

Amazon entrará a competir con Starlink y Hughes: La disputa satelital que se avecina en el mercado de internet chileno

Pese a la irrupción de este segmento, los operadores locales siguen viendo este negocio como un servicio complementario a la red existente.

NICOLÁS BIRCHMEIER R.

La competencia por el mercado de internet satelital en Chile comienza a tomar forma. Si bien actualmente Starlink, empresa ligada al magnate Elon Musk, lidera este mercado a más de dos años de su arribo oficial, en los próximos meses aterrizará otro peso pesado en el país: el gigante Amazon, propiedad del empresario Jeff Bezos.

Project Kuiper, el brazo de internet satelital de Amazon, ofrecerá sus servicios a través de una alianza con DirecTV en Chile y América Latina, con la meta de proveer una conexión más rápida y asequible a la red. La fecha de su despliegue comercial estaría prevista para fines de 2024 o inicios de 2025.

Pero no estarán solos en esta batalla. HughesNet, que opera desde 2019 en el país, selló el año pasado un acuerdo de distribución global con la inglesa OneWeb, compañía que utiliza la tecnología de satélites LEO (Low Earth Orbits o sistemas de órbita terrestre baja), para frenar la arremetida de sus competidores en este mercado.

En este contexto, expertos ven con entusiasmo la disputa que se avecina para el mercado chileno, debido al acelerado crecimiento que ha registrado en los últimos años.

De acuerdo con los datos de la Subsecretaría de Telecomunicaciones (Subtel), en octubre de 2021 —previo al arribo de Starlink— se contabilizan 13.277 usuarios en este segmento que eran abonados de HughesNet. Al cierre del primer trimestre de este año se registran 58.314 clientes, de los cuales 50.423 son de la empresa de Elon Musk y el resto, de Hughes.

La suma de abonados entre enero y marzo de 2024 implica un alza de 77% frente a igual período de 2023.

“Estas soluciones (internet satelital) lo que hicieron fue resolverme la pega, porque mi trabajo era tener cobertura de servicios en todos lados y hoy día eso existe. En ninguna parte del país me pueden decir que no hay ningún tipo de señal porque, al menos, hay un Starlink”, dice Claudio Araya, subsecretario de Telecomunicaciones. Agrega que esto implica que “hay que avanzar en una fase 2 para que ‘ese Starlink’ dé señal donde no están los otros, y en eso hemos ido avanzando, sobre todo, con los gobiernos regionales (...); hoy para nosotros son un aliado formidable, porque vienen a resolver un problema que de otra forma era muy difícil de resolver”.

La autoridad también señaló que en el mercado móvil se espera la entrada del operador internacional AST para ofrecer servicios directos al teléfono, lo que sería “significativo para lidiar en situaciones, por ejemplo, como las catástrofes, cuando las redes móviles se caen”.

Competencia

En el sector de telecomunicaciones ven que la llegada de un nuevo actor del calibre de Amazon ayudará a desplegar con mayor celeridad la cobertura de internet en localidades que aún están descubiertas por estos servicios.

“La industria satelital, que hasta ahora era como el invitado de piedra, logró sentarse en igualdad de condiciones (con el resto del mercado). Antiguamente siempre era una solución de respaldo o una solución alternativa, mientras se instalaban o se desplegaban las redes fijas de móvil. Lo que ha pasado en los últimos cuatro años ha sido la consoli-

dación de un mercado que de cara al cliente ha resuelto necesidades de conectividad a muy buen nivel”, dice Rodrigo Ramírez, ex-subsecretario de Telecomunicaciones durante el segundo mandato de Michelle Bachelet.

Ramírez enfatiza que Chile actualmente es “la gran puerta de entrada para los servicios que después se comercializan en la región”. “Chile tiene una arquitectura regulatoria y normativa que facilita la prestación del servicio satelital; es decir, acá las bandas de espectro que están orientadas y destinadas para el uso y recepción de satélites están bien definidas cuáles son esas frecuencias. Por lo tanto, no hay incertezas para estos negocios satelitales”, dice. “Tenemos que cuidar todo lo que hemos hecho como país, en materia de política pública que entrega, precisamente, esa certeza de inversión. Las empresas de satélites vienen a Chile porque aquí han podido innovar y saben hasta dónde da el ecosistema digital satelital”.

Para Alfie Ulloa, presidente del gremio ChileTelcos, con la irrupción de los actores satelitales “la cobertura dejó de ser un problema, ya que en cualquier parte del país puede haber cobertura de internet inalámbrica por vía satelital”. Este panorama impulsaría una mayor competencia de internet en el mercado local, pese a que “probablemente los satélites nunca lleguen a tener la misma velocidad y latencia que la fibra óptica, pero tienen la ventaja de que no se requiere desplegar la red”.

En Hughes apuntan a continuar compitiendo en el mercado chileno, pese a la arremetida de Starlink y el futuro arribo de Amazon Kuiper. Este año comenzarán a implementar “Hughesnet Fu-

AVANCE
 La suma de abonados entre enero y marzo de 2024 implica un alza de 77% frente a igual período de 2023.



Casi 60 mil usuarios en el país han contratado los servicios ofrecidos por Starlink y Hughes.

sión”, su servicio de internet satelital de baja latencia para consumidores en Chile, que se desplegará inicialmente en las regiones de Biobío, Ñuble y La Araucanía.

“La competencia en el mercado de telecomunicaciones es beneficiosa y mantiene a todos los actores dinámicos y en constante innovación”, señala Benjamín Valverde, gerente general de la división de consumo para América Latina de Hughes. “El mercado es lo suficientemente grande como para que varios proveedores puedan coexistir y prosperar”, agrega.

Bruno Henriques, líder de Desarrollo de Negocios Latam en Project Kuiper de Amazon, afirmó en entrevista con “El Mercurio” a mediados de junio que, si bien reconocen que “estamos llegando después de la competencia”, estiman que poseen una ventaja debido a que “la constelación de Amazon opera en una frecuencia diferente, donde tenemos muchísimo más espectro; radiofrecuencia quiere decir capacidad en megabits por segundo y, por lo tanto, nosotros creemos que uno de los diferenciales va a ser la velocidad”.

Operadores locales

Si bien en el mercado local ven con buenos ojos la entrada de los

operadores de internet satelital, aún consideran que este segmento se trata de un servicio complementario a la oferta existente de internet en el país.

“El internet satelital es una buena solución, pero no es una solución masiva. El satélite no va a tener nunca capacidad tan grande para poder ser una competencia”, afirma Manuel Araya, gerente de Regulación y Asuntos Corporativos de Entel.

“Para la industria de telecomunicaciones, lo que es ‘internet tradicional’ son principalmente aquellas tecnologías antiguas, como el cobre, ADSL o HFC, las cuales no cumplen con los estándares que hoy requieren los clientes residenciales o corporativos. Hoy la tendencia es la fibra óptica, que ofrece velocidades simétricas, rapidez, estabilidad y potencia en wifi, con planes que alcanzan los 2.000 Mbps y con potencial para llegar a 10 Gbps”, sostiene Carlos Norambuena, gerente de Corporaciones en Movistar Empresas. “Cabe resaltar que el internet satelital nunca va a llegar a los niveles de servicio que puede entregar la fibra óptica, pero sí es un gran complemento”, añade.

Por el momento, las principales firmas locales se han ido adaptando a esta irrupción bajo el modelo de asociaciones para

cubrir ciertos nichos de negocio. Desde el año pasado, GTD y Movistar son distribuidores del sistema de Starlink para ofrecer conectividad a su segmento de Empresas.

“Esta integración no solo garantiza una conexión robusta y resiliente, que mejora la continuidad y eficiencia operativa de los negocios, sino que también nos permite diseñar soluciones adaptables a las necesidades de cada empresa”, dice Carolina Araya, gerente Corporativo de Soluciones, Estrategia de Infraestructura y Segmento Mayorista de GTD.

En el caso de Entel, firmaron una alianza comercial para ofrecer servicios de conexión satelital en el mundo móvil. Esto permitirá que los celulares de la compañía podrán conectarse a su red a través de la tecnología Direct to Cell, con un despliegue que comenzaría a fines de 2024. “El servicio de internet móvil satelital permitirá a nuestros clientes estar conectados en lugares remotos, donde hoy no existe conectividad móvil terrestre. En un inicio estará disponible la comunicación mediante mensajería y, luego —en una segunda etapa—, se avanzará en incluir voz y datos”, dice Matías del Campo, vicepresidente del Mercado Personas de Entel.