

BFT desafía a los grandes operadores de fibra óptica en Perú tras alianza clave con Pangea

■ La firma espera cubrir hasta 500 mil hogares en Lima y acelerar su crecimiento mientras Telefónica están en retirada.

POR MARÍA GABRIELA ARTEAGA

Desde hace unos años, el mercado de telecomunicaciones en Perú ha venido reordenándose. No solo han entrado y salido actores, como es el caso de Telefónica -hoy en manos de la argentina Integra Tec-, sino que el sector ha tenido un crecimiento moderado, mientras muestra señales firmes de consolidación.

Solo en 2024, la industria experimentó un alza de 1,1% interanual hasta los 21.120 millones de soles (US\$ 5,720 millones) en ingresos lo que, aunque fue un crecimiento discreto, reafirma la tendencia hacia la digitalización y la atracción de inversión hacia el sector.

En esa línea, y ante la necesidad detectada de expandir la oferta en

fibra óptica, se fundó en 2021 BFT Internet, una compañía creada por el chileno Mario Navarro junto a un socio peruano. “Nacimos como un ISP (Proveedor de Servicios de Internet) para trabajar redes neutrales; es decir, con el fin de no tener infraestructura, sino arrendarla y comercializar servicios de Internet fijo”, contó el ejecutivo en entrevista con **DESUD**.

Sus primeros pasos en el mercado los dio con ATP, un proveedor de infraestructura digital que opera en la región andina. Sin embargo, “en vista de que no había más proyección de crecimiento de esa red, acordamos dejar de lado el acuerdo de exclusividad, abrimos a otras redes y ahí apareció Pangea”, relató.

Con ello se refiere al más reciente hito que logró BFT con la firma española que, hasta hace poco, le arrendaba la infraestructura a Telefónica. “Ya tenemos clientes conectados en dos nodos importantes: uno que cubre parte de Miraflores y Surco, y otro que atiende San Miguel y zonas aledañas”, explicó Navarro.

Y detalló que este paso les permitirá alcanzar una cobertura de hasta 500 mil hogares solo en Lima Metropolitana; una cifra significa-



tiva considerando que Pangea tiene infraestructura para llegar a cerca de 3,4 millones de viviendas.

Consultado sobre la competencia, el ejecutivo aseguró que la diferencia está en “mejor experiencia del usuario dentro del hogar, más allá de la simple velocidad de conexión”. “Todos ofrecen fibra óptica, pero pocos se preocupan por lo que pasa después de que la señal llega a la puerta. Nosotros sí. Buscamos optimizar la conexión inalámbrica dentro de casa y asegurarnos de que todos los dispositivos reciban una buena señal”, agregó.

Por ello, BFT ha decidido no incluir televisión de pago en su oferta, apuntando a un público más joven, que ya consume contenidos *on demand* y privilegia el *streaming*.

Entorno y oportunidades

Haciendo lectura sobre el entorno en el que BFT se desenvuelve, Navarro destacó la “profunda transformación

US\$1,2 MILLONES
EN INVERSIÓN HA RECIBIDO BFT.

que ha vivido Perú en los últimos años”.

El país pasó del puesto 69 al 24 en el ranking de velocidad promedio de internet de la OCDE, siendo hoy el segundo más rápido de la región, solo después de Chile. Este salto -señaló- se debe en gran medida al despliegue directo de redes de fibra óptica, sin haber pasado masivamente por tecnologías intermedias, como el ADSL o el cable coaxial.

“El mercado peruano está aún en etapa de expansión. Queda uno o dos años más de crecimiento sostenido en redes de fibra, antes de que las empresas empiecen a competir por

los mismos clientes”, advirtió.

Ese es el *timing* que vio BFT, al que se sumó el factor Telefónica, lo que, a su juicio, representa una gran oportunidad: solo entre marzo de 2024 y el mismo mes de 2025, la firma perdió más de 150 mil clientes netos, lo que equivale a una caída trimestral de 4% en su base de usuarios de internet fijo.

El avance de BFT también se ha sostenido gracias a una inversión acumulada de US\$ 1,2 millones, destinada a gastos operativos y posicionamiento de marca.

Hoy, la empresa está conectada a varias redes neutrales, como ATP, WINyUfinet, y a futuro quiere ofrecer acceso a terceros operadores que se sumen a sus conexiones.

Si bien por ahora el foco está en Lima moderna, no descartan una expansión nacional -e incluso internacional-, dependiendo de cómo evolucione el entorno competitivo y regulatorio.