

Guerra satelital toma forma: Amazon desafía a Starlink y prepara ofensiva en el mercado

POR MAGDALENA ESPINOSA

La carrera por el dominio del internet satelital de órbita baja (LEO) entra en una fase decisiva en la región. Mientras Starlink —la filial de SpaceX del empresario Elon Musk— ya opera comercialmente en varios países latinoamericanos con foco fuerte en el segmento residencial, Amazon prepara su desembarco comercial apoyándose en un socio con presencia territorial y estructura operativa consolidada.

Hace dos años, el holding liderado por Grupo Wertheim, Waiken —que integra conectividad, streaming, televisión por suscripción, contenidos y tecnología— firmó un acuerdo con Amazon para distribuir los servicios de Project Kuiper en el segmento de consumidor final.

Ahora, ambas compañías extendieron la alianza hacia el segmento corporativo, incorporando clientes empresariales y eventualmente gubernamentales a un potencial de 15 millones de empresas en Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, Paraguay, Perú y Uruguay.

Cronograma parcial

De acuerdo a Guillermo Vásquez, director de Alianzas Estratégicas y Desarrollo de Nuevos Negocios para América Latina de Waiken, todavía no hay un lanzamiento comercial oficial a nivel global por parte de Amazon. "El servicio se activará comercialmente una vez que la constelación esté lo suficientemente completa como para garantizar un nivel adecuado de cobertura".

Sin embargo, el ejecutivo explicó que mientras se sigue avanzando en este proceso Waiken quiso extender su contrato "de B2C hacia B2B". "Próximamente tendremos más información sobre la fecha de lanzamiento comercial. Mientras tanto, el servicio aún no está disponible para su oferta masiva", agregó.

Amazon comenzó la construcción de su red a finales de 2025. Actualmente, la empresa cuenta con más de 200 satélites en órbita y planea más de 20 lanzamientos para 2026. La red de Jeff Bezos necesita 3.000 dispositivos en total para alcanzar la capacidad de servicio deseada.

La empresa de Jeff Bezos planea de la mano de DirecTV una arremetida en la región con ofertas más agresivas y soluciones completas dirigidas tanto a hogares como a compañías.

Ante este panorama y considerando el rápido despliegue de Starlink en los últimos años, Señal DF consultó a Guillermo Vásquez sobre la posibilidad de una oferta comercial en 2026. Si bien el alto ejecutivo a cargo de la negociación con Amazon mencionó que las compañías revisan periódicamente el cronograma para "iniciar operaciones lo antes posible", aún no es factible fijar una fecha exacta.

Sin embargo, Vásquez aseguró que si se contempla realizar pilotos durante 2026 en territorios que ya cuenten con cobertura satelital parcial.

Batalla de precios

Starlink, por su parte, continúa su avance: alcanzó los 2 millones de clientes en Latinoamérica a fines de 2025 impulsado por una atractiva oferta comercial. Su servicio de internet satelital residencial se estructura mediante un modelo de pago que incluye dos partes: un costo único inicial por el equipo y una tarifa de suscripción mensual por el servicio.

El equipo, que incluye la antena parabólica, router y accesorios necesarios para la instalación, tiene un precio que varía según el país, situándose el precio más bajo en Ecuador (US\$377) y el más alto en República Dominicana (US\$709). En tanto, en territorios como Chile, México, Perú y Brasil oscila entre US\$455 y US\$612.

En tanto, la suscripción mensual que cubre conectividad ilimitada de datos, con velocidades variables según la ubicación y capacidad de la red, tiene un costo aproximado de US\$46 a US\$60 por mes, aunque en algunos mercados puede ser ligeramente más alto. Además, en ciertos países se ofrecen planes "Lite" más económicos, con menor prioridad en la red. El servicio no requiere contratos largos y el equipo puede devolverse durante

un período de prueba si el usuario no está satisfecho.

Pero Amazon desde ya anticipa una fuerte competencia en precios. "La tecnología que utilizamos es diferente y más eficiente que la de nuestros competidores, con mejor performance de productos y precios muy competitivos", aseguró Vásquez.

El alto ejecutivo explicó que, a diferencia de Starlink, Amazon se sumará al ecosistema de DirecTV, abarcando tanto a clientes finales como corporativos. Esto significa que Waiken integrará los servicios de la compañía de Jeff Bezos a un negocio ya existente. La principal ventaja de esta integración radica en la incorporación a un ecosistema consolidado, lo que asegura un seguimiento personalizado para ambos segmentos de clientes.

"Vemos un mercado enorme en todos los países, no solo en el segmento residencial, sino también en empresas. Nuestra estrategia no se centra únicamente en la conectividad, sino también en la cantidad y diversidad de productos que ofreceremos, generando un valor agregado", aseguró Vásquez.

De acuerdo a Waiken, el interés de sumar el negocio corporativo a su portafolio es que más del 90% de las empresas registradas en Sudamérica son pymes, muchas de ellas con necesidades de conectividad similares al segmento residencial, pero con requerimientos adicionales de estabilidad, soporte y servicio.

Soberanía digital y competencia tecnológica

El avance de nuevas constelaciones también reabre el debate sobre soberanía digital y seguridad de infraestructura

crítica. La red satelital se ha convertido en un componente estratégico dentro de la arquitectura global de telecomunicaciones, en un contexto donde Estados Unidos, Europa y China compiten por el liderazgo tecnológico y anticipan los riesgos de contar con una tecnología u otra sobre los datos sensibles de las naciones.

En este escenario, la irrupción comercial de Amazon en América Latina no solo representa una compe-

tencia directa con Starlink, sino también una ampliación del mapa geopolítico de la conectividad regional.

Sobre lo anterior, Vásquez explica que "siempre trabajamos con diferentes tecnologías y en vinculación con otras empresas, especialmente estadounidenses y europeas, que ponen mucha atención en la seguridad y en el cuidado de los datos".

Bajo su mirada, Amazon no solo implementa conectividad, sino que también tiene participación en el desarrollo de cohetes y transporte satelital. "Esto permite trabajar

cerca del Gobierno de Estados Unidos y del sector defensa, asegurando que la seguridad sea de los niveles más altos del mercado. Para clientes futuros, especialmente empresas, la protección de la información será un punto clave, garantizando que no exista filtrado de datos".

