



“El cliente sigue siendo el fin; la digitalización, un medio”

Arturo Díaz

ABAI Group es una compañía de servicios, con foco en la integración de soluciones de digitalización de procesos en la operación de clientes, en servicios de postventa, procesos de captación y “back office”. Unifica el conocimiento operativo y tecnológico con modelos enfocados en eficiencia, rentabilidad y calidad. Implanta plataformas tecnológicas que permiten abrir un nuevo horizonte en la operación, midiendo el desempeño e impulsando mejoras para conseguir optimización de costes, identificando palancas de mejora y simplificación de su accionamiento.

Con una plantilla de más de tres mil empleados, gestionando operaciones en más 50 clientes, cubre un amplio rango de servicios integrados. Su campo de acción incluye servicios de gestión de clientes finales, soluciones específicas para cada industria, servicios de conocimiento y configuración,

así como la operación de servicios compartidos en sectores verticales como telecomunicaciones, “utilities”, banca y servicios financieros, seguros y comercio electrónico. Expertos en gestión omnicanal de alto valor tecnológico, Text & Speech Analytics, Voice & ChatBot, RPA y Big Data.

Cuenta con 8 Centros de trabajo ubicados en Madrid, Barcelona, A Coruña, Zaragoza, Málaga, León, Manizales (Colombia) y ahora Lisboa.

Las compañías se definen por sus valores. ¿Cuáles son los de ABAI Group y qué cosas la hacen diferente respecto al resto de players del sector?

En ABAI Group ponemos foco en diferentes valores que consideramos pilares de nuestro modelo, como es la flexibilidad en nuestros proyectos ante los requisitos del cliente, la excelencia en lo que hacemos, la capacidad de innovación, la búsqueda de la mejora continua, el equipo como base de organización y buscar, desarrollar y proteger el talento.

Dentro de su amplia gama de soluciones de externalización de servicios tecnológicos, ¿cuál cobra más relevancia en esta línea, dadas las actuales circunstancias de mercado?

Los servicios tecnológicos que prestamos los basamos en la utilización de diferentes tecnologías y la suma de todas van enfocadas a conseguir la digitalización de los procesos de relación con clientes con todo lo que ello conlleva (captación, fidelización y retención) y su automatización.

¿Cuál es el perfil de sus empresas clientes?

Nuestros clientes son grandes compañías referentes en diferentes sectores de actividad, como operadoras de telecomunicaciones, compañías de electricidad y gas, bancos, compañías de seguros, empresas basadas en *ecommerce*, etc. Trabajamos con Endesa, Telefónica, Europcar, Volkswagen, Zeleris, Renfe, BBVA, etc. Tienen en común que manejan cientos de miles o millones de clientes, necesidades en la ges-

tión de los mismos y, por tanto, muchos procesos. Trabajamos con ellos en los diferentes puntos del ciclo de vida de un cliente final, ayudándoles a ser más productivos y eficientes en cada uno de estos procesos.

¿Qué demandan las empresas cuando implantan sus soluciones tecnológicas y en qué sectores trabajan de manera más fuerte?

Las compañías están concentrando su problemática en los procesos con mayor volumen de actividad, especialmente aquellos que participan en el tratamiento de la relación con clientes y terceros y también en los procesos de Backoffice y gestión administrativa.

Las empresas nos demandan la implantación de soluciones tecnológicas dirigidas principalmente a mejorar 5 capacidades: Planificación, Medición, Control, Monitorización y Orientación a Resultados, para ello nuestras soluciones se basan en tecnologías de primer orden en: Minería y Simulación de Procesos, BPM, RPA, Big Data, Chat/Voice Bots, Speech/Voice Analytics. Estas soluciones se integran rápidamente y de forma no intrusiva con

cualquier sistema de información de nuestros clientes, cumpliendo los niveles de seguridad más exigentes y sin desarrollos adicionales.

Nuestras soluciones actúan aportando importantes mejoras sobre tres pilares fundamentales del negocio: Las Ventas, a través de la aplicación de los modelos de tratamiento inteligente de las bases de datos de clientes, segmentación e identificación de patrones de comportamiento y aprendizaje basado en resultados. La Calidad, con la homogenización de datos de diferentes sistemas de información y control de los KPI's principales del negocio a través de sistemas RPA y Cuadros de Mando en Tiempo Real. Y, por último, los Costes, siendo capaces de contabilizar y asignar cualquier recurso dedicado a su unidad de trabajo correspondiente, reportando el máximo nivel de detalle analítico, se convierten en herramientas imprescindibles para la toma de decisiones.

Tenemos una importante representación en los sectores de las Telecomunicaciones, Energía, Administración Pública, Banca, Seguros, Salud, Transporte, Logística y Retail.

¿De qué manera y cómo se incorpora la tecnología de IA, Machine Learning o Big Data en sus servicios y cómo afecta a la experiencia de cliente?

Nuestros servicios se han construido en arquitectura basada en el dato, de modo que sin necesitar integraciones podemos utilizar Big Data sobre toda la información de las interacciones de los clientes con las marcas. A partir de aquí, con IA y Machine Learning identificamos patrones de comportamiento, de gustos y de preferencias en los clientes. De esta forma, nos ajustaremos más a las necesidades actuales de cada cliente individual y anticiparemos sus posibles próximos pasos, con lo que se le puede ofrecer una mejor experiencia, hiperpersonalizada, y aumentar su satisfacción.

Cuéntenos cuál es la situación actual del sector en términos de evolución del negocio en los últimos años. Háblenos de nuevos servicios que pronto podrán ofrecer a las empresas y cuáles son sus bases tecnológicas.

¿Alguna nueva tecnología que estén desarrollando o con la que estén experimentando?



El sector TIC y la interacción con el cliente se han visto muy afectados por los cambios provocados por la pandemia, que han aumentado la utilización de canales digitales y han cambiado la forma de relacionarnos con los clientes, acelerando la necesidad de la transformación de las empresas. Además, en un escenario económico de ajuste, es más crítico que esta transformación se realice de forma eficiente. Para conseguirlo, en ABAI Group hemos desarrollado una metodología basada en tecnología de minería de procesos, que nos permite agilizar y automatizar la identificación de las áreas de mejora en los flujos de trabajo de toda una organización. A continuación, sobre una copia digital -

gemelo digital- de los procesos, podemos desplegar nuestros productos, y simular y anticipar de manera inmediata las mejoras en productividad y eficiencia que se conseguirán. El porfolio de ABAI Group incluye soluciones de digitalización de procesos, análisis avanzado de datos y modelos predictivos, automatización y robotización, *chat bot* y *voice bot*, todas ellas probadas y funcionando en diferentes compañías. Nuestras soluciones son omnicanal: los beneficios se consiguen independientemente de la forma en que interactúe con el cliente final, y con una experiencia homogénea y transversal, si pasa de un canal a otro diferente. Además, al estar construidas sobre arquitectura *cloud*, conseguimos seguridad sin ser intrusivos, sin afectar a los sistemas de las empresas, y sin exigir inversión en equipamiento por su parte.

Las pymes españolas todavía tienen mucho camino por delante en sus procesos de digitalización. En este sentido, los fondos NextGenerationEU pueden ser una gran oportunidad para todas ellas. ¿De qué manera?

Es una gran oportunidad para las compañías españolas, sobre todo las pymes,



de modernizar sus procesos, ser mucho más competitivas y tener acceso a otros mercados con un mayor nivel de interacción.

¿Cuáles deberían ser las grandes líneas estratégicas para seguir por las empresas a este respecto y poder aprovechar esta gran oportunidad?

Diferentes factores son de peso para lograr el objetivo; uno, es el tener actitud al cambio, y otro, es la capacidad de pensar de manera diferente. En las compañías todo es susceptible de mejorar como base de crecimiento.

Háblenos de los jóvenes españoles y de su relación con la tecnología, en un momento en el que en España tenemos una de las mayores cifras de paro juvenil. ¿Nos lleva esta situación a una fuga de talento irremplazable o todavía estamos a tiempo de revertir este desolador panorama?

¿Qué pueden hacer las Administraciones Públicas? ¿Y las empresas?

Creo que es una gran oportunidad de retener talento, ya que somos un país con un nivel de formación en nuestras nuevas generaciones entre los mejores a nivel mundial, y estas generaciones deben ser las que contribuyan a esa

nueva manera de hacer las cosas que nos ofrece el mundo tecnológico. Las empresas debemos confiar en nuestros jóvenes con amplios programas de formación y retención. La capacidad y el foco que pongamos en lograr esto nos definirá como país en el futuro.

Tienen diseñado un ambicioso plan para incrementar en más de un 50% su cifra de negocio en 2025. ¿Cuáles son las claves para poder alcanzar su éxito?

Tenemos un plan de crecimiento basado en adquisiciones que nos fortalezcan en las regiones geográficas donde estamos e incluso entraremos en alguna nueva región donde nuestros clientes actuales operan, de forma que nos convirtamos

en un *partner* global.

¿Quién es Javier López Cuevas? Háblenos de su trayectoria profesional.

Mi trayectoria profesional siempre ha estado ligada a la operación de servicios y soluciones de negocio próximas a la gestión de los clientes finales y la interacción de los mismos con las marcas. Más de 30 años en el sector, interviniendo en la apertura de compañías de *outsourcing* en diferentes países de Latinoamérica, implantando y desarrollando grandes plataformas para operar gran volumen de proyectos, llegando a generar más de 25 mil puestos de trabajo.

En todo ese tiempo se han vivido importantes cambios en el negocio de nuestros clientes, la transformación de sus mercados, la irrupción de la digitalización y el cambio de costumbres de los clientes finales. Y siempre avanzando para proponer soluciones a los nuevos problemas operativos, soluciones basadas en plataformas tecnológicas y operativas eficientes, manejando e integrando soluciones que el mercado nos aporta, utilizando la más adecuada en cada momento o circunstancia ■