

Los planes de Suma Móvil en Perú apuntan a operar siete marcas antes de julio



Karen Guardia

- El operador móvil virtual adelanta a Gestión los planes que harán este año para que -además de los cable operadoras- los clubes de fútbol y hasta los retailers ofrezcan el servicio de telefonía móvil.

Suma Móvil -compañía del Grupo Ingenium Tecnología que opera en Colombia y Chile- proyecta operar siete marcas antes de julio y sumar tres más para fines de año. La firma, que es un nuevo operador en el mercado de comunicaciones tras conseguir la concesión como Operador Móvil Virtual (OMV) por 20 años, ofrece a diversos sectores la posibilidad de sumar a su oferta el servicio móvil.

El año pasado logró un primer acuerdo con la empresa peruana WA00, convirtiéndola en el primer cable operador (dado que provee únicamente el servicio de internet para el sector corporativo y televisión por cable) que ya está habilitada para brindar un servicio adicional: el de telecomunicaciones, con la venta de chips para telefonía móvil prepago y postpago bajo su propia marca.

Gestión conversó con Mauricio Guerra, country manager de Suma en Perú, y con Sergio Cano, CEO de Suma Móvil para el Grupo Ingenium, sobre los planes de la compañía. Entre las que figuran la posibilidad de participar en las próximas licitaciones, especialmente las de 5G.

-¿Cómo se encuentra el acuerdo suscrito con WA00 el año pasado?-

Mauricio Guerra: en noviembre del 2021 anunciamos nuestro acuerdo con WA00, convirtiéndola en el primer ISP (aquellos que proveen el servicio de internet) con una oferta convergente, agregando la telefonía móvil a su portafolio de servicios.

Justamente el viernes 4 de marzo anunciamos la operatividad de WA00. A la fecha -incluyendo de WA00-

tenemos 7 marcas próximas de lanzamiento. Nuestra expectativa y foco es desplegarlas correctamente y buscar para este primer año de operatividad (lograr) al menos 10 marcas.

-¿De quiénes se trata las otras 7 marcas? Usted me contó que tenían interés por en el sector retail y los clubes deportivos (para ofrecerles la posibilidad de ofrecer el servicio de telefonía móvil)-

Es verdad, nuestra plataforma puede albergar muchas marcas y distintos modelos negocios. Hemos arrancado con el segmento de ISP (aquellos que proveen el servicio de internet) porque consideramos que es un segmento que puede desarrollar la idea del negocio móvil de una manera muy rápida y porque

tiene -además- la estructura ya diseñada para hacerlo. Sobre otros modelos, van ir apareciendo. De hecho, lo vamos a ir buscando. Ahora estamos concentrados en estas 7 marcas. Puedo contarte que son marcas que están dentro del segmento ISP de Lima y provincias. Poco a poco vamos a ir dando los nombres, conforme vayamos avanzando con cada despliegue.

-¿Cuándo van a poder ofrecer servicios de telecomunicaciones?-

Pensamos que antes que acabe el primer semestre tener a todas las marcas desplegadas. Antes de julio 2022 debemos estar desplegadas.

-¿Cómo va la integración con Entel, está ya concluyendo? (al ser una OMV tiene que usar la concesión de otra operadora al no contar con una propia)-

Completamente. Ya estamos listos para operar ya (que) la integración ha terminado por eso es que WA00 como primera marca, está lista para operar.

-Uno de los principales problemas que enfrentan las OMV en Perú y que evita que crezcan son los acuerdos con el operador host, que -en ocasiones- termina con la intervención



Mauricio Guerra, Country Manager SUMA Móvil Perú y Sergio Cano, CEO de SUMA

de Osiptel a través de mandatos. ¿Cómo es el acuerdo con Entel para evitarlos?-

Sergio Cano: en el mundo de la OMV es relativamente común que en las relaciones (con el operador host) el regulador tenga que intervenir. Lo que pasa es que nosotros tenemos una aproximación un poco diferente ya que siempre hemos tenido claro que un negocio como el (que hace) Suma Móvil puede desarrollarse si es que hay un alineamiento estratégico (con el operador host) para traer diversas marcas al mercado y para que compañías de otros rubros puedan acceder a la prestación del servicio móvil. Desde ese punto vista, Entel es un socio ideal. No contemplamos una situación de beligerancia o en la que el regula-

dor tenga que mediar ya que hay un buen entendimiento entre ambas partes.

-Lo que viene-

“En una primera etapa nos estamos centrando fundamentalmente en proveedores de telecomunicaciones, que ya tienen un conocimiento y que añadir el servicio móvil al servicio que prestan, es una extensión natural. (No obstante) Vamos a abordar otros segmentos -definitivamente- ya que estamos 25 años en el rubro de telecomunicaciones y hemos implementado OMV de categorías y rubros distintos, para que otras (empresas) como retailers o clubes de fútbol -por ejemplo- puedan comenzar ofrecer el servicio de telecomunicaciones”, subrayó el CEO de Suma Móvil.

El ejecutivo remarcó que si bien el mercado de telecomunicaciones en Perú es sumamente competitivo, lo que se busca es que otras industrias puedan añadir un valor agregado al servicio que ya brindan, a través de las telecomunicaciones y para nichos/segmentos específicos.

“Nuestro aporte es fundamentalmente tecnológico ya que traemos una plataforma de última tecnología, que además tiene capacidad de personalización y adaptación muy potente. De todo lo que ofrece la plataforma, algunos aliados usan unas funciones y otros aliados, otras”, apuntó.

“No es lo mismo un ISP que quiere usar los chips en caso la fibra (óptica) se corte, que un equipo de fútbol que apela a la hinchada. No es un únicamente la venta de chips. Por ejemplo: el equipo de fútbol puede regalar gigas por cada gol anotado”, precisó.

-¿Se espera un impacto en precios?-

A veces los OMV tienen como único argumento el precio. Lo que es un error. Es cierto que hay operadores caros y baratos, pero no tiene (sentido) la erosión de precios e incluso en algunos países se los conoce (a los OMV) como destructores de valor. Lo que nosotros (buscamos) es



Sergio Cano, CEO de SUMA

competir (a través de nuestros aliados) por valor no por precio.

-¿Están pensando ofrecer servicios de telecomunicaciones bajo la marca Suma?-

No, bajo ninguna concepto ya que somos una plataforma habilitadora para que nuestros aliados sean lo que desarrollen servicios de telecomunicaciones. Si salimos bajo la marca Suma, los estaríamos apuñalando por la espalda. Es algo que no hemos hecho en ningún mercado en la que venimos operando.

-¿Cuánto proyectan invertir en Perú?-

La inversión de Suma Perú, del primer bloque es de US\$ 3 millones. Este primer bloque está enfocado a todas las tareas preparatorias que es conseguir los acuerdos de toda la parte regulatoria así como la implementación de la parte tecnológica. Lo que estamos viendo hacia el futuro es una inversión adicional por un importe equivalente a US\$ 3 millones para innovación, tomando

en cuenta la tecnología 5G así como el internet de las cosas.

-¿Estarían interesados en participar en los procesos de licitación para las bandas 4G y 5G?-

Si lo hacemos, será de una forma muy puntual. Es algo que nosotros siempre analizamos en todos los países en las que estamos. Aunque aportamos más valor desde nuestra posición, puramente tecnológica que en los procesos de bandas de frecuencias.

-Cuando dice que si participan en estos procesos “será muy puntual”, ¿qué implica ello?-

En algunos casos las bandas de frecuencias se licitan para usos específicos. Por ejemplo, con el internet de las cosas, en algunos países se están licitando algunas bandas específicas de 5G, de menos capacidad y no pensadas para dar el servicio a toda la población, sino para entornos industriales. A esto me refiero. Sería para casos muy puntuales y para usos específicos.