



EL DEAL

Fibra óptica, el frente de batalla abierto en el nuevo ciclo de las telco

POR MARÍA JESÚS DOBERTI

A medida que Telefónica se desprende de activos en la región para concentrarse en Europa, y WOM redefine su estrategia tras salir del Chapter 11, el negocio de las telecomunicaciones vive un punto de inflexión. Con márgenes cada vez más estrechos en el segmento móvil, la competencia se está trasladando a un campo más abierto: la fibra óptica.

Este negocio, además de ser más rentable, muestra una proyección más sólida gracias a las condiciones actuales del mercado. "Esto será así hasta que la penetración sea tan alta que ya no quede mucho más por ofrecer, como ocurre hoy con el móvil", explicó el director ejecutivo de G&A Consultores, Daniel Gurovich. Aún falta tecnología y expansión en zonas apartadas, especialmente fuera de los centros urbanos.

"Es una industria que se está desarrollando activamente", comentó el subsecretario de Telecomunicaciones, Claudio Araya. "Sobre el 67% de los hogares tienen internet fijo y de esos más de 72% es vía fibra óptica. Hoy que considerar que hace cinco años las conexiones de fibra óptica no llegaban al 55%", agregó.

Actualmente, el principal actor en esta tecnología es Movistar, que concentra cerca del 40% del mercado (ver gráfico). Le siguen Mundo Pacífico (controlado por Digital Bridge) con el

Con los márgenes cada vez más estrechos en el negocio móvil, las grandes operadoras concentran sus estrategias en el desarrollo de la fibra. Movistar busca defender su liderazgo, mientras ClaroVTR quiere abrirse espacio en el podio y Mundo Pacífico, GTD, Entel y WOM también avanzan en sus planes de expansión.

27,1%, Entel con el 12,3%, GTD con el 8,8%, WOM con el 6,0% y Claro VTR con el 5,2%. Pero este panorama está lejos de ser definitivo. La competencia se intensifica y el tablero podría cambiar.

Los dueños de los cables

A diferencia de la telefonía móvil —donde cada operador suele contar con su propia red de antenas—, en el negocio de la fibra óptica se impone un modelo distinto: la infraestructura es compartida. Esto no solo reduce costos, sino que permite una expansión más acelerada.

El ejemplo más claro es On*net Fibra, propiedad del fondo KKR (60%) y Telefónica (40%), que ya opera con gigantes como Movistar, ClaroVTR, Entel y DirecTV. Su red tiene el potencial de conectar a 4,5 millones de hogares.

En la otra vereda está Holdco Networks, también con estructura mayorista y bajo el control de Digital Bridge. Esta firma opera de la mano de Mundo Pacífico, que funciona sobre esa misma red y comparte con ella la casa matriz, Holdco.

El ambicioso plan de crecimiento de Mundo Telecomunicaciones para 2025 es claro: llegar a 1.200.000 clientes conectados, con una meta de capturar el 24% del mercado de Internet fijo y un 33% del de fibra óptica. "La base del crecimiento estará en zonas del sector oriente de la Región Metropolitana, el norte del país (Atacama, Antofagasta y Arica-Parinacota), además de la Región de Los Lagos", detalló el CEO de la compañía, Enrique Coulemblé Picchi.

En tanto, un nuevo operador entró al segmento mayorista: EquiFiber, del fondo CMB ligado a Larrain Vial. Luego de comprar la infraestructura de fibra óptica de Entel que comprende ocho comunas, 372.000 hogares y más de 7.500 kilómetros, desde enero opera su primer y único contrato con la operadora chilena, pero tiene el objetivo de incorporar nuevos clientes.

La guerra de las operadoras

Con el campo de batalla apoyado en la infraestructura de firmas mayoristas, los operadores buscarán consolidar su posición de mercado

en los próximos meses y años.

La ambición es grande. ClaroVTR, por ejemplo, quiere alcanzar un 30% de participación en fibra óptica a 2027.

"Solo en 2024, experimentamos un crecimiento superior al 60% en nuestra base de clientes de fibra, lo que demuestra el impacto positivo de la integración y, este primer trimestre, mantenemos un crecimiento de dos dígitos mensualmente, lo que nos permite estar confiados en que logremos las metas que nos propusimos en nuestro plan estratégico", comentó el director mercado personas Claro VTR, Nicolás Sabando.

Entel no se quiere quedar atrás. Sin ir más lejos, el número de clientes conectados creció más de 50% este año, explicado por el lanzamiento de fibra. "Tenemos una meta muy ambiciosa de crecimiento en el negocio de fibra, esperamos alcanzar una participación de mercado del 20% al 25% al año 2028. Respecto a la zona de influencia, esperamos llegar hasta Puerto Montt durante los próximos meses", comentó el vicepresidente de B2C Entel, Matías

del Campo.

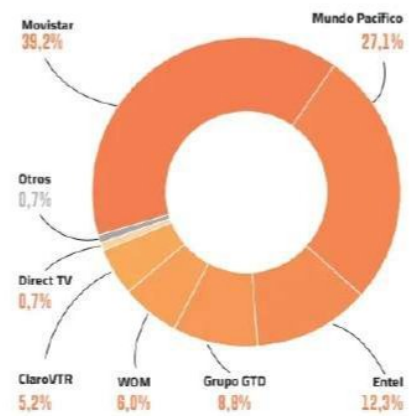
GTD tiene 77.500 km de fibra que llegan a 188 comunas e incluso con tramos submarinos.

WOM, por su parte, hasta el momento se ha desplegado en su propia infraestructura. Esta es diferente a la Fibra Óptica Nacional (FON), que para llegar a los hogares aún necesita más redes, así que se mantendrá como un negocio B2B. Sin embargo, "para alcanzar a nuevos clientes estamos explorando si hay oportunidades de crecimiento rentables, ya sea a través de potenciales mayoristas, compartiendo infraestructura o bien ampliando nuestra red propia", dijeron desde la compañía. Esto dado que uno de los objetivos de la nueva WOM, que acaba de volver con nuevos dueños del Chapter 11, es incrementar su base de clientes e ingresos, manteniendo su penetración de mercado de manera rentable.

Movistar cuenta con 1,3 millones de clientes en 180 comunas. En 2024 sumaron más de 350 mil nuevos. Para mantener el liderazgo la firma va "a seguir priorizando la mejora continua de nuestra propuesta", contó el gerente desarrollo negocio hogar Movistar Chile, Ariel Griffouliere, mientras siguen expandiendo el alcance de la propuesta que ya tienen. Además, la firma cuenta con dos zonas de FON (Macrozona Sur y Tarapacá) que quieren utilizar para masificar el acceso a la fibra a comunidades rurales. **ES**

RADIOGRAFÍA DE LA FIBRA ÓPTICA EN CHILE

Participación de mercado



FUENTE: SUBTEL

Conexiones fijas según tecnología a través de los años

