La Inteligencia Artificial como motor estratégico de transformación en las telecomunicaciones móviles

Estrategia, eficiencia e ingresos: las claves detrás del auge global de la inteligencia artificial en telecomunicaciones

La inteligencia artificial (IA) ha dejado de ser una promesa futurista para convertirse en una palanca fundamental en la transformación del sector de las telecomunicaciones. En particular, los operadores móviles de todo el mundo aceleran su adopción, no como un complemento técnico, sino como un motor estratégico capaz de redefinir sus operaciones, modelos de negocio y formas de relacionarse con los clientes.

En 2024, el mercado global de IA aplicada al sector de las telecomunicaciones fue valorado en US$2.700 millones, y se espera que alcance US$45.100 millones en 2034, según las proyecciones de Global Market Insights. Esto representa una tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR, por sus siglas en inglés) del 32,6 por ciento entre 2025 y 2034. Este crecimiento no sólo responde a avances tecnológicos, sino también a la creciente comprensión por parte de los operadores de que la IA es un componente esencial para alcanzar sus objetivos comerciales clave en un entorno de presión constante sobre los márgenes y las expectativas del cliente.

Históricamente, la IA ha sido implementada por los operadores en áreas como las operaciones de red, con técnicas de aprendizaje automático (machine learning) y modelos predictivos. Este uso prolongado, de más de una década, ha generado una base sólida de experiencia y de datos que ahora permite escalar la adopción a otros dominios críticos del negocio. La IA ya no es un experimento: es un activo estratégico con impacto comprobado.

Cuatro imperativos que guían la adopción

Uno de los hallazgos centrales es que los operadores móviles a nivel global adoptan a la IA guiados por cuatro imperativos estratégicos:

- Reducir costos operativos mediante la automatización, el mantenimiento predictivo, la optimización de recursos y el uso eficiente de energía en redes móviles y fijas

- Impulsar el crecimiento de los ingresos, gracias a la creación de nuevos servicios, experiencias de cliente más personalizadas y soluciones orientadas al mercado empresarial
- Mejorar la experiencia del cliente, con asistentes digitales, chatbots, canales multicanal y atención proactiva, especialmente en contextos de autoservicio y servicio no asistido
- Asegurar las operaciones, a través de herramientas de detección de fraude, ciberseguridad basada en IA y gestión de riesgos adaptativa

Este marco organizador permite comprender cómo la IA se está desplegando, no sólo para mejorar lo existente, sino para abrir nuevas avenidas estratégicas. La IA no sustituye procesos, los transforma.

Una industria en diferentes velocidades

A pesar de este impulso global, la industria presenta un panorama fragmentado. Si bien algunos operadores líderes han desplegado IA en hasta 9 de los 13 dominios críticos identificados (que incluyen red, servicio al cliente, seguridad, ingresos B2B, entre otros), casi la mitad de los operadores móviles aún se encuentra en fases iniciales, y realiza pruebas de concepto o explora casos de uso. Este contraste en el nivel de madurez evidencia una ventana de oportunidad para el aprendizaje y la colaboración entre actores del sector, especialmente en regiones en las que la adopción de IA todavía está en fase temprana.

La mayoría de los operadores ha comenzado a desarrollar estrategias formales de IA, ya sea como iniciativas independientes o como parte integral de su visión corporativa. Esto indica una creciente madurez y una clara comprensión de que la IA debe estar alineada con los objetivos de negocio. No se trata únicamente de tecnología, sino de cambio organizacional y estratégico.

La llegada de la IA generativa

En paralelo, la aparición de la IA generativa (GenAI, por sus siglas en inglés) ha inyectado un nuevo nivel de dinamismo al ecosistema. Esta tecnología, basada en modelos de lenguaje avanzados y técnicas de generación automática de contenido, permite aplicaciones más sofisticadas que van desde la creación de mensajes y contenidos hasta la interacción personalizada con clientes y la optimización de procesos internos.

Según un informe de McKinsey & Company titulado "El potencial económico de la IA generativa: La próxima frontera de la productividad", la GenAI podría añadir entre 2,6 y 4,4 billones de dólares anuales a la economía global. Este impacto representa un aumento del 15 al 40 por ciento en el valor que todas las formas de IA podrían aportar

Para los operadores móviles, esto significa una oportunidad sin precedentes de repensar sus procesos internos, modelos de interacción y propuestas comerciales. La GenAI no solo amplifica lo que ya existe; permite imaginar lo que aún no ha sido creado.

Más allá de la eficiencia: hacia nuevos modelos de ingresos

Si bien buena parte del interés inicial en la IA ha estado centrado en la eficiencia, las evidencias actuales muestran un creciente giro hacia la generación de ingresos. La IA permite a los operadores ofrecer servicios hiper personalizados, crear nuevos productos B2B basados en analítica predictiva y ofrecer APIs de red para habilitar soluciones desarrolladas por terceros. Iniciativas como Open Gateway, promovida por GSMA, muestran cómo la IA puede facilitar la apertura de nuevas plataformas de servicios, donde los operadores ya no son solo proveedores de conectividad, sino facilitadores de innovación.

Este cambio de paradigma –de reducir costos a crear valor– es, tal vez, uno de los elementos más significativos de la transformación impulsada por la IA. Las empresas que logren dominar esta transición tendrán una ventaja competitiva significativa en los próximos años.

América Latina: siguiendo la ola global

Aunque el foco de esta cápsula es el contexto global, vale la pena señalar que América Latina ya muestra señales claras de movilización. Iniciativas como LatAmGPT, el primer modelo regional de IA impulsado por más de 30 instituciones en la región, marcan una voluntad de adaptar la IA al contexto cultural, lingüístico y comercial de América Latina. Además, operadores como Telefónica, Claro y TIM Brasil están implementando proyectos concretos de IA tanto en eficiencia operativa como en experiencia de cliente.

El contraste entre la madurez de los operadores globales y los primeros pasos firmes en América Latina establece una narrativa de oportunidad para la región, que será explorada en profundidad en la cuarta cápsula.

Hacia una nueva era para los operadores móviles

La IA representa para los operadores móviles algo más que una herramienta tecnológica: es un eje de transformación que afecta todas las dimensiones del negocio. Desde la red hasta el cliente, desde la operación hasta la estrategia, la IA está reconfigurando lo que significa ser un operador en el siglo XXI.

Las próximas cápsulas explorarán en detalle cómo esta transformación se materializa en eficiencia de red, creación de ingresos y realidades específicas de América Latina. Pero si hay algo claro desde ahora, es que la IA no es un complemento, sino el corazón de la estrategia futura del sector telco.