

**Despliegues de redes de fibra óptica solo donde está Azteca (red dorsal)\***

■ km ● Provincias atendidas

*Otros***400 km****5**  
.....**INTERNETX****3.424 km****38**  
.....**movistar****4.134 km****98**  
.....**Claro****5.070 km****34**  
.....**bitel****9.521 km****71**  
.....**azteca**  
Comunicaciones Perú**azteca**  
Comunicaciones Perú**13.571 km****180**  
.....

Azteca es el único proveedor de fibra óptica en el **42,13%** de las provincias a nivel nacional.

\*Informe de Osiptel



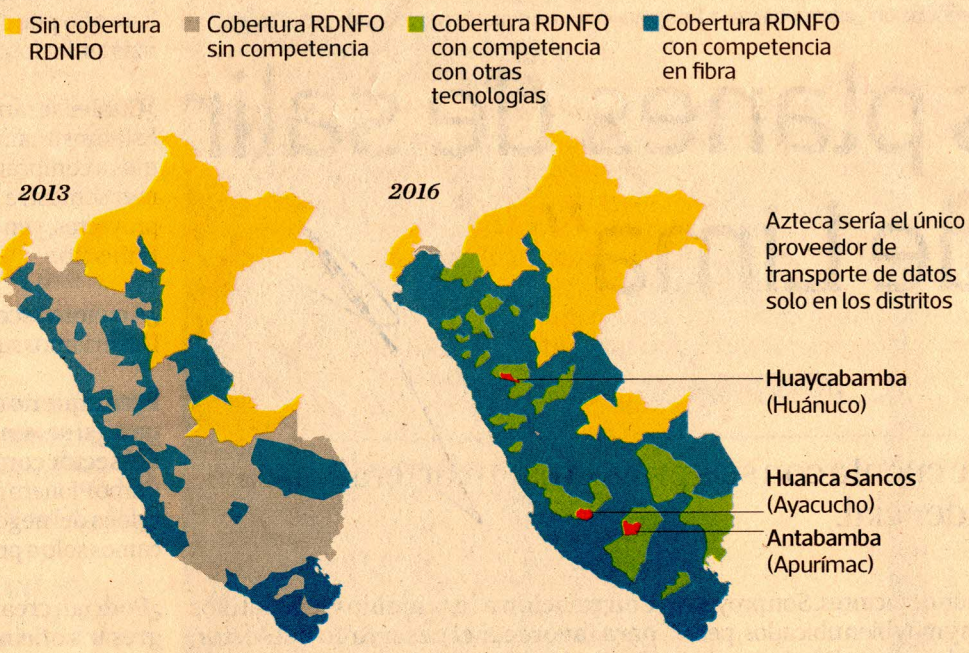


dores de las redes regionales (aún sin inaugurar) les urge una tarifa más baja.

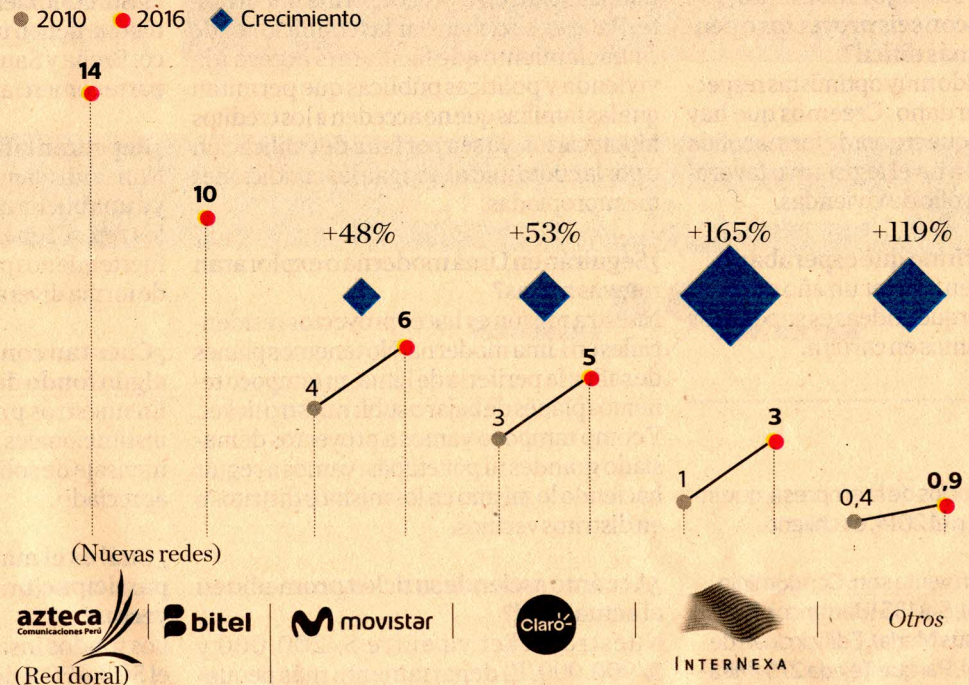
Entre los que discrepan con la flexibilidad está Telefónica, que concuerda en que la tarifa debe bajar, pero no así, porque se generaría una competencia desleal en zonas donde ya existen actores privados. Ello, dado que la red es un producto subsidiado.

Por concepto, el subsidio debe darse solo en las zonas donde no llegan los privados, algo que ya no sucede en la mayoría de las capitales de provincias del país. Y eso es lo que más mortifica a Sergio Mávila, gerente de InterNexa, quien pide que hagan un análisis muy fino antes de favorecer a quien ya tiene ventaja con el subsidio. Huamán va más allá, pues cree que la última de las opciones puede ser hoy la más conveniente: disolver el contrato y vender la red en zonas donde hay competencia. ¿Existirían postores? InterNexa, Entel u otros rivales podrían comprar algunos kilómetros. Los analistas internacionales, no obstante, advierten que la región no pasa por su mejor momento y no se observa interés de nuevos grandes grupos por entrar al continente este año. GNC Conecta advierte que volver a licitar generaría mayores retrasos. Además, la imagen del Perú se vería perjudicada con un contrato anulado y un cambio de reglas. ¿Será necesario llegar a ese extremo? El MTC tiene hoy la oportunidad de encontrar una solución, renegociar o, en el peor escenario, volver a fojas cero.

Cobertura de la red Ddorsal nacional de fibra óptica (RDNFO)



Redes de fibra óptica de transporte nacional 2010-2016 por operador (miles de kilómetros)



Fuente: Osiptel / DN Consultores / MTC

# Previsiones regionales estancadas

**Labor pendiente.** El problema de la red dorsal no es solo la tarifa. Los retrasos en las redes regionales agravan la situación.

“Imagina una autopista nueva, flamante, sin vehículos. Eso es la red dorsal hoy”, lamenta Fernando Grados, analista de Dominio Consultores. El problema, explica, no es solo que se acaro pagar para circular por ahí, sino que no hay conexiones, es decir no hay pistas para circular en los pueblos a los que llega la autopista. Esas ‘callecitas’ que le darían capilaridad a la red dorsal son las 21 redes regionales que no están listas.

Azteca había previsto que para el 2018 ya estuvieran todas las regiones licitadas y al menos más de la mitad estaría operando, lo que garantizaría un nivel de tráfico. Eso no ha ocurrido. Adendas, trabas burocráticas, sobre costos y un largo etcétera han complicado las obras y nada ha sido inaugurado.

Christian Chee, de Gilat Perú, añade a estas dificultades los cambios en el diseño

de los proyectos regionales. Se suponía que todos estarían obligados a conectarse a la red dorsal, pero de los proyectos regionales licitados por el MTC, solamente seis tienen la obligación de usar la red dorsal y los otros siete podrán usar otras opciones más económicas. Y no se sabe cómo serán los otros que faltan licitar.

La penetración de Internet crece cerca de 10% cada año e incluso en zonas rurales ha ido evolucionando muy favorablemente, sí, pero según los reportes de Osiptel es gracias al incremento de tenencia de equipos móviles. En las encuestas de hogares todavía no se ve un salto importante en las conexiones fijas, que son las que se dinamizarían con la inauguración de las redes regionales. La señal llega a la capital de provincia, pero no a las casas.

Si este año se toman decisiones importantes, tanto en definición de tarifas como en la ejecución de las obras regionales, según Grados, ya en el 2020 se verían los resultados. La venta de PC en provincias se duplicaría, comenta, y se podría lograr el soñado 60% de penetración.

**PROGRAMA. ESTE AÑO SE ESPERA LA LICITACIÓN DE 6 REDES REGIONALES.**

Ilustración: Víctor Aguilar