados con contratos han tendido a estabilizarse en un 25,2%. (Fuente SUBTEL).

En este contexto se observan iniciativas por parte de las empresas por transformar clientes prepagos de alto tráfico en clientes con contrato. Se observan planes en el mercado que apuntan en esta dirección.

La penetración, medida por el número de usuarios por cada 100 habitantes, es de un 83,7 usuarios por cada 100 habitantes en el año 2007.

En el segmento participan tres empresas cuya participación de mercado a diciembre del 2007 es la siguiente: Movistar registra un 42,3% de participación, le sigue Entel PCS con un 39,6% y Claro con 18,1%.

Las tecnologías que utilizan las empresas del segmento son: GSM, CDMA y UMTS. Teniendo en cuenta la gran proyección de los servicios de SMS (Short Message Service) y el WAP (Wireless Application Protocol), ambas integrando el acceso a Internet y la telefonía inalámbrica, se prevé que este sector seguirá con su acelerado desarrollo.

Las proyecciones en telefonía móvil son auspiciosas para Chile, al considerar la disminución de los cargos de acceso en un porcentaje que se estima alrededor del 45%, lo que tendrá un impacto positivo en los clientes, en la penetración y en el aumento significativo de las conexiones a Internet vía el segmento móvil.

Por último es necesario mencionar que hoy la telefonía móvil evoluciona rápidamente hacia la integración de servicios de voz, video y datos.

3.9.14 Estructura de Productos

Telefonía Móvil: En este segmento el elemento básico y común a todos los productos es la comunicación entre dos teléfonos móviles o desde un teléfono móvil a uno de red



fija. Este elemento básico se puede entregar de varias formas como se indica a continuación:

- Sin minutos incluidos.- Es el servicio tradicional, con un cargo fijo mensual más un cargo por minuto de comunicación. El valor por minuto puede ser diferente según el destino, on net, off net y red fija. Los indicadores que permiten realizar comparaciones en este caso son:
 - Valor del cargo fijo mensual.
 - Valor del minuto on net.
 - Valor del minuto off net.
 - Valor del minuto a red fija.
 - Valor del mensaje SMS.
- Con minutos incluidos.- En este caso se incluye una cierta cantidad de minutos en el valor del cargo fijo mensual, si durante el mes no se consume la totalidad de los minutos incluidos, estos se pierden. Si se excede la cantidad de minutos incluidos, este exceso se paga a un valor preestablecido. Los indicadores que permiten realizar comparaciones en este caso son:
 - Valor del cargo fijo mensual.
 - Cantidad de minutos incluidos.
 - Valor del minuto adicional.
 - Valor del mensaje SMS.
- Cuenta controlada.- En este caso hay un cargo fijo mensual, el cual se va consumiendo a medida que se van realizando llamadas o enviando mensajes. Una vez consumido el cargo fijo, el teléfono se bloquea para realizar llamadas y queda habilitado sólo para recibir hasta el inicio del próximo período de facturación. Si se desea continuar realizando llamadas se debe recargar el teléfono mediante el sistema de prepago. Si durante el mes no se consume la totalidad del valor pactado, el saldo se pierde. Los indicadores que permiten realizar comparaciones en este caso son:
 - Valor del cargo fijo mensual.
 - Valor de la recarga mensual.
 - Valor del minuto on net.
 - Valor del minuto off net.
 - Valor del minuto a red fija.
 - Valor del mensaje SMS.



- Red.- En este caso se incluye una cierta cantidad de minutos en el valor del cargo fijo mensual, hay una cantidad de minutos incluidos con destino a teléfonos de la misma compañía o red fija y otra cantidad menor a teléfonos de otras compañías. Si durante el mes no se consume la totalidad de los minutos incluidos, estos se pierden. Si se excede la cantidad de minutos incluidos, este exceso se paga a un valor preestablecido. Los indicadores que permiten realizar comparaciones en este caso son:
 - Valor del cargo fijo mensual.
 - Minutos incluidos on net.
 - Minutos incluidos off net.
 - Valor del minuto adicional on net.
 - Valor del minuto adicional off net.
 - Valor del mensaje SMS.
- Grupo cerrado.- Es similar al caso anterior con un cargo fijo mensual que incluye una cantidad de minutos para hablar a teléfonos del grupo (misma compañía) y otra cantidad de minutos para hablar a teléfonos fuera del grupo. Si durante el mes no se consume la totalidad de los minutos incluidos, estos se pierden. Si se excede la cantidad de minutos incluidos, este exceso se paga a un valor preestablecido. Al cargo fijo se le agrega un valor por cada teléfono del grupo. Los indicadores que permiten realizar comparaciones en este caso son:
 - Valor del cargo fijo mensual.
 - Valor por teléfono del grupo.
 - Minutos incluidos a teléfonos del grupo.
 - Minutos incluidos a otros teléfonos.
 - Valor del minuto adicional.
 - Valor del mensaje SMS.
- Prepago básico.- En este caso el teléfono se recarga mediante la compra de una tarjeta de prepago e ingresando al teléfono un código de activación. Se pueden realizar llamadas hasta que se consuma el valor de la recarga, una vez consumida la recarga sólo se pueden recibir llamados. Si el teléfono no se recarga periódicamente el chip se bloquea. Si no se usa la recarga en un periodo de tiempo ésta se pierde. Los indicadores que permiten realizar comparaciones en este caso son:
 - Valor recarga mínima.



- Tiempo de vencimiento de la recarga.
 - Tiempo máximo entre recargas.
 - Valor del minuto on net.
 - Valor del minuto off net.
 - Valor del mensaje SMS.
- Prepago número frecuente.- Es similar al anterior pero adicionalmente se pueden definir una cantidad de números frecuentes con tarifas preferenciales. Los indicadores que permiten realizar comparaciones en este caso son:
 - Valor recarga mínima.
 - Tiempo de vencimiento de la recarga.
 - Tiempo máximo entre recargas.
 - Cantidad de números frecuentes.
 - Valor del minuto a números frecuentes.
 - Valor del minuto on net.
 - Valor del minuto off net.
 - Valor del mensaje SMS.
 - Prepago horario preferente.- En este caso se define un horario preferente, todas las llamadas realizadas dentro de ese horario son más económicas. Los indicadores que permiten realizar comparaciones en este caso son:
 - Valor recarga mínima.
 - Tiempo de vencimiento de la recarga.
 - Tiempo máximo entre recargas.
 - Cantidad de horarios preferentes.
 - Valor del minuto en horario preferente.
 - Valor del minuto en otro horario.

La **Figura 70** muestra un resumen de la estructura de los productos de telefonía móvil

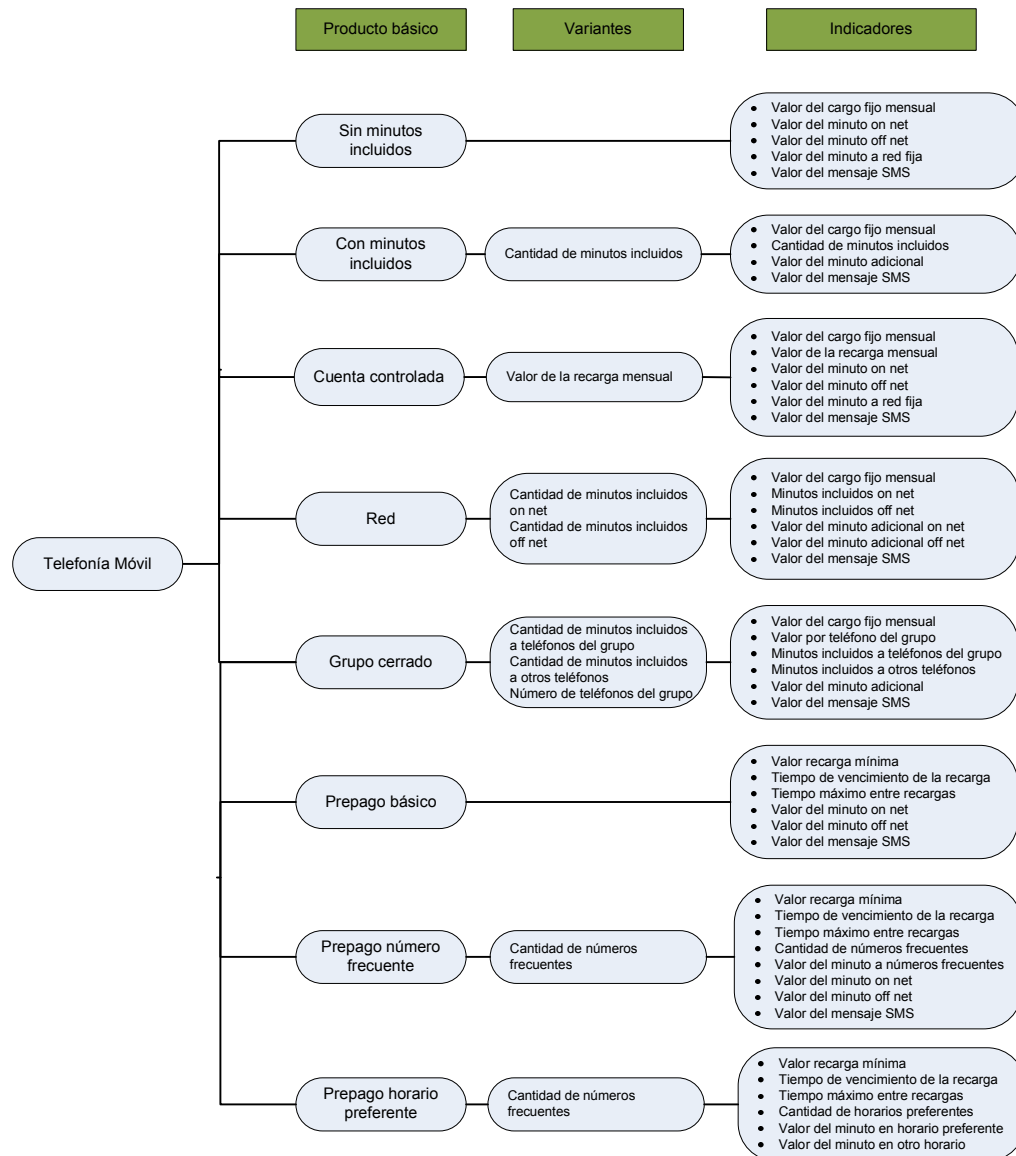


Figura 70 - Estructura de los productos de Telefonía Móvil

3.9.15 Estructura de Productos Internet Móvil

En este segmento el elemento básico y común a todos los productos es el tener acceso a navegar en Internet mediante un teléfono móvil o un computador portátil. Una característica especial de estos productos es que las empresas no disponen de redes de última generación en toda su área de cobertura y por lo tanto se puede navegar a alta velocidad donde existe red 3G y a velocidad considerablemente menor en otras áreas. Este elemento básico se puede entregar de varias formas como se



indica a continuación:

- Tráfico incluido.- En este caso se paga un cargo fijo mensual por una cantidad predeterminada de tráfico de bajada, este tráfico puede ser ilimitado. El producto se puede usar en teléfonos con capacidad adecuada o en computadores mediante un adaptador USB. Los indicadores que permiten realizar comparaciones en este caso son:
 - Valor del cargo fijo mensual.
 - Valor de arriendo del adaptador USB.
 - Cantidad de tráfico incluido.
 - Valor del tráfico adicional.
 - Áreas de cobertura 3G.
 - Otras áreas de cobertura.

- Prepago por tráfico.- Este caso es similar al anterior pero en vez de cargo fijo mensual se paga anticipadamente mediante una tarjeta de prepago.
- Los indicadores que permiten realizar comparaciones en este caso son:
 - Valor recarga mínima.
 - Valor de arriendo del adaptador USB.
 - Valor del MB de tráfico.
 - Áreas de cobertura 3G.
 - Otras áreas de cobertura.

- Prepago por tiempo.- Este caso se paga anticipadamente mediante una tarjeta de prepago por un bloque de tiempo continuo de navegación medido en días.
- Los indicadores que permiten realizar comparaciones en este caso son:
 - Valor recarga mínima.
 - Valor de arriendo del adaptador USB.
 - Valor del día de tráfico.
 - Áreas de cobertura 3G.
 - Otras áreas de cobertura.



- Prepago cuenta controlada.- Este caso se paga anticipadamente mediante una tarjeta de prepago por un bloque de tráfico de tamaño predefinido. Si el bloque de tráfico no se consume dentro de un tiempo determinado, el tráfico sobrante se pierde.
- Los indicadores que permiten realizar comparaciones en este caso son:
 - Valor recarga mínima.
 - Valor de arriendo del adaptador USB.
 - Valor del MB de tráfico.
 - Tiempo de expiración de la recarga.
 - Áreas de cobertura 3G.
 - Otras áreas de cobertura.

La **Figura 71** muestra un resumen de la estructura de los productos de televisión pagada:

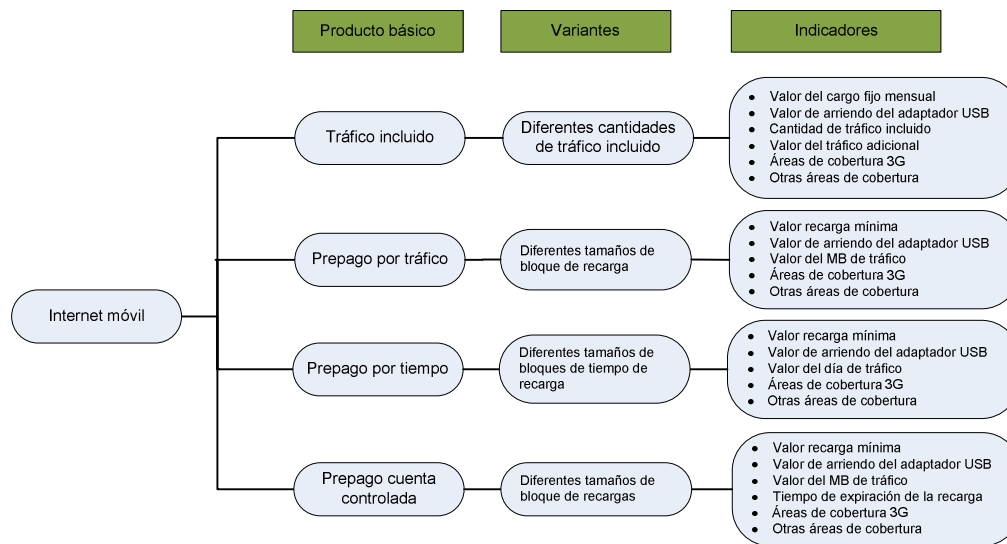


Figura 71 - Estructura de los productos de Internet Móvil



4. Conclusiones

4.1 Información Obtenida de la Web

Del análisis de la información publicitaria de planes y servicios disponible en Internet para los productos objeto de este estudio se puede concluir lo siguiente:

- No existe homogeneidad respecto al tipo de información presentada por las distintas compañías, de esta manera se hace muy difícil al consumidor tomar una decisión informada usando sólo la información de las páginas Web.
- La calidad de la información difiere mucho según el tipo de producto. Así los productos de telefonía de larga distancia, en general, tienen muy poca información y los productos de televisión abundan en información.
- Otro aspecto importante a observar es que para las compañías no es prioritario informar de la disponibilidad comunal de sus productos, son muy pocas las que lo hacen en la Web.
- En el caso de los productos destinados a los segmentos empresas y corporaciones, la información entregada está destinada sólo a que el cliente se interese y se contacte con un ejecutivo de ventas.
- De las 113 empresas de telecomunicaciones analizadas existen 41 que no poseen sitio Web, la única forma de informarse es llamando por teléfono. Esto se produce principalmente entre las empresas pequeñas del sector larga distancia y del sector Internet.

4.2 Información Obtenida de Respuestas de las Empresas

El tiempo de respuesta de las solicitudes realizadas a las empresas de cualquier tipo de información, debe estar acorde a la complejidad, volumen y prioridad que esta puede tener. Lo anterior producto que se recibieron solicitudes de prórrogas de tiempo, por parte de las empresas de cada segmento.

Se recibieron 52 respuestas al oficio enviado por SUBTEL, de las cuales el 25% de las empresas respondió con errores, el 17,3% respondió con información incompleta y el 57,7% respondió en forma satisfactoria y de acuerdo a lo esperado, para evitar estas anomalías se debe exigir máxima rigurosidad en el envío de información.

Se recibió información de parte de todas las empresas dominantes de cada segmento, por lo que se tiene una muestra más que representativa de la industria.



4.3 Mejoramiento Propuesto por las Empresas

Las aclaraciones que aportaron las empresas han resultado fundamentales para el éxito de este estudio. Por una parte TRANSAM hizo llegar un documento con sus observaciones, las que permitieron mejorar la petición de información en Larga Distancia.

Por otra parte, y como resultado de las observaciones entregadas por VTR y Telefónica Chile, SUBTEL se reunió con ambas empresas lo que permitió recoger mejoras.

En cuanto a las empresas móviles, SUBTEL se reunió con Movistar, Entel PCS y Claro, lo que también permitió obtener mejoras para la petición de información.

4.4 Comparación de Información Web-Empresas

Se aprecia que VTR y Telefónica Chile tienen ofertas muy semejantes, ya que al considerar los Planes individuales, se tienen rangos similares. El ejemplo más notable es que ambos ofrecen telefonía de 350 minutos incluidos y cantidad ilimitada de minutos incluidos. Lo mismo ocurre con las velocidades de acceso a Internet, ya que ambos ofrecen 2M, 4M, 8M. No obstante que Telefónica Chile ofrece velocidades bajas de 300K y 600K que no ofrece VTR y, por otro lado, VTR ofrece 10M, cosa que no ofrece Telefónica Chile. También, las formas de combinación de parrillas de canales, así como canales Premium, tienen mucho en común.

Incluso es similar el esquema tarifario, ya que independiente de las diferencias de precios, ambas empresas tienen tarifas geográficamente planas.

4.5 Análisis de la Industria

En Conclusión se puede decir que:

- Las empresas con mayor respaldo financiero, fortalecen su posición competitiva al articular dos o más segmentos de negocios como son:
 - Telefonía local e Internet
 - Larga Distancia e Internet
 - Telefonía local, Internet y televisión.
 - En todos los segmentos, excepto Internet y móvil.
 - Telefonía local, telefonía móvil, Servicio paquetizados locales y televisión.
 - En todos los segmentos
- Otras empresas basan su estrategia de penetración en un solo nicho de



mercado o segmento que puede ser: Telefonía local, Internet, o televisión.

- El mercado de las telecomunicaciones en Chile, en los últimos años ha experimentado cambios estructurales y de hábitos de consumo:
 - Aumento de la rivalidad competitiva
 - Entre operadores integrados y operadores de nichos.
 - En otorgar mayores velocidades de bajada en acceso Internet.
 - Oferta de servicios paquetizados de telefonía, Internet y televisión.
 - Estrategias de negocios de:
 - Integración de segmentos de negocios.
 - Convergencia tecnológica y de servicios.
 - Incorporación de nuevas tecnologías
 - TV por ADSL, ADSL2.
 - Convergencia a nivel de red de acceso a través de nodos NGN.
 - Convergencia de la industria de las telecomunicaciones con otras industrias, como la de información y comunicaciones.
 - Incremento en las conexiones de Banda Ancha y bajas en cantidad de conexiones conmutadas para acceso a Internet.
 - Traslado de tráfico público hacia redes privadas.
 - Próxima baja en la tarifas de cargo de acceso de empresas móviles. (Decreto Tarifario).
 - Sustitución de tráfico de larga distancia por tráfico Internet y móvil.
 - Aumento de la penetración de la telefonía móvil. La cantidad de abonados móviles por cada 100 habitantes aumentó un 10,9%, alcanzando en este último período los 83,9 usuarios por cada 100 habitantes (Fuente SUBTEL).
 - Incorporación de acceso a Internet Banda Ancha Móvil.

4.6 Mercado de Telefonía Local

- El segmento de Telefonía Local ofrece al mercado una cantidad de más de 200 planes por región, excepto en la XII región donde la cantidad es de 89 planes y donde compiten cuatro empresas.
- La cantidad de planes es variada y se ofrecen a clientes residenciales, comerciales y prepagos.
- Del análisis de planes entregados y diseñado por las empresas se observa que éstos



reflejan la forma de competir y el ámbito geográfico donde compiten:

- Se observa empresas focalizada en nichos regionales, en comunas altamente rentables y orientada a clientes comerciales. Algunas de estas empresas son: Entelphone, Telmex, GTD Telesat y Convergía.
 - Hay empresas que compiten en más de cinco regiones y están orientada a todo tipo de cliente, como son: Telefónica Chile, VTR y Gtd.
 - Por otra parte hay empresas que están presente en una sola región como son las empresas: Convergía, Telecom S.A, GTD Manquehue, NETLINE, STEL ACCESS S.A, Telcoy S.A, y Telestar.
 - Hay empresas que entregan planes de prepagos tales como CMET, NETLINE, Hill y Telefónica Chile.
- Las empresas que están presentes en todas las regiones del país son Telefónica Chile, Entelphone y. Telmex Ninguna empresa en Chile tiene presencia en todas las comunas. Por otra parte desde la novena región hacia el sur a lo menos participan tres (3) empresas.
- El segmento de telefonía local cubre todo el país.
- Con respecto al análisis de tarifas indicadas en los planes y dirigida a clientes residenciales, se puede concluir que hay un alto interés por parte de las empresas de que sus clientes migren hacia los planes de minutos y claramente hacia los de minutos ilimitados. En el análisis comparativo de cargos fijos por empresas y para clientes residenciales se observó que:
- Los Planes sin minutos tienen un cargo fijo mayor que aquellos con menos de 400 minutos incluidos.
 - Los Planes con minutos ilimitados también tienen un cargo fijo menor que los planes con más de 3000 minutos incluidos.
 - La empresa VTR sólo ofrece planes con menos de 400 minutos o con minutos ilimitados, y no ofrece planes sin minutos incluidos.
- A nivel de las regiones se puede decir que el cargo fijo promedio para los clientes residenciales se mantiene por región, considerando el mismo rango de minutos incluido.
- En general el valor promedio del segundo adicional por empresa para planes residenciales sin minutos incluidos, es similar en la Región Metropolitana, sin embargo se destacan los casos de Netline con un valor muy por debajo del resto de las empresas por tratarse de telefonía IP, y de Will con un valor muy por encima del resto de las empresas por tratarse de telefonía inalámbrica para zonas urbanas sin cobertura alámbrica.
- Las empresas de acuerdo a su estrategia diseñan diferentes tipos de plan y modelos de tarifas. Los modelos de tarifas más utilizados son:



- Cargo Fijo, con Minutos Incluidos más Cargo Variable Adicional.
 - Modelo de Tarifa Cargo Fijo, con Minutos Ilimitados.
 - Modelo de Tarifa Cuenta Controlada.
 - Modelo de Tarifa Horario Preferente.
 - Modelo de Tarifa Números Frecuentes.
 - Modelo de Tarifa de Prepago.
- Los planes que se presentan al mercado por las distintas empresas se puede caracterizar, por línea telefónica, línea telefónica más servicios de valor agregado, línea telefónica más (Internet, Televisión, otros servicios).
- Al observar este mercado desde la perspectiva de la información analizada se puede decir que ha evolucionado hacia una convergencia de servicios (Planes DUO, TRIO) y de servicios adicionales, con una competencia en precio.
- Por otra parte al observarlo desde el punto de vista de crecimiento se puede decir que ha existido más un reparto que crecimiento.

4.7 Mercado de Telefonía de Larga Distancia

Se puede observar que la mayor oferta para el Planes LDN con minutos incluidos, está en el rango de hasta 500 minutos mensuales, y que las tarifas por minuto son bastante uniformes.

Además para el mismo servicio anterior, el valor promedio del minuto es bastante similar para los planes con más de 100 minutos incluidos.

Para los Planes de LDI con minutos incluidos y con contrato previo se puede observar que la mayor oferta está en el rango de hasta 1500 minutos mensuales y que la dispersión de tarifas es bastante mayor que en el caso nacional.

En este servicio se observa que a mayor cantidad de minutos incluidos en el Plan, la tarifa promedio baja levemente.

Para el servicio de larga distancia nacional e internacional discado existe una gran dispersión de valores entre las diferentes empresas, lo que muestra que este no es un servicio en el cual sea importante competir.

En el mismo servicio de larga distancia nacional e internacional discado, se puede observar que la variable principal para determinar la tarifa es el volumen total de tráfico en la ruta y no la distancia, esto hace que la tarifa internacional más baja sea a Estados Unidos, siendo considerablemente mayores las tarifas a los países vecinos.

El servicio de larga distancia nacional e internacional contratado para aquellos planes



sin cargo fijo ni minutos incluidos, se puede observar mayor uniformidad de tarifas debido a que se trata de un subsegmento mucho más competitivo y principalmente destinado a empresas.

En este mismo servicio se observa en primer lugar que las tarifas promedio son menores al 50% de las del servicio LD discado y en segundo lugar que Perú siendo la tarifa más cara en discado, no lo es en contratado. Esto se debe a la gran colonia de residentes peruanos en Chile, lo que genera gran cantidad de tráfico hacia ese país. Otro hecho a notar en LD contratado es que no existen diferencias entre los horarios normal, reducido y nocturno.

En cuanto a modelos de tarifas, a partir de la información analizada se identificaron los siguientes:

- Modelo de Tarifa Multicarrier Discado
- Modelo de Tarifa Multicarrier Contratado
- Modelo de Tarifa País Frecuente
- Modelo de Tarifa Paquetes de Minutos Nacionales
- Modelo de Tarifa Tarjeta de Llamadas

4.8 Mercado de Internet

Los planes que se ofrecen en Internet se pueden clasificar en planes con contratos y planes prepagos.

Los planes pueden ser brindados a través de direcciones IP dinámica o Fija. Las empresas segmentan a sus clientes en mercado Masivo y Empresa. Las direcciones IP dinámicas están dirigidas generalmente al segmento masivo y las direcciones IP fijas están dirigidos al segmento empresa.

El mercado de la banda ancha está siendo cada vez más competitivo, actualmente se ha observado en el mercado un continuo aumento de la velocidad por la misma tarifa, fenómeno que se viene produciendo desde hace un par de años y que ha generado competencia en el segmento, satisfaciendo así las necesidades de aumento de velocidad de los usuarios sin aumentar las tarifas.

Esto es importante dado que las empresas han tenido que invertir para lograr este propósito.

Existe una relación directa entre el valor de los Planes con la velocidad. Se observa que la mayor oferta está en el rango de 2 a 3 Mbps, lo que es coherente con los aumentos de velocidad que se han dado en el segmento (duplicación de la velocidad sin aumento de los Planes).

Con relación a las tarifas a nivel regional se puede observar que las más bajas se encuentran en las regiones centrales, especialmente en la Región Metropolitana.



En el caso de las tarifas para clientes empresa, se observa una baja notable en las tarifas para la región Metropolitana y para las regiones del sur excepto la Región de Magallanes.

En cuanto a modelos de tarifas, a partir de la información analizada se identificaron los siguientes:

- Modelo de Tarifa Acceso Conmutado
- Modelo de Tarifa Acceso Banda Ancha Conmutado
- Modelo de Tarifa Acceso Banda Ancha Dedicado

4.9 Mercado de Televisión Pagada

Los proveedores de este mercado han comenzado a migrar a la provisión de servicios integrados, ofreciendo al usuario además del servicio de televisión, telefonía y acceso a Internet.

En términos generales se identifican los siguientes tipos de planes:

- Planes Básicos o Light.
- Planes Full.
- Planes complementarios.
- Planes a la Medida.

Los Planes complementarios, corresponden a canales específicos o temáticos, que no se comercializan por sí solos, sino que se deben incorporar a un plan base.

A este respecto se ha recomendado que las empresas adopten la definición que SUBTEL ha realizado sobre los Planes de televisión pagada.

Las tarifas que se cobran en este sector son tarifas planas. Del análisis de la información de las empresas es posible observar diferencias en los Planes a igual cantidad de canales. Sin embargo, no se trata de Planes necesariamente comparables ya que el análisis no es a nivel de la parrilla de canales. De aquí la importancia de pedir la parrilla de canales, lo que se reflejó en el Informe II.

En cuanto a modelos de tarifas, a partir de la información analizada se identificaron los siguientes:

- Modelo de Tarifa Televisión Pagada.
- Modelo de Tarifa Televisión Digital por Cable / Satelital.



4.10 Mercado de Telefonía Móvil

Los planes que se observan en el segmento de Telefonía móvil, son diseñados a nivel individual y grupal:

- **Planes Individuales:** Son planes dirigidos a personas que y diseñado de acuerdo a las preferencias y hábitos de la persona, entre estos se encuentran planes con fuerte componente en llamadas celulares de la propia empresa (on net), planes libres a todo destino, planes con control de consumo y planes y Planes iPhone entre otros.
- **Planes Grupales:** Son planes dirigidos a grupos familiares con una fuerte componente on net, planes dirigidos a empresa diseñados a la medida, y con componente on net y off net, se consideran llamadas a números específicos celulares o de la red fija, Planes Club orientado a satisfacer intereses de comunidades, con componentes on net y off net y con llamadas a números específicos de otras celulares o red fija.

Los tipos de plan que ofrecen las empresas del sector son: Contratos, Prepagos y una combinación entre contrato y prepago (Híbridos).

La cantidad de planes de prepago es muy inferior a los planes de contratos para todas las empresas del sector, sin embargo la cantidad de usuarios de prepagos es del orden del 75% con respecto a la cantidad total de usuarios de la industria. La cantidad de usuarios con contratos se ha estabilizado en un 25%, respecto al total de usuario de la industria. Fuente: Informe anual 2007 SUBTEL.

En el segmento móvil se observa planes que incentivan el cambiarse de un plan de prepago a un plan de contrato, sobre todo para aquellos clientes que tienen consumos elevados, por ejemplo en el caso de Movistar, se promociona el plan “Salta de un prepago a un plan”.

Con respecto a la estructura de Planes, se observa que Claro tiene mayor oferta con minutos Off-Net. Esto se puede explicar por el hecho que es la empresa con menor participación en el mercado, sin embargo, se observa un esfuerzo importante de posicionamiento, lo que se complementa con una fuerte publicidad a través de los diferentes medios de comunicación.

En los casos de Movistar y Entel PCS la orientación es preferentemente hacia las tarifas On-net.

En este segmento se concretará una disminución de las tarifas de los cargos acceso en las móviles del orden del 45%, lo que se debe traducir en una disminución en las tarifas a los clientes. Esto va a generar mayor dinamismo en el segmento.

En cuanto a modelos de tarifas, a partir de la información analizada se identificaron los



siguientes:

- Análisis Modelos de Tarifas
- Modelo de Tarifa Plana
- Modelo de Tarifa Libres
- Modelo de Tarifa por Control de Consumo
- Modelo de Tarifa por Control de Consumo por Destino
- Modelo de Tarifa On-Net.
- Modelo de Tarifa On-Net / Off-Net
- Modelo de Tarifa Grupal Familiar.
- Modelo de Tarifa Prepago Básico.
- Modelo de Tarifa Prepago Número Frecuente.
- Modelo de Tarifa Prepago Horario Preferente

4.11 Mercado de Internet Móvil Banda Ancha

Una componente de relevancia en los Planes de Internet Móvil Banda Ancha es la cobertura. Actualmente este servicio está disponible en Santiago y las principales ciudades del país.

Los planes que se diseñan en este segmento están destinados a clientes con computadores portátiles, equipos iPhone o Blackberry que requieren estar siempre conectados a Internet.

Desde el punto de vista de la variedad de planes existen aquellos con:

- Acceso libre a Internet.
- Acceso sólo a correo electrónico.
- Planes de datos adicionales a los de voz.
- Planes sólo de datos.

En cuanto a modelos de tarifas, a partir de la información analizada se identificaron los siguientes:

- Modelos de Tarifa con Tráfico Incluido
- Modelos de Tarifa Prepago Control por Tiempo
- Modelos de Tarifa Prepago por Día
- Modelos de Tarifa Prepago por Tráfico

4.12 Mercado de Servicios Paquetizados Locales

El segmento de mayor crecimiento y de mayor demanda entre los clientes residenciales es el de los servicios paquetizados locales. Este fenómeno se inicia con



dos tecnologías, por un lado la utilización del cable coaxial (originalmente usado para televisión) para entregar telefonía local y por otro lado el ADSL que integró los servicios de telefonía local con el acceso a Internet. Posteriormente, para completar el triple servicio, las compañías telefónicas tradicionales agregan el servicio de televisión satelital y las compañías de TV cable agregan el servicio de Internet aprovechando el gran ancho de banda disponible.

La idea del triple servicio es comercialmente atractiva tanto para el cliente como para las empresas. El cliente busca concentrar en una sola empresa todos los servicios de comunicaciones y así simplificar el pago de cuentas, los reclamos y lograr un descuento por el contrato del paquete. Las empresas buscan aumentar su base de clientes entregando un servicio integral de comunicaciones.

El análisis de este segmento presenta dificultades en el sentido de la gran variedad de planes que se ofrecen y que nacen de la combinatoria de diferentes velocidades de Internet, diferentes parrillas de canales de televisión y diferentes cantidades de minutos incluidos de telefonía. Todo esto se ve aumentado por la posibilidad de contratar todas las combinaciones de servicios dobles (Duos).

Las tarifas promedio para el servicio triple son casi las mismas para todas las regiones.

Los modelos de tarifas usados en este segmento son los mismos de los productos individuales, es decir que para la televisión se utiliza un cargo fijo más cargos variables por servicios adicionales, para Internet se utiliza también un cargo fijo según la velocidad del acceso y para telefonía se utiliza un cargo fijo más un cargo por segundo adicional.

Las empresas del sector realizan un descuento multiservicio por entregar los tres servicios simultáneamente.

4.13 Previsión de Productos y Evolución

En Chile el sector de las telecomunicaciones en la última década ha tenido un gran dinamismo, ubicándose a la vanguardia tecnológica, prácticamente al mismo nivel que los países más desarrollados del mundo. A nivel de las empresas participante de esta industria, se ha generado una rivalidad competitiva que las ha llevado a una integración vertical y de convergencia en los servicios. Por otra parte las empresas están siguiendo estrategias de nichos de mercado, en algún segmento de la industria y en ciertas regiones o comunas rentables.

Durante este período se han desarrollado variados productos y servicios, la mayor parte de ellos relacionados con Internet y telefonía móvil, logrando de esta forma la masificación de estos dos segmentos que están contribuyendo fuertemente a la



convergencia de una sola red IP.

Debido al vertiginoso avance de la tecnología de las telecomunicaciones es muy difícil prever el desarrollo de nuevos productos y servicios a largo plazo, sin embargo es posible hacerlo desde el punto de vista de la evolución de las grandes tendencias de las telecomunicaciones.

Esta consultora realiza una propuesta para crear una estructura común de productos e indicadores, la cual estimamos que debe estructurarse a partir de la información que se ha obtenido desde las empresas y de los productos básicos, para luego ir agregando componentes adicionales.

La propuesta considera los segmentos estudiados y entrega por cada uno un conjunto de indicadores que permiten realizar comparaciones de Planes y de sus características. Esto es un complemento al diseño de la aplicación que se presentó en el Informe II, que permite realizar la comparación de Planes.



ANEXOS

1. Resumen de Información Entregada por las Empresas en sus Sitios Web

EMPRESA	SEGM.	SITIO Web	PLANES	TARIFAS	COBERTURA	Sitio Web
115 TELECOMUNICACIONES S.A.	LD	NO	NO	NO	NO	Sin Web
117 TELECOMUNICACIONES S.A.	LD	NO	NO	NO	NO	Sin Web
ASTRO S.A.	LD	NO	NO	NO	NO	Sin Web
AT&T CHILE S.A.		NO	NO	NO	NO	Sin Web
AT&T RED GLOBAL TELECOMUNICACIONES LTDA.		NO	NO	NO	NO	Sin Web
AUSTRO INTERNET S.A.	IN	SI	SI	NO	SI	www.austrointernet.cl/
BGA CHILE COMUNICACIONES S.A.	LD	NO	NO	NO	NO	Sin Web
BLUE TWO CHILE S.A.	IN	SI	NO	NO	NO	www.innet.cl
CABLE CENTRAL S.A.	TV	NO	NO	NO	NO	Sin Web
CENTENNIAL CAYMAN CORP. CHILE S.A.	TM	SI	SI	NO	PARCIAL	www.nextel.cl/
CHILE.COM S.A.	IN	SI	SI	SI	PARCIAL	www.chile.com/
CLARO CHILE S.A.	TM	SI	SI	PARCIAL	NO	www.clarochile.cl/
COMPANÍA DE TELECOMUNICACIONES DE CHILE S.A.	TL IN TV	SI	SI	SI	NO	www.telefonicachile.cl
COMPANÍA DE TELECOMUNICACIONES LLANQUIHUE S.A.	TL	NO	NO	NO	NO	Sin Web
COMPANÍA DE TELÉFONOS DE COYHAIQUE S.A.	TL	NO	NO	NO	NO	Sin Web
COMPANÍA NACIONAL DE TELÉFONOS TELEFÓNICA DEL SUR S.A.	TL IN TV	SI	SI	PARCIAL	PARCIAL	www.telefonicadelsur.cl
COMPLEJO MANUFACTURERO DE EQUIPOS TELEFÓNICOS S.A.C.I.	TL IN TV	SI	SI	PARCIAL	PARCIAL	www.cmet.cl/
COMUNICACIÓN GLOBAL MULTICARRIER S.A.	LD	NO	NO	NO	NO	Sin Web
COMUNICACIÓN Y TELEFONÍA RURAL S.A.	TODO	SI	NO	NO	NO	www.ctr.cl
COMUNICACIONES NETGLOBALIS S.A.	IN	SI	NO	NO	NO	www.netglobalis.net
COMUNICACIONES, TELEFONÍA Y TRANSPORTE DE DATOS CHILECALL S.A.	LD	NO	NO	NO	NO	Sin Web
CONNECT S.A.	LD	NO	NO	NO	NO	Sin Web
CONVERGIA CHILE S.A.		NO	NO	NO	NO	Sin Web
CONVERGIA TELECOM S.A.		NO	NO	NO	NO	Sin Web
CTR CHILE NETWORKS S.A.		NO	NO	NO	NO	Sin Web
CYBERCENTER S.A.	IN	SI	PARCIAL	PARCIAL	PARCIAL	www.cybercenter.cl/
DIRECTV CHILE TELEVISIÓN LIMITADA	TV	SI	SI	SI	NO	www.directvchile.cl
EDUARDO ROMÁN ACOSTA CARVALLO, TELECOMUNICACIONES TELESTAR E.I.R.L.		NO	NO	NO	NO	Sin Web
E-MONEY	IN	SI	PARCIAL	NO	NO	www.e-money.cl/
EMPRESA DE TRANSPORTE DE SEÑALES S.A.	LD	SI	NO	NO	NO	www.cmet.cl/larga_distancia/largadist.htm
EMPRESA G4 S.A.		NO	NO	NO	NO	Sin Web
EMPRESA NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES S.A.	IN LD	SI	SI	PARCIAL	NO	www.entel.cl
E-NEW CARRIER.COM CHILE S.A.		NO	NO	NO	NO	Sin Web
ENTEL PCS TELECOMUNICACIONES S.A.	TM	SI	SI	SI	SI	www.entelpcs.cl



SUBTEL



EMPRESA	SEGM.	SITIO Web	PLANES	TARIFAS	COBERTURA	Sitio Web
ENTEL TELEFONÍA LOCAL S.A.	TL	SI	SI	PARCIAL	NO	www.entel.cl
ENTEL TELEFONÍA MOVIL S.A.	TM	SI	SI	SI	SI	www.entelpcs.cl
EQUANT CHILE S.A.		NO	NO	NO	NO	Sin Web
FIBERSAT S.A.	LD	SI	SI	SI	SI	www.158.cl
FULLCOM S.A.	IN	SI	NO	NO	NO	www.full.cl
GLOBALCOM S.A.	IN	SI	SI	SI	PARCIAL	www.globalcom.cl/
GLOBUS 120 S.A.	LD	SI	NO	NO	NO	www.globus.cl
GSP CHILE LTDA.	IN	NO	NO	NO	NO	www.gpschile.com/
GTD INTERNET S.A.	IN	NO	PARCIAL	NO	NO	www.grupoqtd.com/Portada/DirSeccion/Servicio_Internet.asp
GTD LARGA DISTANCIA S.A.	LD	SI	NO	NO	NO	www.grupoqtd.com/Portada/DirSeccion/Larga_Distancia.asp
GTD MANQUEHUE LARGA DISTANCIA S.A.	LD	SI	NO	NO	NO	www.qtdmanquehue.com
GTD MANQUEHUE S.A.	TL IN TV	SI	PARCIAL	PARCIAL	PARCIAL	www.qtdmanquehue.com
GTD TELESAT S.A.	TL	SI	PARCIAL	NO	SI	www.grupoqtd.com/Portada/Varios_Telefonia_Local/162.asp
HEILSBURG S.A.	LD	SI	NO	NO	NO	www.heilsberg.cl
IDT CHILE S.A.		NO	NO	NO	NO	Sin Web
IFX LARGA DISTANCIA CHILE S.A.		NO	NO	NO	NO	Sin Web
IFX NETWORKS CHILE S.A.	IN	SI	SI	NO	NO	www.ifxnw.cl/
IIA INGENIERIA E INFORMATICA ASOCIADA LTDA.	IN	SI	SI	SI	SI	www.iiafree.cl
IMAGEN S.A.	NINGUNO	SI	NO	NO	NO	www.imagen.cl
IMPSAT CHILE S.A.	NINGUNO	SI	NO	NO	NO	www.impsat.cl
INALAMBRICA S.A.	IN	SI	SI	NO	SI	www.inalambrica.cl
INGENIERIA, SERVICIOS Y COMUNICACIONES S.A.	NINGUNO	SI	NO	NO	NO	www.isc.cl
INTERCITY S.A.	IN	SI	SI	SI	NO	www.intercity.net
INTERNET SATELITAL LIMITADA	IN	SI	SI	NO	SI	www.internetsatelital.cl
LATLINK NET S.A.	IN	SI	SI	NO	NO	www.latlink.net
LUZLINARES S.A.		NO	NO	NO	NO	Sin Web
LUZPARRAL S.A.		NO	NO	NO	NO	Sin Web
MAPCITY.COM CHILE S.A.	NINGUNO	SI	NO	NO	NO	www.mapcity.cl
MICARRIER TELECOMUNICACIONES S.A.	LD	NO	NO	NO	NO	Sin Web
MULTIKOM S.A.		NO	NO	NO	NO	Sin Web
NACIONAL DE TRANSMISIONES S.A.		NO	NO	NO	NO	Sin Web
NET CHILE S.A.		NO	NO	NO	NO	Sin Web
NETLINE MULTICARRIER S.A.	LD	SI	SI	SI	SI	www.169.cl
NETLINE TELECOMUNICACIONES CHILE S.A.	IN	SI	SI	SI	NO	www.netline.cl
NETLINE TELEFÓNICA LIMITADA	TL	SI	SI	SI	SI	www.diloip.com
NEW WAVE COMUNICACIONES S.A.	LD	SI	SI	SI	SI	www.150.cl
NEW WORLD TELECOM S.A.		NO	NO	NO	NO	www.newworldtel.com
NIVEL 5 S.A.	IN	SI	NO	NO	NO	www.nivel5.cl
QUANTAX S.A.	TL	NO	NO	NO	NO	www.heilsberg.cl/10111024.htm
RURAL TELECOMUNICACIONES CHILE S.A.		NO	NO	NO	NO	Sin Web
SERVICIOS DE INGENIERIA EN TECNOLOGIA DE LA INFORMACION S.A.		NO	NO	NO	NO	Sin Web
SERVICIOS DE INTERNET TUTOPIA.COM DE CHILE LTDA.	IN	SI	SI	SI	NO	www.tutopia.com
SERVICIOS INTERNET LTDA.	IN	SI	NO	NO	NO	www.tecnoera.com
SERVICIOS TELEMEDIA DE CHILE S.A.		NO	NO	NO	NO	Sin Web
SMARTEL S.A.	LD	SI	SI	SI	NO	www.smartel.cl
SOCIEDAD COMERCIAL E INDUSTRIAL MEGACOM LTDA.		NO	NO	NO	NO	Sin Web
SOCIEDAD J.A.M TELECOMUNICACIONES S.A.		NO	NO	NO	NO	Sin Web
STEL ACCESS S.A.	IN	SI	SI	SI	SI	www.stel.cl/internet.html
STEL CHILE S.A.	TL	SI	SI	SI	SI	www.stel.cl
SUR COMUNICACIONES S.A.	LD	NO	NO	NO	NO	Sin Web
TELECOMUNICACIONES INFONET CHILE LTDA.	IN	NO	NO	NO	NO	www.btinfonet.com
TELECOMUNICACIONES		NO	NO	NO	NO	www.teisys.cl



SUBTEL



EMPRESA	SEGM.	SITIO Web	PLANES	TARIFAS	COBERTURA	Sitio Web
INTERNACIONALES S.A.						
TELECOMUNICACIONES LAS PERDICES S.A.	LD	NO	NO	NO	NO	Sin Web
TELECOMUNICACIONES LATINOAMERICANAS LIMITADA		NO	NO	NO	NO	Sin Web
TELEFÓNICA DEL SUR SERVICIOS INTERMEDIOS S.A.	LD	NO	NO	NO	NO	Sin Web
TELEFÓNICA LARGA DISTANCIA S.A.	LD	SI	SI	NO	SI	www.188.cl
TELEFÓNICA MOVILES CHILE LARGA DISTANCIA S.A.	LD	SI	SI	PARCIAL	SI	www.181.movistar.cl
TELEFÓNICA MOVILES CHILE S.A.	TM	SI	SI	SI	SI	www.movistar.cl/
TELEFÓNICA MULTIMEDIA CHILE S.A.		NO	NO	NO	NO	www.tecnonautica.com
TELEPHONE 2 S.A. (173)	LD	NO	NO	NO	NO	Sin Web
TELMEX CHILE INTERNET S.A.	IN	SI	SI	PARCIAL	NO	www.telmex.cl
TELMEX CHILE LONG DISTANCE S.A.	LD	SI	SI	NO	NO	www.telmex.cl/Hogar/Telmex_171/Telmex_171.html
TELMEX CHILE NETWORKS S.A.		SI	SI	NO	NO	Sin Web
TELMEX CHILE TELEPHONY S.A.		SI	SI	NO	NO	Sin Web
TELMEX CHILE WIRELESS S.A.	IN	SI	SI	NO	NO	www.telmex.cl
TELMEX CORP S.A.	TL IN TV	SI	SI	NO	NO	www.telmex.cl
TELMEX S.A.	TL IN TV	SI	SI	NO	NO	www.telmex.cl
TELMEX SERVICIOS EMPRESARIALES S.A.	TL IN TV	SI	SI	NO	NO	www.telmex.cl
TERRA NETWORKS CHILE S.A.	IN	NO	NO	NO	NO	www.terra.cl
TESAM CHILE S.A.	IN	SI	NO	NO	NO	www.tesacom.cl
TRANSAM COMUNICACIONES S.A.	LD	SI	NO	NO	NO	www.transam.cl
TRANSFER TELECOMUNICACIONES S.A.		NO	NO	NO	NO	Sin Web
UNIVERSIDAD DE CHILE		NO	NO	NO	NO	Sin Web
UPLINK NETWORKS LTDA.	IN	SI	SI	SI	NO	www.uplink.cl
UUNET INTERNACIONAL CHILE LIMITADA		NO	NO	NO	NO	www.mci.com
VTR BANDA ANCHA S.A.	TL IN TV	SI	SI	SI	SI	www.vtr.net
VTR GLOBALCARRIER S.A.	LD	SI	SI	SI	SI	www.111.cl
WILL S.A.	TL	SI	SI	SI	NO	www.will.cl
ZAP TELEVISIÓN SATELITAL DIRECTA AL HOGAR LIMITADA	TV	SI	SI	SI	NO	www.telmex.cl/Hogar/Telmex_TV/Telmex_TV.html



2. Resumen Detallado de Respuestas de Empresas

Como se puede observar en la **Tabla 66**, los Oficios solicitando la información de productos, servicios y tarifas se enviaron a un total de 113 empresas de las cuales se recibieron respuestas de 52 de ellas. De las empresas que respondieron, varias entregaron información incompleta o con errores y la fueron corrigiendo en un proceso de iterativo, finalmente a la fecha de este informe la situación es que aún se mantienen 9 con información incompleta y 13 con errores.

Segmento	Recibido con errores	Recibido incompleto	Recibido OK	Sin Respuesta	Total
Internet	1	1	2	27	31
Larga Distancia	4	4	18	22	48
Telefonía Local	5	3	8	8	24
Telefonía Móvil	2	1		3	6
Televisión	1		2	1	4
Total	13	9	30	61	113

Tabla 66 - Respuesta de las empresas a la solicitud de SUBTEL

Se analizará a continuación las respuestas recibidas separadas por segmento.

Internet: Las empresas del segmento Internet fueron las más reacias a responder, sólo el 12,9 % respondieron. Esta situación se debe probablemente a que en este segmento no se requiere concesión, esto trae como consecuencia de que por un lado SUBTEL no tiene un catastro exacto de las empresas, y por otro lado las empresas no se sienten obligadas a responder las solicitudes de SUBTEL.

La **Tabla 67** muestra el total de empresas de este segmento a las cuales se les envió el Oficio y su estado de respuesta.



Razón Social	Estado
COMPLEJO MANUFACTURERO EQUIPOS TELEFONICOS S.A.C.I	Recibido OK
SERVICIOS DE INTERNET TUTOPIA.COM DE CHILE LTDA.	Sin Respuesta
CYBERCENTER S.A	Sin Respuesta
GTD INTERNET S.A.	Sin Respuesta
TELMEX CHILE INTERNET S.A.	Sin Respuesta
GLOBALCOM S.A.	Sin Respuesta
SERVICIOS INTERNET LTDA.	Recibido incompleto
MAPCITY.COM CHILE S.A.	Sin Respuesta
BLUE TWO CHILE S.A.	Sin Respuesta
IIA INGENIERIA E INFORMATICA ASOCIADA LTDA.	Sin Respuesta
CHILE.COM S.A.	Sin Respuesta
NETLINE TELECOMUNICACIONES CHILE S.A.	Recibido OK
TERRA NETWORKS CHILE S.A.	Sin Respuesta
INGENIERIA, SERVICIOS Y COMUNICACIONES S.A.	Sin Respuesta
INTERCITY S.A.	Sin Respuesta
NIVEL 5 S.A.	Sin Respuesta
TELECOMUNICACIONES INFONET CHILE LTDA.	Sin Respuesta
LUZLINARES S.A.	Sin Respuesta
SERVICIOS DE INGENIERIA EN TECNOLOGIA DE LA INFORM	Sin Respuesta
IFX NETWORKS CHILE S.A.	Recibido con errores
AUSTRO INTERNET S.A.	Sin Respuesta
AT&T RED GLOBAL TELECOMUNICACIONES LTDA.	Sin Respuesta
LATLINK NET S.A.	Sin Respuesta
E-MONEY	Sin Respuesta
COMUNICACIONES NETGLOBALIS S.A.	Sin Respuesta
UPLINK NETWORKS LTDA.	Sin Respuesta
INALAMBRICA S.A.	Sin Respuesta
UNIVERSIDAD DE CHILE	Sin Respuesta
LUZPARRAL S.A.	Sin Respuesta
INTERNET SATELITAL LIMITADA	Sin Respuesta
UUNET INTERNACIONAL CHILE LIMITADA	Sin Respuesta

Tabla 67 - Estado de respuesta de las empresas del segmento Internet

Finalmente, la **Tabla 68** muestra los problemas no solucionados por las empresas.

Razón Social	Estado	Error
SERVICIOS INTERNET LTDA.	Recibido incompleto	No entregó archivos de descripción de productos
IFX NETWORKS CHILE S.A.	Recibido con errores	No incluye descripción de producto, archivo de tarifas vacío

Tabla 68 - Problemas no solucionados del segmento Internet

Larga Distancia: Las empresas del segmento Larga Distancia también tuvieron una baja respuesta a la solicitud de SUBTEL, sólo un 54,2 % respondieron.

La **Tabla 69** muestra el total de empresas de este segmento a las cuales se les envió el Oficio y su estado de respuesta.



Razón Social	Estado
TELMEX CHILE NETWORKS S.A.	Recibido incompleto
VTR GLOBALCARRIER S.A.	Recibido OK
CONVERGIA CHILE S.A.	Recibido OK
TRANSAM COMUNICACIONES S.A.	Recibido OK
E-NEW CARRIER.COM CHILE S.A.	Sin Respuesta
115 TELECOMUNICACIONES S.A.	Recibido OK
HEILSBURG S.A.	Recibido con errores
117 TELECOMUNICACIONES S.A.	Recibido OK
IFX LARGA DISTANCIA CHILE S.A.	Recibido OK
AT&T CHILE S.A.	Sin Respuesta
GLOBUS 120 S.A.	Recibido OK
TELEFÓNICA DEL SUR SERVICIOS INTERMEDIOS S.A.	Recibido con errores
GTD MANQUEHUE LARGA DISTANCIA S.A.	Recibido incompleto
EMPRESA NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES S.A.	Recibido con errores
GSP CHILE LTDA.	Sin Respuesta
EQUANT CHILE S.A.	Sin Respuesta
NEW WORLD TELECOM S.A.	Sin Respuesta
SUR COMUNICACIONES S.A.	Sin Respuesta
TELMEX CHILE WIRELESS S.A.	Recibido OK
NEW WAVE COMMUNICATIONS S.A.	Sin Respuesta
ASTRO S.A.	Sin Respuesta
STEL CHILE S.A.	Recibido OK
MICARRIER TELECOMUNICACIONES S.A.	Sin Respuesta
TELMEX CHILE LONG DISTANCE S.A.	Recibido incompleto
IMAGEN S.A.	Recibido OK
CONECT S.A.	Sin Respuesta
FIBERSAT S.A.	Recibido OK
GTD LARGA DISTANCIA S.A.	Recibido OK
SERVICIOS TELEMEDIA DE CHILE S.A.	Sin Respuesta
SMARTEL S.A.	Recibido OK
COMUNICACIONES, TELEFONÍA Y TRANSPORTE DE DATOS CH	Sin Respuesta
COMUNICACIÓN GLOBAL MULTICARRIER S.A.	Recibido OK
NETLINE MULTICARRIER S.A.	Sin Respuesta
IMPSAT CHILE S.A.	Sin Respuesta
TELMEX S.A.	Recibido incompleto
TELEPHONE 2 S.A. (173)	Sin Respuesta
CTR CHILE NETWORKS S.A.	Sin Respuesta
NET CHILE S.A.	Recibido OK
EMPRESA DE TRANSPORTE DE SEÑALES S.A.	Recibido OK
TRANSFER TELECOMUNICACIONES S.A.	Sin Respuesta
TELECOMUNICACIONES INTERNACIONALES S.A.	Sin Respuesta
TELEFÓNICA MOVILES CHILE LARGA DISTANCIA S.A.	Recibido OK
EMPRESA G4 S.A.	Sin Respuesta
TELEFÓNICA LARGA DISTANCIA S.A.	Recibido OK
IDT CHILE S.A.	Recibido con errores
TELECOMUNICACIONES LAS PERDICES S.A.	Sin Respuesta
SOCIEDAD J.A.M TELECOMUNICACIONES S.A.	Sin Respuesta
BGA CHILE COMUNICACIONES S.A.	Sin Respuesta

Tabla 69 - Estado de Respuesta de las empresas del segmento larga distancia



Finalmente, la **Tabla 70** muestra los problemas no solucionados por las empresas.

Razón Social	Estado	Error
TELMEX CHILE NETWORKS S.A.	Recibido incompleto	No incluye archivos de tarifas
HEILSBURG S.A.	Recibido con errores	Estructura incorrecta del archivo TL_116_200810_TARIFAS
TELEFÓNICA DEL SUR SERVICIOS INTERMEDIOS S.A.	Recibido con errores	Registros duplicados en el archivo LD_121_200811_TARIFAS No todos los archivos de Tabla de Tarifas contienen tarifas.
GTD MANQUEHUE LARGA DISTANCIA S.A.	Recibido incompleto	No se incluyó el archivo de descripción de productos Planes.txt
EMPRESA NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES S.A.	Recibido con errores	Los archivos no vienen en el formato solicitado El archivo LD_123_200811_TARIFAS contiene el producto 9802 repetido 11 veces para la misma área geográfica
TELMEX CHILE LONG DISTANCE S.A.	Recibido incompleto	No incluye archivos de tarifas
TELMEX S.A.	Recibido incompleto	No incluye archivos de tarifas
IDT CHILE S.A.	Recibido con errores	Estructura incorrecta de los archivos

Tabla 70 - Problemas no solucionados del segmento larga distancia

Telefonía Local: Sólo un 66,7% de las empresas de telefonía local respondieron la solicitud de SUBTEL.

La **Tabla 71** muestra el total de empresas de este segmento a las cuales se les envió el Oficio y su estado de respuesta.

Razón Social	Estado
NETLINE TELEFONICA LIMITADA	Recibido OK
COMPLEJO MANUFACTURERO DE EQUIPOS TELEFÓNICOS S.A.	Recibido incompleto
COMPAÑÍA NACIONAL DE TELÉFONOS TELEFÓNICA DEL SUR	Recibido con errores
TELMEX CORP S.A.	Recibido OK
COMPAÑÍA DE TELECOMUNICACIONES DE CHILE S.A.	Recibido con errores
COMUNICACIÓN Y TELEFONÍA RURAL S.A.	Sin Respuesta
COMPAÑÍA DE TELECOMUNICACIONES LLANQUIHUE S.A.	Sin Respuesta
ENTEL TELEFONÍA LOCAL S.A.	Recibido con errores
TELMEX CHILE TELEPHONY S.A.	Sin Respuesta
EDUARDO ROMÁN ACOSTA CARVALLO, TELECOMUNICACIONES	Recibido OK
RURAL TELECOMMUNICATIONS CHILE S.A.	Sin Respuesta
STEL ACCESS S.A.	Recibido OK
SOCIEDAD COMERCIAL E INDUSTRIAL MEGACOM LTDA.	Sin Respuesta
GTD MANQUEHUE S.A.	Recibido OK
CONVERGIA TELECOM S.A.	Recibido con errores
COMPAÑÍA DE TELÉFONOS DE COYHAIQUE S.A.	Recibido con errores
GTD TELESAT S.A.	Recibido OK
VTR BANDA ANCHA S.A.	Recibido OK
WILL S.A.	Recibido OK
TELMEX SERVICIOS EMPRESARIALES S.A.	Recibido incompleto
TELECOMUNICACIONES LATINOAMERICANAS LIMITADA	Sin Respuesta
FULLCOM S.A.	Sin Respuesta
QUANTAX S.A.	Recibido incompleto
NACIONAL DE TRANSMISIONES S.A.	Sin Respuesta

Tabla 71 - Estado de respuesta de las empresas del segmento Telefonía local



Finalmente, la **Tabla 72** muestra los problemas no solucionados por las empresas.

Razón Social	Estado	Error
COMPLEJO MANUFACTURERO DE EQUIPOS TELEFÓNICO	Recibido incompleto	No se incluyó el archivo LISTA_DE_CANALES.TXT
COMPAÑÍA NACIONAL DE TELÉFONOS TELEFÓNICA DEL	Recibido con errores	Hay archivos con registros duplicados
COMPAÑÍA DE TELECOMUNICACIONES DE CHILE S.A.	Recibido con errores	Hay archivos con registros con los campos clave duplicados. No se incluyeron los archivos con los listados de canales
ENTEL TELEFONÍA LOCAL S.A.	Recibido con errores	Estructura incorrecta de los archivos
CONVERGIA TELECOM S.A.	Recibido con errores	Archivo de productos con caracteres no permitidos Archivo de tarifas con planes sin tarifas No se incluyeron los archivos de descripción de productos.
COMPAÑÍA DE TELÉFONOS DE COYHAIQUE S.A.	Recibido con errores	Archivos con registros duplicados
TELMEX SERVICIOS EMPRESARIALES S.A.	Recibido incompleto	Faltan algunas descripciones de productos
QUANTAX S.A.	Recibido incompleto	No se incluyó archivo de descripción de productos.

Tabla 72 - Problemas no solucionados del segmento telefonía local

Telefonía Móvil: El 50% de las empresas de telefonía móvil respondieron la solicitud de SUBTEL. En este caso la explicación es clara, tanto Entel como Telefónica operan dos licencias de telefonía móvil y respondieron agrupando todos sus productos en una de ellas. Además en la tabla de empresas aparece en este segmento Tesam Chile S.A. y esta empresa no es concesionario de telefonía móvil.

La **Tabla 73** muestra el total de empresas de este segmento a las cuales se les envió el Oficio y su estado de respuesta.

Razón Social	Estado
TELEFÓNICA MOVILES CHILE S.A.	Recibido con errores
ENTEL TELEFONÍA MOVIL S.A.	Sin Respuesta
TELEFÓNICA MOVILES DE CHILE S.A.	Sin Respuesta
CLARO CHILE S.A.	Recibido con errores
ENTEL PCS TELECOMUNICACIONES S.A.	Recibido incompleto
TESAM CHILE S.A.	Sin Respuesta

Tabla 73 - Estado de respuesta de las empresas del segmento Telefonía Móvil

Finalmente, la **Tabla 74** muestra los problemas no solucionados por las empresas.

Razón Social	Estado	Error
TELEFÓNICA MOVILES CHILE S.A.	Recibido con errores	No se incluyen archivos con la descripción de los productos.
CLARO CHILE S.A.	Recibido con errores	Archivos con registros duplicados
ENTEL PCS TELECOMUNICACIONES S.A.	Recibido incompleto	No se entregan los archivos de descripción de productos

Tabla 74 - Problemas no solucionados del segmento telefonía móvil

Televisión: El 75% de las empresas de televisión pagada respondieron la solicitud de



SUBTEL.

La **Tabla 75** muestra el total de empresas de este segmento a las cuales se les envió el Oficio y su estado de respuesta.

Razón Social	Estado
TELMEX TV	Recibido con errores
DIRECTV CHILE TELEVISIÓN LIMITADA	Sin Respuesta
CABLE CENTRAL S.A.	Recibido OK
TELEFÓNICA MULTIMEDIA CHILE S.A.	Recibido OK

Tabla 75 - Estado de respuesta de las empresas del segmento Televisión

Finalmente, la **Tabla 76** muestra los problemas no solucionados por las empresas.

Razón Social	Estado	Error
TELMEX TV	Recibido con errores	No incluye archivos de descripción Valores no numéricos en campos numéricos.

Tabla 76 - Problemas no solucionados del segmento televisión



GLOSARIO

-A-

ASCII - ASCII (acrónimo inglés de American Standard Code for Information Interchange) código de caracteres

-B-

Bundling – Servicios ofrecidos a través de planes en conjunto con otros servicios

-C-

CPE -Customer Premises Equipment o Equipo local del cliente.

-D-

DFD –Diagrama de Flujo de Datos, permite describir un proceso en términos de un esquema simple.

-F-

FDT – Fondo de Desarrollo de las Telecomunicaciones

-I-

IN - Internet

Internet - Red de interconexión descentralizada de computadores, implementada en protocolo TCP/IP.

-L-

LDI – Larga Distancia Internacional

LD – Larga Distancia

LDN – Larga Distancia Nacional

-O-

OL - telefonía local que proveen servicios paquetizados

OM - telefonía móvil que proveen servicio de acceso a Internet

-P-

PPV – Pay-Per_View o televisión a la demanda

-Q-

QLIKVIEW - Producto software que asiste el análisis y la presentación de los datos.

-S-



SLM – Servicio Local Medido

SMS - Short Message Service, mensajes de texto

STI - Sistema de Transferencia de Información de SUBTEL creado mediante Resolución Exenta N°159 del 2006 que permite recopilar del sector datos estadísticos y de mercado que sean periódicos

SPPT – Sistema de Presentación de Productos y Tarifas

-T-

TL –Telefonía Local

TM – Telefonía Móvil

TV – Televisión pagada

-U-

URL - URL significa Uniform Resource Locator, es decir, localizador uniforme de recursos, es una secuencia de caracteres, de acuerdo a un formato estándar, que se usa para nombrar recursos, como documentos e imágenes en Internet, por su localización.

-W-

Web - En informática, World Wide Web (o la "Web") o Red Global Mundial es un sistema de documentos de hipertexto y/o hipermedios enlazados y accesibles a través de Internet.