

Nuevas fuentes de ingresos: cómo los operadores móviles están monetizando la inteligencia artificial

De la personalización de servicios al ecosistema B2B, la IA abre la puerta a modelos de negocio innovadores en el sector telco

Durante años, la inteligencia artificial (IA) fue percibida principalmente como una herramienta para reducir costos y automatizar procesos. Sin embargo, esta visión ha evolucionado. Hoy, los operadores móviles reconocen que la IA no solo mejora la eficiencia, sino que también desbloquea nuevas oportunidades de ingresos. Desde la hiper personalización del cliente hasta la creación de servicios empresariales avanzados, la IA se está convirtiendo en un habilitador clave para redefinir el crecimiento en la industria de las telecomunicaciones.

Este giro estratégico no es menor: implica pasar de una lógica defensiva –contener costos– a una lógica ofensiva –crear valor–. Y es precisamente en este cambio de mentalidad donde se están gestando las transformaciones más interesantes del sector.

IA generativa y experiencia del cliente: el nuevo motor de fidelización

Uno de los ámbitos donde la IA está demostrando un mayor impacto económico es en la personalización de la experiencia del cliente. La capacidad de analizar grandes volúmenes de datos en tiempo real permite a los operadores ofrecer interacciones adaptadas a cada usuario, con mensajes, ofertas y canales que responden a su comportamiento, historial y preferencias.

Hoy, el 62 por ciento de los proveedores de telecomunicaciones ya utilizan IA generativa para mejorar su atención al cliente, y se espera que esta cifra alcance el 90 por ciento para 2027, según datos de Microsoft. Esta tendencia responde a un objetivo claro: reducir la rotación, aumentar la lealtad y maximizar el valor de vida del cliente. Según un artículo de McKinsey titulado "El valor de entender bien –o mal– la personalización se multiplica", la personalización suele aumentar los ingresos entre un 10 y un 15 por ciento (con un aumento específico de la empresa que oscila entre el 5 y el 25 por ciento, según el sector y la capacidad de ejecución), y la IA es, sin duda, una herramienta que va a permitir un alto grado de personalización.

Estas cifras reflejan el potencial de la IA para convertir la experiencia del cliente en una fuente directa de ingresos, ya no solo por evitar pérdidas, sino por activar nuevas oportunidades de venta cruzada, migración de planes y contratación de servicios adicionales.

Nuevas ofertas y servicios B2B: la IA como catalizador comercial

Más allá del ámbito del consumidor, los operadores están desplegando estrategias de IA orientadas al segmento empresarial. La capacidad de ofrecer servicios especializados, análisis predictivos, soluciones de seguridad y acceso a plataformas de IA se ha convertido en una nueva línea de negocio en expansión.

Un ejemplo ilustrativo es Deutsche Telekom (DT), que proyecta ingresos por 1.500 millones adicionales de euros para 2027, derivados de nuevas ofertas y servicios creados a partir del uso estratégico de la IA. Esta visión B2B se alinea con una tendencia más amplia: los operadores móviles están ampliando su propuesta de valor más allá de la conectividad, posicionándose como habilitadores tecnológicos para otras industrias.

En este contexto, iniciativas como Open Gateway y los estándares de API desarrollados por GSMA y CAMARA cobran una relevancia estratégica. Al exponer capacidades de red a través de APIs abiertas, los operadores permiten a desarrolladores y empresas acceder a funcionalidades clave para crear servicios innovadores. Se espera que este modelo gane tracción a partir de 2025, impulsado por el uso de IA generativa como interfaz de orquestación.

Plataformas y datos como activos monetizables

La IA también está redefiniendo el rol de los operadores como curadores y propietarios de datos. El valor de los datos acumulados por los operadores – historial de uso, localización, comportamiento de red, patrones de tráfico– se multiplica cuando se analizan con herramientas avanzadas de IA.

Esto habilita la creación de nuevas plataformas de datos y modelos predictivos, que pueden ser comercializados como servicios para terceros. En un contexto donde la economía digital demanda segmentación precisa, predicciones fiables y modelos de comportamiento, los operadores tienen el potencial de convertirse en proveedores estratégicos de inteligencia de negocio.

Este movimiento también permite explorar modelos de monetización indirecta, donde la IA potencia las capacidades internas para identificar clientes de alto valor, optimizar la asignación de recursos comerciales y afinar campañas de marketing automatizadas, generando así un ciclo virtuoso de ingresos.

Seguridad como servicio: el valor comercial de la protección impulsada por IA

La ciberseguridad es otra área donde la IA no sólo reduce riesgos, sino que también puede convertirse en un servicio premium para clientes empresariales. Los operadores están desarrollando herramientas de detección de fraude basadas en IA que permiten identificar patrones de comportamiento malicioso, prever amenazas como el “vishing” o el fraude de participación internacional (IRSF), y reaccionar en tiempo real sin intervención humana.

Gracias a la IA generativa y a modelos de lenguaje grandes (LLM, por sus siglas en inglés), estos sistemas pueden aprender continuamente, adaptarse a nuevas amenazas y reducir significativamente los falsos positivos. Esto habilita la posibilidad de empaquetar estas soluciones como productos comerciales dirigidos a empresas, en forma de servicios gestionados o módulos integrables, transformando la ciberseguridad en una fuente adicional de ingresos.

IA como infraestructura crítica: operadores como plataforma de IA

En un nivel más estructural, los operadores móviles tienen el potencial de posicionarse como infraestructuras clave de la economía de la IA. Gracias a sus activos de conectividad, potencia de procesamiento en el borde y presencia geográfica, pueden ofrecer plataformas híbridas de hardware, software y datos que sirvan como base para empresas que buscan desplegar IA sin construir todo desde cero.

Esto es especialmente relevante en economías emergentes, donde el acceso a infraestructura digital avanzada es una barrera significativa. Al ofrecer IA como plataforma, los operadores no sólo diversifican su fuente de ingresos, sino que amplifican su papel como facilitadores del desarrollo tecnológico en sus mercados.

Hacia un modelo telco basado en valor, no solo conectividad

La IA está reconfigurando las reglas del juego para los operadores móviles. Ya no se trata únicamente de transportar datos, sino de extraer valor de ellos. Al integrar IA en sus procesos, servicios y plataformas, los operadores están ampliando su campo de juego y su rol en la cadena de valor digital.

Esta cápsula ha explorado cómo la IA habilita nuevas fuentes de ingresos sostenibles para el sector, desde la personalización del cliente hasta la creación de plataformas B2B y servicios de seguridad. La próxima entrega abordará cómo estas estrategias se están aplicando en América Latina, una región donde

la IA comienza a tomar protagonismo como herramienta de transformación, no solo tecnológica, sino también económica y social.

The banner features a dark blue background with a futuristic aesthetic. On the right side, there is a glowing blue circuit board with a central white chip. A robotic hand, rendered in a light blue/white color, is shown reaching out from the left, with its index finger pointing towards the circuitry. The text is in white, providing a high contrast against the dark background.

TELCO IA LATAM

Impulsando la nueva era de las telecomunicaciones

 14 de Mayo, 2025  Virtual

►► REGISTRATE GRATUITAMENTE ►►

PRODUCIDO POR  TeleSemana.com