

# Entrevista a Mariano Sumberaz,

## Telefónica Global Solutions: hacia una integración real de redes terrestres y satelitales

En una reveladora conversación con Latam.Space, Mariano Sumberaz, director de negocios satelitales del Cono Sur de Telefónica Global Solutions (TGS), nos brinda una perspectiva fascinante sobre la evolución de las soluciones satelitales. Lo que antes se consideraba una opción costosa y limitada, hoy se perfila como una industria en pleno auge. Sumberaz destaca el papel crucial de las nuevas constelaciones de satélites LEO, como Starlink, con la cual Telefónica ha establecido una asociación estratégica reciente, revolucionando el uso de satélites como complemento esencial para clientes empresariales y de red. A pesar de estos avances, el directivo subraya que el sector aún enfrenta significativos desafíos regulatorios y de integración.

### LS: ¿Cómo ves el sector satelital a nivel global?

MS: Creo que el sector satelital está experimentando una expansión significativa en la actualidad. Antes, las soluciones satelitales se veían como opciones limitadas, caras, utilizadas solo en casos de necesidad puntual por parte de un cliente y del regulador. Sin embargo, con la evolución de tecnologías como HTS y VHTS y otras órbitas como MEO, se han mejorado sus capacidades, haciéndolas más competitivas en precio y ancho de banda. La llegada de nuevas constelaciones LEO, como Starlink y proyectos complementarios como Telesat, OneWeb y Amazon ha revolucionado la industria y ha aumentado la adopción de esta solución. Lo que hasta hace poco se veía como orientado o asociado a la obligatoriedad, hoy se empieza a ver a este tipo de soluciones como un complemento real. Un complemento real para los clientes B2B, y en algunos casos como un complemento de acceso residencial, aunque considero que en ningún caso van a ser más competitivos que el FTTH o la fibra. Donde haya fibra, las soluciones tradicionales seguirán siendo más competitivas, pero sí habrá una alternativa donde el satélite empieza a tener un rol más interesante dentro del ecosistema de las comunicaciones de la región.

### LS: ¿En algunos de esos países ya han integrado alguna de las ofertas LEO dentro de sus negocios?

MS: Sí, hemos llevado a cabo pruebas con diversas soluciones LEO en varios países, desde España hasta Brasil y otros lugares de Latinoamérica. Telefónica está siendo pionera en la implementación de estas soluciones, y a medida que maduran, las estamos integrando en el mercado, especialmente en segmentos como B2B y redes. En todas las soluciones o constelaciones LEO que van teniendo su ecosistema estructurado para el desarrollo de pruebas, Telefónica está a la vanguardia. Tenemos un equipo dedicado al desarrollo de estas soluciones y al análisis del comportamiento de estas soluciones en los países donde se pueden implementar. Y a medida que la solución madura, desde TGS estamos integrando las diferentes verticales de solución LEO que existen hoy en el mercado en los países donde operamos.

### LS: ¿Cuáles consideras que son los desafíos en Argentina, particularmente en términos regulatorios?

MS: En Argentina, si bien se ha avanzado mucho en términos de propuesta de valor, hay mucho por hacer en términos de conectividad y reducción de la brecha digital. Es esencial que exista una convergencia entre el gobierno, el regulador y las empresas para impulsar el desarrollo de soluciones satelitales. Hay un interés político-regulatorio en expandir las soluciones a nivel nacional para poder reducir la brecha digital. Lógicamente, dentro de esas integraciones, las empresas y en particular Telefónica, van a acompañar en el rol que corresponda. Lo positivo del caso argentino es que podremos aprender de lo que pueda suceder en otros países de la región, donde ya se está dando esta situación, como en el caso de Perú, Chile o Colombia.

### LS: Desde la perspectiva de Telefónica, ¿cuáles son los mayores obstáculos para el crecimiento del mercado satelital?

MS: En este momento, estamos en una etapa disruptiva donde el satélite se percibe cada vez más como un complemento real en el acceso a la conectividad. Sin embargo, los costos de las terminales y antenas han sido un factor inhibitor en el pasado. Además, para una empresa como Telefónica, que se enfoca en desarrollar medios de conectividad masiva como la fibra, es importante encontrar un equilibrio en el desarrollo del satélite como un medio de conectividad más amplio, lo cual tiene su complejidad. A medida que las constelaciones evolucionen tecnológicamente, no solo las más grandes sino también las más pequeñas orientadas a IoT, y en función de cómo se reestructure esta industria, veremos un cambio real en la integración del satélite en general. Considero que estamos en un momento de expansión y que el volumen de negocios satelitales tendrá un crecimiento muy grande a lo largo de este año.