

## ESTRENO DE MOVIDILO

# Experto en servicios de voz busca negocio en la tecnología móvil

La firma española de aplicaciones de reconocimiento de voz amplía su actividad con una plataforma que convierte los terminales en algo más que un teléfono.

E. ARRIETA. Madrid

¿Se ha preguntado alguna vez quién está detrás de la voz de un contestador automático? En España, hay una compañía que lleva ocho años tratando de agilizar las gestiones de multitud de empresas mediante unos servicios de reconocimiento de voz que buscan ser cada vez más concisos, entendibles y eficientes, a la vez que cercanos y agradables para el público.

Se trata de Ydilo, un grupo fundado en 2000 de la mano de Javier Álvarez de Vara, presidente de la compañía. Hoy, Ydilo cuenta con una plantilla de unas 125 personas, factura más de 10 millones de euros al año y genera excedente de caja desde 2004.

Todo esto ha llevado a la firma a buscar dos nuevas vías para expandir su negocio: la diversificación y la internacionalización.

"La voz tiene su mercado y no la vamos a abandonar, pero la llegada de la tecnología 3G ha dado lugar a nuevas oportunidades, tanto para los servicios de atención al cliente -nuestro mercado tradicional-, como para otros servicios de valor añadido", explica Álvarez de Vara.

Así, Ydilo mantiene sus 3.000 puertos con tecnología de reconocimiento del lenguaje, a través de los que atiende más de 120 millones de llamadas al año, con picos diarios de hasta 600.000 llamadas, pero crea una compañía filial, Movidilo, para empezar a comercializar soluciones multimedia para teléfonos móviles.

## Nuevos tiempos

Movidilo es el nombre de la plataforma que han desarrollado los ingenieros de Ydilo a lo largo de tres años. El sistema ofrece opciones para los móviles como, por ejemplo, la autogestión de los programas de puntos, facturas, contratos, recarga de saldo o cualquier otra posibilidad que desee ofrecer la operadora. Es decir, una atención al cliente automatizada, por la que usuario puede controlar en todo momento su relación con la operadora, y ésta, ofrecer un servicio al cliente de un modo mucho más barato que un call center tradicional, ya



Javier Álvarez de Vara, fundador y presidente de Ydilo. / Rafa Martín



Movidilo es la plataforma que ofrece varias opciones para los móviles.

**Movidilo permite autogestionar asuntos como servicios bancarios o compras de entradas**

**Para las operadoras, el sistema promete aumentar el gasto medio de los usuarios**

que no es necesario contratar personas ni alquilar un local.

Otra posible aplicación de Movidilo tiene que ver con las operaciones con entidades bancarias (transferencias, pago de cuotas o recibos, compra de acciones, información de la cuenta, etc.).

También permite la descarga de películas, música u otra información, así como la compra de entradas, el acceso a mapas y callejeros, a guías de ocio y restaurantes, entre otros. Para las operadoras de telefonía, este tipo de servicios supone un nuevo modo de incrementar el gasto medio de sus usuarios.

Por otra parte, las soluciones multimedia presentan una gran oportunidad en el campo de la publicidad segmentada, un negocio que se espera llegue a in-

## La compañía

- Ydilo es una compañía de tecnologías de reconocimiento de voz, es decir, contestadores automáticos inteligentes.
- Atiende más de 120 millones de llamadas al año.
- Acaba de crear una filial, Movidilo, para el desarrollo de aplicaciones multimedia para móviles.
- Emplea a 125 personas y factura más de 10 millones de euros anuales.
- El pasado septiembre, abrió una oficina en Reino Unido.

gresar 80.000 millones de dólares para 2010.

"No aspiramos a ser un proveedor de contenidos. Nuestro cliente natural es la operadora, y de ella depende el uso que después se haga de la plataforma tecnológica Movidilo", comenta Álvarez de Vara. Y asegura: "Acabamos de lanzar Movidilo y ya tenemos asegurados dos clientes importantes".

## Aventura internacional

El pasado septiembre, Ydilo abrió su primera oficina en el extranjero, concretamente, en Reino Unido.

Para los próximos meses, el objetivo es Miami (Estados Unidos).

Entre los principales clientes de la compañía española se encuentran firmas como Vodafone, Orange, Ono; los bancos ING y Banesco; Aena y la Dirección General de Tráfico.

## OPINIÓN

## El aparcamiento, clave para la sostenibilidad

Joan Font

Presidente de la Asociación Española de Aparcamientos y Garajes (ASESGA). Presidente de la European Parking Association (EPA).

**Contrariamente** a lo que puede percibir el público o los usuarios en general, el aparcamiento es hoy un sector maduro, con tasas de crecimiento e inversión relevantes y un papel clave en el desarrollo de nuestra sociedad a través de su función estructurante de la movilidad, desde el área metropolitana, al centro de las ciudades.

En España, el sector está formado por más de 2.000 empresas de capital nacional y extranjero, privadas, públicas y mixtas, que participan o gestionan más de 2.200 aparcamientos, 500.000 plazas y facturan más de 850 millones de euros, con cerca de 9.000 trabajadores.

El aparcamiento ha dejado de ser un concepto secundario vinculado a otras actividades (zonas comerciales, de viviendas, aeropuertos, parques empresariales o industriales, etc.), para configurarse como una actividad económica de primera magnitud allá donde se implanta o es requerida. Se ha convertido en una actividad vital, por cuanto permite regular el uso de la vía pública, tanto cuando se trata de gestionar el aparcamiento regulado en la propia vía, como cuando ofrece infraestructuras construidas para aparcar vehículos. El pago de una tarifa, en el caso de la vía pública, viene a sufragar el coste del servicio y debe utilizarse como elemento regulador de la demanda; y en el de los edificios de aparcamientos, debe permitir además pagar el coste del servicio y obtener una rentabilidad razonable de la inversión.

Este es un sector mayoritariamente privado, que presta un servicio al público en el que la creciente necesidad de ordenar el aparcamiento de las conurbaciones urbanas, hace imprescindible la colaboración estrecha entre las administraciones y las operadoras. El sector privado ha demostrado su madurez, como aliado imprescindible para las Administraciones Públicas, aportando conocimiento, experiencia y capacidad de gestión y financiera, que permite a las ciudades disponer de servicios, sin comprometer fondos públicos que pueden ser orientados a otras funciones.

Por tanto, desde el punto de vista socioeconómico, los aparcamientos se han convertido en infraestructuras de primer orden integradas por completo en la fisonomía de las ciudades actuando como eje básico de su movilidad y protagonizando indiscutiblemente la solución del tráfico en las grandes urbes.

El sector del aparcamiento piensa y trabaja para sus usuarios y para las administraciones con las que colabora. Por ello, en los últimos años, ha gestionado un gran avance tecnológico e inversor. Si los pequeños garajes han sido el origen y cuna de nuestro sector, hoy en día tanto éstos como los aparcamientos gestionados por operadoras se han convertido en centros que llegan a gestionarse utilizando avanzada tecnología, incorporando sofisticados sistemas de gestión de la ocupación, como por ejemplo el guiado inteligente de vehículos; información remota -en la vía pública- sobre el estado de ocupación; gestión a distancia del aparcamiento como soporte a la gestión local; sistemas de vigilancia mediante grabación de imágenes con cámaras de TV; identificación electrónica de vehículos o cobertura de telefonía móvil. En el terreno de la mejora y agilización de los sistemas de pago, algún operador ya ha iniciado la implantación del TAC (sistema de telepeaje utilizado por las autopistas) o el pago por telefonía móvil, y hoy algunos operadores ya están trabajando en proyectos que utilizan Internet y que ofrecerán más facilidades y confort a los usuarios.

El objetivo de mantener un elevado nivel de servicio y mejorarlo continuamente, también se persigue mediante inversiones continuadas en las infraestructuras, elevando los estándares y adaptándolas a las nuevas exigencias de la sociedad. En el caso de las zonas reguladas, son también significativas las inversiones orientadas tanto a facilitar la gestión de las operadoras como la utilización del servicio por parte del usuario.

También, en el campo del diseño de aparcamientos, se proyectan infraestructuras que pretenden ser cada vez más cómodas y agradables. Se tiene especial sensibilidad por el medio ambiente y por hacer compatible la infraestructura, con el entorno arquitectónico y urbano en donde quedará inmersa. Todos estos hechos constatan el dinamismo de un sector que, con una clara orientación de servicio al usuario, ha incorporado e incorpora una oferta de servicios de valor añadido, y que, necesita de la cooperación con las Administraciones Públicas para articular y hacer posible la movilidad y sostenibilidad de las ciudades.