

Atento celebró ayer su evento virtual global *Living Digital: Navigating altered DNA*

Ofrecer un servicio más competitivo es el desafío principal para la industria de Experiencia del Cliente

- La conclusión principal del evento *Living Digital: Navigating altered DNA* celebrado por Atento es que los consumidores esperan ver una evolución constante de la Experiencia de Cliente
- Ejecutivos líderes de Tigo, Careerxchange, Dia Group, Mas Global Consulting, Five9, DirecTV, Aleatica, Sedi, Auara, y Atento participaron como ponentes en los diferentes paneles del evento
- Arianna Huffington, ponente estrella, argumentó que, a raíz de la pandemia, la tecnología debe ser usada como una herramienta clave, pero que debe contar con un factor humano.

NUEVA YORK, 16 febrero de 2022 - Atento S.A. (NYSE: ATTO, "Atento" o la "Compañía"), uno de los cinco mayores proveedores a nivel mundial y la empresa líder en servicios de relación con el cliente y externalización de procesos de negocio (CRM/BPO) en América Latina celebró su evento virtual global *Living Digital: Navigating Altered DNA* para explorar las últimas noticias en el sector de Experiencia del Cliente (CX) y compartir sus propias mejores prácticas.

El evento fue presentado por Anne Igartiburu y Carlos López-Abadía, CEO de Atento. Durante su discurso de apertura, López-Abadía dijo: "La pandemia ha potenciado nuevas capacidades de gestión y ha impulsado la eficiencia. Queremos ayudar a las empresas a innovar, no solo en tecnología, sino en todo lo que hacemos. Durante este evento aprenderemos desde diferentes perspectivas".

Tras el discurso de apertura, el Panel Generacional moderado por Carlos López-Abadía, discutió cómo está cambiando la relación consumidor-marca a través de las diferentes generaciones. Los panelistas Antonio Espinosa de los Monteros (CEO y cofundador de Aura, representante de la generación *millennial*), Edivan Costa (Emprendedor y fundador de SEDI, de la *Generación X*) y Paula Sánchez, estudiante representante de la *Generación Z*, compartieron sus perspectivas sobre cómo la relación entre consumidores y marcas cambia entre diferentes generaciones. Carlos concluyó el panel subrayando la importancia de escuchar las necesidades del cliente, lo cual se puede hacer gracias a todas las tecnologías y analíticas de las que podemos beneficiarnos hoy en día.

Arianna Huffington sobre el escenario post-pandemia

Durante el evento, la invitada y ponente estrella Arianna Huffington, una de las personas más influyentes según la revista Time y fundadora de The Huffington Post y Thrive Global, ofreció un discurso de apertura inspirador en el que habló de su experiencia personal sobre el agotamiento y la situación que la pandemia creó en el lugar de trabajo. Arianna se refirió a la pandemia como un catalizador de un cambio fundamental e instó a los asistentes a utilizar la crisis como una forma de ayudar a las personas a cambiar su forma de vida.

También abordó la importancia de otorgarle a la tecnología el papel que se merece en la vida humana y dijo: "La tecnología es primordial: la necesitamos para estar conectados en todo el mundo. Pero es una herramienta: puedes usarla para hacer cosas asombrosas, pero no debes sumergirte y perderte en ella".

La noción de la tecnología como un beneficio y un desafío continuó durante la charla que mantuvo Arianna con el CEO de Atento, Carlos López-Abadía, después de su discurso. Arianna mencionó que era importante para todos conectarnos con nosotros mismos y, lo que es más importante, establecer límites a la tecnología, lo que lleva a más tecnología, pero tecnología humanizada. Esto fue algo en lo que Carlos estuvo de acuerdo, compartiendo con Arianna que le gustaba el término Humanidad Aumentada que ella había mencionado.

Tecnología, empresarios y clientes en la realidad post-pandemia

Ejecutivos de Atento lideraron tres paneles adicionales diseñados para explorar el papel de la tecnología en el sector. El Panel de Clientes estuvo a cargo de Cathrine Jooste, Chief Commercial Officer y US Nearshore Director de Atento. Moderó una conversación con Fabián Saavedra (Vicepresidente de Atención al Cliente de DIRECTV Latinoamérica), Mariano Alonso (Director de Experiencia del Cliente de Tigo), Pedro Fabretti (Gerente de Excelencia al Cliente de Nubank Inversiones) y Vanessa Silveyra de la Garza (Directora Global de Sostenibilidad y Atención al Cliente en Aleatica). Durante su charla, discutieron sobre cómo la tecnología, la conectividad y los datos impactan en la relación con los clientes, enfatizando que el toque humano sigue siendo fundamental. “Los clientes necesitan resolución, y dentro de esa resolución en muchos casos el factor humano es fundamental”, dijo Mariano Alonso. Todos los panelistas también compartieron sus puntos de vista sobre cómo han evolucionado los clientes durante los últimos 5 a 10 años, y coincidieron en que ahora, más que nunca, es clave entender las necesidades de los clientes en profundidad para personalizar productos y experiencias.

Kiomara Hidalgo, Chief People Officer Global de Atento, lideró el panel de Recursos Humanos, donde expertos de esta materia reflexionaron sobre el fenómeno de “La Gran Renuncia” y los retos a los que las empresas se enfrentan para atraer y retener talento. Todos los panelistas coincidieron en señalar que hoy en día el mercado está sufriendo cambios sin precedentes, lo cual dificulta la retención de talento. Para entender cómo las compañías afrontan estos desafíos, Kiomara charló con Mary Mauck (Sr. HR Business Partner de Five9), Mónica Hernández (CEO de Mas Global Consulting) y Nick Alonso Jr. (Presidente y CEO de Careerxchange). Subrayaron la importancia de la flexibilidad en el trabajo para promover la igualdad y equidad real dentro de las empresas, y destacaron la importancia de contar con una sólida estrategia ESG.

Por último, durante el Panel de Tecnología, Carlos Valero Alcántara, CIO de Grupo Día y Nick Delis, Senior Vice President Eastern USA and International Sales de Five9 se reunieron junto a Eduardo Aguirre, CIO de Atento. Discutieron las estrategias que están siguiendo sus empresas en torno a los desafíos tecnológicos que surgieron con la pandemia. “El 80 % de los consumidores seguirán comprando a las marcas que descubrieron durante la pandemia”, reveló el Sr. Delis, lo que representa un gran desafío para todas las empresas en términos de calidad y velocidad de entrega porque, según el Sr. Delis, la nueva realidad viene de la mano de poder entregar más rápido. Los panelistas también explicaron cómo sus empresas enfrentan el desafío de administrar teletrabajadores mientras garantizan la productividad, y repasaron algunas de las tendencias clave que esperan ver en los próximos años.

El futuro de CX

Durante el evento, y comentando sobre el futuro de CX, Carlos reforzó la importancia de escuchar a los clientes para comprender sus necesidades para poder cumplir o superar sus expectativas, así como la importancia de la mejora constante. Comentó que “es clave, porque los clientes quieren que les demos un mejor servicio, más rápido y más competitivo y eso no va a cambiar. Las exigencias van a seguir aumentando”.



Sobre Atento

Atento es uno de los cinco mayores proveedores globales de servicios de gestión de relaciones con clientes y externalización de procesos de negocio cerca de las empresas que llevan a cabo sus actividades en los Estados Unidos. Desde 1999, la compañía ha desarrollado su modelo de negocio en 14 países con una plantilla de 150.000 empleados. Atento cuenta con más de 400 clientes para los que ofrece una amplia gama de servicios CRM/BPO a través de múltiples canales. Sus clientes son empresas multinacionales líderes en los sectores de tecnología, digital, telecomunicaciones, finanzas, salud, consumo y administración pública, entre otros. Atento cotiza bajo ATTO en la Bolsa de Nueva York. En 2019 Atento fue reconocido por Great Place to Work® como uno de los 25 mejores lugares de trabajo multinacionales del mundo y como uno de los mejores lugares para trabajar en América Latina. Para más información: www.atento.com

Relación con medios

press@atento.com