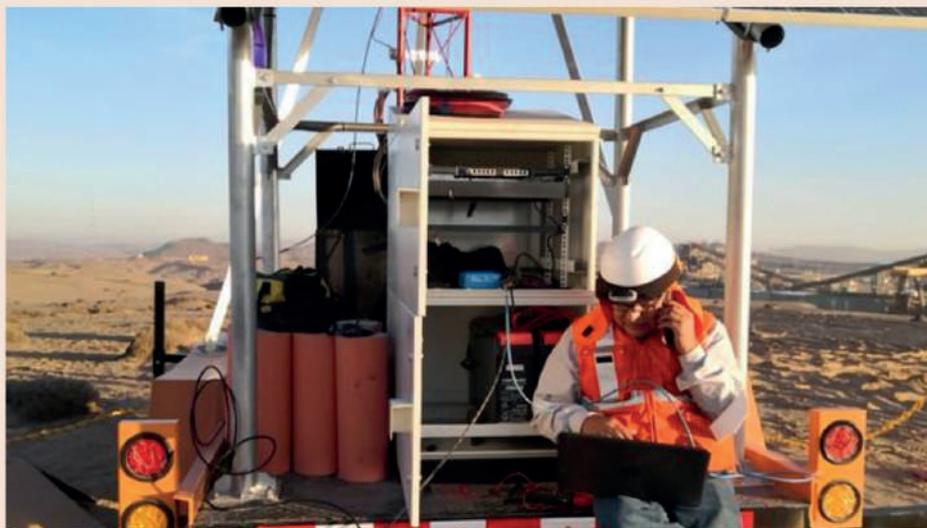


Suma Móvil llevará a seis marcas más a competir en mercado de telefonía móvil

El operador móvil virtual (OMV) Suma Móvil contempla brindar red a seis nuevas marcas que buscan competir en telefonía móvil prepago y pospago, entre ellas, una del sector retail. La inversión prevista por la compañía para Perú supera los US\$ 2 millones.



Suma Móvil contempla brindar red a seis nuevas marcas que buscan competir en telefonía móvil prepago y pospago.

Karen Guardia Quispe

karen.guardia@diariogestion.com.pe

Lima, 14/06/2023 05:32 p. m.

A poco más de un año de haber iniciado actividades en Perú, el operador móvil virtual (OMV) [Suma Móvil](#) -del Grupo Ingenium Tecnología, con sede en España- ya trabaja con 10 marcas brindándoles la red que arrienda a Entel. Bajo este modelo de negocio, ultima el subarriendo de espectro a seis marcas más el 2023.

En virtud del acuerdo con [Suma Móvil](#), las 10 marcas -en su mayoría cableoperadoras y empresas de internet por fibra- ya desarrollaron el servicio de telefonía móvil para competir en ese segmento del mercado.

“De ellas, cinco ya están en producción (en actividad) y estamos por lanzar, antes que termine el 2023, tres marcas más”, comentó su country manager, Mauricio Guerra a [Gestión](#).

A dichas marcas, la compañía -que tiene una concesión de 20 años- les brinda soluciones de voz, datos y mensajes de texto en 3G y 4G.

Entre los clientes de **Suma Móvil** se encuentra **Mi Fibra**, un operador que provee servicios de internet por fibra óptica con más de 20,000 abonados en Lambayeque y Piura, y que empezará a ofrecer también telefonía móvil (prepago y pospago) desde agosto próximo.

De igual manera, **Ingenyo** brinda servicios de internet satelital y soluciones de telefonía móvil.

Nuevos nichos y seis marcas más

En el 2022, el foco de **Suma Móvil** estuvo principalmente en los cables operadores y empresas de internet para que estos servicios sean convergentes. En adelante, la apuesta será **abrirse a nuevos nichos de mercado**.

“Lo que tenemos planificado para este año es la ampliación hacia otros segmentos de mercado, ya sea el retail o equipos de fútbol o comunidades étnicas y otros, tomando en cuenta que, a través del servicio de telefonía móvil, se puede fidelizar a los clientes, ampliar los puntos de venta, desarrollar promociones, entre otros. A lo que se suma obtener ingresos adicionales”, anotó.

En ese sentido, la meta para los próximos seis meses es cerrar negociaciones con seis nuevas marcas, una de las cuales pertenece al sector retail.

“Buscamos añadir (al cierre del 2023) seis nuevas marcas. Tenemos la expectativa de que por lo menos la mitad sean del sector retail y de un equipo de fútbol”, dijo.

De ese modo, este **OMV** contará con 16 marcas compitiendo en el segmento de telefonía móvil en el 2024.

Sobre los planes de inversión de **Suma Móvil** en Perú, **Guerra** anunció un desembolso superior a US\$ 2 millones, de los cuales US\$ 500,000 se ejecutarían en el 2024.

“Este año, en materia de inversiones nos hemos dedicado a reforzar la plataforma que tenemos, la que ya está lista para brindar 5G una vez que esté autorizado por nuestro operador de red (Entel)”, finalizó.

CLAVES

Mercado. Al cierre del primer trimestre del 2023, **Claro** tiene la mayor participación del mercado de servicios móviles (29.9%) con 12,391,504 líneas activas, seguido de **Movistar** con 12,170,007 de líneas, según el **Osiptel**.

OMV. Los operadores móviles virtuales (OMV) como **Flash Mobile, Guinea Mobile, Suma Movil** y **Dolphin** registran una participación conjunta de apenas 0.48%.

Líneas totales. Perú registró 41,319,013 líneas móviles al cierre del primer trimestre del 2023, 1% menos que hace un año.



Mauricio Guerra, de Suma Móvil: “Buscamos añadir (al cierre del 2023) seis nuevas marcas. Tenemos la expectativa de que por lo menos la mitad sean del sector retail y de un equipo de fútbol”. Foto: Difusión