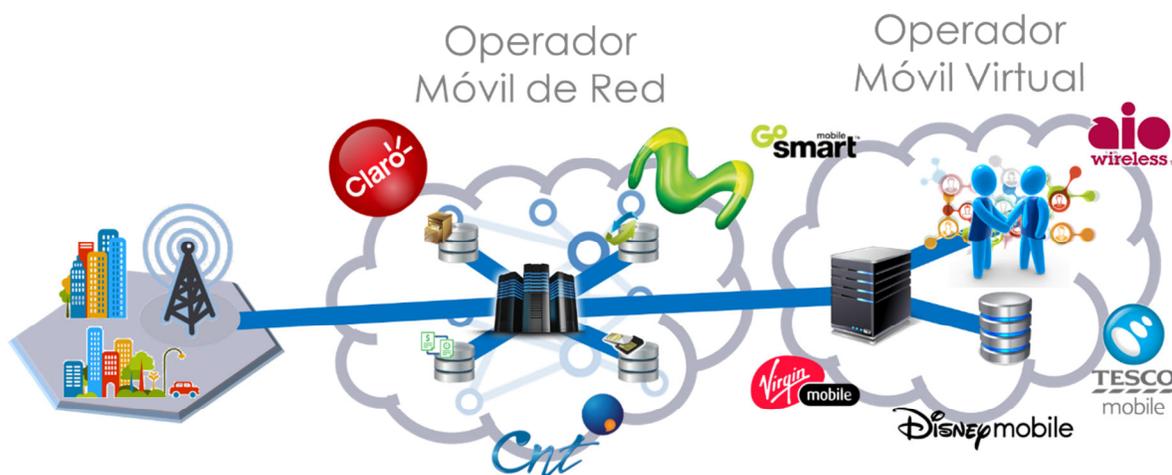


Mobile Virtual Network Operator (MVNO)

Un Operador Móvil Virtual (OMV – Siglas Español, MVNO – Siglas Inglés) es un operador que provee servicios de Telecomunicaciones sin poseer infraestructura de red ni espectro radioeléctrico (ya sea porque no cuenta con uno o porque le resulta más ventajoso brindar el servicio mediante la red de otro operador), por lo que para operar requiere arrendar el servicio de radiotransmisión de un Operador Móvil de Red (OMR). Además, dependiendo del tipo de OMV, éste requerirá arrendar otros servicios mayoristas de dicho OMR. Para el usuario final la distinción entre un OMR y un OMV debe ser imperceptible, pues la relación del usuario con el OMV es como cualquier relación normal que tendría con un OMR.



Figura#1. Ilustración de operación OMV sobre la red OMR

Tipos de Operadores Móviles Virtuales

Internacionalmente existen varios tipos de OMVs dependiendo de cuál es su segmento de mercado. En Ecuador se ha establecido únicamente cuatro tipos de operadores como se observa en la tabla a continuación:



CARACTERÍSTICAS	DESCRIPCIÓN	TIPO DE OPERADOR MÓVIL VIRTUAL			
		Revendedor	Ligero	Intermedio	Completo
Branding Ventas y Marketing	Marca Propia, Propietario Clientes, Red de Distribución	X	✓	✓	✓
Operaciones	Atención al Cliente (CRM), Dispositivos, Facturación	X	✓	✓	✓
	Tarjeta SIM Propia	X	X	✓	✓
Red de Core	Red de Core VOZ (Recibe y Genera Tráfico Propio), Pagos Interconexión	X	X	✓	✓
	Red de Core DATOS	X	X	X	✓
Contenido y Aplicaciones	Plataforma de Servicios y Valor Agregado	X	X	✓	✓
Espectro	Asignación de Espectro Radioeléctrico por parte del Regulador	X	X	X	X
Red de Acceso	Red de Acceso al Usuario (Última Milla)	X	X	X	X

Tabla#1. Tipos de Operadores Móviles Virtuales

Virgin Mobile es un proveedor de telefonía móvil que forma parte del conglomerado Virgin Group. Tiene presencia actualmente en Reino Unido, Estados Unidos, Canadá, Chile, Colombia, Sudáfrica, Francia, India, Australia y México. Virgin Mobile fue el primer Operador móvil virtual (OMV) del mundo cuando se introdujo en el mercado británico en el año 1999.

La generación de regulación entorno a la figura de Operador Móvil Virtual, ha incentivado entre otros, la compartición de infraestructura, mejoramiento de la competencia en el mercado, evitar la compresión de precios y beneficio directo al usuario.

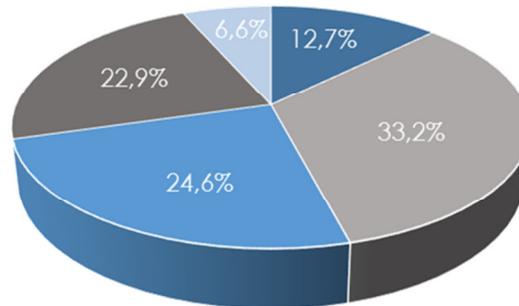



Posición Regulatoria	Ejemplo	Restricciones Relevantes
Forzaron a los operadores a compartir su red	Hong Kong Noruega	Hong Kong 40% de la capacidad de las redes destinadas a OMVs. Número ilimitado de licencias OMVs.
Facilitaron la entradas de OMVs	Australia Bélgica España Francia Dinamarca Reino Unido	Australia Fue mandatorio el compartir la red para con los operadores con significativa participación de mercado. Precio mayorista con márgenes regulados basados en los costos.
Regulación indiferente ante los OMVs	Alemania Japón	Japón Los operadores pueden establecer los precios basados exclusivamente en sus objetivos de negocio.
Regulación que prohíbe por un tiempo la entrada de los OMVs	Grecia Italia	Italia Los Operadores de Red no podían soportar OMVs hasta 2011 como parte de los acuerdos de las licencias 3G.

Tabla#2. Experiencia Internacional de la regulación entorno a OMV

Participación de Mercado de OMVs (Caso España 2013)

Desde la entrada de los OMV en España, los Operadores Establecidos (Movistar, Vodafone, Orange y Yoigo) han dejado una porción de mercado cercana a los 12,7% como se aprecia en la Figura#2, para los 45¹ OMVs (entre ligeros, intermedios y completos) que existen actualmente.



■ OMV ■ Movistar ■ Vodafone ■ Orange ■ Yoigo

Figura#2. Participación Mercado OMV (España 2013) ²

¹ Fuente: <http://www.mvndynamics.com/mvno-companies/eu-mvno-companies/spain-mvno-companies/>

² Fuente: <http://www.mediatelecom.com.mx/~mediacom/index.php/agencia-informativa/noticias/item/61618-mvnos-en-espana-ganan-mas-de-12-del-mercado-movil>





Mercado de OMVs

La estrategia comercial de los OMVs, se caracteriza por captar segmentos diferenciados de mercado, como:

- Jóvenes
- Deportes
- Sólo Datos
- Grupos o Clubes en común
- Redes Sociales
- Reventa de servicios
- Entre Otros

Con esta estrategia comercial, los OMVs buscan los elementos diferenciadores y el mercado objetivo, a fin de ser atractivos y obtener un porcentaje en la participación del mercado local.

La interacción de los OMVs en el mercado nacional, incentiva y fomenta la competencia entre los actores del mismo, busca mejores tarifas al usuario final dependiendo de sus necesidades, calidad de servicios y variedad de oferta de servicios de telecomunicaciones al cliente.

Realización:

Dirección de Planificación-Unidad de Inteligencia de Mercado

Fecha de Publicación: Diciembre 2014

Secretaría Nacional de Telecomunicaciones

Quito: Av. Diego de Almagro N31-95 y Alpallana. Edif. SENATEL. Telf: 593-2-2 947-800, Fax: 022-901-010

Guayaquil: 9 de Octubre y Malecón Edif. la Previsora – Piso 25, Of 25-01. Telf: 593- 4 -2 569 900

Cuenca: Av. Padre Solano y 12 de Abril Edificio San Vicente de Paúl. Telf: 593-7-2 846 872

Call Center: 1800 SENATEL, Casilla: 17-07-9777

www.regulaciontelecomunicaciones.gob.ec

Ecuador

