

# **HOT advising (Hands On Team)**

**¿Que negocio hay detrás  
de un  
Operador de Red Móvil Virtual?  
(MVNO)**

1.- ¿Qué es un MVMO?

2.- ¿Cómo se clasifican?

3.- ¿Qué Negocio ofrece?

4.- ¿Por qué ahora?

5.- ¿Por qué para mi empresa?

¿Existe  
Oportunidad  
de  
Negocio?

6.- ¿Qué debo hacer?

7.- ¿Cómo debo hacerlo?

8.- ¿Con quién?

¿Me  
Interesa  
estudiarlo?

9.- Sigüientes Pasos



1.- ¿Qué es un MVMO?

2.- ¿Cómo se clasifican?

3.- ¿Qué Negocio ofrece?

4.- ¿Por qué ahora?

5.- ¿Por qué para mi empresa?

6.- ¿Qué debo hacer?

7.- ¿Cómo debo hacerlo?

8.- ¿Con quién?

9.- Sigüentes Pasos

# 1.- ¿Qué es un MVMO?

En pocas palabras podemos decir que un MVNO es una empresa, que no tiene **LICENCIA** para ser un operador de Telefonía Móvil (como lo son Movistar, Vodafone y Amena) pero que puede revender servicios de telefonía móvil (incluyendo equipos terminales) utilizando las redes de los operadores de Telefonía móvil.

Movistar

Vodafone

Amena

Xfera

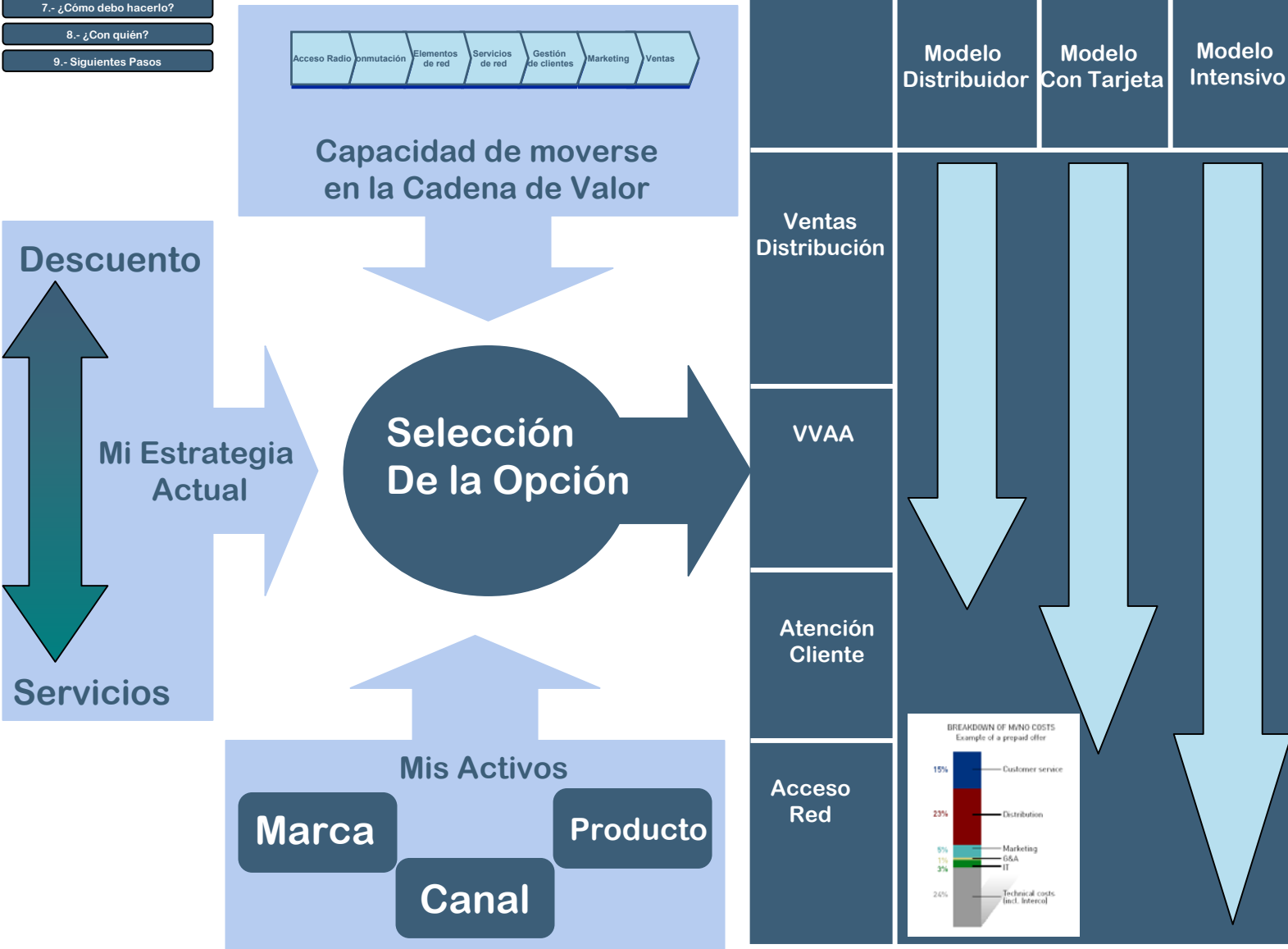
13 licencias  
de  
Operador  
Móvil  
Virtual  
pedidas

Más de  
100  
Autorizaciones  
de  
Proveedor  
Servicio  
móvil

A partir de una **categorización** en términos generales, se pueden configurar diferentes modelos de actuación. Cada Compañía deberá analizar la forma ideal de convertirse en un MVNO de éxito, identificando para ello el papel que quiere y puede desempeñar a partir de su **situación actual**.

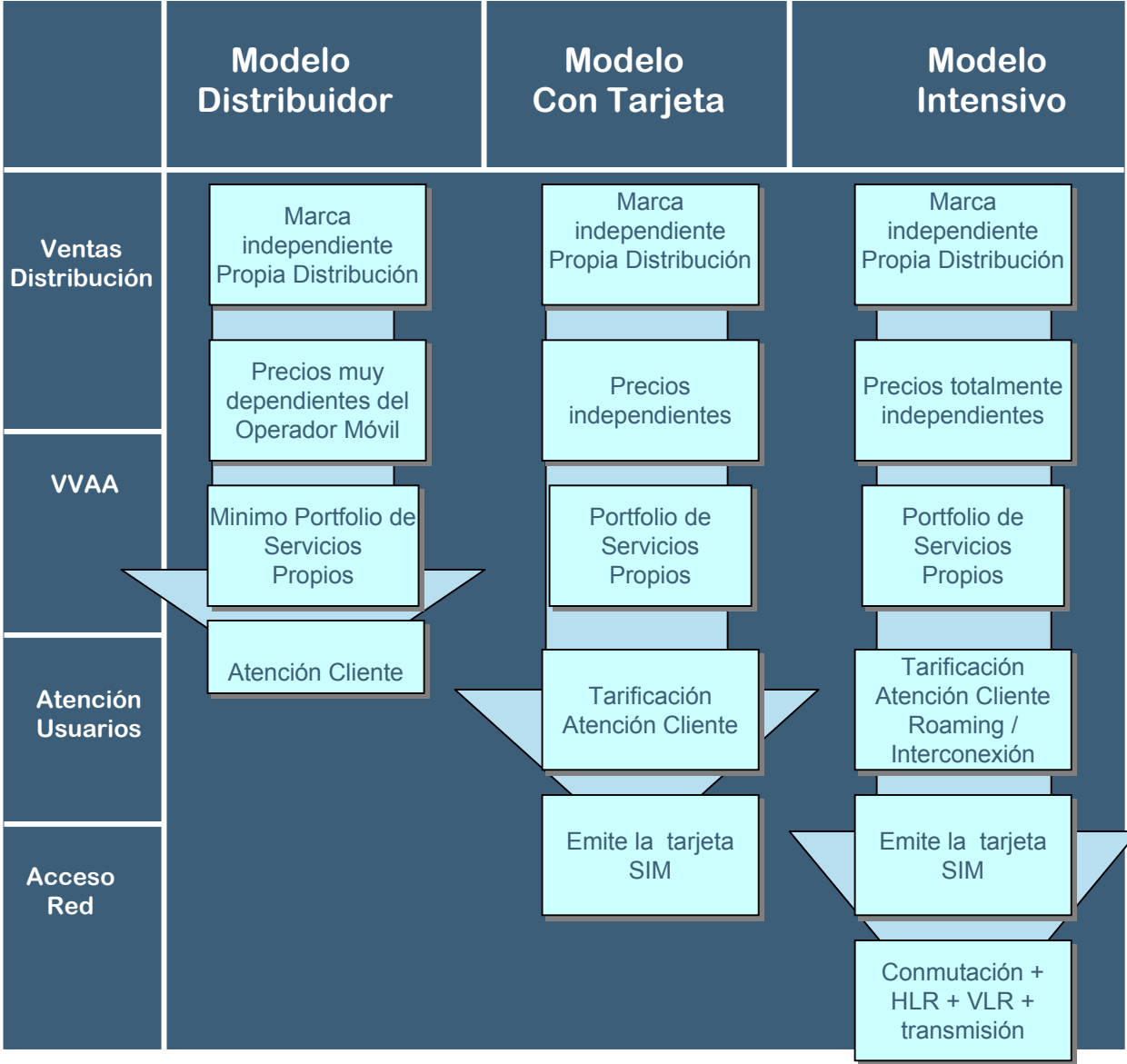
- 1.- ¿Qué es un MVMO?
- 2.- ¿Cómo se clasifican?
- 3.- ¿Qué Negocio ofrece?
- 4.- ¿Por qué ahora?
- 5.- ¿Por qué para mi empresa?
- 6.- ¿Qué debo hacer?
- 7.- ¿Cómo debo hacerlo?
- 8.- ¿Con quién?
- 9.- Sigüientes Pasos

# 2.- ¿Cómo se clasifican?

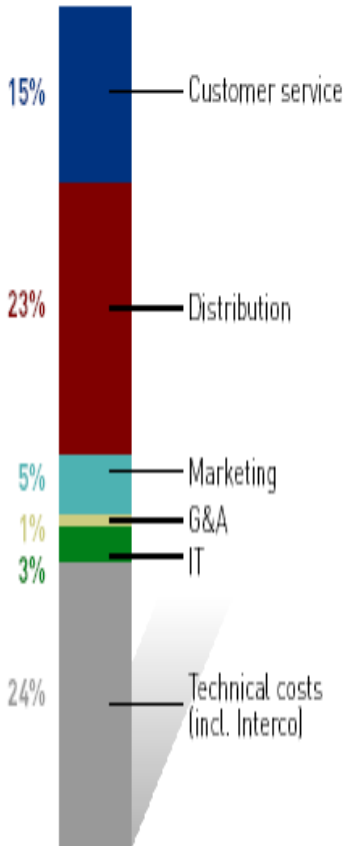


- 1.- ¿Qué es un MVMO?
- 2.- ¿Cómo se clasifican?
- 3.- ¿Qué Negocio ofrece?
- 4.- ¿Por qué ahora?
- 5.- ¿Por qué para mi empresa?
- 6.- ¿Qué debo hacer?
- 7.- ¿Cómo debo hacerlo?
- 8.- ¿Con quién?
- 9.- Sigüientes Pasos

## 2.- ¿Cómo se clasifican?



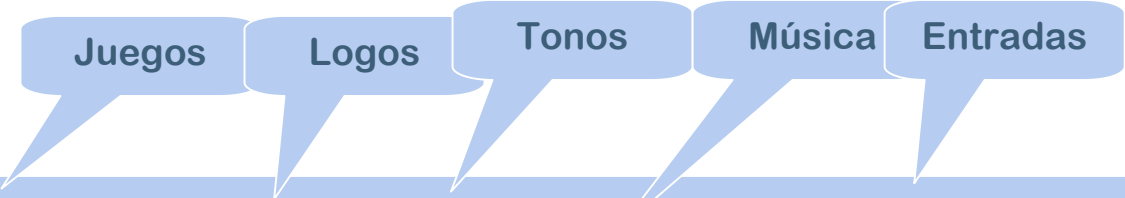
**BREAKDOWN OF MVNO COSTS**  
Example of a prepaid offer



- 1.- ¿Qué es un MVMO?
- 2.- ¿Cómo se clasifican?
- 3.- ¿Qué Negocio ofrece?
- 4.- ¿Por qué ahora?
- 5.- ¿Por qué para mi empresa?
- 6.- ¿Qué debo hacer?
- 7.- ¿Cómo debo hacerlo?
- 8.- ¿Con quién?
- 9.- Siguientes Pasos

# 3.- ¿Qué Negocio ofrece?

Información

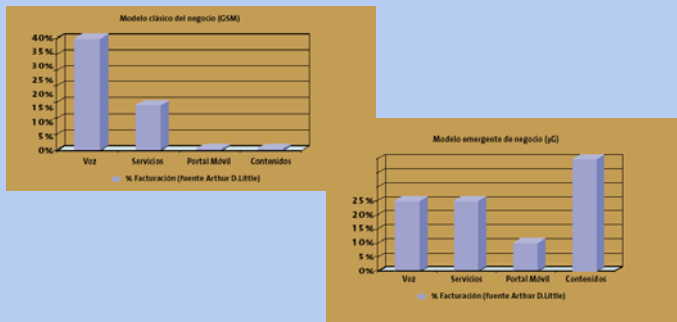


98. Ingresos de telefonía móvil automática por servicios (millones de euros)

	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Cuotas de alta y abono	683,23	462,77	451,91	309,55	190,00	197,81
Tráfico cursado	2.599,10	3.892,82	4.975,25	5.863,98	6.992,07	8.136,70
Mensajes cortos		302,78	657,95	952,24	1.208,14	1.375,91
Itinerancia de clientes propios	111,85	218,36	213,17	300,85	371,46	432,10
Servicios GPRS				6,30	46,94	137,08
WAP					2,87	17,09
<b>Total servicios finales</b>	<b>3.394,18</b>	<b>4.876,73</b>	<b>6.298,28</b>	<b>7.452,91</b>	<b>8.811,47</b>	<b>10.296,70</b>

112. Ingreso por tipo de servicio (millones de euros)

	2002			2003			2004		
	Serv. Finales	Serv. de Interconex. Red Móvil	Total	Serv. Finales	Serv. de Interconex. Red Móvil	Total	Serv. Finales	Serv. de Interconex. Red Móvil	Total
Telefónica Móviles España	4.268,0	1.839,6	6.107,6	5.020,6	1.789,6	6.810,2	5.594,6	1.809,9	7.404,5
Vodafone España	1.961,3	1.090,9	3.052,2	2.246,2	1.152,3	3.398,5	2.814,2	1.279,6	4.093,8
Amena (Pretelvisión Móvil)	1.223,6	772,1	1.995,8	1.544,6	668,8	2.413,5	1.887,9	943,9	2.831,7
<b>Total</b>	<b>7.452,9</b>	<b>3.702,7</b>	<b>11.155,6</b>	<b>8.811,5</b>	<b>3.610,7</b>	<b>12.622,2</b>	<b>10.296,7</b>	<b>4.033,3</b>	<b>14.330,0</b>



120. Clientes por tipo de contrato (miles)

	2002			2003			2004		
	Prepago	Postpago	Total	Prepago	Postpago	Total	Prepago	Postpago	Total
Telefónica Móviles España	11.936,7	6.475,4	18.412,1	11.730,6	7.930,0	19.660,6	9.717,4	9.259,7	18.977,0
Vodafone España	4.862,7	3.796,7	8.659,4	5.233,9	4.164,4	9.398,2	5.345,2	5.025,7	10.370,9
Amena (Pretelvisión Móvil)	4.074,3	2.385,2	6.459,5	4.662,7	3.498,3	8.161,0	5.004,1	4.270,6	9.274,7
<b>Total</b>	<b>20.873,7</b>	<b>12.657,3</b>	<b>33.531,0</b>	<b>21.627,2</b>	<b>15.592,7</b>	<b>37.219,8</b>	<b>20.066,6</b>	<b>18.555,9</b>	<b>38.622,6</b>

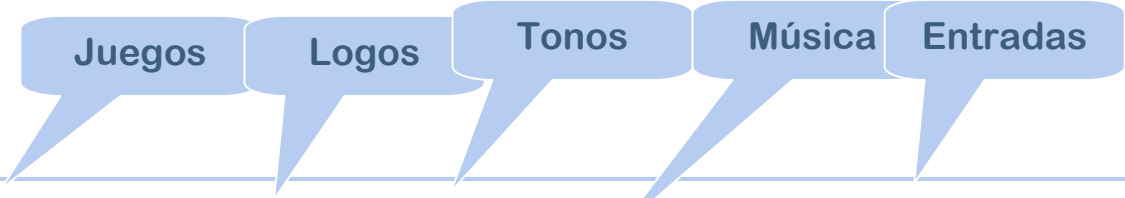
Compañía	Ventas en 2005 (millones de unidades)	Participación en el mercado en 2005 (porcentaje)	Ventas en 2004 (millones de unidades)	Participación en el mercado en 2004 (porcentaje)
<b>Nokia Corp.</b>	<b>265.6</b>	<b>32.5</b>	<b>207.2</b>	<b>30.7</b>
<b>Motorola Inc.</b>	<b>144,9</b>	<b>17.7</b>	<b>104.1</b>	<b>15.4</b>
<b>Samsung Electronics Co. Ltd.</b>	<b>103.8</b>	<b>12.7</b>	<b>85.2</b>	<b>12.6</b>
<b>LG Electronics Inc.</b>	<b>54.9</b>	<b>6.7</b>	<b>42.3</b>	<b>6.3</b>
<b>Sony Ericsson Mobile Communications AB</b>	<b>51.8</b>	<b>6.3</b>	<b>42.0</b>	<b>6.2</b>
<b>Siemens AG</b>	<b>28.6</b>	<b>3.5</b>	<b>48.5</b>	<b>7.2</b>
<b>Others</b>	<b>167.0</b>	<b>20.6</b>	<b>144.6</b>	<b>21.6</b>
<b>Total</b>	<b>816.6</b>	<b>100.0</b>	<b>674.0</b>	<b>100.0</b>

Ventas mundiales de terminales móviles para los usuarios finales en 2005

- 1.- ¿Qué es un MVMO?
- 2.- ¿Cómo se clasifican?
- 3.- ¿Qué Negocio ofrece?
- 4.- ¿Por qué ahora?
- 5.- ¿Por qué para mi empresa?
- 6.- ¿Qué debo hacer?
- 7.- ¿Cómo debo hacerlo?
- 8.- ¿Con quién?
- 9.- Siguientes Pasos

# 3.- ¿Qué Negocio ofrece?

Información



98. Ingresos de telefonía móvil automática por servicios  
(millones de euros)

	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Cuotas de alta y abono	683,23	462,77	451,91	309,55	190,00	197,81
Tráfico cursado	2.599,10	3.892,82	4.975,25	5.883,98	6.992,07	8.136,70
Mensajes cortos		302,78	657,95	952,24	1.208,14	1.375,91
Itinerancia de clientes propios	111,85	218,36	213,17	300,85	371,46	432,10
Servicios GPRS				6,30	46,94	137,08
WAP					2,87	17,00
<b>Total servicios finales</b>	<b>3.394,18</b>	<b>4.876,73</b>	<b>6.298,28</b>	<b>7.452,91</b>	<b>8.811,47</b>	<b>10.296,70</b>

112. Ingreso por tipo de servicio  
(millones de euros)

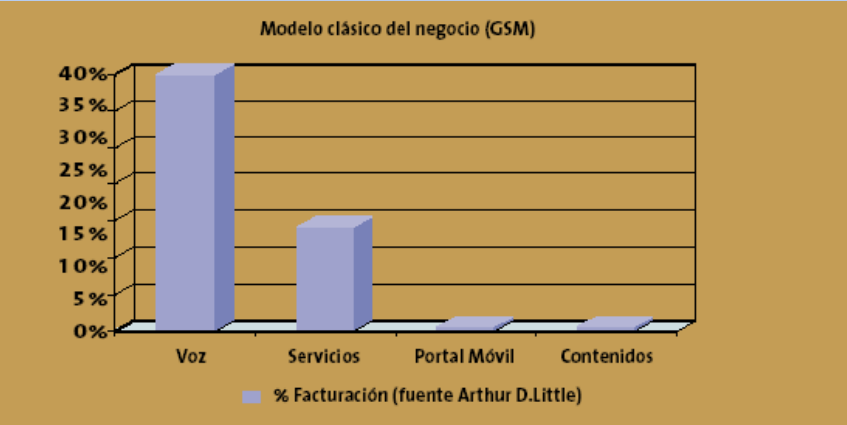
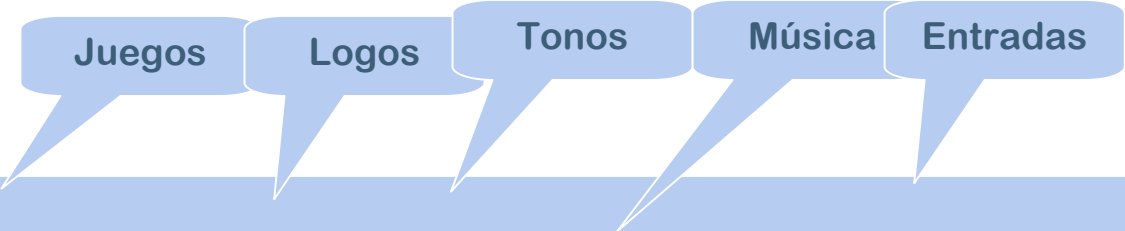
	2002			2003			2004		
	Serv. Finales	Serv. de Interconex. Red Móvil	Total	Serv. Finales	Serv. de Interconex. Red Móvil	Total	Serv. Finales	Serv. de Interconex. Red Móvil	Total
Telefónica									
Móviles España	4.268,0	1.839,6	6.107,6	5.020,6	1.789,6	6.810,2	5.594,6	1.809,9	7.404,5
Vodafone España	1.961,3	1.090,9	3.052,2	2.246,2	1.152,3	3.398,5	2.814,2	1.279,6	4.093,8
Amena (Retevisión Móvil)	1.223,6	772,1	1.995,8	1.544,6	868,8	2.413,5	1.887,9	943,9	2.831,7
<b>Total</b>	<b>7.452,9</b>	<b>3.702,7</b>	<b>11.155,6</b>	<b>8.811,5</b>	<b>3.810,7</b>	<b>12.622,2</b>	<b>10.296,7</b>	<b>4.033,3</b>	<b>14.330,0</b>

INGRESOS

- 1.- ¿Qué es un MVMO?
- 2.- ¿Cómo se clasifican?
- 3.- ¿Qué Negocio ofrece?
- 4.- ¿Por qué ahora?
- 5.- ¿Por qué para mi empresa?
- 6.- ¿Qué debo hacer?
- 7.- ¿Cómo debo hacerlo?
- 8.- ¿Con quién?
- 9.- Sigüientes Pasos

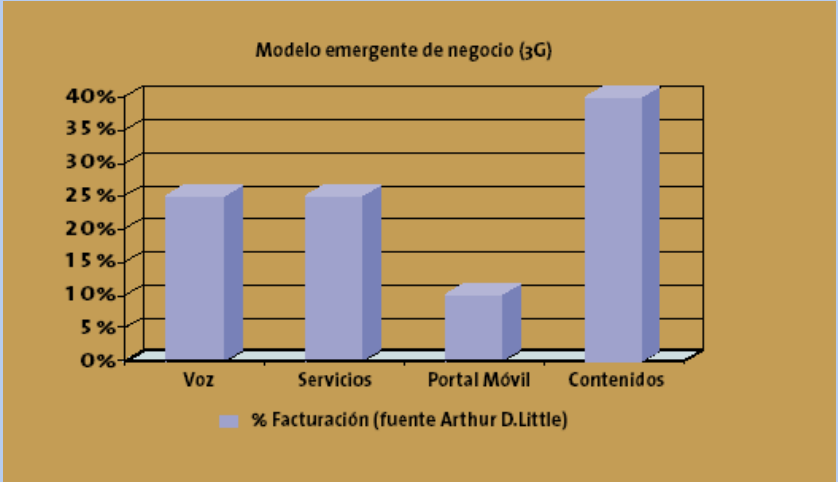
# 3.- ¿Qué Negocio ofrece?

Información



**Nuevos Servicios a ofrecer,  
No solo VOZ**

**CAMBIOS  
en el USO**



1.- ¿Qué es un MVMO?

2.- ¿Cómo se clasifican?

3.- ¿Qué Negocio ofrece?

4.- ¿Por qué ahora?

5.- ¿Por qué para mi empresa?

6.- ¿Qué debo hacer?

7.- ¿Cómo debo hacerlo?

8.- ¿Con quién?

9.- Sigüientes Pasos

### 3.- ¿Qué Negocio ofrece?

Información

Juegos

Logos

Tonos

Música

Entradas

Compañía	Ventas en 2005 (millones de unidades)	Participación en el mercado en 2005 (porcentaje)	Ventas en 2004 (millones de unidades)	Participación en el mercado en 2004 (porcentaje)
Nokia Corp.	265.6	32.5	207.2	30.7
Motorola Inc.	144.9	17.7	104.1	15.4
Samsung Electronics Co. Ltd.	103.8	12.7	85.2	12.6
LG Electronics Inc.	54.9	6.7	42.3	6.3
Sony Ericsson Mobile Communications AB	51.8	6.3	42.0	6.2
Siemens AG	28.6	3.5	48.5	7.2
Others	167.0	20.6	144.6	21.6
<b>Total</b>	<b>816.6</b>	<b>100.0</b>	<b>674.0</b>	<b>100.0</b>

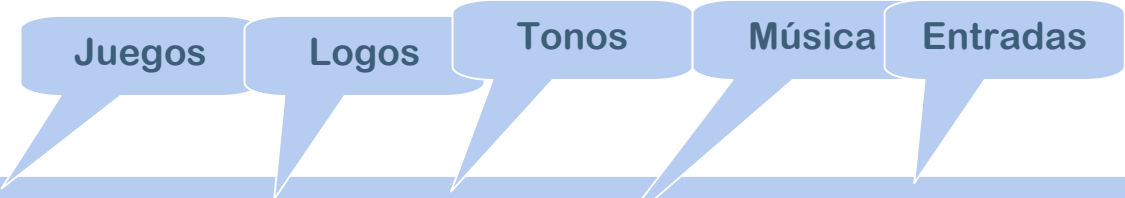
Ventas mundiales de terminales móviles para los usuarios finales en 2005

Vender Teléfonos es parte del Negocio

- 1.- ¿Qué es un MVMO?
- 2.- ¿Cómo se clasifican?
- 3.- ¿Qué Negocio ofrece?
- 4.- ¿Por qué ahora?
- 5.- ¿Por qué para mi empresa?
- 6.- ¿Qué debo hacer?
- 7.- ¿Cómo debo hacerlo?
- 8.- ¿Con quién?
- 9.- Sigüientes Pasos

# 3.- ¿Qué Negocio ofrece?

Información



120. Clientes por tipo de contrato  
(miles)

	2002			2003			2004		
	Prepago	Postpago	Total	Prepago	Postpago	Total	Prepago	Postpago	Total
Telefónica									
Móviles España	11.936,7	6.475,4	18.412,1	11.730,6	7.930,0	19.660,6	9.717,4	9.259,7	18.977,0
Vodafone España	4.862,7	3.796,7	8.659,4	5.233,9	4.164,4	9.398,2	5.345,2	5.025,7	10.370,9
Amena									
(Retevisión Móvil)	4.074,3	2.385,2	6.459,5	4.662,7	3.498,3	8.161,0	5.004,1	4.270,6	9.274,7
<b>Total</b>	<b>20.873,7</b>	<b>12.657,3</b>	<b>33.531,0</b>	<b>21.627,2</b>	<b>15.592,7</b>	<b>37.219,8</b>	<b>20.066,6</b>	<b>18.555,9</b>	<b>38.622,6</b>

**Me puedo dirigir a 39 Millones de Clientes**

- 1.- ¿Qué es un MVMO?
- 2.- ¿Cómo se clasifican?
- 3.- ¿Qué Negocio ofrece?
- 4.- ¿Por qué ahora?
- 5.- ¿Por qué para mi empresa?
- 6.- ¿Qué debo hacer?
- 7.- ¿Cómo debo hacerlo?
- 8.- ¿Con quién?
- 9.- Sigüentes Pasos

# 4.- ¿Por qué ahora?

**Desarrollo 3G**

**Madurez Voz Móvil**

- ✓ Nuevos Servicios
- ✓ Nichos
- ✓ "Bundles" más complejos

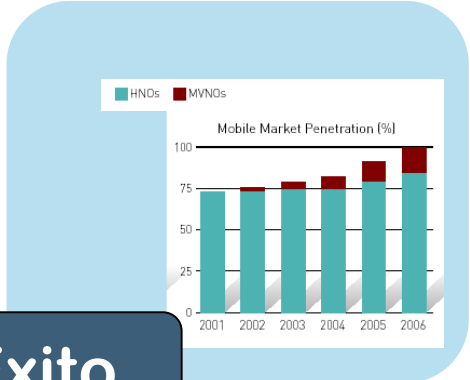
**Oferta**

**Demanda**

- ✓ Promueve
- ✓ Obliga a cooperar a los Operadores móviles
- ✓ Ámbito Europeo

**Legislación**

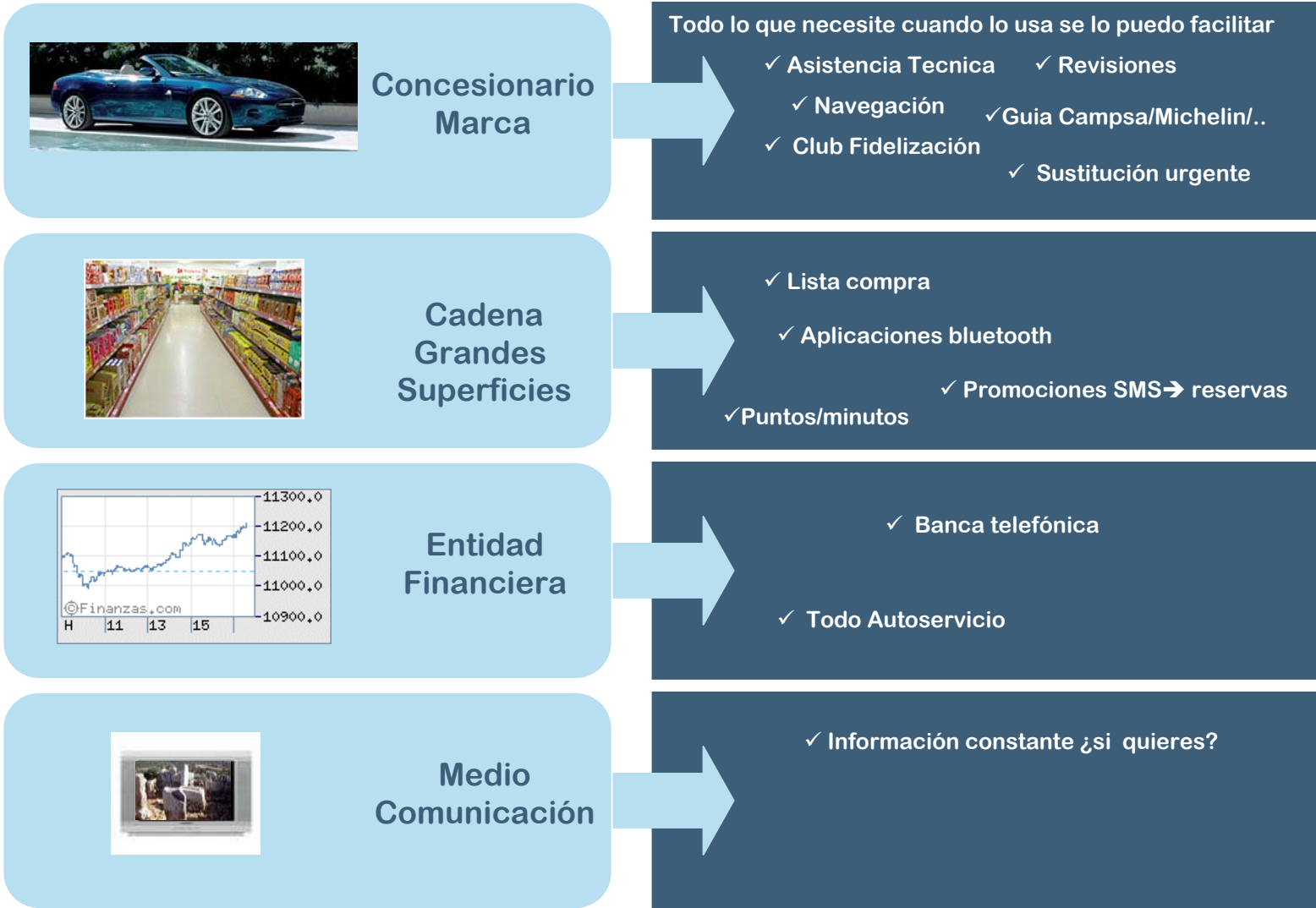
**Casos Éxito**



- 1.- ¿Qué es un MVMO?
- 2.- ¿Cómo se clasifican?
- 3.- ¿Qué Negocio ofrece?
- 4.- ¿Por qué ahora?
- 5.- ¿Por qué para mi empresa?
- 6.- ¿Qué debo hacer?
- 7.- ¿Cómo debo hacerlo?
- 8.- ¿Con quién?
- 9.- Sigüientes Pasos

# 5.- ¿Por qué para mi empresa?

## Ejemplos



- 1.- ¿Qué es un MVMO?
- 2.- ¿Cómo se clasifican?
- 3.- ¿Qué Negocio ofrece?
- 4.- ¿Por qué ahora?
- 5.- ¿Por qué para mi empresa?
- 6.- ¿Qué debo hacer?
- 7.- ¿Cómo debo hacerlo?
- 8.- ¿Con quién?
- 9.- Siguientes Pasos

# 5.- ¿Por qué para mi empresa?

## Ejemplos




Operador  
No  
Movil/ No Local

- ✓ Clientes
- ✓ Triple Play Móvil



Utility

- ✓ Clientes
- ✓ Triple Play UTILITY\_ Móvil



Electrónica  
Consumo

- ✓ Asistencia Técnica
- ✓ Revisiones
- ✓ Club Fidelización
- ✓ Sustitución urgente

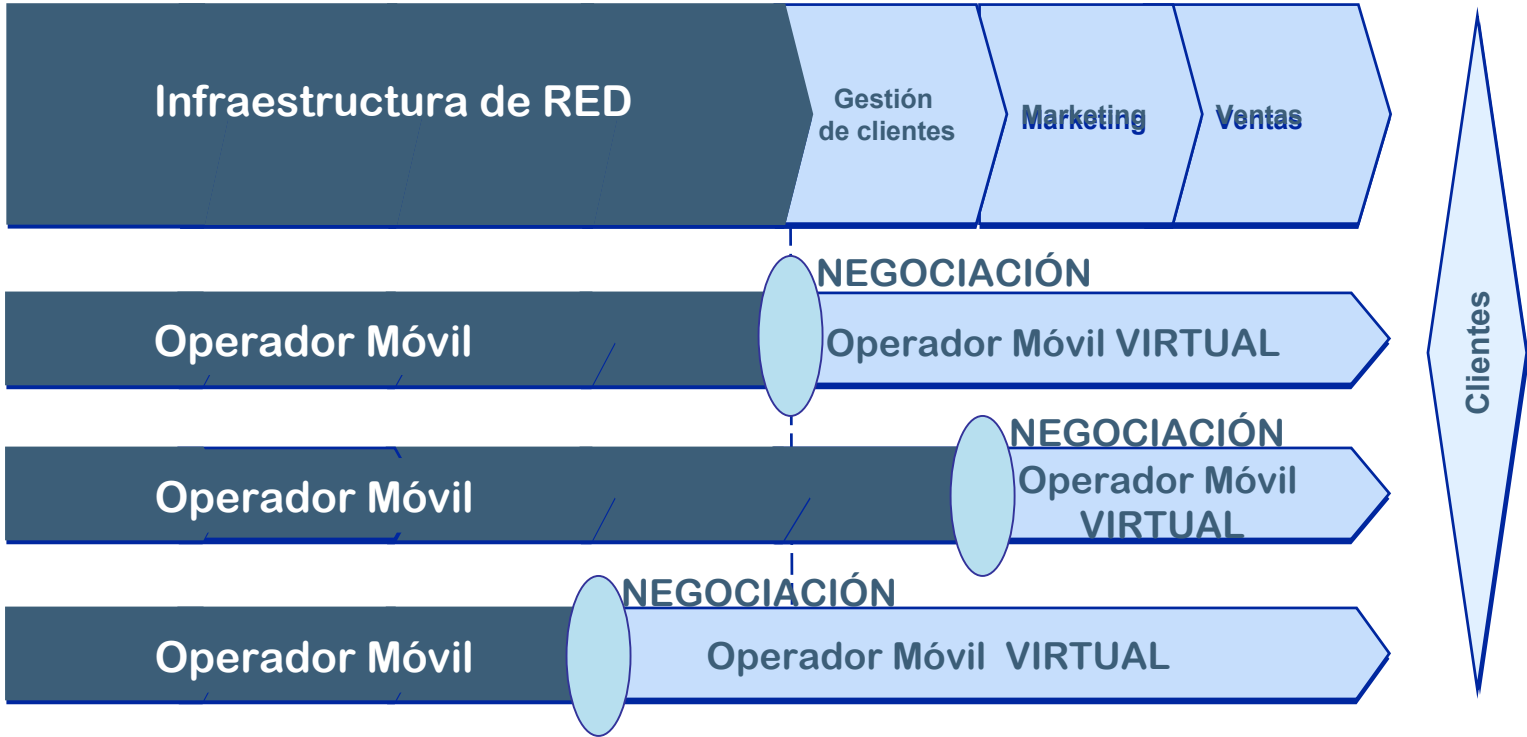
¿A qué se dedica  
tu  
Compañía?

-

- 1.- ¿Qué es un MVMO?
- 2.- ¿Cómo se clasifican?
- 3.- ¿Qué Negocio ofrece?
- 4.- ¿Por qué ahora?
- 5.- ¿Por qué para mi empresa?
- 6.- ¿Qué debo hacer?
- 7.- ¿Cómo debo hacerlo?
- 8.- ¿Con quién?
- 9.- Sigüentes Pasos

# 6.- ¿Qué debo hacer?

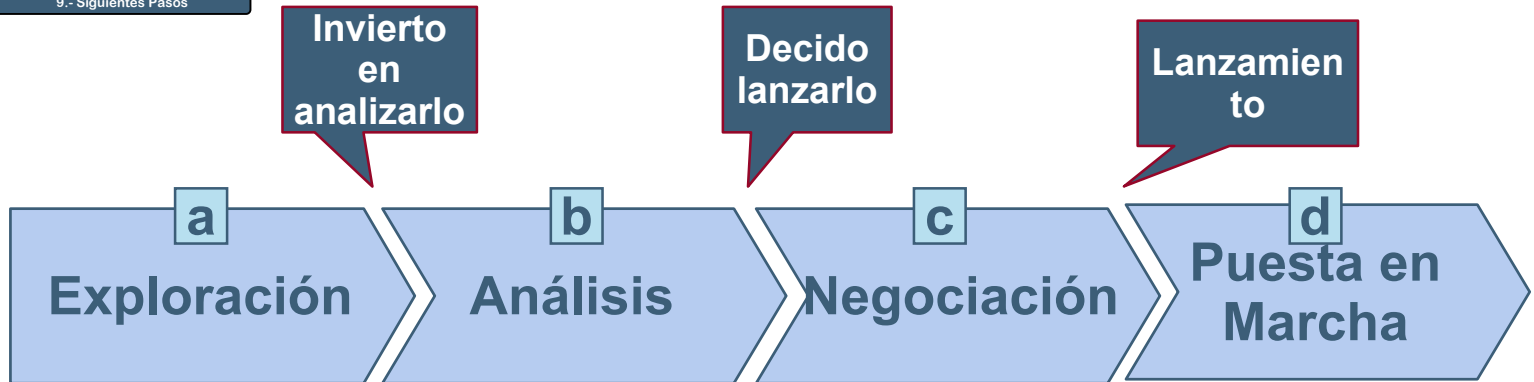
El primer ejercicio deberá ser posicionarse en la nueva cadena de Valor que se configura con la aparición de los nuevos jugadores.



En cualquiera de los casos la negociación con los operadores móviles será uno de los Factores Críticos de éxito.

- 1.- ¿Qué es un MVMO?
- 2.- ¿Cómo se clasifican?
- 3.- ¿Qué Negocio ofrece?
- 4.- ¿Por qué ahora?
- 5.- ¿Por qué para mi empresa?
- 6.- ¿Qué debo hacer?
- 7.- ¿Cómo debo hacerlo?
- 8.- ¿Con quién?
- 9.- Sigüientes Pasos

# 7.- ¿Cómo debo hacerlo?



- ¿Hay hueco para alguien más?
- ¿ Es suficientemente grande el segmento al que ahora se dirige mi empresa?
- ¿De qué ordenes de magnitud estamos hablando?
- ¿Hay casos de éxito parecidos al mío?

- ¿Qué cobertura legal es necesaria?
- ¿Cuál es el esfuerzo comercial que me exigiría?
- ¿Qué complejidades operativas hay asociadas?
- ¿Cómo serían mis 'economics': Inversiones, Ingresos, Gastos?
- Riesgos de mi proyecto

- ¿Qué es lo que realmente le interesa a un Operador?
- ¿Qué es lo que un Operador tratará de bloquear ?
- ¿Qué aspectos de la negociación hay que dejar bien cubiertos?
- ¿Qué palancas van a usar para ponerlo difícil?

- ¿Tengo el equipo de gestión?
- ¿Tengo el equipo de lanzamiento?
- ¿Quiénes deben ser mis partners comerciales y tecnológicos ?
- ¿Cómo debo montar la relación con mis partners?

- 1.- ¿Qué es un MVMO?
- 2.- ¿Cómo se clasifican?
- 3.- ¿Qué Negocio ofrece?
- 4.- ¿Por qué ahora?
- 5.- ¿Por qué para mi empresa?
- 6.- ¿Qué debo hacer?
- 7.- ¿Cómo debo hacerlo?
- 8.- ¿Con quién?
- 9.- Sigüientes Pasos

# 8.- ¿Con quién?

## *“Hands ON Team” HOT*

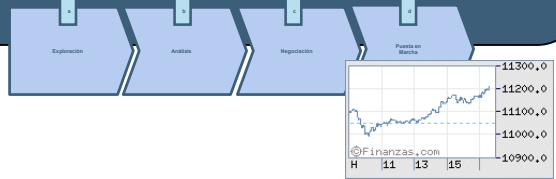
**Operativos de manera inmediata.**

- ✓ Enfoque Asesor no consultor.
- ✓ Identificación rápida de los elementos críticos.
- ✓ Orientación de Negocio.







**Metodología Completa y Probada**










- ✓ Basada en la experiencia.
- ✓ Cubriendo el ciclo de vida completo del la creación y lanzamiento de negocios móviles



**Experiencia en el Sector.**

- ✓ Multifuncional.
- ✓ Multidisplinar.
- ✓ Conocemos a los Operadores Móviles.
- ✓ Conocemos a los Proveedores de sistemas e infraestructura.
- ✓ Lo hemos hecho con anterioridad.

1.- ¿Qué es un MVMO?

2.- ¿Cómo se clasifican?

3.- ¿Qué Negocio ofrece?

4.- ¿Por qué ahora?

5.- ¿Por qué para mi empresa?

6.- ¿Qué debo hacer?

7.- ¿Cómo debo hacerlo?

8.- ¿Con quién?

9.- Siguientes Pasos

## 8.- ¿Con quién?

### *“Hands ON Team” HOT*

- **Somos un equipo de profesionales con experiencia directa en este negocio. No somos consultores tradicionales.**
- **Todo lo que proponemos hacer, ya lo hemos hecho en nuestras empresas anteriores**
- **Hemos trabajado en las áreas de Finanzas, Operaciones, Red, Logística, Marketing, Trade, y Ventas**
- **Tenemos las conexiones apropiadas en los operadores y en los suministradores. Hemos sido sus empleados, clientes, competidores, o partners**
- **En nuestros CVs figuran experiencias de muchos años en empresas del sector. Por ejemplo, en Jazztel, Airtel, Vodafone, Amena, Auna, Telefónica, Ono, Ericsson, Alcatel, AT&T...**
- **Somos capaces de implicar recursos humanos del nivel necesario para el despliegue**
- **NO tenemos conflicto de interés. No trabajamos para los operadores móviles.**

1.- ¿Qué es un MVMO?

2.- ¿Cómo se clasifican?

3.- ¿Qué Negocio ofrece?

4.- ¿Por qué ahora?

5.- ¿Por qué para mi empresa?

6.- ¿Qué debo hacer?

7.- ¿Cómo debo hacerlo?

8.- ¿Con quién?

9.- Siguietes Pasos

## 9.- Siguietes Pasos

a

### Exploración

a

b

c

d

- Información sobre el mercado, sus players y sus cifras
- Cualificación del 'nicho' en el que se va a operar. Análisis cualitativo del solape o compatibilidad del 'nicho' en relación a los tres (cuatro) operadores. Identificación y descripción de casos asimilables en otros países
- Análisis cualitativo de la afinidad de sus clientes con los servicios móviles. Identificación de la propuesta de valor, del posicionamiento, y de los tipos de servicio más apropiados. Cuantificación inicial de los ARPUs (Ingreso Medio por Cliente)
- Cuantificación inicial de 'takers' de cada segmento. Contraste de las cifras contra la cuota de mercado y otros benchmarks
- Identificación de la modalidad MVNO más apropiada. Cuantificación inicial de inversiones por capítulo
- Análisis comercial, canales. Política de comisionado y de subvenciones. Cuantificación inicial de costes fijos y variables.
- Cuantificación de márgenes brutos, y de los costes operativos
- Cuenta de resultados inicial proforma

# Condiciones Especiales



- **Los precios son SIN I.V.A.**
  
- **La forma de pago es:**
  - ❑ **Por TRANSFERENCIA BANCARIA : Bankinter**
  - ❑ **CC: 01280051290100016023**
  - ❑ **CIF: B84489376**
  - ❑ **Nombre: Tx-soluciones (Transmisiones Por Soluciones).**

**Presentado por:**

**Carlos Etxeberria Gamazo**

[Cetxe@tx-soluciones.com](mailto:Cetxe@tx-soluciones.com)



**Tel: +34 91 6595884**

**Móvil: +34 609209048**

**Fax: +34 91 659 58 16**