

# COMPARATIVO SOBRE EL MERCADO DE OPERADORES MÓVILES VIRTUALES (OMVS)

Enero 2016



## Comparativo sobre el mercado de Operadores Móviles Virtuales (OMVs)

### Contenido

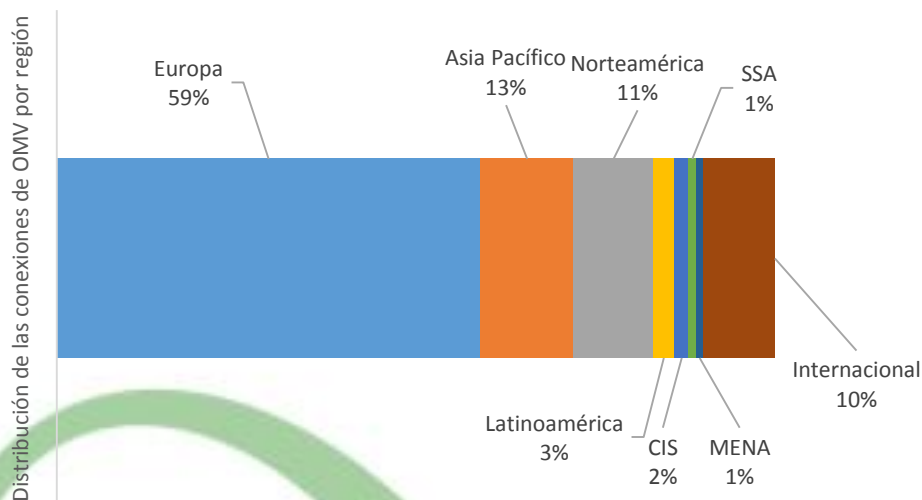
Mercado mundial .....	3
Tendencias en el mercado de los OMVs .....	4
Análisis por país.....	5
Brasil.....	5
Canadá.....	6
Chile.....	7
Colombia .....	8
España .....	9
Estados Unidos de América (EUA).....	10
Italia.....	11
Reino Unido (UK).....	12
México .....	13
Comparativo internacional.....	14

## Mercado mundial



De acuerdo con datos provistos por GSMA Intelligence (GSMAI), para finales del 2014 el mercado mundial de operadores de redes móviles (ORMs) prestó servicios mayoristas a alrededor de 992 operadores móviles virtuales (OMVs) y a 260 submarcas. Lo anterior representa un total de aproximadamente 1,250 compañías que proveen servicios de telecomunicaciones móviles a través del arrendamiento de las redes móviles en todo el mundo.

Más aún, de acuerdo con GSMAI, el número de OMVs en el mercado de redes móviles llegó a casi mil compañías debido, entre otras cosas, a las políticas regulatorias que se han implementado en favor de la competencia del sector. Se destaca el caso de los reguladores europeos, quienes han tenido una participación particularmente activa al respecto, dando prioridad a la implementación de políticas de acceso a los OMVs sobre la autorización de fusiones entre los ORMs existentes.



Fuente: GSMA Intelligence <https://gsmaintelligence.com/research/2015/02/the-global-mvno-footprint-a-changing-environment/490/>

La investigación de la GSMA muestra que los OMVs siguen siendo más prevalentes en los mercados maduros, donde la penetración en el número de conexiones ha superado al 100%. Europa es el hogar de dos tercios de los OMVs domésticos (585), seguida de Asia y el Pacífico (129) y América del Norte (107). Por el contrario, el sector de OMVs en otras regiones del mundo como Latinoamérica, África Subsahariana (SSA), África del Norte y Medio Oriente (MENA) y la Comunidad de Estados Independientes (CIS), siguen en su periodo de desarrollo.

## Tendencias en el mercado de los OMVs

### Tendencia en políticas para el acceso al mercado de los OMVs:

*Mercados emergentes:* en los últimos años, la intervención reguladora en los países emergentes ha pretendido crear un entorno favorable para el desarrollo de los OMVs con el fin de aumentar la competencia en el mercado de las telecomunicaciones móviles. Los reguladores de América Latina han sido particularmente activos (Argentina, Chile, Colombia).



*Mercados maduros:* en los mercados maduros no es necesaria una política de acceso para los OMVs como una medida que fomente más competencia del mercado, en su lugar esta herramienta regulatoria se utiliza para mantener el nivel de competencia existente. Por ejemplo, en el caso de la Unión Europea, donde se han dado fusiones entre empresas, las políticas de acceso obligan a la nueva entidad a mantener el acceso a los OMVs.

### Tendencia en precios:



La regulación de precios no es común en el mercado de los OMVs y la mayoría de los reguladores se han abstenido de regular el precio del acceso mayorista de manera estricta. En su lugar, las autoridades nacionales de regulación (ANR) tienden a dejar los precios en función de las negociaciones comerciales de los operadores.

Los modelos de negocio de los OMVs le han impreso un dinamismo a los precios del mercado. Por ejemplo en el caso de México, Virgin Mobile entró en el mercado con un precio muy competitivo lo cual provocó que *Telcel* moviera sus precios a fin de igualar la oferta del OMV. Posteriormente, siguiendo la estrategia implementada en otros países como Chile y Colombia, *Virgin Mobile* modificó su oferta para incluir ciertas aplicaciones populares sin costo siempre y cuando se realicen recargas mensuales, de esta manera los usuarios perciben una oferta más completa aun cuando el precio sea constante.

### Tendencia en políticas relacionadas con la tecnología:

Las obligaciones relacionadas con la tecnología son inusuales y en la mayoría de los marcos regulatorios no especifican si los ORMV deben ofrecer acceso a todas las tecnologías que tienen disponible (por ejemplo 2G, 3G y 4G). En este sentido, México es una excepción ya que *Telcel*, el operador preponderante en el mercado mexicano, ha recibido el mandato del IFT para permitir a sus OMVs acceder a la tecnología 4G LTE con el fin de mejorar el panorama competitivo en el país.



## Análisis por país

### Brasil

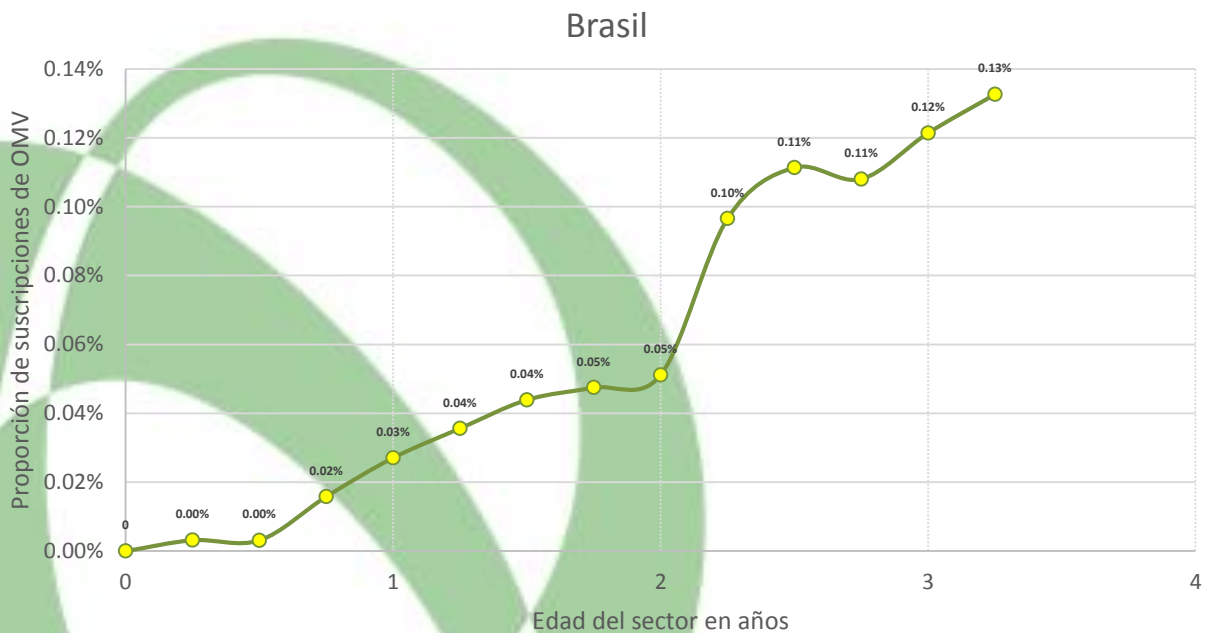
De acuerdo con datos provistos por OVUM, a partir de noviembre de 2010 los OMVs fueron oficialmente regulados en Brasil por la Agencia Nacional de Telecomunicaciones (ANATEL). En este sentido ANATEL previó dos tipos de OMVs:



- Autorizados: funcionan como proveedores de servicios de telecomunicaciones con una estructura y frecuencia existente capaz de trabajar en regiones no exploradas por los ORMs.
- Acreditados: Funcionan como representantes el operador utilizando las redes existentes, exentos de impuestos estatales y capaces mantener su base de clientes en caso de que se conviertan en un OMV autorizado.

La principal diferencia entre los dos modelos es que un OMV Autorizado puede utilizar un sistema de frecuencia y de transmisión existente, pero adicionalmente necesita contar con una estructura para trabajar en territorios no explorados, mientras que los OMV Acreditados trabajan como un vendedor de los servicios existentes de los ORMs. Es importante resaltar que no existe una obligación de los ORMs para aceptar a un OMV en sus redes, pero sí se restringe a los OMVs de tener acuerdos con más ORMs en cada área de servicio.

Al tercer trimestre de 2015 el mercado de los OMVs de Brasil cuenta con tres empresas y representan una pequeña proporción del mercado móvil brasileño con sólo 380 mil suscripciones de 287 millones, es decir menos del 0.2%.



Fuente: OVUM

## Canadá

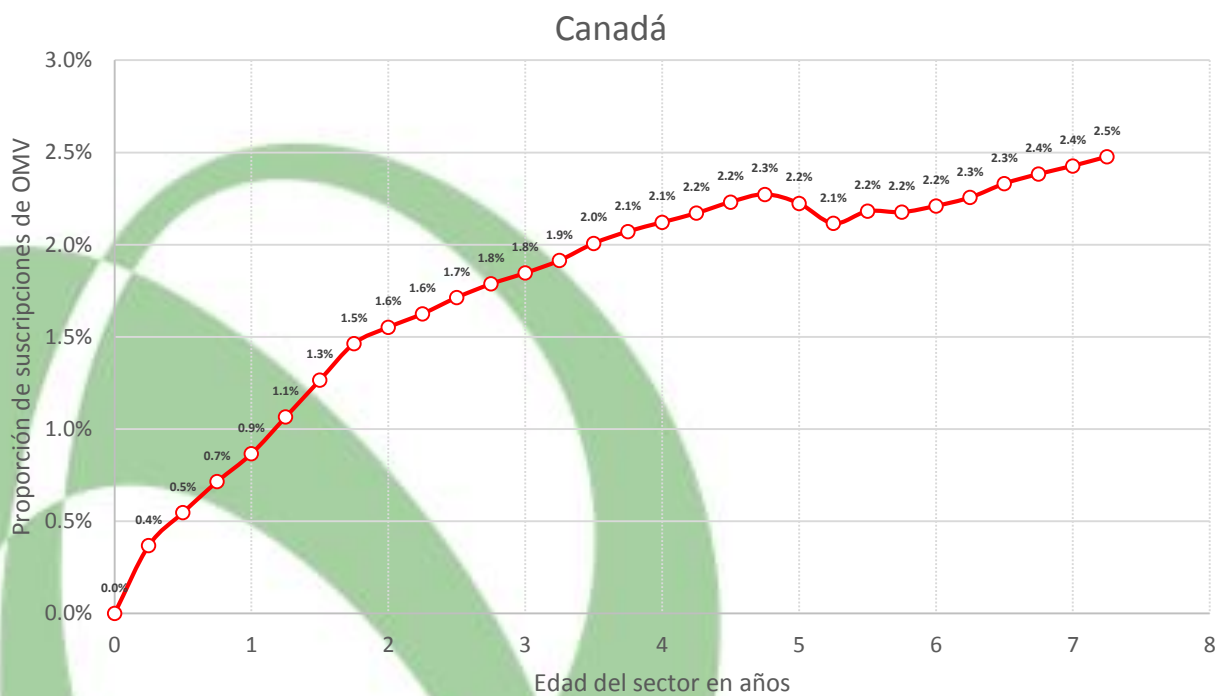
De acuerdo con datos provistos por OVUM, el mercado de los OMVs en Canadá comenzó a desarrollarse desde el 2005 con la entrada de Virgin. Actualmente hay alrededor de 30 OMVs registrados, pero el grueso de la participación del sector se sigue concentrado en los tres ORMs más grandes (*Bell Mobility*, *Rogers Wireless* y *TELUS Mobility*).



En 2013 la Comisión de Radio y Telecomunicaciones de Canadá empezó a investigar el caso de la comercialización de servicios *wireless* en el país. En ese entonces las tres compañías más grandes argumentaban que el mercado era competitivo y no se requería ninguna política o acción regulatoria. En contraste, las nuevas empresas como *Wind Mobile* solicitaban una participación activa del regulador en el sector con el fin de poder ofrecer a los consumidores tarifas más competitivas.

Es importante destacar que si bien en 2015 el regulador canadiense reconoció que existía un problema de competencia en el sector, éste no mostró indicios de tomar alguna medida con respecto al mercado de los OMVs ya que se argumenta que el fomento de los OMVs puede desincentivar la inversión en el desarrollo de infraestructura.

De acuerdo con la información de OVUM la participación de los OMVs en el mercado canadiense ha crecido, pero no a las tasas que otros países con la misma antigüedad, alcanzando una participación de mercado de casi 2.5%.



Fuente: OVUM

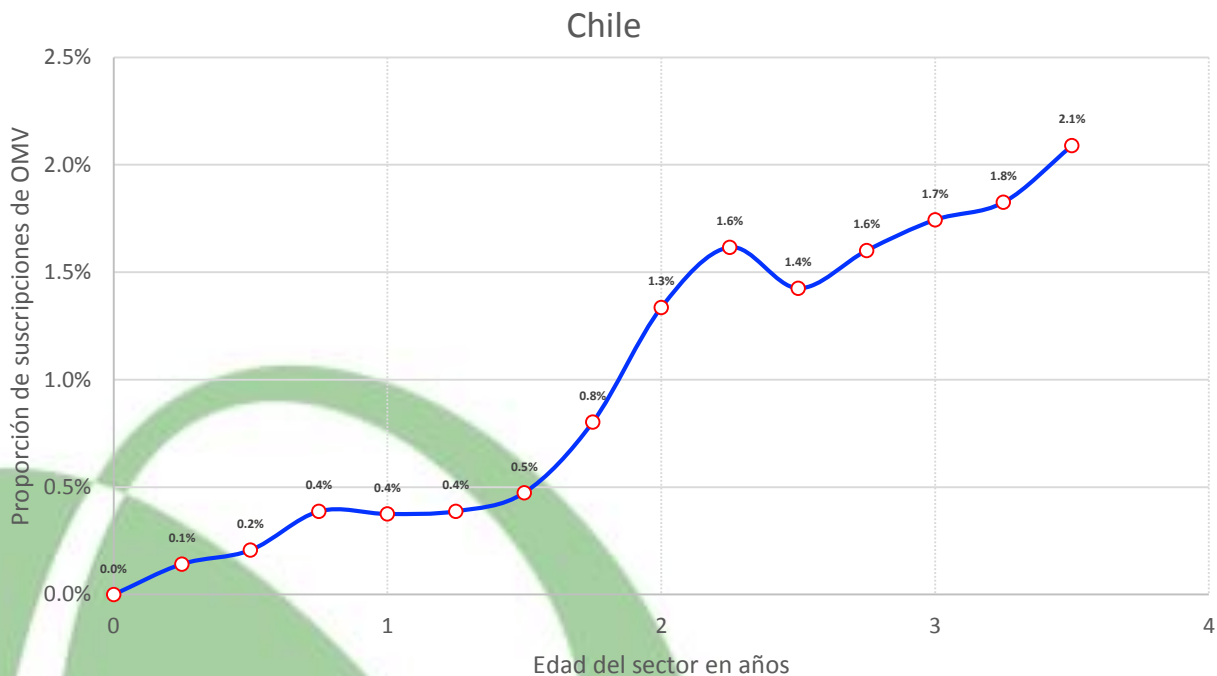
## Chile

De acuerdo con información provista por OVUM, el mercado chileno de los OMVs empezó a funcionar en el segundo trimestre de 2012 con la entrada de *Virgin Mobile*, operador que terminó el año con aproximadamente 100 mil suscripciones y que de acuerdo con cifras estimadas de OVUM cerró el 3T 2015 con 300 mil suscripciones. El segundo operador en entrar al mercado fue *Falabella Móvil* quien inició operaciones en el 3T 2013 y al 3T 2015 cuenta con aproximadamente 116 mil suscripciones.



Por su parte *GTD Móvil* y *VTR Móvil* se incorporan al mercado de los OMVs en 2014. El primero ingresó directamente como un OMV que contrata los servicios de *Movistar* y el segundo en un inicio invirtió en infraestructura, pero posteriormente optó por transformarse en un OMV más. A ellos se les suman la cadena de ropa *Tricot*, el club deportivo *Colo-Colo*, *Simple*, *Netline*, entre otras empresas que han instalado un OMV en Chile, pero que no han logrado captar más del 5% del mercado, según reportes de la Subsecretaría de Telecomunicaciones (SUBTEL).

De acuerdo con la información de OVUM, la participación de los OMVs en el mercado chileno asciende al 2.1% de las suscripciones después de casi 4 años de haber iniciado operaciones.



Fuente: OVUM

## Colombia

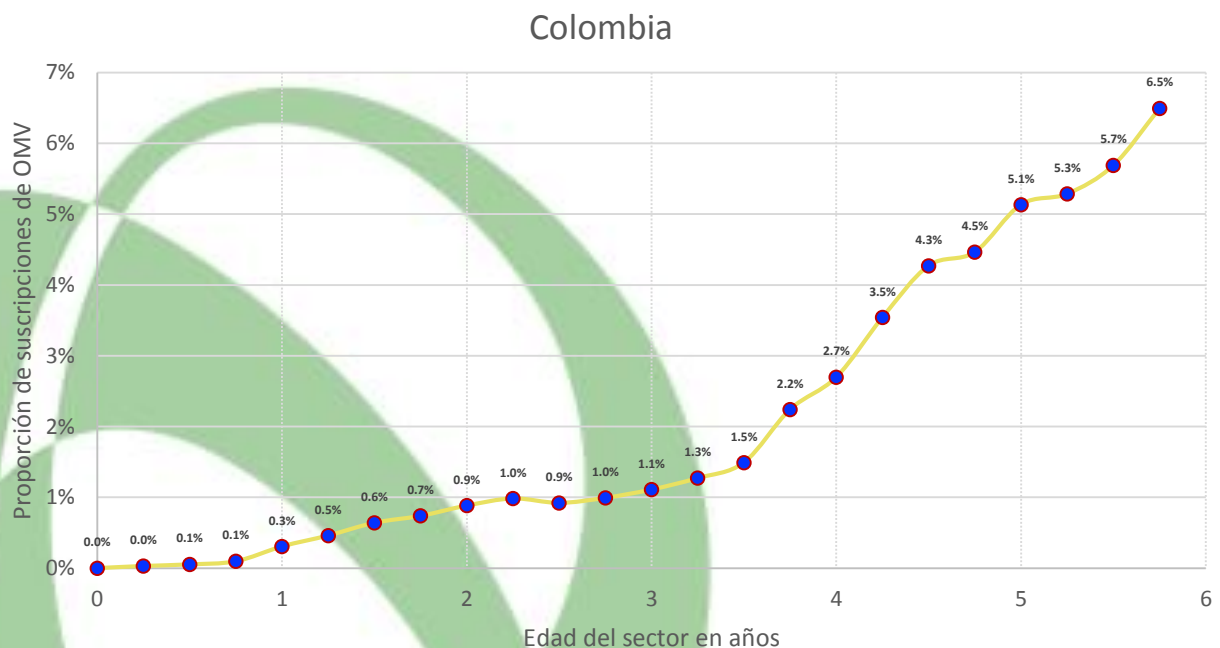
El mercado de los OMVs en Colombia inició sus operaciones en 2010, pero tomó fuerza después de la “Resolución de la Portabilidad Numérica” de la Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC) implementada en julio de 2011, la cual fomentó un espacio de mayor competencia entre las empresas puesto que los clientes pasaron a ser dueños de sus números y pudieron inscribirlos con cualquier operador.



El primer OMV en Colombia fue *Uff! Móvil*, que opera sobre la red de *Tigo* y se lanzó en noviembre de 2010. Posteriormente, las operadoras de telecomunicaciones fijas *UNE* y *ETB* iniciaron operaciones de telefonía móvil a través de su propio OMV. Finalmente, durante el año 2013 se lanzaron dos nuevos OMVs, *Virgin Mobile* quien inició a operaciones utilizando la red de *Movistar* y *Móvil Éxito* de *Grupo Éxito*, la famosa cadena de supermercados en Colombia, usando la infraestructura de *Tigo*.

En Colombia todavía no existe una política regulatoria para el mercado de los OMVs, pero en octubre de 2015 se hizo una propuesta que busca simplificar la creación y operación de los actuales OMVs, así como habilitar una mayor competencia en el mercado móvil y mejores beneficios para los usuarios, quienes tendrán acceso a variadas ofertas y servicios innovadores, enfocados a distintos nichos de mercado.

De acuerdo con la información de OVUM, la participación de los OMVs en el mercado colombiano asciende al 6.5% de las suscripciones después de casi 6 años de haber iniciado operaciones.





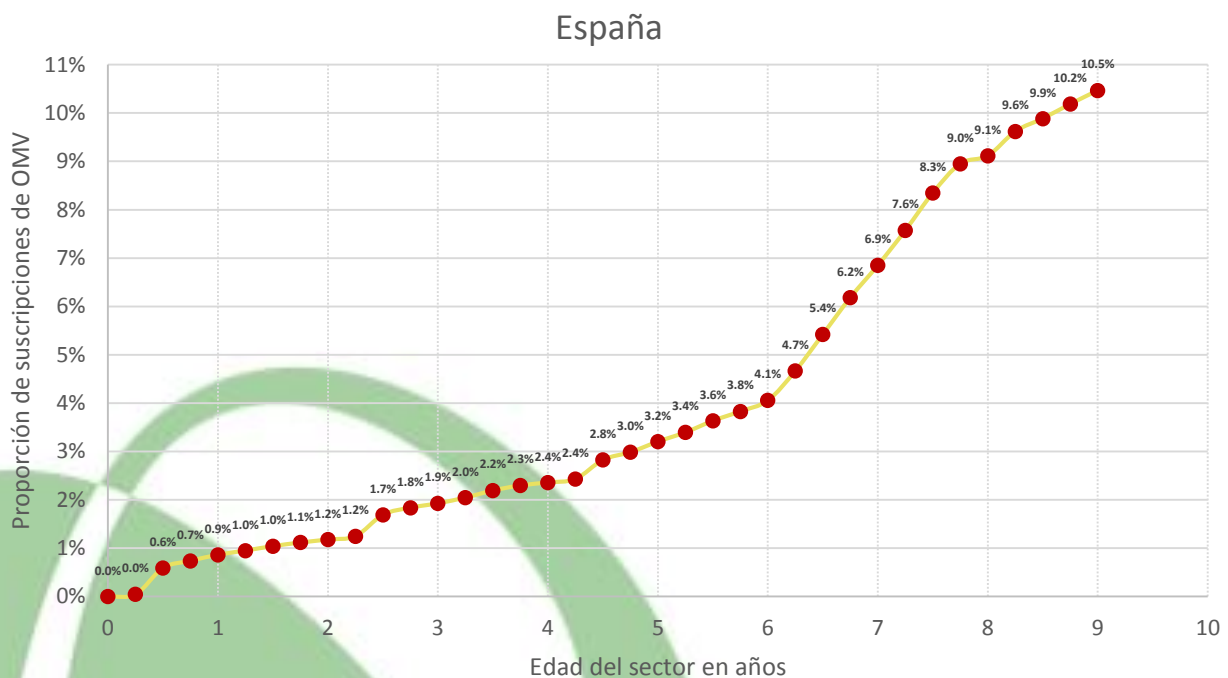
## España

En 2006 la Comisión del Mercado de la Telecomunicaciones (CMT) obligó a los ORMs a abrir sus redes y permitir la reventa de líneas sobre sus infraestructuras. *Carrefour Móvil* fue el primer OMV en comenzar operaciones en España, utilizando la red de *Orange*, seguida de *Euskaltel* y *The Phone House*.



A partir del 2006, el mercado de los OMVs de España se ha ido desarrollando e incorporando nuevas empresas hasta llegar a 47 operadores al 3T de 2015. Destaca que a mediados de 2011 el Ministerio de Industria aprobó el “Real Decreto 458/2011” sobre actuaciones en materia de espectro radioeléctrico en donde se estableció que aquellos operadores que dispongan de espectro en la banda de 900 Mhz (10 Mhz) tendrán la obligación de ofrecer acceso mayorista a sus redes a los operadores que no dispongan de espectro. De esta forma los OMVs tienen garantizado el acceso a la red, y en caso de que los operadores no lleguen a un acuerdo, la CMT será la encargada de resolver el conflicto.

De acuerdo con la información de OVUM, la participación de los OMV en el mercado español es de más de 10% de las suscripciones después de 9 años de haber iniciado operaciones.



Fuente: OVUM

## Estados Unidos de América (EUA)

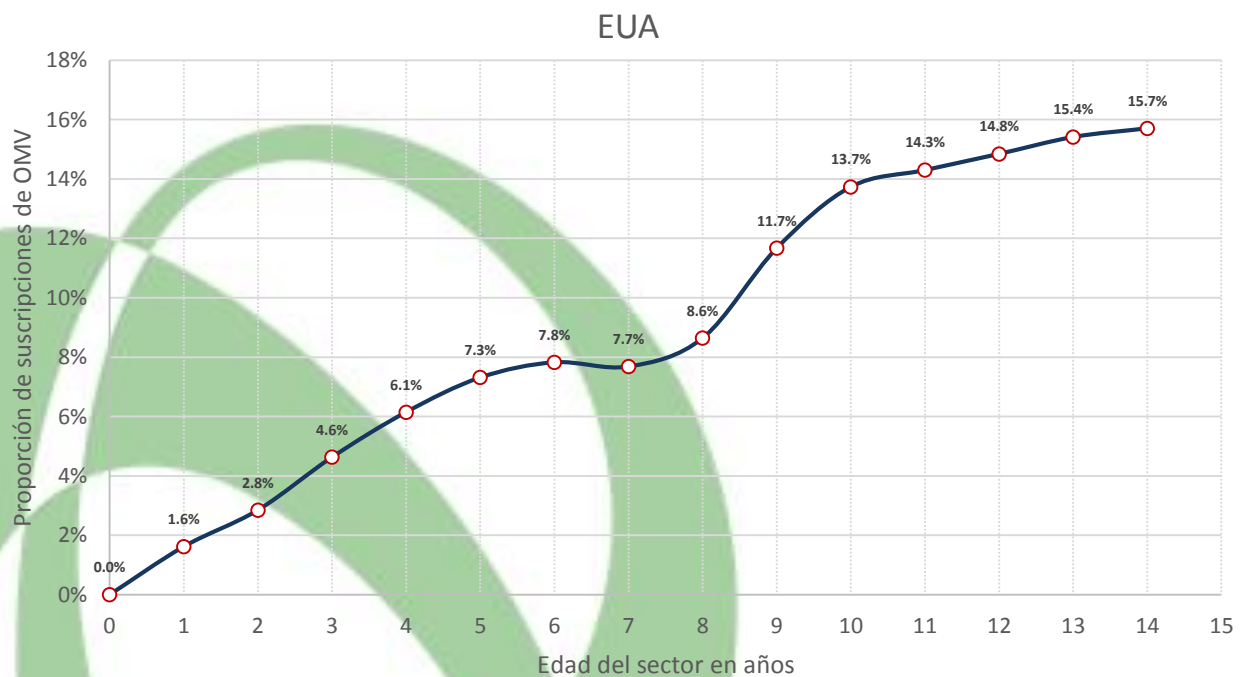
El mercado de los OMVs en Estados Unidos de América (EUA) empezó sus operaciones en 2002 con la entrada de *Virgin Mobile*. Es uno de los mercados más antiguos del mundo y su operación está distribuido en la infraestructura de cuatro ORMs (*AT&T*, *Sprint Corporation*, *T-Mobile USA* y *Verizon Wireless*).



Al cierre de 2014 el mercado de los OMVs de EUA contaba con más de 83 empresas de OMVs distribuidas a lo largo del territorio, entre las principales son:

- En la infraestructura de *T-Mobile*: *MetroPCS*, *Brightspot*, *Giv Mobile*, *Net10 Wireless* y *Speed Talk Mobile*.
- En la infraestructura de *AT&T*: *420 Wireless*, *Cricket Wireless*, *Consumer Cellular*, *Straight Talk* y *Good2Go Mobile*.
- En la infraestructura de *Verizon*: *Selectel Wireless*, *Red Pocket Mobile*, *Ready Mobile*, *Proven Wireless* y *Flash Wireless*.
- En la infraestructura de *Sprint*: *Ting*, *Boost Mobile*, *CREDO Mobile*, *Virgin Mobile* y *FreedomPop*.

De acuerdo con la información de Pyramid Research, la participación de los OMVs en el mercado de EUA en 2015 llegó al 16% de las suscripciones después de casi 16 años de haber iniciado operaciones.



Fuente: OVUM para datos anteriores a 2010, Pyramid para datos posteriores a 2010.

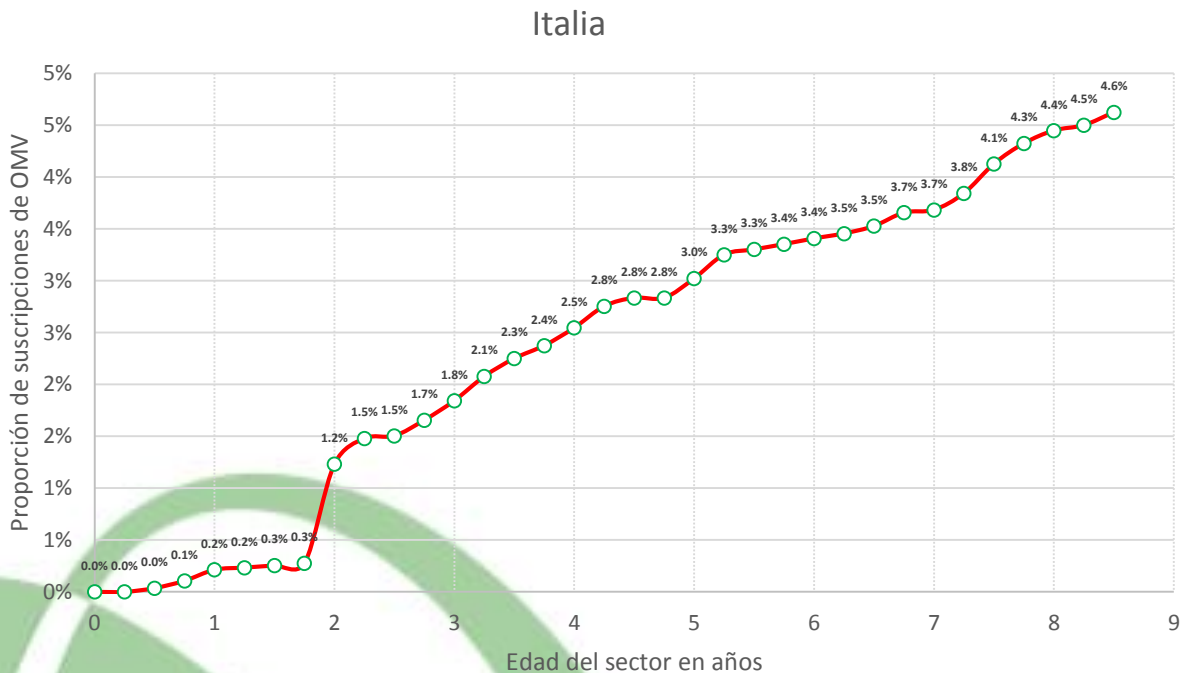
## Italia

La cadena italiana minorista *COOP* asociada con *Telecom Italia Mobile (TIM)* lanzó la primera red móvil virtual bajo el nombre *COOPVoce*. Posteriormente en 2009 la compañía de OMV *PosteMobile* se une al mercado y en poco tiempo se consolida como la líder del mercado OMV Italiano.



Al tercer trimestre de 2015 el mercado de OMV de Italia cuenta con 4.1 millones de suscripciones de las cuales el 82% corresponden a clientes de *PosteMobile*, aun cuando en el mercado hay al menos 26 OMVs registrados, utilizando la infraestructura de 5 ORMs (*UnoMobile*, *Vodafone Italia*, *Telecom Italia*, *Wind* y *H3G Italy*).

Finalmente, de acuerdo con datos de OVUM la participación de los OMVs en el mercado de Italia en 2015 llegó a casi 5% de las suscripciones a después de casi 9 años de haber iniciado operaciones.



Fuente: OVUM

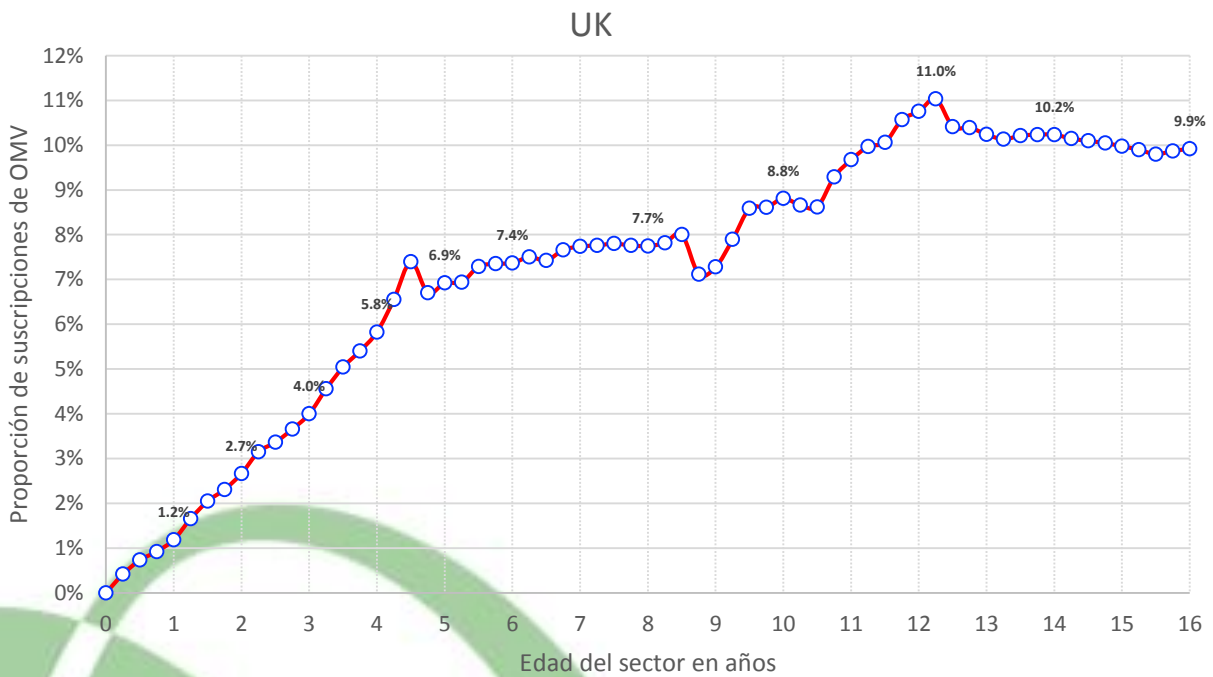
## Reino Unido (UK)

El Reino Unido (UK) fue el país donde se originó el primer OMV. *Virgin Mobile* se creó inicialmente como una empresa conjunta entre *T-Mobile* y *Virgin Group*, beneficiándose así de la experiencia de telecomunicaciones de un proveedor de servicios móviles ya establecido.



De acuerdo con las cifras de OVUM el mercado de los OMVs en UK comenzó sus operaciones desde 1999. A partir de dicho año han ingresado al menos 58 empresas al mercado, utilizando como proveedores de infraestructura a *Vodafone*, *EE*, *O2* y *Three*.

De acuerdo con la información histórica de OVUM, el mercado de los OMVs de UK representa alrededor del 10% de las suscripciones a 16 años de haber iniciado operaciones.



Fuente: OVUM



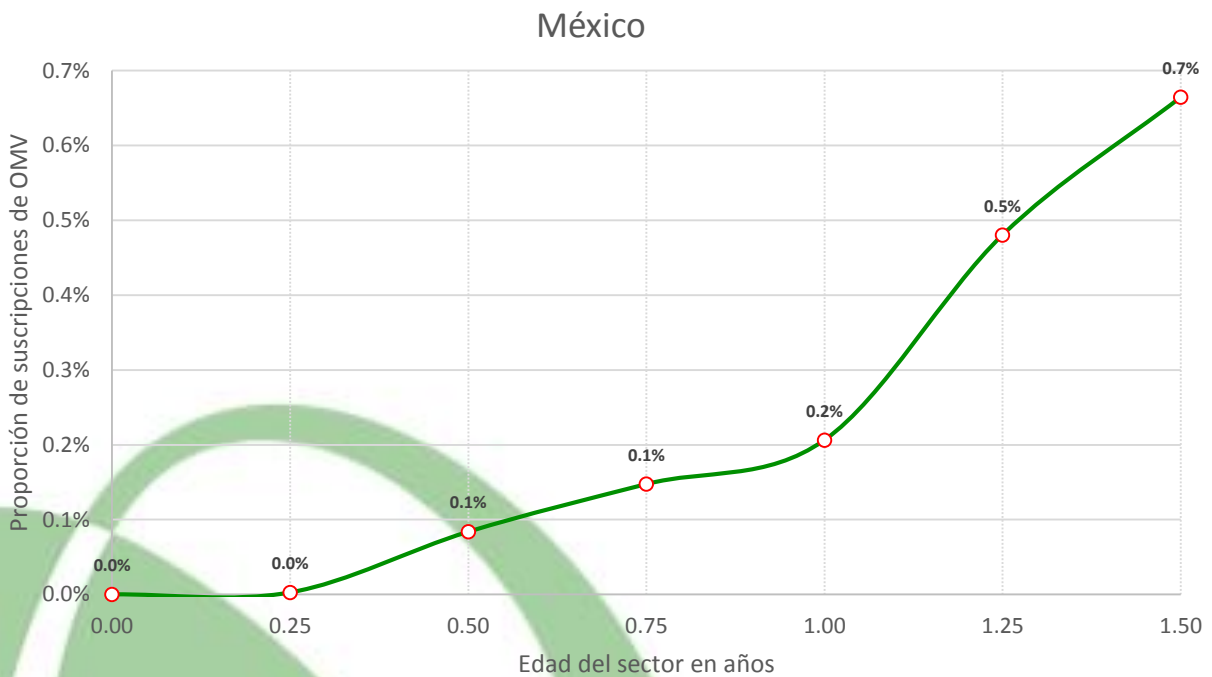
## México

El mercado de los OMVs en México inició sus operaciones en el segundo trimestre de 2014 con la entrada de *Virgin Mobile*. Posteriormente en el tercer trimestre de ese mismo año se incorporó *Cierto* al mercado y casi un año después, en el segundo trimestre de 2015, se incorporaron *KuboCel* y *Maz Tiempo*.



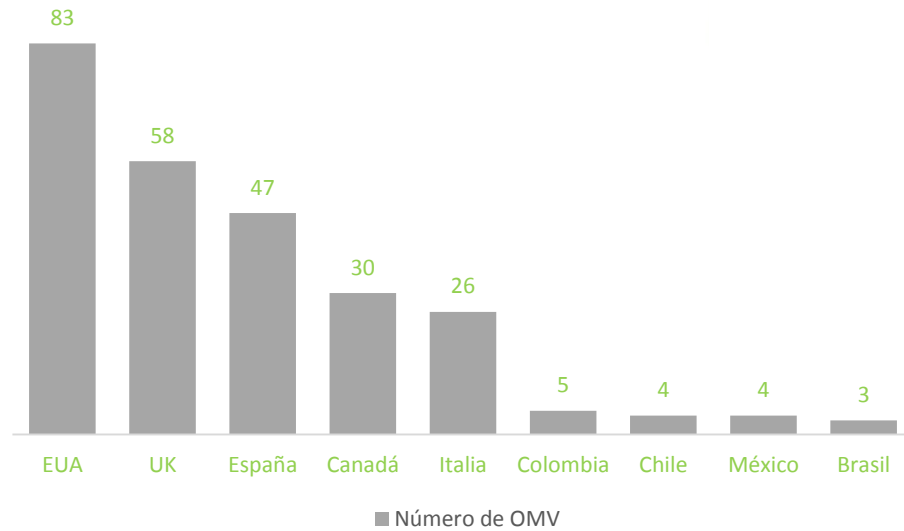
Es importante destacar que la incorporación de los OMVs en México son proyectos que, de acuerdo a lo comentado por los propios OMVs, se han venido planeado por lo menos 5 años antes del inicio de operaciones. Además, el entorno competitivo al que se enfrentan es complicado ya que se trata de un mercado concentrado con participantes como *Telcel* con casi el 70% de la participación de mercado al 3T de 2015.

El mercado de los OMVs comenzó a ganar participación en las suscripciones de telefonía móvil en México, llegando a 0.7% en los primeros 6 trimestres de operación.



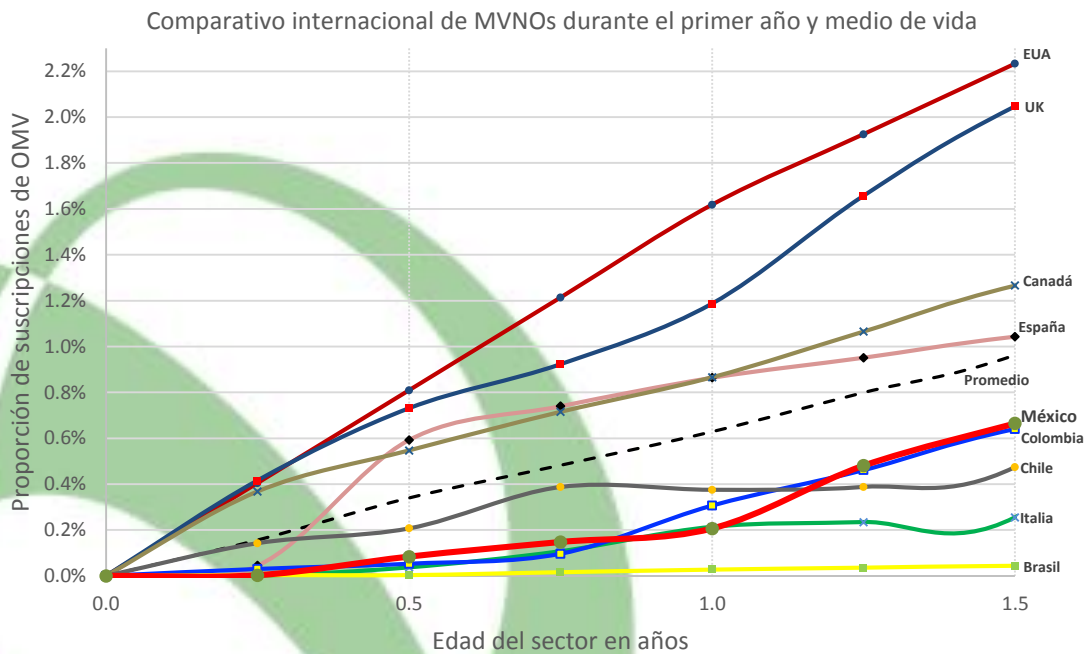
Fuente: IFT con datos proporcionados por los operadores.

## Comparativo internacional



Fuente: para México IFT con datos proporcionados por los operadores, OVUM y MVNO dynamics para el resto de los países

Al comparar el desempeño de México con respecto al de los otros países analizados en el presente documento, se observa que si bien el porcentaje de participación del mercado de OMVs en México es inferior al que tuvieron otros países como UK, Canadá, España y EUA en su momento, su participación está por encima de Chile, Colombia, Italia y Brasil.



Fuente: Para México IFT con datos proporcionados por los operadores, OVUM y Pyramid Research para el resto de los países

Proporción de Suscripciones de los OMVs en los países seleccionados										
Años	Promedio	EUA	UK	España	Italia	Canadá	Colombia	Chile	Brasil	México
0.0	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
0.3	0.16%	0.40%	0.42%	0.05%	0.00%	0.37%	0.03%	0.14%	0.00%	0.00%
0.5	0.34%	0.81%	0.73%	0.59%	0.04%	0.55%	0.05%	0.21%	0.00%	0.08%
0.8	0.48%	1.21%	0.92%	0.74%	0.11%	0.72%	0.10%	0.39%	0.02%	0.15%
1.0	0.63%	1.62%	1.19%	0.86%	0.21%	0.87%	0.31%	0.38%	0.03%	0.21%
1.3	0.80%	1.93%	1.66%	0.95%	0.23%	1.07%	0.46%	0.39%	0.04%	0.48%
1.5	1.00%	2.23%	2.05%	1.04%	0.25%	1.27%	0.64%	0.47%	0.04%	0.66%
2.0	1.47%	2.85%	2.67%	1.18%	1.23%	1.55%	0.88%	1.34%	0.05%	
3.0	2.15%	4.63%	4.00%	1.93%	1.84%	1.85%	1.11%	1.74%	0.12%	
4.0	3.62%	6.15%	5.83%	2.36%	2.55%	2.12%	2.70%			
5.0	4.64%	7.31%	6.92%	3.20%	3.02%	2.22%	5.13%			
6.0	4.97%	7.82%	7.37%	4.06%	3.41%	2.21%				
7.0	5.68%	7.68%	7.74%	6.85%	3.68%	2.43%				
8.0	7.49%	8.64%	7.75%	9.12%	4.45%					
9.0	9.80%	11.67%	7.28%	10.47%						
10.0	11.27%	13.73%	8.81%							
11.0	11.99%	14.30%	9.67%							
12.0	12.80%	14.84%	10.75%							

Fuente: para México IFT con datos proporcionados por los operadores, OVUM y Pyramid Research para el resto de los países

Finalmente destacan las medidas que los reguladores han tomado en Europa como:

- El Real Decreto establecido en España, el cual obliga a los ORMs a proveer servicios mayoristas.
- El acuerdo votado por el Pleno del Parlamento Europeo para poner fin a las tarifas de itinerancia (*roaming*) en junio de 2017.
- El tercer reglamento sobre itinerancia aprobado por el Pleno del Parlamento Europeo donde se establecen medidas de competencia en el mercado de los OMVs.
- La creación de *MVNO Europa*, una asociación de OMVs que tiene como fin crear un entorno de las telecomunicaciones regulado donde estos estimuladores cruciales de la innovación y la competencia pueden prosperar.