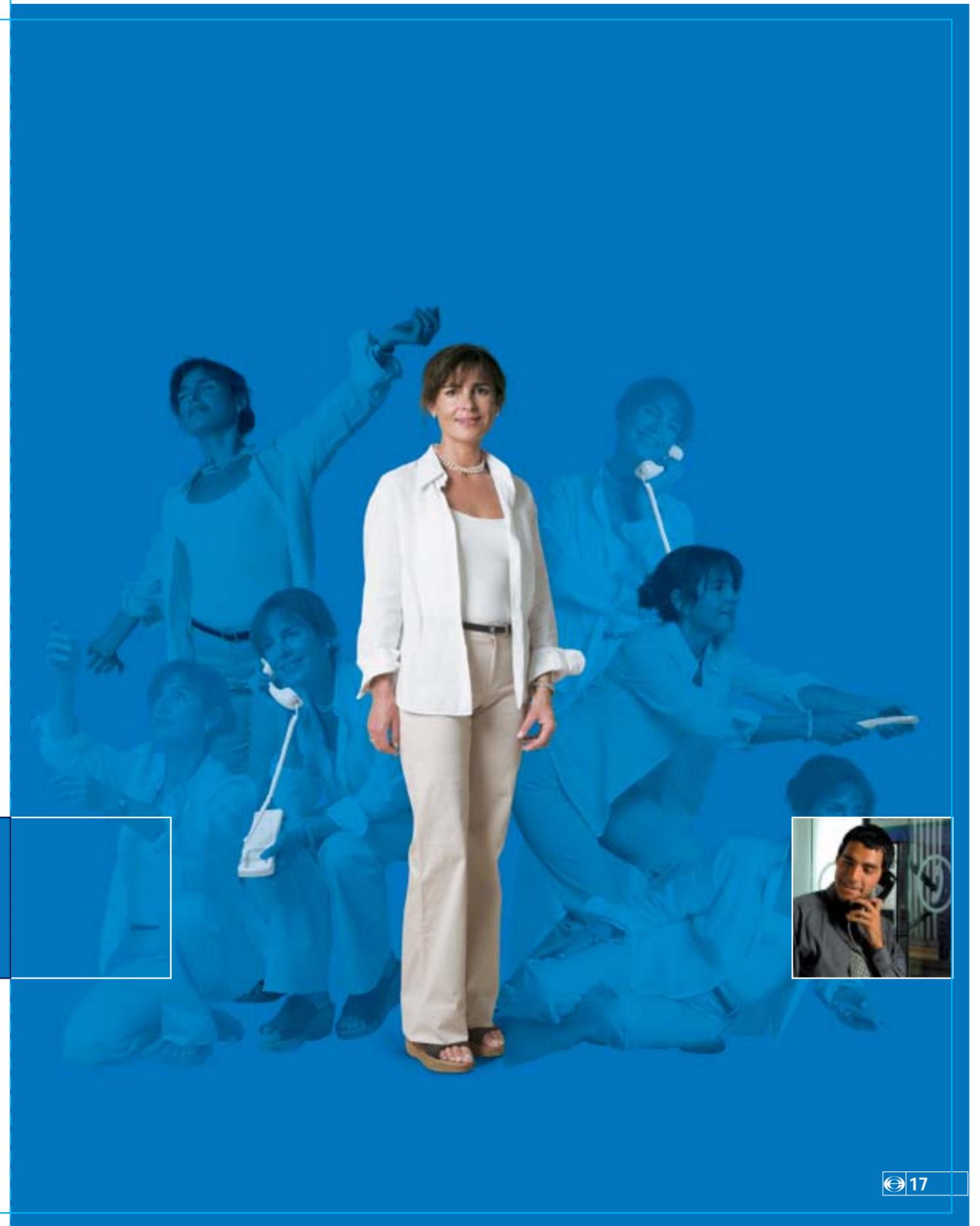


# Voz

Larga Distancia

Telefonía Local





M E M O R I A E N T E L 2 0 0 2



## Larga Distancia

Tal como en los últimos años, la situación macroeconómica del país ha afectado a los negocios de larga distancia, en particular por el bajo dinamismo de la demanda interna. También ha continuado la migración de tráficos de larga distancia hacia la telefonía móvil e internet, debido al importante desarrollo y penetración que han alcanzado ambos servicios. Por otra parte, la disminución de los costos de término del tráfico de larga distancia internacional se tradujo en bajas de precio para los clientes finales, mientras que los volúmenes de tráfico se mantuvieron prácticamente iguales. No obstante lo anterior, ENTEL ha mantenido su participación de mercado, cercana al 40%.

Durante 2002, los principales competidores de ENTEL en los segmentos Residencial y Empresas fueron Telefónica Mundo y Chilesat, además de Telefónica del Sur Carrier en la zona sur del país. Otros portadores como AT&T, Bellsouth, Convergía, GTD, IFX, Manquehue Larga Distancia, Chile.com y Transam, son competidores en áreas específicas del país o en determinados segmentos de clientes, y en conjunto capturan alrededor de un 7% del mercado nacional y un 14% del internacional.

El alto nivel de competitividad presente en el mercado durante el año fue enfrentado por ENTEL a través de un atractivo mix de precios, productos y calidad de servicio. En ambos segmentos se destacaron los planes de cargo fijo, con atractivos precios para los usuarios que utilizan habitualmente la larga distancia. Estos productos permiten percibir un flujo estable de ingresos y una mayor fidelidad de los clientes. Al 31 de diciembre de 2002, los clientes contratados en estos planes de larga distancia nacional e internacional, en ambos segmentos, crecieron un 7% respecto al cierre del año anterior. Durante el año, se externalizó gran parte de la fuerza de ventas, a través de canales de televenta y dealers, lo que permitió penetrar eficientemente los segmentos Residenciales, Pequeñas y Medianas Empresas.

Algunos de los nuevos planes y productos lanzados al mercado en el período fueron:

- Planes Corta Distancia Mundial, dirigidos a personas que llaman al extranjero frecuentemente. Permiten realizar llamadas Larga Distancia Internacional desde teléfonos móviles y fijos, pagando un cargo fijo mensual. Los primeros minutos consumidos cada mes se cobran como una llamada local en horario normal (SLM), los minutos

adicionales al plan tienen un valor mayor, pero aún muy conveniente.

- Planes Corta Distancia Nacional, por un cargo fijo mensual, el usuario puede llamar a cualquier destino dentro de Chile, sin límite de uso, pagando a valor SLM.
- Planes de Minutos ENTEL, dirigidos a pequeñas y medianas empresas. Por un cargo fijo mensual, ofrecen minutos libres para comunicarse a Chile y al mundo, y tarifas preferenciales por los minutos consumidos en exceso a los incluidos en el plan.
- Planes de Minutos Acumulados ENTEL, dirigidos a personas y a pequeñas y medianas empresas, que presentan consumos estacionales. Por un cargo fijo mensual, otorgan minutos libres para comunicarse a Chile y al mundo, permitiendo acumular los minutos no consumidos en un mes.

### Valor Agregado Larga Distancia

Con el objeto de ser un proveedor integral de telecomunicaciones, ENTEL ha desarrollado diversos productos y servicios de Valor Agregado que satisfacen necesidades específicas de sus clientes y complementan los servicios de larga distancia. Durante 2002, los servicios de Valor Agregado representaron un 43% del total de ingresos de Larga Distancia y la evolución que tuvieron en el año fue la siguiente:

- Entelticket: es la tarjeta prepagada multiuso de ENTEL, que permite realizar todo tipo de llamadas desde teléfonos de red fija (locales, a celulares, larga distancia nacional e internacional), recargar teléfonos móviles de prepago Aló PCS y pagar ciertos servicios en Internet. Durante 2002, Entelticket registró un importante aumento de ventas respecto de 2001: un 100% en su uso desde telefonía fija y un 46% desde móvil. Se promocionó especialmente las tarjetas de \$1.000 y \$2.000, dirigidas al mercado residencial que posee su teléfono bloqueado para algunos tipos de llamadas, o bien utiliza las tarjetas como mecanismo de control de gastos. En cuanto a la cobertura, durante 2002 se alcanzó un total de 20.000 puntos de venta a nivel nacional, de los cuales un 17.5% corresponde a puntos de venta on-line (donde se entrega electrónicamente el código secreto de la tarjeta, sin

necesidad de tener una tarjeta física, disminuyendo las mermas por robo y costos del canal de distribución). Estos canales de venta on-line se potenciaron en supermercados, cajeros automáticos, locales de pago de cuentas y sitios de venta en internet, entre otros. Además, se habilitaron canales no tradicionales como cadenas de farmacias y supermercados.

Los principales competidores de Entelticket para la recarga de teléfonos móviles de prepago, son las tarjetas Amistar de Telefónica Móvil, Llámame de Bellsouth y Ok de Smartcom PCS, mientras que Tarjeta Línea Propia (TLP) de Telefónica CTC es el principal competidor para los usos desde red fija (llamadas locales, a celulares y de larga distancia).

- Plan Bijapy y Línea Controlada ENTEL: durante el primer semestre de 2002 se comercializó exitosamente el servicio

Línea Controlada ENTEL, que permite a familias y empresas controlar las llamadas de Larga Distancia Nacional, Internacional y a celulares, realizadas desde el (los) teléfono(s) fijo(s), mediante la definición de cupos y claves de usuario, y habilitación de determinados teléfonos hacia los cuales se puede llamar, entre otros atributos de control.

A fines de año, se lanzó el Plan Bijapy, con funcionalidades similares a Línea Controlada, pero su cobro consta de un cargo fijo mensual y menores tarifas, combinación que se traduce en un mayor porcentaje de clientes activos por mes y en un mayor ingreso por cliente.

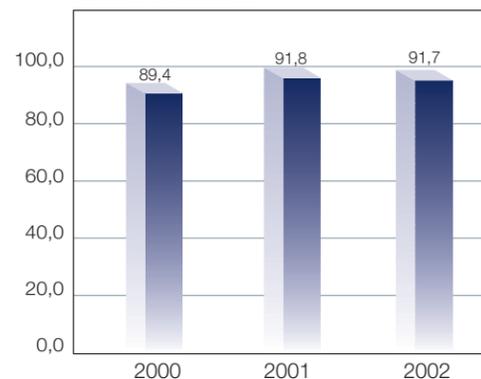




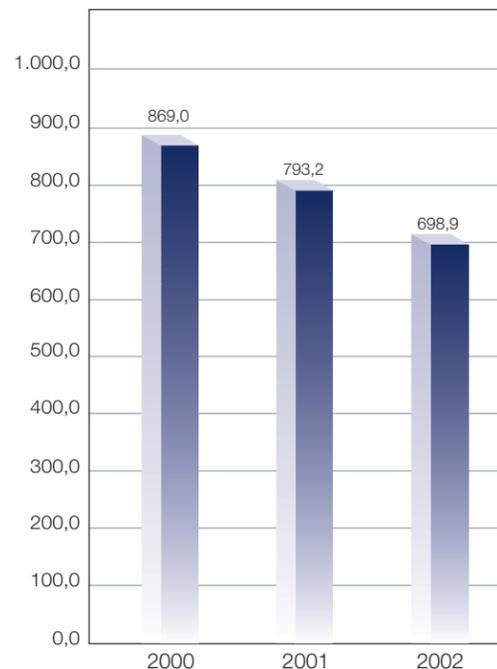
M E M O R I A E N T E L 2 0 0 2



Larga Distancia Internacional Entel  
Millones de Minutos



Larga Distancia Nacional Entel  
Millones de Minutos



El principal competidor de ENTEL en servicios de control de gasto para llamadas a teléfonos móviles es Telefónica Mundo, con su producto Papá Contento.

- Cobro Revertido Automático y Cobro Revertido Directo: permite realizar llamadas desde teléfonos fijos o móviles, transfiriendo el costo de la llamada al teléfono de destino, previa aceptación de éste. Entrega una conveniente modalidad de comunicación a quienes requieren comunicarse con urgencia, pero no disponen de saldo en su teléfono celular o de monedas para un teléfono público. En 2002, el servicio Cobro Revertido Automático de ENTEL mantuvo su liderazgo en participación de mercado y Top of Mind, indicador que se mantuvo por sobre el 80%. No obstante, las altas tasas de crecimiento de este mercado observadas hasta 2001, se vieron fuertemente ajustadas por la situación económica del país y por las medidas de control de fraude implementadas por la empresa, para reducir el uso indebido del servicio. Para contrarrestar esta caída, durante el año se incentivó el uso del servicio con promociones destinadas a incrementar la cantidad y duración de llamadas de los clientes habituales, ya que la alta participación de mercado de ENTEL en esta categoría, dificulta el crecimiento mediante captura de clientes de la competencia. Asimismo, se potenció el uso del producto Cobro Revertido Directo, servicio contratado que permite generar llamadas de cobro revertido desde un teléfono móvil a uno fijo predeterminados, sin necesidad de interactuar con la plataforma automática cada vez que se llama.



Otros servicios similares son ofrecidos por los principales portadores de larga distancia del mercado, destacándose los de Telefónica Mundo y Chilesat.

- ENTELCard: es la tarjeta de llamados líder del mercado para viajeros nacionales e internacionales. Permite efectuar llamados dentro del país, desde Chile al extranjero, desde el extranjero a Chile y entre países del extranjero, pagando el valor de las llamadas a fin de mes, en una cuenta personal asociada a la tarjeta. Durante gran parte del año 2002, el tráfico de pasajeros desde Chile al exterior disminuyó a consecuencia de los efectos provocados por los atentados del 11 de septiembre de 2001 en E.E.U.U., así como por la débil actividad económica en el país. No obstante, ENTELCard mantuvo su liderazgo en participación de mercado, sobre un 60%. Se sostuvo una fuerte presencia en los puntos de contacto con viajeros internacionales, tales como el aeropuerto de Santiago, agencias de viajes e IATA, entre otros. En el último trimestre del año, se lanzó un nuevo servicio en alianza con la tarjeta CMR Falabella, con el cual todos los usuarios de CMR pueden realizar llamadas telefónicas de todo tipo, cargando el costo de éstas a su cuenta CMR. Gracias a este servicio, se podrá abordar un mercado potencial superior a un millón 500 mil tenedores de tarjeta CMR Falabella.

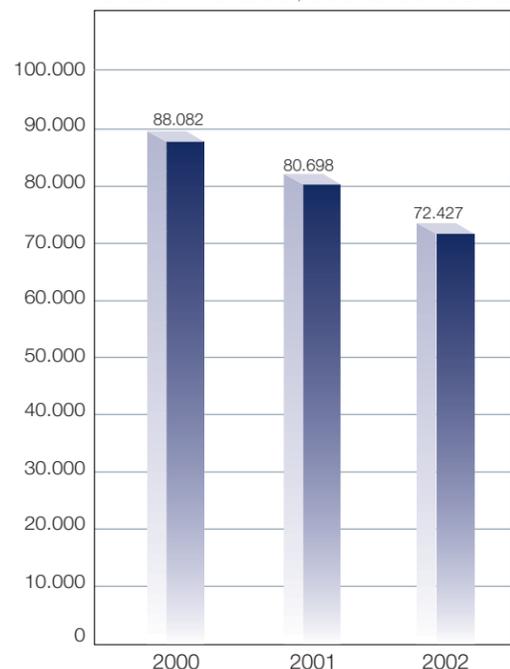




M E M O R I A E N T E L 2 0 0 2



Larga Distancia  
Ventas en millones de \$ de diciembre de 2002



Otras tarjetas de llamados que compiten en el mercado, son Mundo Card de Telefónica Mundo, Bellsouth Calling Card de Bellsouth y AT&T Calling Card de AT&T.

- **Servicios Audiorespuesta:** es una línea de servicios que provee a las empresas de canales de comunicación que permiten una participación interactiva con sus consumidores o público objetivo, mediante el uso de plataformas telefónicas, que atienden automáticamente gran cantidad de llamadas en forma simultánea. Este servicio se usa en concursos de programas de televisión, radio y prensa, como también en promociones de empresas de consumo masivo, servicios de información y de entretenimiento. Además, los servicios Audiorespuesta de ENTEL se utilizan para campañas de solidaridad. ENTEL Audio Respuesta permanece en su posición de liderazgo en servicios y soluciones telefónicas interactivas, por cuarto año consecutivo.

### Marco Regulatorio

Con el sistema multicarrier, los operadores sólo requieren de una licencia para proveer servicios de LDN y LDI y operar los medios de acceso al cliente final. Los carriers de larga distancia deben pagar cargos de acceso a los proveedores de servicio local por usar sus redes. Cada cinco años, el Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones actualiza estos cargos. En 1999, la autoridad redujo los cargos de acceso, ENTEL traspasó esta rebaja de costos a los consumidores. Para el año 2004, se espera la próxima revisión de los cargos de acceso por parte de la Subsecretaría de Telecomunicaciones.

### Telefonía Local

A través de su filial ENTELPhone, ENTEL inició operaciones de telefonía local en 1995 y hoy proporciona servicios a más de 98.000 líneas en facturación para los mercados Corporativo y Empresas, y secundariamente para el mercado Residencial. La interconexión que se realiza a través de fibra óptica, utiliza la red troncal de todo el país y cuenta con redes con topología de anillo para Santiago. Con ello, puede entregar a todo el mercado corporativo y empresarial Internet de alta velocidad y servicios de mayor ancho de banda, garantizando un excelente servicio a todos sus clientes.

La cobertura de la red local de ENTELPhone abarca gran parte de la Región Metropolitana y las ciudades de Iquique, Antofagasta, Concepción, Isla de Pascua, Coyhaique, Valparaíso y Punta Arenas. Durante 2003 la empresa estará presente con el servicio de telefonía local en diez nuevas ciudades: La Serena, Coquimbo, Rancagua, Talca, Chillán, Los Angeles, Temuco, Valdivia, Osorno y Puerto Montt. Con ello, ENTEL completará la oferta de servicios de telecomunicaciones provista a sus clientes corporativos y empresas.

ENTELPhone también aprovecha las posibilidades que ofrece la desagregación de redes de otras compañías locales, ampliando sustancialmente su cobertura en Santiago y Regiones.

La estrategia comercial está orientada a la venta integrada de servicios de alto atractivo para los clientes y maximizar la facturación promedio por usuario. Un ejemplo de lo anterior, son los servicios DSL Light y ADSL con telefonía (integra la telefonía e Internet de alta velocidad), los cuales se

comercializaron exitosamente durante 2002 y se espera evolucionen positivamente en el futuro. Para los clientes empresas y corporativos existen proyectos especiales que incorporan equipamiento.

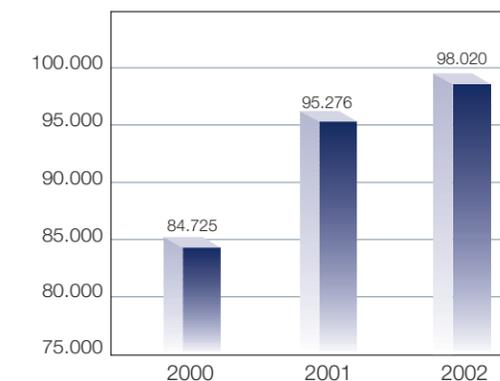
Durante el año 2002, se concretaron importantes contratos nacionales con empresas como minera Zaldívar, Corp Banca y Construmart, entre otros.

El mayor operador de telefonía local en el país es Telefónica CTC, con un 78% de las líneas en servicio y presente en la totalidad de los centros primarios. El restante 22% del mercado se distribuye entre ENTELPhone, VTR, Telefónica Manquehue, Telefónica del Sur, CMET, Telefónica de Coyhaique, Telesat, CTR, RTC, COTEL, Megacom y Natrans.

### Marco Regulatorio

ENTELPhone posee licencias para instalar y operar servicios de telefonía local en 21 comunas dentro de la Región Metropolitana e Isla de Pascua, así como en la principales ciudades del país.

Telefonía Local  
Número de líneas facturando



Telefonía Local  
Ventas en millones de \$ de diciembre 2002

