

Nota de prensa

## Movistar impulsa la madurez digital con IA para empresas en Colombia

- Confl.A. reunió a más de 300 clientes de diferentes sectores económicos, un espacio donde la innovación y la tecnología fueron protagonistas. La participación activa de las empresas en este tipo de encuentros es clave para mantenerse a la vanguardia, explorar nuevas oportunidades y liderar la transformación digital impulsada por la inteligencia artificial.
- Movistar opera actualmente más de 50 modelos productivos de IA tradicional y generativa, con casos de uso que ya generan impacto.
- 60 % de las empresas ya usan soluciones de IA generativa de fácil implementación, como asistentes virtuales conversacionales, pero solo 36 % ha avanzado hacia modelos estratégicos de IA como predicción, analítica inteligente o automatización avanzada.

**Bogotá, 4 de julio de 2025** – En el marco de Conf.IA, el evento organizado por Movistar Empresas para abordar los desafíos y oportunidades de la inteligencia artificial (IA) en el entorno empresarial colombiano, expertos de IBM, Huawei, Gail, Stefanini y representantes de múltiples sectores se dieron cita para construir una hoja de ruta común hacia una transformación digital efectiva y sostenible.

Durante la jornada, se enfatizó que el verdadero reto ya no es acceder a la tecnología, sino tener la madurez organizacional para aprovecharla al máximo. La agenda giró en torno a temas críticos como la productividad, la atracción de talento, la regulación, la confianza en los sistemas de IA y, sobre todo, la capacidad de las empresas para integrar estos avances en su cultura y operación diaria.

“El entorno empresarial colombiano aún enfrenta barreras estructurales que frenan una adopción efectiva de la IA. Según estudios recientes, el 42 % de los gerentes industriales identifica la resistencia al cambio como uno de los principales obstáculos. Sin una estrategia clara de gestión del cambio, la incorporación de tecnologías como la IA seguirá siendo lenta y poco efectiva”, afirmó **Fabián Hernández, Presidente CEO de Movistar Colombia**.

Por su parte, **Bibiana Marulanda, Directora B2B de Movistar Colombia**, recalcó que la IA ya no es una promesa a futuro, sino una palanca estratégica del presente: “La inteligencia artificial está transformando la forma en que operamos, tomamos decisiones y atendemos a los clientes. Desde Movistar Empresas hacemos un llamado a que más compañías la adopten no solo como tecnología, sino como una nueva forma de pensar y liderar”.

Movistar Empresas lleva más de una década desarrollando estrategias basadas en datos, centrada en generar valor real para el negocio, más allá de la complejidad tecnológica. Hoy opera con más de 50 modelos productivos que ya generan impacto en los objetivos,

basados en analítica avanzada, machine learning, procesamiento del lenguaje natural e IA generativa.

Casos como Sherpa, el bot de autogestión de TI, ha reducido 350 horas mensuales en tiempos de atención. Iris, es un modelo basado en inteligencia artificial, diseñado para optimizar la recuperación de cartera, alcanzando de forma autónoma hasta 88 % de efectividad en los clientes que gestiona, o TitanIA, el asistente conversacional de apoyo a ventas, cubre ya más del 50 % de las interacciones actuales con una reducción del 20 % en tiempos de atención.

En Colombia, el nivel de madurez digital aún es heterogéneo. Con base en los resultados de la encuesta realizada por Telefonica Hispam y Huawei, actualmente, cerca del 60 % de las empresas han incorporado soluciones de inteligencia artificial generativa de fácil implementación como asistentes virtuales referentes en IA Generativa conversacional. Sin embargo, cuando se trata de adoptar IA más evolucionada y estratégica -como modelos avanzados de predicción, optimización de procesos o analítica inteligente- el nivel de adopción desciende considerablemente, ubicándose en torno al 36%.

Lo relevante no es si una solución de inteligencia artificial es compleja o sencilla, sino que esté alineada con las necesidades específicas de la empresa, y que sea capaz de generar valor desde el primer día de implementación. Existe una solución de IA para cada proceso y cada nivel de madurez organizacional.

- Nivel básico: las empresas están utilizando la Inteligencia Artificial o chatbot, Copilot, ChatGPT, Perplexity, Gemini, entre otros asistentes virtuales referentes, pero aún no hay integración automática con algún proceso de negocio.
- Nivel de expansión: ya se usa automatización parcial -como dashboards, chatbots o plantillas inteligentes, con integraciones mínimas más específicas.
- Nivel estratégico avanzado: que cuenta con equipos maduros y datos estructurados. Aquí, la IA se convierte en una ventaja competitiva, con soluciones predictivas o autónomas a la medida.

La propuesta de valor de Movistar Empresas es construir valor con IA, abordando todo el ciclo del dato: “del dato a la decisión, de la predicción a la acción”. Acompañar los clientes desde la captura, procesamiento y limpieza de datos, pasando por el análisis exploratorio y la modelación, evaluación, visualización e integración en procesos reales del negocio. Esta visión integral nos permite no solo construir modelos, sino activar decisiones estratégicas con impacto. Dependiendo el nivel de madurez de las empresas.

Movistar acompaña el camino de adopción IA, con herramientas accesibles como Copilot, hasta desarrollos avanzados como video analítica o asistentes semánticos, bajo una gama de soluciones adaptadas al nivel de cada organización. Esta visión ha sido destacada por analistas internacionales como Forrester, Forbes y Analysys Mason.

Casos como el de Copidrogas en el sector farmacéutico colombiano o soluciones aplicadas en sectores jurídicos en Europa, demuestran que cuando la IA se implementa con visión

estratégica y acompañamiento adecuado, se convierte en motor de eficiencia, innovación y competitividad.

#### **Acerca de Telefónica Movistar Colombia**

Telefónica es uno de los mayores impulsores de la economía digital en el país, con ingresos por 6,68 billones de pesos en 2024. La actividad de la compañía, que opera bajo la marca comercial Movistar, se centra fundamentalmente en los negocios de telefonía y conectividad móvil, servicios de banda ancha, Fibra Óptica al hogar, televisión de pago, telefonía fija y una completa oferta de soluciones digitales para pequeñas, medianas y grandes empresas y corporaciones.

Telefónica está presente en 92 ciudades y municipios del país con Fibra Óptica, 240 con banda ancha fija y más de 1.120 con telefonía móvil 4G LTE. Telefónica cerró 2024 con una base de clientes de 24.4 millones en todo el país: 20.8 millones de líneas móviles, 1.54 millones de clientes de banda ancha -1.49 millones con Fibra-, 849 mil de TV de pago (808 mil con IPTV) y 1.4 millones de líneas fijas en servicio.