

Atento prevé incrementar hasta un 250% el número de agentes que ofrecen soporte al sector turismo en España

- Atento espera un fuerte crecimiento del nivel de servicio entre las campañas de Semana Santa y verano
- Los servicios de CX multilingües cobran especial relevancia en este sector
- El sector turismo aprovechó la pandemia para digitalizar sus procesos y adaptarse a las nuevas necesidades de los clientes.
- Los viajeros demandan atención por nuevos canales como chatbot y whatsapp.

Madrid, a 8 de abril de 2022.- Atento S.A. (NYSE: ATTO, “Atento” o la “Compañía”), uno de los cinco mayores proveedores del mundo y empresa líder en servicios de relación con el cliente y externalización de procesos de negocio (CRM/BPO) en América Latina, ha analizado cómo ha cambiado el turismo tras la pandemia. Las necesidades de los viajeros, que se están acostumbrando a un mundo más digitalizado, ya no son las mismas que antes del COVID-19, y Atento estima que, para cubrir sus expectativas, tendrá que incrementar el número de agentes destinados a los servicios de turismo hasta en un 250%. Por otra parte, las empresas han buscado la manera de adaptarse a la vez que aprovechan las oportunidades que han surgido.

La crisis sanitaria de 2020 provocó un desplome del turismo a nivel internacional importante. Después de dos años de confinamiento y restricciones, se observa una clara tendencia hacia la recuperación del sector que, según previsiones del Gobierno, durante este mes de abril podría recuperar en torno al 80% de los turistas internacionales. Este punto de inflexión supone un momento decisivo de cara a la recuperación definitiva del turismo internacional.

Las compañías que dan servicio a los viajeros, es decir, hoteleras, navieras, de alquiler de automóviles y de transporte en general, llevan dos años preparándose para este momento, ya que utilizaron los dos años de restricciones a causa de la pandemia para dar el salto hacia un modelo más digitalizado y mejorar sus procesos.

Marta Ramos, Directora de clientes multisector de EMEA de Atento, asegura que, “El sector turismo se encuentra en un momento de indudable recuperación. Prueba de ello es que estimamos que el número de agentes tenga que crecer en un 250% durante esta Semana Santa y durante el verano. Además, recientemente hemos detectado dos cambios fundamentales. Primero, hemos advertido que las necesidades de los clientes han cambiado porque se han acostumbrado a un mundo más digitalizado que les permite realizar las gestiones en remoto. Y, por otro lado, las compañías están siendo diligentes a la hora de adaptarse a la nueva realidad y

han destacado cómo el servicio de customer experience ha pasado de ser importante a ser indispensable”.

Los picos en la actividad que ha detectado Atento y que marcan un crecimiento muy acusado de la actividad turística en España, incluyen la recuperación del tráfico de Canarias, y se espera que pronto se abra de nuevo el tráfico del estrecho.

Los clientes se han acostumbrado a hacer las gestiones a distancia, por lo que realizan muchas más peticiones y generan un mayor volumen de tráfico. Como resultado, el sector se ha reinventado para atender la creciente demanda, lo que ha provocado también la aparición de nuevos canales no tradicionales que están funcionando con éxito. Un ejemplo de ello es WhatsApp, chatbots o el soporte al cliente durante las gestiones de ecommerce. Estos nuevos canales se suman al canal telefónico, que continúa siendo muy popular entre los viajeros para realizar gestiones.

“Las compañías centradas en el turismo también se han percatado de las oportunidades que se les brindan cuando ofrecen atención al cliente, por lo que se ha producido una ampliación de actividad en base a nuevas perspectivas de negocio. Una de las tendencias que hemos identificado es la posibilidad de hacer crossselling entre distintos productos y necesidades en torno a los viajes. Por ejemplo, contratando un seguro de viaje o un vehículo en destino”, comenta Marta Ramos.

Además, Atento ha detectado que las empresas están demandando atención multilingüe, ya que los clientes finales se sienten más cómodos cuando pueden expresarse en su propio idioma. Al reactivarse el turismo europeo en dirección a la Península, Canarias y Baleares, varias empresas han comenzado a ofrecer e implementar este servicio.

“Las compañías ligadas al turismo cada vez valoran más ofrecer atención multilingüe, y algunas de las que han implementado este servicio están valorando aumentar el número de idiomas. Es una manera acertada de ofrecer un servicio verdaderamente diferencial”, concluye Marta Ramos.

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