

Las metas que Entel buscará alcanzar en su negocio móvil, fijo y de empresas al 2028

La firma quiere aumentar su participación de mercado tanto en los servicios móviles como fijos, concentrándose en clientes mayor margen y rentabilidad. Además, buscará consolidar aún más su presencia en Perú.

PAULINA ORTEGA

Entel durante el 2025 tuvo un sólido desempeño económico, a pesar de las dificultades de la industria que se ha declarado en estrés financiero durante los últimos años. La firma de telecomunicaciones casi triplicó sus ganancias, al subir un 183% hasta los US\$211 millones.

El presidente de la compañía, Juan Hurtado Vicuña, destacó en la memoria de Entel que “en una industria altamente competitiva, capturó un 44% del crecimiento neto del mercado de suscripción móvil en Chile y un 27,5% en Perú. De igual forma, en el mercado de internet al hogar, y en un entorno muy competitivo, pudimos capturar un 42% del crecimiento neto de las nuevas conexiones”.

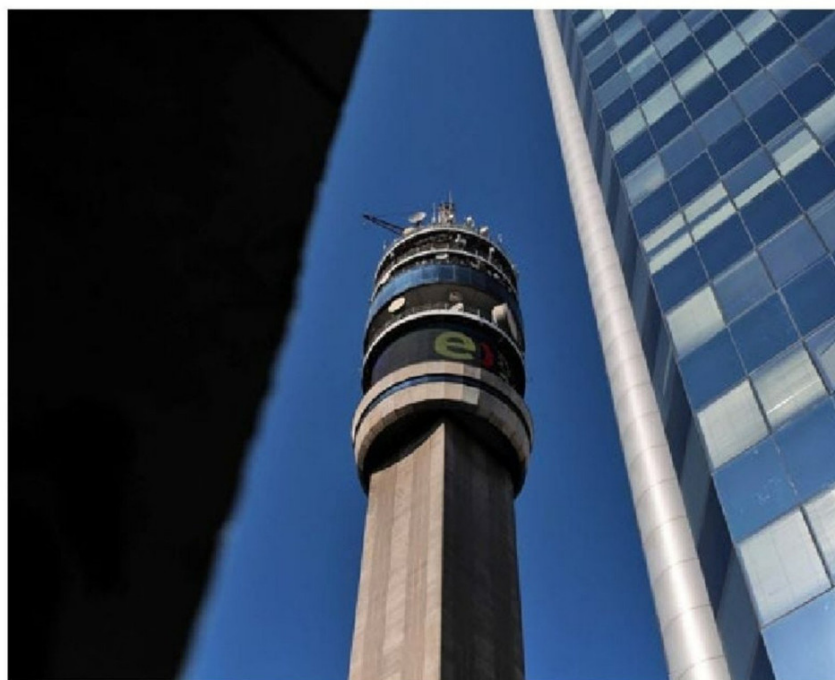
En línea con estos avances durante el año pasado, Entel definió en su memoria las metas de la firma para el periodo 2026-2028. A grandes rasgos, la firma definió como objetivos estratégicos sostener el liderazgo y rentabilidad de los negocios maduros en Chile: móvil y redes y datos; alcanzar escala de operación en negocio móvil de Perú; expandir los negocios core: Hogar y Pymes; capturar valor en negocios beyond core: Digital B2B y adyacencias B2C; y desarrollar habilitadores claves para la organización.

En el negocio móvil, Entel buscará ganar al 2028 entre 1 y 2 puntos porcentuales de participación en ingresos del servicio móvil, donde ya tiene más de un 40%, de acuerdo a la memoria.

“En este contexto, la compañía continúa impulsando un crecimiento sostenible enfocado en clientes de mayor margen y rentabilidad, tales como los clientes de pospago, aquellos con múltiples líneas y los clientes convergentes, fortaleciendo la calidad de sus ingresos y relaciones de largo plazo”, explica el documento.

En redes y datos, la compañía asegura haber alcanzado un abuena participación de mercado en empresas medianas y grandes, “pero aún podemos mejorar en rentabilidad y hay espacio para crecer en las micro y pequeñas, apalancados en la capilaridad de la red fija de Onnet”, dice. Con esto, espera alcanzar una participación de ingresos entre un 30% y un 32% al 2028.

Hace poco más de 10 años que Entel des-



embarcó en Perú, donde ha logrado consolidarse como el segundo actor con mayor participación de ingresos. Para el 2028 “la compañía busca profundizar su crecimiento para alcanzar mayor escala y eficiencia, ampliando su cobertura y consolidando una propuesta basada en la mejor red y una experiencia superior para los clientes, con el objetivo de fortalecer su rentabilidad y posicionamiento competitivo de largo plazo”, detalla Entel.

Con esto, el objetivo al 2028 es ganar entre 3 y 5 puntos porcentuales de participación en ingresos del servicio móvil; crecer hasta un 28% y 20% en participación de mercado en prepago; y alcanzar un margen ebitda móvil entre 28% y 20% al 2028.

INTERNET FIJO Y NEGOCIO EMPRESAS

Aunque Entel es el líder indiscutible en el mercado móvil en Chile, aún no ha logrado posicionarse como uno de los principales actores en el los servicios fijos. Eso sí, ha ido incrementando sus clientes con fuerza trimestre a trimestre.

“La experiencia del sector muestra que los clientes que cuentan con servicios móviles y fijos de un mismo proveedor suelen pre-

sentar mayores niveles de lealtad y menores tasas de churn (cancelación). Esto refuerza la creciente importancia de los servicios fijos para la industria de las telecomunicaciones. Por eso, nos hemos propuesto crecer en hogares con servicios de fibra para proteger nuestra base móvil en Chile y Perú, consolidándonos como un actor relevante en el mercado fijo de ambos países”, explicó Entel.

Es por esto que en Chile perseguirán conseguir una participación de mercado en internet fijo de entre 18% y 20%, una meta ambiciosa, considerando que al cierre del 2025 tenían una cuota de apenas 10,1%.

En el negocio de Pymes, buscarán sumar de 5 a 7 puntos de participación de mercado de internet fijo. En tanto, en el negocio digital B2B, aspiran a representar entre un 8% y 10% de los ingresos consolidados de Entel.

“El logro de los objetivos estratégicos requiere de una organización más ágil, liviana, capaz de adaptarse rápidamente a los cambios y obtener resultados en plazos cada vez más cortos. Por eso, estamos impulsando una serie de cambios culturales y estructurales profundos que han requerido años de planificación”, declaró Entel. ●