

# La era de la convergencia entre las telecomunicaciones y las finanzas





## La oportunidad de los servicios financieros para las empresas de telecomunicaciones

La industria global de las telecomunicaciones (telcos) se ha enfrentado al desafío de la disminución del crecimiento de los ingresos y el aumento de la competencia. Por eso han debido reinventarse hacia nuevas áreas de negocios, como el de servicios financieros digitales y modelos de negocio bancarios, aprovechando tecnología como el

Altos costos de captación de clientes es uno de los retos para las Telcos, sin embargo, éstas tienen una ventaja comparativa: ya tienen una base de clientes y los nuevos servicios pueden ayudar a fidelizar más a los existentes y captar a otros con menor costo comparativo.

Las telcos pueden masificar acceso y ayudar a la inclusión financiera.

**5G, Internet de las Cosas e Inteligencia Artificial y la masificación del uso de teléfonos inteligentes.**

Existen

**5.400**

millones de abonados únicos a servicios de telefonía, esto corresponde al 68% de la población mundial.

Si logramos bancarizar a esta porción de la comunidad, estaremos contribuyendo indudablemente a la inclusión financiera.

# Modelos de negocios de banca telefónica.

En este informe, se exponen 4 modelos distintos de negocio bancario para las telcos.



Modelo 1:

## Billetera digital a través del celular

La mayoría de telcos han ido por el camino de mejorar la funcionalidad de los pagos móviles y la facilidad de uso de las tecnologías relacionadas con los pagos a través de billeteras digitales o monederos móviles. Esto corresponde a una aplicación que se ejecuta en dispositivos móviles y actúa como depósito de valor, permitiendo a los usuarios facilitar pagos digitales.

Las telcos aprovechan su infraestructura de redes y su relación con el cliente como punto de partida. Pueden llegar a zonas remotas donde prácticamente no hay servicios bancarios tradicionales.

Las billeteras digitales pueden utilizarse para una gran variedad de transacciones, como:

- Transferencias P2P
- Pago de facturas
- Préstamos y ahorros
- Así como compras en línea y en tiendas.

Se necesita experiencia de pago más ágil, entonces se ha evolucionado a la oferta de tarjetas de "bucle abierto", donde se vinculan las billeteras a tarjetas de pago globales.

En la mayoría de los modelos de negocios las telcos y bancos se asocian, ya que las telcos proveen más clientes y los bancos proporcionan acceso a servicios bancarios y expertise.



Modelo 2:

## La propuesta de nicho

Corresponde a detectar un espacio desatendido por el sistema financiero tradicional y generar una oferta de valor especialmente para ganar ese segmento de clientes.

Al dirigirse a segmentos nicho de su base de clientes, las empresas de telecomunicaciones pueden diferenciarse de los proveedores tradicionales de servicios financieros

y ofrecer soluciones innovadoras que satisfagan las necesidades específicas de sus clientes.

Este enfoque podría ganar popularidad en los próximos años y servir de trampolín para seguir ampliando su oferta de servicios financieros, su infraestructura digital y su base de clientes.



Modelo 3:

## El neobanco de las empresas de telecomunicaciones

Ante las menores barreras regulatorias, las telcos y otras instituciones, paulatinamente se han sumado a la tendencia de crear sus propios bancos digitales o neobancos.

Aprovechan la infraestructura existente, pero apuestan por una nueva generación de teléfonos inteligentes, donde pueden ofrecer otros servicios, descuentos en planes, ofertas de viajes, etcétera.

Las asociaciones entre telcos, bancos y otros agentes digitales son comunes para alcanzar escala y éxito.



Modelo 4:

## La SuperApp

Consiste en integrar diversas propuestas de servicios financieros en un ecosistema de soluciones de lifestyle y contenidos. Con este planteamiento, los operadores intentan convertirse en una Super-App (superaplicación) para todas las necesidades de sus clientes. Es decir, ser una ventanilla única para solucionar las necesidades de sus clientes. **Los servicios financieros son una parte importante de eso.**

# 01.

## Funcionamiento de los servicios financieros de las empresas de telecomunicaciones

Las telcos deben ofrecer servicios fiables y escalables para sobrevivir y ser competitivos. La mayoría ya tiene conocimiento de algunos aspectos clave como Marketing, infraestructura digital, servicio al cliente, etcétera. Pero para ofrecer servicios financieros necesitan conocimiento del sector, tecnología y concesión de licencias. Para solucionar esto, existen 3 modelos que las telcos pueden utilizar:

Opción 1:

### Compra



Adquirir una compañía con las características y servicios que faltan. Puede ser mediante una participación en empresas, no necesariamente una adquisición completa.

Así, obtienen una base de clientes preparados para lanzar nuevos productos financieros. Se mezclan también los datos de ambas empresas para ofertas más completas y personalizadas.

Las desventajas de este modelo, tienen que ver con la limitación en la toma de decisiones y operaciones de la nueva empresa, además de la dificultad de combinar tecnología e integrar el personal preexistente. Este modelo es costoso en el corto plazo, pero si se implementa de manera correcta puede ser rentable en el largo plazo al no tener que ingresar y crear desde cero.



Opción 2:

## Socio



Esto consiste en obtener un socio para solventar lagunas internas, permitiendo subcontratar en base a las propias necesidades.

Hay socios de dos tipos.

Socio 1	Socio 2
<p>Son los proveedores de TI y Fintechs, quienes mediante SaaS pueden lanzar rápidamente servicios como emisión de tarjetas, depósitos, etcétera. Así se mantienen actualizados en las últimas tendencias. También, las soluciones basadas en la nube dan escalabilidad, menores costos y otorgan tecnología preparada para el futuro.</p>	<p>Son los bancos e instituciones financieras. Esto permite el acceso a licencias, servicios de riesgo, fondos, acceso a sistemas de pago y otros servicios clave para el funcionamiento.</p>

Es posible también tener socios de ambos tipos. Al subcontratar servicios operativos, se pueden centrar en lo que realmente saben hacer: marketing, experiencia del cliente y su core de negocios. Es muy relevante seleccionar un socio que se alinee con la estrategia general.



Opción 3:

## Construir



Esto tiene que ver con el desarrollo interno de la tecnología necesaria para la implementación del nuevo servicio.

### Ventajas

- Mantener el control total sobre la estrategia empresarial, las operaciones, la toma de decisiones, integración con servicios propios, etc. En el largo plazo, el desarrollo de competencias internas puede optimizar recursos y dar flexibilidad, si es que se hace de manera correcta.

### Desventajas

- Las desventajas de este enfoque tienen que ver con sus altos costos, los extensos plazos para lanzamientos de servicios y la posibilidad de que los servicios preexistentes no se integren de la manera adecuada.

Las telcos pueden implementar un sistema mixto. Por ejemplo, asociándose con una Fintech y adquiriendo una plataforma de préstamos.

# 02.

## Factores clave para ganar la oportunidad

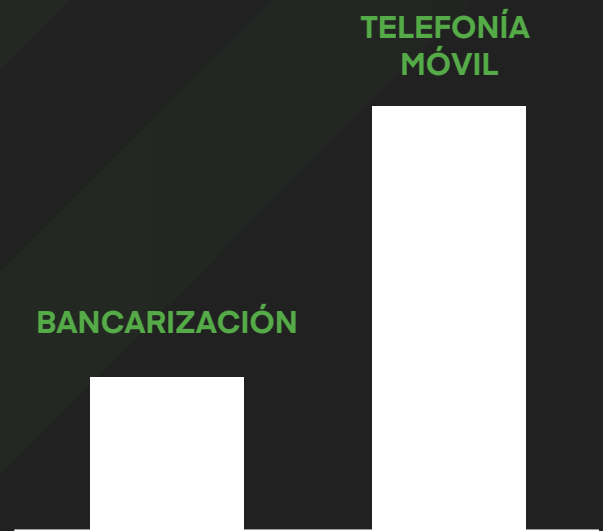
La clave del éxito para las telcos en servicios financieros es hacer su negocio rentable y escalable, respaldado por tecnología. Para esto, existen algunas definiciones necesarias:

### Definición del cliente ideal

Se evalúa el potencial de ingresos versus los costos implícitos. Por ejemplo, el cliente minorista parece atractivo por volumen, pero hay que considerar que requiere solo productos básicos y tienen un potencial de ingresos inferior.

En Latam, lugar donde la bancarización es baja pero la penetración de la telefonía móvil alta, hay una gran oportunidad de generar una oferta de valor para el consumidor medio.

Un análisis bien fundamentado del cliente objetivo puede ayudar a crear productos y servicios financieros a medida, que satisfagan las necesidades únicas de sus segmentos de clientes ideales, sean escalables y conduzcan a una mayor rentabilidad, satisfacción y retención de clientes.



### Ofrecer una experiencia digital para captar y fidelizar clientes

Se debe otorgar una experiencia fluida y cómoda en todos los puntos de contacto. La emisión instantánea de tarjetas, pagos NFC, datos en tiempo real, son cuestiones necesarias.

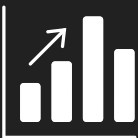
Elegir bien al socio para tener tecnología de vanguardia y experiencia global, es fundamental. El nuevo usuario tiene todo rápido y al alcance de un clic.

Los datos de telcos ayudan a identificar y comprender mejor el comportamiento de sus clientes, mejorando la experiencia con sus tarjetas y billeteras digitales.

03.

## El futuro de las empresas de telecomunicaciones en la banca

Con unas capacidades técnicas cada vez más fáciles de integrar, los operadores de redes móviles pueden desarrollar una serie de productos y servicios financieros para aprovechar las tendencias e innovaciones emergentes, como las finanzas embebidas, las finanzas descentralizadas (DEFI) y las criptomonedas.



**Para acelerar el crecimiento de su oferta de servicios financieros, las empresas de telecomunicaciones pueden permitir a terceros desarrolladores acceder a sus plataformas a través de API abiertas para crear servicios innovadores sobre sus monederos móviles.**

### Fase 1

La primera fase de las telcos en el mundo financiero, tiene que ver con la creación de billeteras digitales y ofertas de tarjetas.

### Fase 2

La segunda fase, dice relación con usar la data para ofertas más personalizadas, como soluciones de crédito basado en hábito de suscripción.



Telcos deben integrar sus servicios en la vida cotidiana de sus clientes, como parte de un todo. Préstamos o BNPL pueden usarse para experiencia fluida y conversión en todo el sistema.



La convergencia de los sectores de las telecomunicaciones y los servicios financieros está a punto de acelerarse a medida que tendencias como las finanzas integradas cobran impulso y se configura un ecosistema cada vez más colaborativo.

La diversificación de las fuentes de ingresos a través de ofertas financieras innovadoras seguirá siendo un motor clave del crecimiento y la competitividad en los próximos años.

Esperamos un futuro lleno de oportunidades para que las empresas con visión de futuro aprovechen la convergencia y ofrezcan soluciones financieras a medida que satisfagan las necesidades cambiantes de sus clientes.