

## Máquinas al otro lado del auricular

El uso de sistemas de reconocimiento de voz se extiende en los centros de atención telefónica

**En la compañía de transportes Alsa han automatizado el 80% de los 2,6 millones de llamadas que reciben cada año**

A. E.

Los ordenadores han sustituido a los teleoperadores al otro lado del auricular. El ahorro que permiten los sistemas automatizados de atención telefónica es notable y si están bien diseñados los clientes no echan en falta a la operadora.

“Si quiere contactar con el departamento comercial pulse 1...”. Una voz amistosa e imperturbable es el interlocutor habitual de muchos servicios de atención telefónica. El número de *call centers* se ha multiplicado en los últimos años. Si antes estos centros eran sobre todo una “herramienta de persecución” de potenciales clientes ahora se han transformado en centros de relación con los clientes, explica Enrique Dans, profesor del Instituto de Empresa.

El uso de sistemas automatizados de reconocimiento de voz seguirá aumentando en los próximos años en Europa. En España los ingresos por la implantación de estos sistemas crecerán en un 307% entre 2004 y 2008 (desde 28 a 86 millones de euros), estima Datamonitor.

Hace 10 años fueron los sistemas de tonos, que permitían hacer gestiones con las teclas del teléfono. Pero a los usuarios no les gustaba, explica Javier Álvarez

Vara, presidente de Ydilo. Después vinieron los primeros sistemas de reconocimiento de voz, capaces de identificar cientos o miles de palabras. Ambos sistemas siguen en uso. La revolución ha llegado con los que son capaces de reconocer frases complejas, incluso plantear preguntas abiertas. El de la empresa de transportes Alsa pregunta: ¿qué desea?

Los ahorros son claros. Si trasladar un *call center* de Estados Unidos a India reduce el coste entre un 25% y un 35%, usar un sistema automatizado de voz suma un recorte de entre un 15% y un 25%, asegura Datamonitor.

En Vodafone España gestionan el 45% de sus llamadas a través de un sistema de este tipo y su intención es ampliarlo. “Cada llamada que atiende un operador nos cuesta dos euros”, explica José María González Yagüe, responsable de los centros de atención al cliente de Vodafone, quien subraya que “el objetivo básico es reducir costes sin que descienda la satisfacción del cliente”. Además, estos sistemas permiten recoger datos y analizarlos. Y aunque inicialmente los clientes hayan sido reacios a charlar con una máquina, al final se han acostumbrado y “la satisfacción en la atención es muy similar o incluso superior a la que tienen al ser atendidos por operadoras”, explica Yagüe.

En Alsa han automatizado el 80% de los 2,6 millones de llamadas anuales. La duración media es de dos minutos cuando es atendida por un operador y de 30 segundos cuando lo hace la máquina.