



RAMÓN MILLÁN.

Ingeniero de Telecomunicación certificado en CCSK y CCSP.

La IA, nueva ventaja competitiva de los operadores de telecomunicaciones

Estamos en el inicio de una nueva ola de transformación tecnológica impulsada por la inteligencia artificial (IA), con capacidad para redefinir la competitividad de múltiples sectores. En telecomunicaciones, donde convergen presión sobre márgenes, elevada intensidad inversora y expectativas crecientes de los clientes, **la IA emerge como una palanca estratégica de creación de valor.**

En el ámbito de la gestión de las redes, la IA permite evolucionar desde modelos reactivos hacia operaciones predictivas y autónomas: anticipación de incidencias, resolución automatizada de fallos, asignación dinámica de capacidad, y planificación optimizada de despliegues. La IA también ayudará notablemente ante un problema cada vez mayor: la detección de fraudes y la mejora de la protección frente a ciberataques. El impacto esperado combina reducción de costes, mejora de la calidad de servicio y mayor resiliencia operativa.

Las plataformas de IA conversacional, como asistentes virtuales y *chatbots*,

permiten automatizar un gran número de consultas de los clientes, reduciendo el tiempo de atención y ampliando su disponibilidad, aumentando la satisfacción y fidelización, sin incrementar los gastos de soporte técnico y comercial.

Las mejoras en el análisis y correlación de información de clientes y datos internos permiten personalizar las estrategias comerciales, así como innovar en productos y servicios más adaptados a sus necesidades. De este modo, la IA se convierte en una herramienta clave para impulsar nuevos ingresos.

Los operadores ya están estableciendo alianzas con los hiperescaladores

e integradores de sistemas para aprovechar todas las ventajas que ofrece la IA. También están solicitando a los proveedores de equipos de red sus planes respecto a la incorporación de funcionalidades basadas en IA.

En general, la implantación de la IA por fases es el camino más eficaz y menos arriesgado, ya que permite gestionar la complejidad operativa, mejorar la calidad del dato, obtener retornos de la inversión progresivos y facilitar la adopción interna. La ventaja competitiva no será tener la IA primero, sino desplegarla mejor y más rápido que el resto de los competidores.

Entre los desafíos que afrontan destacan los costes de inversión para implantar la IA, la calidad y disponibilidad de los datos, la necesidad de proteger la privacidad y seguridad de los datos de sus clientes, cumplir las regulaciones del país donde operan, y la falta de conocimientos técnicos. ▀

Para los operadores, el potencial de la IA es tangible en tres dimensiones prioritarias: eficiencia operativa de la red, experiencia de cliente y crecimiento de ingresos