

# UNIVERSIDAD UNIACC

Part of the *Apollo Global*<sup>SM</sup> Education Network

**UNIVERSIDAD DE ARTES, CIENCIAS Y COMUNICACIÓN**

**Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales**

**Carrera de Periodismo**

**“PORTABILIDAD NUMÉRICA: LA GUERRA COMERCIAL A NUESTRAS  
ESPALDAS”**  
(Reportaje)

**Reportaje de prensa para optar al Grado Académico de Licenciado en  
Comunicación Social y Título Profesional de Periodista**

**Profesor/a Guía:**

**Miriam Lorca Campos**

**Estudiante/s:**

**Montserrat Lecaros Álvarez**

**Gustavo Guzmán Tapia**

**Material incluido:**

**CD – Respaldo en PDF**

**Santiago de Chile, diciembre de 2013**

**Índice**

**Resumen..... 3**

**Reportaje..... 4**

**Fuentes y referencias..... 30**

## Resumen

Reportaje elaborado entre 2011 y 2013, que se refiere al origen, desarrollo, resultado e impacto de la ley de Portabilidad Numérica en el mercado nacional de telefonía móvil, promulgada en el año 2011 y con vigencia desde 2012.

Con el objeto de aportar diversas perspectivas sobre este asunto y establecer una visión del futuro de telefonía móvil como consecuencia del efecto que supone esta nueva Ley, se establecieron canales de comunicación con los actores principales del mercado de telefónico, tanto a nivel institucional como privado. Además, como complemento informativo, cuenta con el relato cronológico de los sucesos relacionados con ésta, desde su inicio como proyecto hasta el presente, y brinda información sobre el estatus en cifras y sus efectos en el resto de Latinoamérica, generado por leyes de la misma naturaleza.

Palabras clave:

SUBTEL: Subsecretaría de Telecomunicaciones

TDLC: Tribunal de la libre competencia.

CONADECUS: Corporación Nacional de Usuarios y Consumidores

FNE: Fiscalía Nacional Económica.

**Portabilidad Numérica:**

**La guerra comercial a nuestras espaldas**

*Desde su promulgación en 2011, el proyecto de portabilidad numérica ha sufrido numerosos traspiés, entre ellos, el ser desplazado por otras prioridades de la agenda gubernamental. Hoy, a dos años de su ejecución, aún no se vislumbran grandes efectos en las tarifas de telefonía móvil, sin perjuicio de que en el mercado ya existen ocho compañías.*

En Chile, al 2011, existían -según cifras de la Subsecretaría de Telecomunicaciones (SUBTEL)-, 22 millones de celulares repartidos en un mercado cubierto por sólo tres proveedores. En este contexto, surgió la necesidad de realizar cambios en la ley, con el fin de estimular la competencia en el mercado y respaldar a los consumidores, eliminando el costo de perder su número telefónico al cambiar de compañía. Este último proceso se denomina portabilidad numérica.

Según la SUBTEL, portabilidad significa que cada usuario pasa a ser dueño de su número telefónico, permitiendo que éste migre de una compañía a otra, sin perderlo. “Adiós vínculos comerciales, bienvenida independencia y poder de decisión comercial”, aseguraba Pablo Bello, ex subsecretario de Telecomunicaciones y responsable de los primeros pasos del proyecto.

Esta normativa implicaba una modificación en el modelo de negocio de los proveedores; es decir, los usuarios tendrían más opciones para elegir, separando la decisión de compra del equipo respecto de quién le presta el servicio. Por lo tanto, la

## Portabilidad numérica, la guerra comercial a nuestras espaldas

competencia se daría principalmente por la calidad de señal, asistencia técnica y servicio al cliente, pasando el equipo a ser algo secundario.

### **El número es mío**

El proceso para convertirse en dueño de su número implica una serie de requisitos y actividades para concretar la exclusividad; entre ellas, la solicitud de portabilidad que debe generar el mismo usuario en la empresa donde desee migrar su línea, quien a su vez debe gestionar su cambio ante el Organismo Administrador de la Portabilidad (OAP).

Entre las condiciones mínimas está el no tratar números asociados a un delito, previamente informado por el cliente a la empresa (robo o hurto), o que se encuentre ya en proceso de portabilidad, el que debe ser resuelto en una fecha no superior a dos meses. Además, debe contar con sus obligaciones de renta al día con la compañía al momento de la solicitud. Una vez aprobada la portabilidad del número, se debe considerar un período breve de blackout del servicio, mientras la empresa receptora levanta su línea bajo los servicios de la nueva compañía, lo que implica cerca de dos horas con el teléfono sin servicio de comunicación.

### **El reinado de las empresas, pre portabilidad**

En 2011, Movistar era la empresa con más clientes en telefonía móvil, llegando prácticamente a tres millones de suscripciones, superando sólo en un 10 % a su par, ENTEL, y en un 50 % a una naciente Claro. Estos son los números que se

Portabilidad numérica, la guerra comercial a nuestras espaldas convirtieron en el principal fundamento de las autoridades para justificar que un cambio en el sistema era más que necesario.

Si bien la postura de estas tres empresas frente al proyecto de portabilidad nunca fue negativa -públicamente-, de forma silente se vieron obligadas a trabajar intensamente en proyectos de fidelización de clientes y en la creación de nuevos packs, que hicieran su oferta más atractiva ante el nuevo escenario. “Nosotros apostamos por nuestra comunidad y todos los beneficios que ella trae consigo. Apostamos, como estrategia de fidelización, por nuestro Club Movistar, además de una fuerte mejora en la experiencia de nuestros clientes y en la calidad del servicio que entregamos. Además, es pieza clave nuestra oferta multiproducto, que es una de la más convenientes del mercado”, sostenía Christian Schalscha, gerente de desarrollo de mercados de Movistar, en 2011 y actual director de ventas.

Por su parte, ENTEL se preparaba para lanzar un boom de ofertas atractivas, sin descuidar la calidad del servicio que entregaban, que los hizo ser calificados como los mejores, según la encuesta de satisfacción aplicada a los usuarios de telefonía móvil por la SUBTEL, el mismo año. “Somos muy competitivos, apostamos a la portabilidad y no tenemos miedo a la llegada de los nuevos actores y campañas más potentes. Cada año tenemos una rotación de clientes del 15 %, pero también tenemos claro que la gente se queda con una compañía no sólo por la oferta; es la calidad del servicio lo importante en la toma de decisiones. Confiamos en los clientes”, enfatizaba en aquel entonces Pedro Suárez, subgerente de regulación de ENTEL.

## Portabilidad numérica, la guerra comercial a nuestras espaldas

En el caso de Claro, la empresa que tenía más clientes en el segmento C2 y C3, apostaban por mantener la misma manera de negociación con clientes.

“Una vez que entren los nuevos actores continuaremos con esta estrategia que nos ha dado muy buenos resultados, y nos ha posicionado en el mercado como una empresa que piensa en sus clientes y ofrece lo que necesitan”, afirmaban desde el interior de la empresa.

¿Qué pasaba en la otra vereda? VTR Móvil, Virgin Mobile, Nextel, GTD Móvil y Netline preparaban -por separado-, una agresiva campaña publicitaria sobre lo que sería su inminente ingreso al mercado, la que estaría marcada por un fuerte discurso sobre la segmentación de precios y la transparencia en las tarifas en los llamados entre distintas compañías (ON Net y OFF Net), que aún no estaban reguladas.

### **Portabilidad en acción**

A finales de 2011 el escenario estaba listo para que en el primer semestre de 2012, la ley de portabilidad numérica entrara en ejercicio. Sólo faltaba que los clientes justificaran el porqué de esta ley.

Según datos entregados por SUBTEL, a octubre de 2013 se han realizado 1.403.308 portaciones móviles, de los cuales 802.095 provienen del sector prepago y 601.213 del postpago, liderando el proceso a nivel latinoamericano (ver infografía 1).

En su primer año, Movistar comenzaba a sacar cuentas no muy alegres, viendo la fuga en valores netos (entradas menos salidas), de sus primeros 109.123 clientes, número que a finales de octubre de 2013 aumentó a 188.665 bajas (ver

Portabilidad numérica, la guerra comercial a nuestras espaldas infografía 2). Balance que fuentes al interior de la empresa desdramatizan. “Nosotros hemos perdido muchos clientes simplemente porque éramos los más grandes. Hay que racionalizar el tamaño de cada una de las operaciones. Estamos igual de bien o mal que el de al lado”, afirma un alto ejecutivo de la empresa.

Al igual que Movistar, ENTEL comenzó de la misma forma su desafío frente a la portabilidad, perdiendo en el primer período 52.617 clientes, cifra que aumentó a 63.380 en 2013. Sin embargo, la empresa se enfrenta a una situación muy distinta. A pesar de los números negativos, consideraban esta pérdida de clientes como parte del resultado de su plan estratégico diseñado especialmente para enfrentar la portabilidad. Más de un 80 % de los usuarios que abandonaron la compañía, provenían del sector prepago. En cambio, un alto porcentaje de los nuevos clientes lo hacían en modalidad postpago, por lo que la pérdida terminó siendo compensada por el flujo recurrente de ingresos que estos le aseguraban.

Estos números se justifican si es que analizamos el ranking publicado por la SUBTEL año a año, organismo que recopila la experiencia y reclamos de los usuarios, para elaborar el ranking de las mejores y peores empresas de telefonía móvil. En 2012, Movistar era una de las compañías que acumulaba más quejas, en cambio Entel, era la que entregaba la mayor satisfacción al cliente, llegando a un 70%.

Según Jose Ignacio Stark, periodista especializado en Tecnología, la situación de Entel responde a que gran porcentaje de los usuarios asocia la marca con estabilidad, y como antes no podían cambiarse, porque no eran dueños de su



## Portabilidad numérica, la guerra comercial a nuestras espaldas

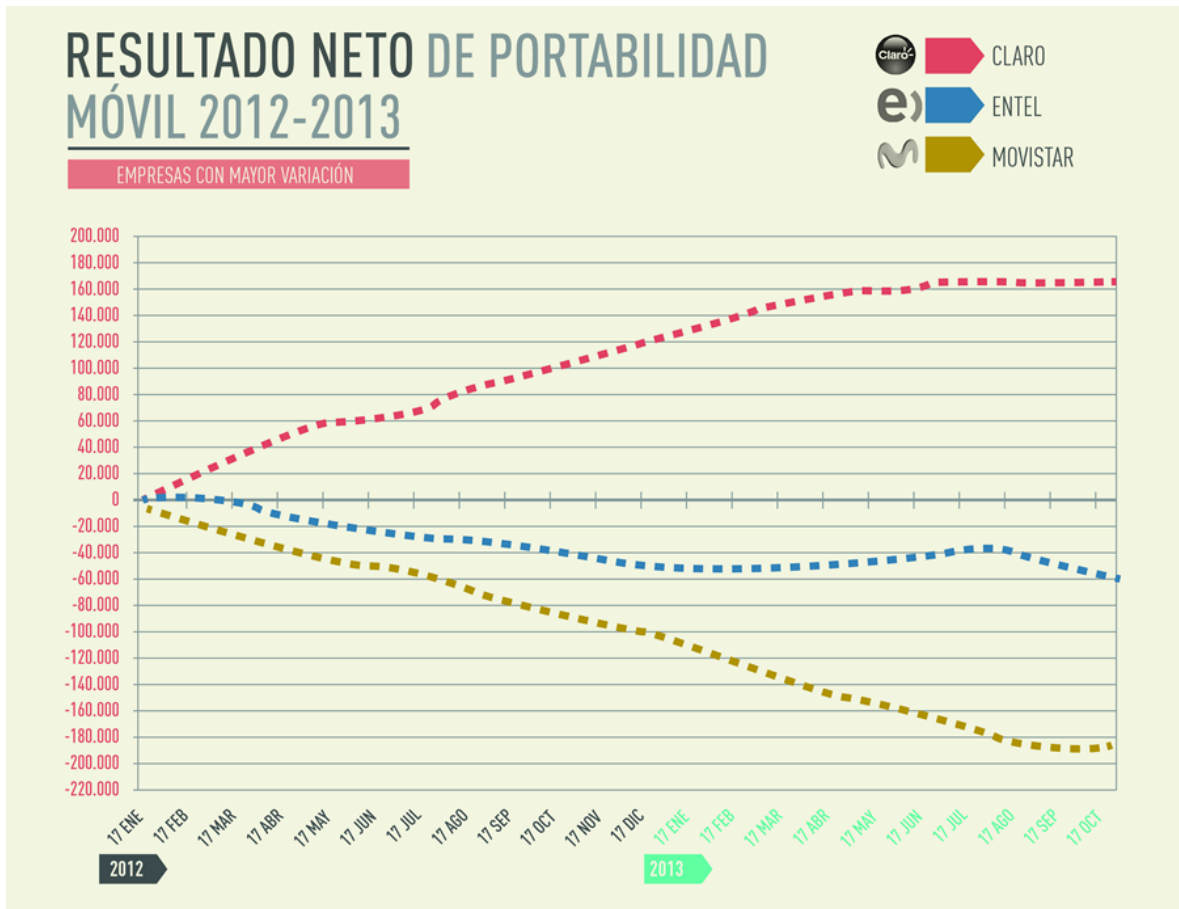
número, lo hacen ahora. “Son personas que trabajan todo el día con su equipo móvil. Por lo tanto, la estabilidad y disponibilidad de red se vuelve esencial. Estar siempre conectado”, enfatiza.

El resultado obtenido por estas empresas –anteriormente mencionadas- en el primer año de portabilidad, ameritaban la acción de sus áreas estratégicas. Así tomaron importancia inusitada todas las acciones de fidelización, con el objetivo de mantener a los clientes en la compañía. Salieron del anonimato las zonas y clubes de acumulación de puntos, descuentos en planes – por tiempo limitado- para las personas que daban a entender que comenzarían sus trámites de portabilidad, ofrecimientos para el cambio anticipado de equipos móviles y renovación de contrato, entre otros. “Nosotros realizamos un constante seguimiento a los programas de fidelización de clientes de todas las empresas. Nuestro programa es el tercero más reconocido de Chile, y en el top 10 no aparece nuestra competencia”, asegura Christian Schalscha, director de ventas de Movistar.

Una que conoció la otra cara de la moneda fue Claro, que sólo en el primer año recibió 126.358 nuevos clientes, llegando a 164.776 a mediados de 2013. Pero no todo eran cifras positivas. Según cifras entregadas por SUBTEL, un 65 % de este total de nuevos usuarios correspondía a clientes prepago, los que en su mayoría no generan gran cantidad de tráfico. Así, en noviembre de 2013, la empresa se vio obligada a desconectar a cerca de 435.000 clientes por tráfico nulo. “Sucede que los comportamientos del público van cambiando en el tiempo. En este caso, detectamos que había gente que ingresaba al sistema prepago de Claro, con la única finalidad de

## Portabilidad numérica, la guerra comercial a nuestras espaldas

cambiar su equipo móvil. Como no generaban tráfico, tuvimos que desconectarlos pasado el período que nos exige la ley, que es de 6 meses sin actividad”, explica Loreto Contreras, gerente de portabilidad y desarrollo de productos de Claro.



**Infografía 1: Resultado neto de portabilidad móvil 2012 - 2013.** En valores netos, Movistar es la empresa que se ha visto más perjudicada, llegando a la pérdida de 180.000 clientes aproximadamente, a octubre de 2013. (SUBTEL (2013) Reporte y balance de portabilidad, octubre de 2013. Recuperado en [http://www.subtel.gob.cl/images/stories/apoyo\\_articulos/notas\\_prensa/reporte\\_portabilidad\\_20131031.pdf](http://www.subtel.gob.cl/images/stories/apoyo_articulos/notas_prensa/reporte_portabilidad_20131031.pdf))

## **Los nuevos Operadores Móviles Virtuales (OMV)**

En Chile, son sólo cinco las empresas que cuentan con infraestructura propia para ofrecer sus servicios de telefonía móvil. Estas son: Entel, Movistar, Claro, Nextel y VTR Móvil. Todas las otras son Operadores Móviles Virtuales (OMV), empresas que deben utilizar la red de otra compañía con infraestructura propia, para ofrecer sus servicios (ver infografía 2). Este es el caso de la gran mayoría de los nuevos actores que han sumado al mercado de la telefonía móvil. Compañías como Virgin Mobile, ColoColo Móvil, Netline, Gtel, Falabella Móvil y cerca de 20 más que están en proceso de creación, y que ven el mercado de la telefonía móvil como la posibilidad de alimentarse de pequeños nichos de público, que en países como España y Alemania, cuentan con una importante cuota de mercado que va entre un 5 y un 15%.

Fue el mismo gobierno el que otorgó este fuerte espaldarazo a los empresarios interesados en el rubro, debido a las complicaciones técnicas y factor tiempo que se requiere para el desplegar una red de antenas por todo Chile, situación que no estuvo exenta de polémicas.

A fines del 2010, la Corte Suprema multó con 1.400 millones a Movistar, Entel y Claro, responsabilizándolos de la no materialización del ingreso de estos Operadores Móviles Virtuales (OMV) al mercado. "Las requeridas no han querido negociar condiciones comerciales claras y económicamente razonables, abusando del poder de mercado que detentan, negando la venta de facilidades para que los OMV pudiesen ingresar a la telefonía móvil", justificaba el fallo.

## Portabilidad numérica, la guerra comercial a nuestras espaldas

Así, las grandes empresas no tuvieron otra posibilidad que entrar a negociar.

A octubre de 2013, según cifras de la SUBTEL, estas OMV no alcanzaban a cubrir más del 2 % del mercado y prácticamente están muy lejos de ser una amenaza para los más grandes, declara un alto ejecutivo de una empresa de telefonía móvil. “Nosotros vendemos 300 mil líneas mensuales. En un mes hacemos toda la base de clientes de Virgin Mobile. Hoy día el efecto real de los nuevos actores sobre los operadores grandes es cero. Sigue siendo más importante lo que hacen Entel y Claro, que lo que hacen los otros operadores”, afirma.

Pablo Bello, el ex subsecretario de Telecomunicaciones, está de acuerdo con esta posición, asegurándonos que los OMV tienen márgenes de acción muy limitados y no ofrecen intensidad al mercado. “La competencia que pueden aportar los OMV se limitan a los márgenes de comercialización y la atención comercial. En tecnología, cobertura y calidad de la red no produce ningún beneficio. No estoy en contra de los OMV; todo lo contrario, creo que pueden hacer aportes comerciales, pero lo verdaderamente relevante es la intensidad de la competencia entre los operadores que realmente invierten en redes, no en publicidad o marketing. La competencia real la hacen quienes despliegan redes. El resto es casi anecdótico”, afirma.

Así también lo entiende Nextel, empresa que el mes pasado obtuvo el primer lugar en portaciones netas en el mercado postpago, quienes prefieren centrar su foco en la experiencia y tipo de cliente, más que en la masividad. “La estrategia de Nextel

Portabilidad numérica, la guerra comercial a nuestras espaldas en el mercado chileno está más enfocada en calidad de clientes que en cantidad”, declara Juan Oyarzábal, director de Marketing de Nextel Chile.

Francisco Chaparro, Marketing & Communications Manager de Virgin Mobile Chile, se defiende, argumentando que los clientes reconocen la oferta que propone la empresa, asociándola a una propuesta de valor y calidad. “Tenemos un customer service de alto nivel y con precios competitivos. En este sentido, dado que somos prepago, siempre podremos dar mejores ofertas que los grandes. No arriesgamos canibalización con postpago, ya que no tenemos”.

Con estos nuevos actores ya en escena, Pedro Pablo Errázuriz declaraba a mediados de 2012 que se estaba cumpliendo el objetivo que buscaban como gobierno: “el generar más competencia y hacer de este mercado uno más transparente y competitivo”. Pero, ¿los precios bajaron?

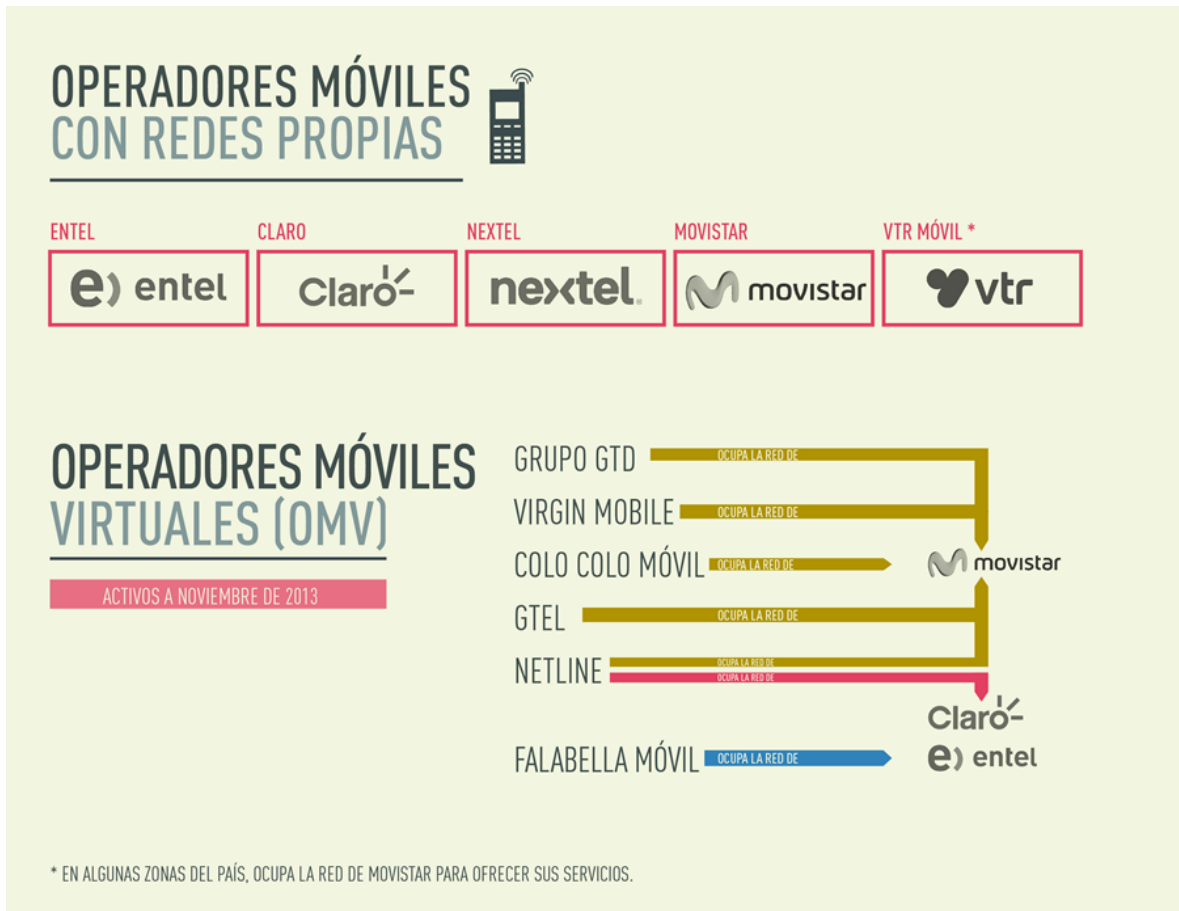
A principios de 2013, la SUBTEL comunicó que las tarifas prepago eran un 50 % más baratas que las existentes en 2011, y que los planes de suscripción también habían bajado en un 25 %, información que encontró diversas reacciones al interior de las empresas de telefonía móvil y ex autoridades, quienes aseguran que los precios no han bajado el último año. “Lo que pasa es que entró mucho plan de datos y se mezcló todo, pero en la práctica los precios no han bajado nada”, afirma Christian Schalscha, director de ventas de Movistar.

Según David Alvo, CEO de Lookup.cl, sitio web dedicado a la portabilidad numérica, “los números entregados por SUBTEL son falsos, ya que a principios de 2013 los planes de voz habían bajado sus valores en un 8%, y los de datos móviles

## Portabilidad numérica, la guerra comercial a nuestras espaldas

en un -2%. La única empresa que mostró una baja considerable en los valores todo destino fue Claro, con un -32%, pero no es generalizada”.

Como mencionamos anteriormente, a esta explosiva aparición de nuevos Operadores Móviles Virtuales (OMV) –a la fecha, 20 han sido autorizados por SUBTEL-, debemos sumar el ingreso del retail al mercado. Es el caso de Falabella Móvil y, en un futuro no muy lejano, el de Cencosud y Walmart, que cuentan con la gran ventaja de que tienen medios de pago propios, que en un país de baja bancarización como Chile resulta muy conveniente para segmentos de bajos ingresos. “Los retailers, aprovechando su gran base de clientes, pueden lograr sinergias comerciales importantes con ofertas atractivas, para los usuarios que contraten sus servicios”, asegura Jorge Atton.



**Infografía 2: Operadores móviles con redes propias.** Entel, Claro, Nextel, Movistar y VTR son las únicas empresas que cuentan con infraestructura propia. Los Operadores Móviles Virtuales arriendan éstas para poder ofrecer sus servicios. (SUBTEL (2013) *Los operadores móviles en Chile*. Recuperado del departamento de prensa de SUBTEL).

### **Al rescate de los usuarios**

Las compañías no son las únicas protagonistas de este proceso. Son los usuarios quienes sobre la base de su experiencia, sienten que la portabilidad numérica es la oportunidad de acceder a un beneficio real y de calidad. “Es esencial que los ciudadanos sean partícipes del proceso y no le resten importancia a las preguntas simples”, enfatiza el subsecretario.

Así lo entiende Alejandro Zelada, de 26 años, quien luego de nueve años en la empresa Movistar, agotado de constantes problemas en la señal y de una “pobre atención comercial”, según califica, se cambió a Entel, migración que antes no se hubiese podido concretar, ya que su número telefónico se había transformado en su principal fuente de oportunidades laborales. “Cuando llevas mucho tiempo con un número telefónico, perderlo conlleva un impacto demasiado grande para tus contactos profesionales y relaciones. Por lo tanto, si logras mantener ese número telefónico, la ganancia es doble, porque puedes disfrutar de mejores beneficios que te ofrecen otras compañías móviles existentes en el mercado y evitas la pérdida de tiempo y el desgaste que conlleva actualizar tu red de contactos”.

Para la SUBTEL el llamado seguirá enfocado hacia los usuarios, con el fin de que quien lo estime necesario, haga uso de la ley 20.741 de portabilidad numérica. “Deben ejercer su derecho y exigirle a su compañía actual las mismas ofertas y prestaciones que están disponibles para los nuevos clientes, o bien, optar por otra de las ocho compañías disponibles en el mercado, prefiriendo al operador que les entregue la mejor oferta precio/calidad”, recomienda Jorge Atton.



## Portabilidad numérica, la guerra comercial a nuestras espaldas

Una plataforma que simplifica este proceso para el usuario es Lookup.cl, una empresa creada por dos ingenieros chilenos, que vio en la implementación de la portabilidad numérica una oportunidad para innovar y de paso, ayudar al consumidor. “Lookup.cl nace justamente cuando mis dos socios y yo, estábamos buscando un plan de celular. Mareados entre tantas alternativas, decidimos construir esta plataforma”, explica David Alvo, CEO de Lookup.cl.

Al ingresar al sitio web, los usuarios deben completar una breve encuesta en la que se les consulta sobre sus requerimientos mínimos mensuales. Esto quiere decir: cantidad de minutos, a qué compañía móvil es a la que más llaman, si desean internet móvil, qué equipo móvil es de su preferencia, entre otros. Al completar este proceso, el sistema arroja todas las alternativas de suscripciones cercanas a los requerimientos del cliente. Luego, puedes pedir que una ejecutiva te contacte y así cerrar la contratación del nuevo plan. “Normalmente recibimos entre 500 y 2.000 consultas diarias. Un dato no menor es que el año pasado la empresa más buscada era Entel. Hoy lo es Claro, ya que le entrega beneficios especiales a quienes consultan y contratan por nuestro sitio web”.

### **Tarifa plana, a partir de 2014**

Un detalle importante en el que se fijan los clientes al momento de contratar un servicio de telefonía móvil, es saber con qué proveedor cuentan sus números frecuentes (amigos, familia, pareja, entre otros), debido a que las llamadas y mensajes de textos (SMS) entre la misma compañía, tienen un valor notoriamente más bajo en relación a la comunicación entre distintas empresas.

## Portabilidad numérica, la guerra comercial a nuestras espaldas

¿Cuál es la razón de este costo diferenciado? Para que un equipo celular se pueda comunicar a otro de diferente compañía (por ejemplo, entre Movistar y Claro), se necesita que las distintas redes de las empresas se comuniquen entre sí; esto genera un costo llamado cargo de acceso, proceso que tiene por nombre minutos On-Net y Off-Net. Éstos se modifican bajo un decreto tarifario cada cinco años, el que fue regulado hace unos meses por la SUBTEL.

Boris Santander, abogado de la Universidad de Chile y experto en libre competencia e ilícitos económicos, quien supervisó el ingreso de VTR y Nextel al mercado de la telefonía móvil, es uno de los principales detractores de esta práctica. “En realidad, a mí los cargos de acceso siempre me han preocupado. La discriminación de precios entre On-Net y Off-Net finalmente favorece a la empresa que tiene más clientes. Lo lógico sería que si ingresan nuevos actores, la competencia se intensifique y las empresas compitan por precios”, afirmó.

VTR Móvil, definió su postura durante este proceso frente a la Fiscalía Nacional Económica (FNE), afirmando que los cargos de acceso se deberían eliminar, ya que son valores ficticios que se agregan para que las empresas puedan ganar más dinero y se lo traspasan a los clientes.

Fue recién a finales de 2012, luego de meses de espera por una resolución, cuando salió humo blanco. El Tribunal de la libre Competencia (TDLC) informó a las compañías que a partir de 2014, todas las llamadas deben tener el mismo valor, independientemente si son consideradas On-Net u Off-Net. Esto será válido sólo para nuevas suscripciones. Por ejemplo, si tienes un plan por contrato a 18 meses

finalizando en agosto de 2014, tendrás que esperar hasta esa fecha para renovarlo y acceder a las nuevas tarifas.

Pero, ¿qué pasa si contrato un plan ahora? Mientras se realiza el cambio del decreto tarifario, los cargos han sido limitados, no eliminados. “Los planes que incluyen minutos diferenciados según destino de las llamadas, la proporción entre los minutos On-Net y Off-Net incluidos no podrá superar la proporción de los respectivos precios por minuto”, resalta el fallo del TDLC.

Francisco Chaparro asegura que esta resolución del Tribunal reafirma algo que era de conocimiento público: el abuso de las empresas con los clientes. “Es sabido que el mercado de las Telecomunicaciones siempre ha abusado de sus clientes en términos de precio y eso queda demostrado con la regulación de los cargos de acceso, que responde justamente a establecer parámetros estándar de precio, que permitan a los clientes tener conocimiento de lo que pagan, sin importar el horario o a la compañía que llama”.

Para la Corporación Nacional de Consumidores y Usuarios (CONADECUS), los cargos de acceso deberían regularse al promedio OCDE, para así, quedar a la par con el de los países desarrollados. “Los cargos de acceso tarifarios que se discuten actualmente y que encuentran resistencia por parte de los concesionarios Entel, Movistar y Claro, quienes controlan un 95% del mercado, deben reducirse al promedio OCDE que es cercano a \$12 para llegar incluso a lo recomendado, que es cero. Muy lejos de los \$60 que rige en la actualidad o los \$31 que proponen las tres compañías”.

## Portabilidad numérica, la guerra comercial a nuestras espaldas

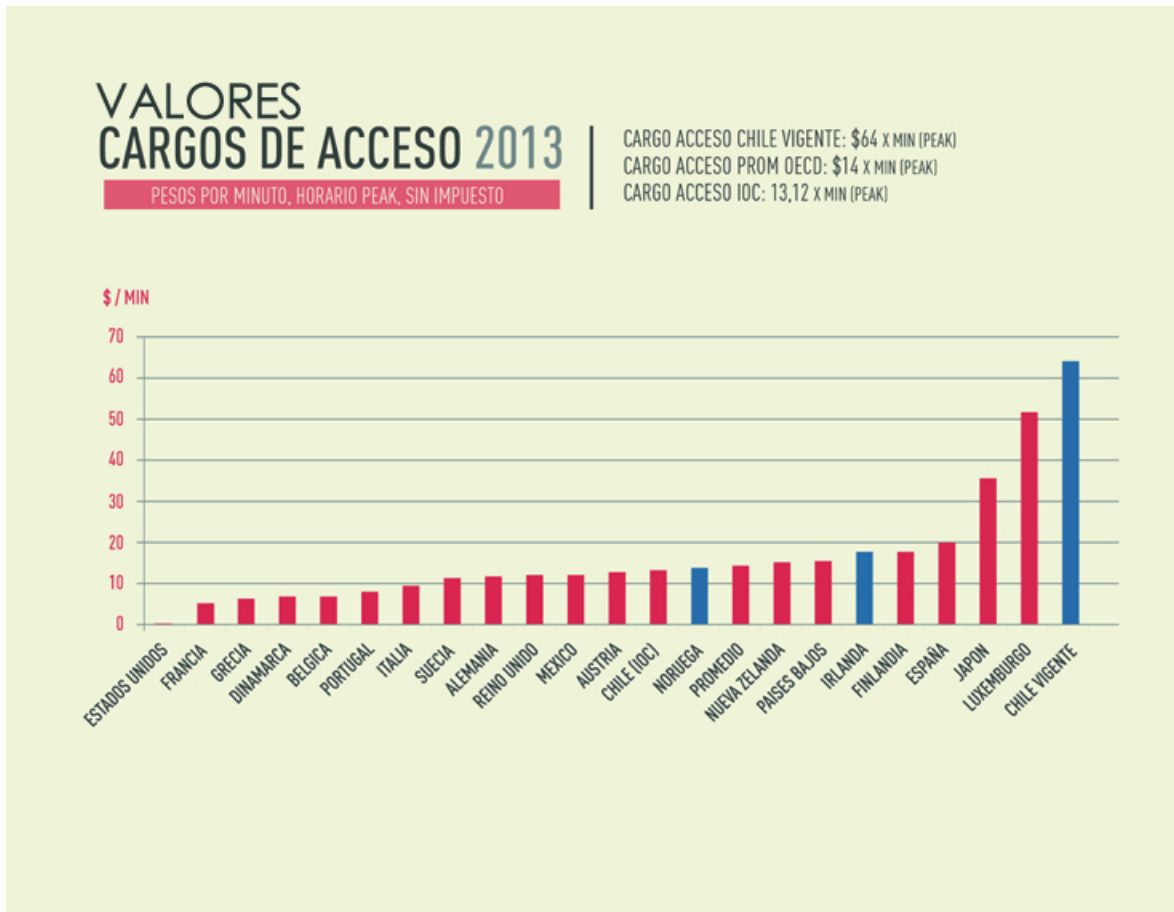
Jorge Atton, subsecretario de Telecomunicaciones, se suma a esta postura, afirmando que la propuesta que entregaron como organismo se rige bajo estos parámetros (ver infografía 3). “La propuesta de la subsecretaría en cargos de acceso, es alcanzar el promedio de los países miembros de la OCDE (\$14). Hoy vemos que en Chile la tarifa alcanza los \$59, un valor alto y que se transforma en una barrera competitiva para los operadores entrantes”, enfatiza.

Así también lo identifica Chaparro, quien advierte sobre un posible efecto de este nuevo decreto tarifario por sobre los operadores nuevos y más pequeños en el largo plazo. “Los llamados entrantes de otros operadores son bastante superiores a los realizados dentro de nuestra base, por lo que los ingresos por cargo de acceso son relevantes para el crecimiento. En otros países del mundo los cargos de acceso son asimétricos, lo que permite que los entrantes tengan mejores condiciones para poder crecer en el tiempo”.

¿Bajarán los precios para los clientes? Para CONADECUS, la mayor competencia y baja de tarifas, ocurrirá cuando haya una “significativa rebaja en los cargos de acceso”. No obstante, desde las empresas móviles ya consolidadas sostienen que, si bien esto generará que bajen sus costos cuando quieran acceder a la red de otra empresa, cuando llamen a la propia no les van a pagar la misma cantidad de dinero que antes, y en el saldo, perderán. “Nosotros hoy ganamos con los cargos de acceso, pero con este decreto tarifario tales ganancias disminuirán, afectando nuestros ingresos netos. Entonces ¿por qué deberían bajar los precios?”, afirma Christian Schalscha.

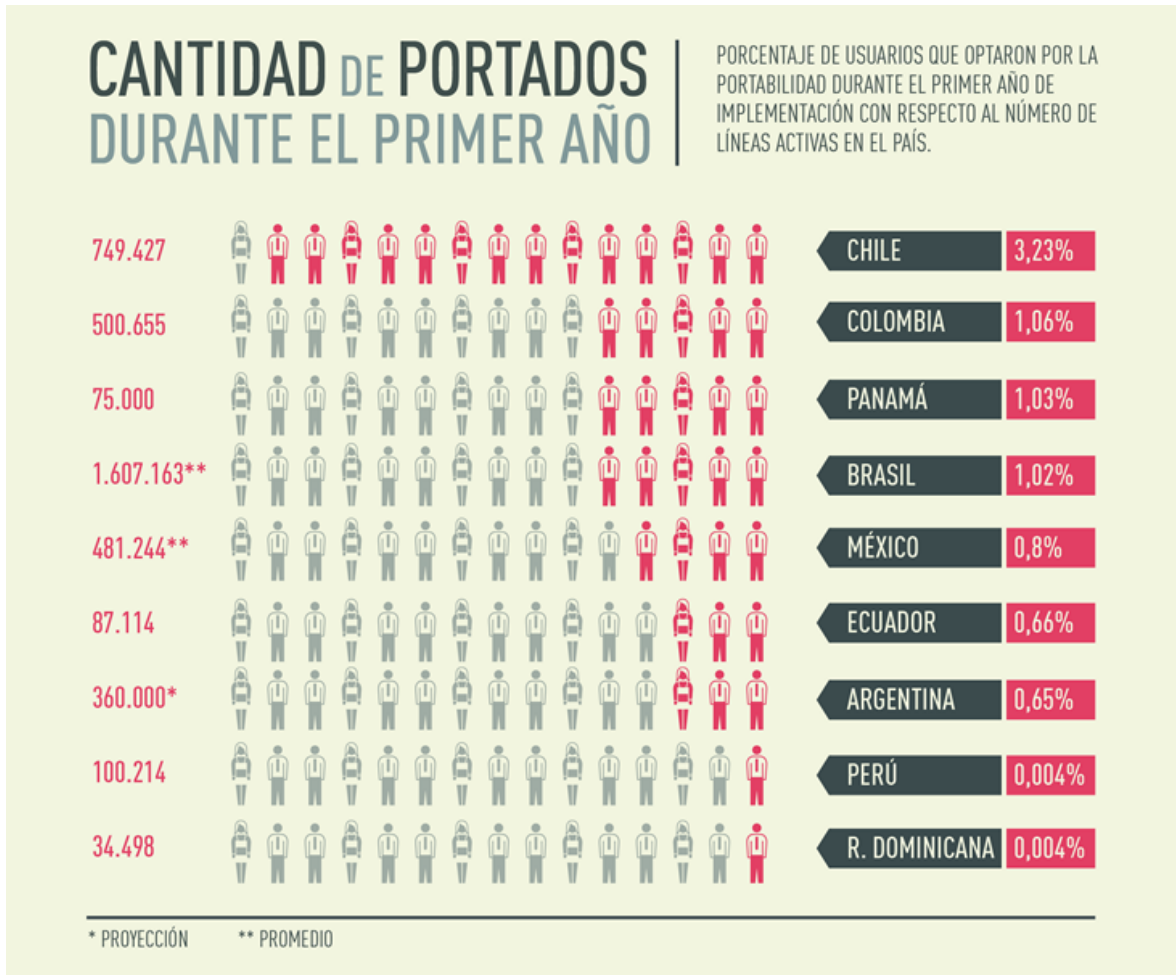
## Portabilidad numérica, la guerra comercial a nuestras espaldas

Para 2014 se espera que la portabilidad numérica derribe la barrera móvil para concentrarse en la telefonía fija, eliminando la tarifa diferenciada por llamadas de larga distancia, las que, según declaraciones de Pedro Pablo Kuczynski en un importante diario de circulación nacional, “deberían bajar diez veces su valor”.



**Infografía 3: Valores del cargo de acceso en Chile y otros países.** El valor del cargo de acceso en Chile cuadruplica el recomendado por la OECD, organización que sugiere un promedio de \$14 por minuto. (SUBTEL (2013) *Los cargos de acceso a nivel mundial*. Recuperado del departamento de prensa de SUBTEL).

La experiencia de los vecinos (Ver infografía 4 y 5)



**Infografía 4: Cantidad de portados durante el primer año de portabilidad.** Chile fue el país que más usó la portabilidad numérica, en su primer año de funcionamiento. A la fecha, Uruguay y Bolivia son los únicos países de Latinoamérica que aún no cuentan con portabilidad numérica. Sin embargo, en este último, las autoridades ya comenzaron a trabajar en ella y se espera que sea una realidad en los próximos meses. (América Economía (2012) *Cifras de portabilidad en latinoamerica*. Recuperado de <http://tecno.americaeconomia.com/noticias/chile-lidera-el-proceso-de-portabilidad-en-latinoamerica>)



**Infografía 5: La portabilidad numérica en Latinoamérica.** A nivel latinoamericano, normalmente son los proveedores quienes asumen como una inversión los costos para poner en marcha este beneficio, como en Chile. Sin embargo, tanto en Colombia como Brasil, la operación no es 100% subsidiada por todos los operadores, y son los mismos clientes los que asumen. (Look UP (2012) *A un año de la portabilidad*. Recuperado de <http://www.lookup.cl/un-ano-de-portabilidad/>)

## Fuentes y referencias

### Entrevistados:

Rodrigo Martinez: kittorm@gmail.com, +56 9 74965498

Alejandro Zelada: janozelada@gmail.com, +56 9 99997438

Gabriel Esteffan: gesteffa@gmail.com, +56 9 94981706

Christopher Holloway: christ.holloway@gmail.com, +56 9 94512816

Pedro Suarez Mall (ENTEL): psuarez@entel.cl

Catalina Hevia, encargada de la agencia de Claro nos entregó la información a nombre de la empresa, pero para la fecha (2011) no había una voz oficial que quisiera dar la entrevista, por lo mismo fue a modo de comunicado: [catalina@surmedia.cl](mailto:catalina@surmedia.cl)

David Alvo – Ceo de LOOKUP.CL: [david.alvo@lookup.cl](mailto:david.alvo@lookup.cl), +569 92180326

Diego Toro (SUBTEL), responsable del nexo entre Jorge Atton y nosotros: [diego.toro@subtel.cl](mailto:diego.toro@subtel.cl)

Mireya Leyton. Jefa de comunicaciones de VTR: [mireya.leyton@vtr.cl](mailto:mireya.leyton@vtr.cl), +56 02 310 1336

Pablo Bello, ex subsecretario de Telecomunicaciones y principal impulsor de la portabilidad numérica: [p.bello.a@gmail.com](mailto:p.bello.a@gmail.com).



## Portabilidad numérica, la guerra comercial a nuestras espaldas

Boris Santander: Abogado de la Universidad de Chile y Máster en Administración y Finanzas del Instituto Directivos de Empresa de Madrid. Profesor de Derecho Económico y de Derecho de la Competencia en la Universidad de Chile y en la Universidad Gabriela Mistral y Consejero del Instituto Chileno de Derecho y Tecnologías: +56 02 6515370 y +56 026515373

Álvaro H. González S, periodista de CONADECUS, +56 9 98303627

### **A través de LinkedIn**

Lorena de Lourdes: gerente Portabilidad y Desarrollo de Productos de Claro Chile.

Francisco Chaparro, gerente de Marketing y Comunicaciones en Virgin Mobile

Christian Schalscha, director de Ventas de Movistar Chile, +56 9 92802800

Juan Oyarzaval, director de Marketing de Nextel Chile

### **Algunas fuentes informativas complementarias**

Índice Nacional de Satisfacción de Consumidores (<http://www.procalidad.cl/>)

Boletín N°6: Llamado a licitación para designar al Organismo Administrador de la Portabilidad Numérica (<http://www.subtel.gob.cl/boletines/>)

Boletín N°9: Implementación de la Portabilidad Numérica en Chile(<http://www.subtel.gob.cl/boletines/>)

Boletín N°13: Normativa de SUBTEL establece desbloqueo para teléfonos y terminales móviles (<http://www.subtel.gob.cl/boletines/>)

Portabilidad numérica, la guerra comercial a nuestras espaldas

Reporte de Portabilidad Numérica al 9/2012, por SUBTEL:  
([http://www.subtel.gob.cl/images/stories/apoyo\\_articulos/notas\\_prensa/rep\\_portabilidad\\_2012\\_09\\_10.pdf](http://www.subtel.gob.cl/images/stories/apoyo_articulos/notas_prensa/rep_portabilidad_2012_09_10.pdf))

Reporte de Portabilidad Numérica al 10/2013, por SUBTEL:  
([http://www.subtel.gob.cl/images/stories/apoyo\\_articulos/notas\\_prensa/reporte\\_portabilidad\\_20131031.pdf](http://www.subtel.gob.cl/images/stories/apoyo_articulos/notas_prensa/reporte_portabilidad_20131031.pdf))