

■ Casi el 54% de las empresas considera la reducción de costos como su objetivo prioritario en la aplicación de esta tecnología.

POR BLANCA DULANTO

La inteligencia artificial (IA) es una de las grandes apuestas del sector de las telecomunicaciones durante este año: el 75% de las compañías del sector proyecta acelerar la inversión en IA y automatización en 2025 respecto de los años precedentes, con un incremento promedio de entre el 16% y el 30%. Incluso, un 9,1% de las empresas prevé elevar estas inversiones en más de un 50%.

Así lo concluyó el estudio *El puente hacia el próximo ecosistema Telecom: retos y prioridades*, realizado por NTT Data y MIT Technology Review, mediante entrevistas a clientes, operadores de comunicaciones y entes del ecosistema telco en España, Portugal y diferentes países de Latinoamérica, entre ellos Chile.

De acuerdo con dicho estudio, las operadoras están comenzando a ver el valor de la IA como habilitador de capacidades analíticas avanzadas y la integración de datos para mejorar la calidad del servicio y la eficiencia operativa.

En ese sentido, el informe señaló que la aproximación a la IA varía entre las firmas: un 25% ha optado por centrarse en casos de uso identificados, mientras que un 33,3% ha adoptado un enfoque transversal que transforma el conjunto de la compañía. Otro tercio elige



## El 75% de las telco de Iberoamérica proyecta acelerar la inversión en IA

combinar ambas líneas de acción.

El reporte también reveló que cerca del 54% de las empresas considera la reducción de costos como su objetivo prioritario en la aplicación de la IA.

El socio de Telecom & Media de NTT Data, Jesús Martín Tello, destacó que “en un momento en el que la lucha entre eficiencia y monetización ha creado una tormenta, la inteligencia artificial ha llegado en el momento perfecto para apaciguarla. Esta tecnología ayuda a las operadoras a salir de una situación forzada que estaba sin resolver”.

Y agregó que “al final, esto sirve como un balón de oxígeno para que las operadoras puedan seguir haciendo eficientes los procesos mientras crean valor para el cliente, y que estos lo perciban”.

### El desafío del B2B

La investigación también mostró que las operadoras han debido alinear su estrategia tecnológica con las necesidades de los clientes empresariales, incorporando valor añadido sobre las redes.

No obstante, sostuvo que para las compañías de telecomunicaciones la forma de abordar el segmento B2B es uno de los grandes desafíos.

Así, este año dicho segmento representa -en promedio- menos del 25% del negocio total y además con una gran disparidad de respuestas: un 20% de los encuestados lo cifra en menos de un 15% del total; un 60% entre el 15% y el 25%; y el 20% restante entre el 26% y el 40%.

De cara al futuro, las expectativas sobre las proyecciones de crecimiento son moderadas: casi la mitad de los entrevistados proyecta que este segmento represente más del 25% del negocio en los próximos tres años.

Y si se fija la mirada a cinco años, las perspectivas mejoran, ya que seis de cada 10 empresas espera que el B2B sea un 40% del negocio.

El informe también destacó que un 66,7% de las operadoras proyecta que la inversión en este segmento sea igual o similar en 2025 que en años pasados.

