

# OMV en México: ¿Hay oportunidad en el mercado?

Hace ya poco más de dos años que el **Gobierno mexicano** lanzaba unas reformas secundarias en **materia de telecomunicaciones y radiodifusión**, con el objetivo de facilitar el servicio y la apertura a nuevos competidores y la mejora en los servicios de TI en México.

Como ya publicó [SiliconWeek](#), el objetivo era el de **fomentar la competencia en este país donde Telmex, o Telecomunicaciones de México**, de América Móvil, tenía un gran poder de mercado. Las autoridades explicaron que lo que se busca es fomentar “los derechos vinculados con la libertad de expresión e información y el establecimiento del derecho al acceso a las tecnologías de la información y la comunicación, y a los servicios de radiodifusión y telecomunicaciones, incluida la banda ancha”, como refleja [PactoporMéxico](#).

Explica José Otero, director para América Latina y el Caribe de **5G Americas**, que esta fue “**una reforma al marco regulatorio de telecomunicaciones** que agregó el concepto de preponderante a la legislación ya establecida, implementó un regulador más fuerte e independiente y colocó como mandato constitucional la creación de una red mayorista de telecomunicaciones en la frecuencia de 700 MHz”.

Eso hizo que llegaran nuevas compañías de telecomunicaciones al mercado, reforzando así la competencia. También OMV u **Operadoras Móviles Virtuales**. Y la asociación 5G Américas augura que este será el gran año de este mercado. Conozcámoslo mejor.

## ¿Qué son?

Un operador móvil virtual u OMV (en inglés: Mobile Virtual Network Operator o MVNO) es una compañía de telefonía móvil que **no posee una concesión de espectro de frecuencia**, y por tanto carece de una red propia de radio. Para dar servicio, debe recurrir a la cobertura de red de otra empresa (o empresas) que tenga la suya propia, y para ello la firma de un acuerdo.



El hecho de no contar con una gran infraestructura, **permite a las OMV ofrecer sus servicios a más bajos precios**. Para el usuario, la cobertura que recibirá es la misma que la que cuenta la operadoras móvil con red (OMR). Por lo que afiliarse a una operadora móvil virtual le permite al cliente ahorrar en el uso de sus servicios celulares pero con prestaciones casi iguales.

Los **OMV se caracterizan principalmente por ser, en su mayoría, empresas enfocadas en nichos específicos del mercado.**

## Historia y futuro en México

Específicamente en el mercado mexicano, fue en 2007 cuando la compañía Maxcom obtuvo el permiso de la COFETEL o **Comisión Federal de Telecomunicaciones** para entrar en el mercado como la primera OMV del país, tras un acuerdo con Movistar México que sería la marca que prestaría sus instalaciones. Unos años ,más tarde, en 2011, llegó Magacel, también tras un acuerdo con Movistar. En 2014 y 2015 fue cuando más marcas llegaron al mercado: Virgin Mobile, Tuenti, Maz Tiempo/Zonda Mobile, Cierito/Ekofon Móvil, Weex y **QBOCel**, y todas usando la infraestructura de Movistar.

El pasado mes de mayo, como ya publicaba SiliconWeek, se espera que, para finalizar este año 2016, **Telefónica México** desvelaba que espera sumar **seis nuevos Operadores Móviles Virtuales** que ofrecerán servicios LTE –Long Term Evolution– o de cuarta generación, lo que haría que la empresa estuviera unida a 14 marcas para final de 2016.



Según un [informe de 5G Américas](#), las autoridades mexicanas han comprendido que “en una región donde la penetración promedio supera el 116% y el poder adquisitivo dista muchísimo al observado en Europa Occidental o Estados Unidos, **la forma más rápida de incrementar competencia en las zonas de mayor densidad poblaciones es por medio de OMV**”

José Otero, directivo de 5G Américas ha detallado en entrevista con SiliconWeek que históricamente “**México ha sido siempre uno de los tres mercados de América Latina con mayor número de OMV**, ya que el primero de este mercado fue lanzado en 2006”. “Esta situación no ha cambiado, sin embargo, su impacto” ya que, añade el experto, “en términos de número de líneas, los OMV apenas representan cerca de 1% del total”.

### ¿Es fácil introducir nuevas OMV al mercado?

En **México** se ha creado una red mayorista que tiene como principal objetivo albergar a este tipo de operadores. . Y esto, dice Jose Otero, director para **América Latina y el Caribe de 5G Americas**, acelera el proceso puesto que es más sencillo que “en uno de los grandes mercados de la región ingrese un nuevo operador dispuesto a construir una red móvil desde cero”.

José Otero añade que “empresas como **Movistar** tienen una unidad de negocios para atender a los interesados en comprar capacidad. Luego **se puede contratar a un habilitador que ofrece soluciones llave en mano** – los llamados MVNE – que brindan el soporte para que el OMV pueda comenzar a ofrecer servicios en pocos meses”.

Sin embargo, [en un encuentro online realizado hace unas semanas](#), el mismo Otero explicaba que

a a pesar de las oportunidades, “no es tan fácil lanzar un OMV y triunfar los clientes” y es que “**hay mucho trabajo por hacer y se tiene de competencia a las grandes empresas** que son también las que ceden sus redes”. Por ello, explicaba el experto que un operador ha de escoger en qué áreas quiere enfocar sus servicios y tener en cuenta que las OMV acceden a mercados más pequeños que las grandes operadoras, ya que normalmente escogen un territorio en el que ofrecer sus servicios mientras que los gigantes de las comunicaciones tienen capacidad de llegar a casi todo el país.

### **Retos de Futuro**

La regulación obliga a las operadoras tradicionales a alquilar sus redes a estas Operadoras Móviles Virtuales, con el objetivo de fomentar la competencia y conseguir unos precios más asequibles para los usuarios, pero **eso no quiere decir que los OMR quieran la intromisión de nuevos actores** que les obliguen a rebajar sus precios. Y eso puede llevarles a hacer dura competencia a este sector de bajo coste.

Así que podemos fijarnos en el mercado de España, más maduro en cuanto a la implementación de operadoras del estilo OMV, donde **la forma de luchar contra la competencia**, por parte de los grandes operadores ha sido comprar los activos de las operadoras móviles virtuales o entrar en el negocio low cost o de bajo coste presentando segundas marcas.