

Seguridad es más que prevenir robos

ADT ha innovado en el concepto de la seguridad, un cambio que hoy les permite lograr la distinción a la confianza según el último Índice de Confianza de Clientes (ICC).

La seguridad dejó de ser un concepto exclusivamente ligado al delito. Hoy ha evolucionado hacia un rol más amplio que implica entregar tranquilidad, apoyo y continuidad en la vida diaria de las personas.

Gracias al desarrollo de nuevas tecnologías, la seguridad hoy no solo protege, sino que en un valor más amplio, se ha transformado en un aliado que acompaña rutinas cotidianas, brinda seguridad a personas vulnerables, e incluso, optimiza tiempos y permite reaccionar mejor ante imprevistos.

Para poder cumplir con este nuevo propósito, ADT ha incorporado nuevas tecnologías en su portafolio de soluciones de seguridad, que incluyen sensores, inteligencia artificial, monitoreo remoto, apps móviles, todos avances que han permitido ampliar el alcance de la seguridad.

Hoy, estas nuevas herramientas permiten por ejemplo alertar a cualquier persona ante caídas, detectar



Susana Mora, gerente de Experiencia al Cliente ADT Chile; **Felipe García**, gerente general ADT Chile; **Ghislaine Tisne**, directora de Corporate y UAI Online UAI y **Diego Astudillo**, jefe de Experiencia al Cliente ADT Chile.

humo o fugas de gas previniendo un potencial incendio o accidentes, tener el control remoto del hogar o brindar acompañamiento a personas mayores o que viven solas.

Y ese es el principal valor emocional de la seguridad: tranquilidad, confianza y sensación de acompañamiento, que es el espíritu que mueve a ADT, que siempre busca soluciones "invisibles", simples y centradas en la experiencia del usuario.

Es precisamente esta conexión con el espíritu de innovación y propósito de ADT, que permitió ser reconocidos con la distinción a la confianza en la categoría domiciliar según el Índice de Confianza de Clientes (ICC) organizado por el Centro de Experiencias y Servicios de la Escuela de Negocios UAI.

Se trata de un reconocimiento entregado por los consumidores, lo que para la empresa confirma que el camino que están dibujando es el correcto y los alienta a seguir trazándolo de la misma forma.