

# ATENTO:



**Alejandro Reynal**, consejero delegado de Atento España y director regional de EMEA

**“Los clientes exigen más y están mejor informados”**

Por: J. Á. Pedraza  
Fotos: Julián Jaén

## Cómo se ha desarrollado el ejercicio 2009 para Atento España?

**Respuesta.-** La parte de presupuestos fue bien: fue un año complicado, pero al final fuimos capaces de cumplir las metas que nos habíamos propuesto; la satisfacción de nuestros clientes contratantes aumentó con relación al año anterior, y la satisfacción de nuestros empleados también aumentó.

## P.- ¿Qué perspectivas tienen para 2010?

**R.-** En 2010 se ve una continuidad de los factores que están impactando negativamente en la economía. Sin embargo, el negocio de Atento, se beneficia porque las empresas están primando mucho la fidelización de sus clientes. Al final, toda empresa que se dedica a la fidelización del cliente tiene una ventaja natural, y nosotros nos dedicamos a que los clientes de nuestros clientes estén cada vez más satisfechos.

**P.- Según la CECA, el nivel de satisfacción del cliente bancario ha descendido a niveles de hace diez años. ¿Qué margen de actuación tienen empresas como Atento?**

**R.-** Las empresas invierten mucho en la captación del cliente, pero luego no se vuelve a invertir en él hasta que se intenta ir, que es cuando se hace un nuevo esfuerzo de recuperación. Para acabar con este 'gap' en la vida del cliente hay que dedicar más tiempo, más esfuerzos, mayo-

res recursos a fidelizar al cliente. No hay que esperar al momento en que se quiere ir, sino hacerlo mucho antes.

## P.- ¿Cómo se fideliza a un cliente?

**R.-** Hay que invertir en el 'customer experience', en la experiencia del cliente. Por ejemplo, desde el punto de vista del argumentario que maneja el teleoperador, la resolutiveidad —mejorar las herramientas y procesos para resolver el problema del cliente en la primera llamada—, o los canales complementarios que se utilizan —web, correo electrónico, SMS— para mantener al cliente al tanto de su petición.

## P.- ¿Cómo ha afectado la crisis al perfil del cliente de banca?

**R.-** Curiosamente, la crisis ha hecho evolucionar el perfil del cliente: ahora es más exigente, conoce las opciones que tiene y compara. Por ello, hay que tener al otro lado a un personal más formado y con procesos más robustos, porque el nivel de tolerancia es menor y su nivel de conocimiento es mayor. En Atento hemos continuado invirtiendo en mejoras tanto en la formación como en la certificación de nuestros procesos —COPC, entre otras—, que garantizan su robustez.

## P.- ¿Cómo ha evolucionado 2009 para Atento España en cuanto a empleo?

**R.-** No hemos tenido ningún proceso masivo de reestructuración, nuestra plantilla se mantuvo estable en 2009. En Atento el activo más impor-

tante no es la tecnología, sino los empleados, las personas. Desarrollar y motivar a nuestra plantilla es muy importante. Aspiramos a que Atento España se convierta en un 'Great Place To Work'; seríamos la única empresa de nuestro sector. Y con los resultados de las encuestas de satisfacción de empleados que hemos tenido en 2009, estamos en línea de esa aspiración.

## P.- ¿Cómo están funcionando los programas de fomento de la contratación de colectivos especialmente sensibles al desempleo?

**R.-** Hemos ido avanzando con acuerdos específicos con distintas entidades. Tenemos una sociedad dedicada a estos propósitos, que se llama Atento Impulsa y tiene un número importante de empleados con discapacidad. Estamos trabajando activamente con los diferentes colectivos que tienen cierto grado de exclusión social y participando en diferentes foros sociales.

## P.- ¿Cree que en 2010 vamos a empezar a ver la salida de la crisis?

**R.-** Soy optimista en cuanto a nuestra actividad: creo que tendremos un buen año dentro de la incertidumbre existente en el mercado. Y en cuanto a la economía española, hay un colectivo importante que hay que movilizar: debemos trasladar confianza a las personas para que retomen ciertos patrones de consumo que en su momento tuvimos. Y eso revertirá al final en que la economía se reactive.