

## Atento apuesta por una buena campaña de 'Black Friday'

- Independientemente del contexto, los clientes de la compañía se preparan para lanzar ofertas muy atractivas que impulsen las ventas
- En 2021, el número de agentes en atención al cliente tuvo que triplicarse en algunos sectores para responder al pico de demanda

**MADRID, 19 de octubre de 2022** - Atento S.A. (NYSE: ATTO, "Atento" o la "Compañía"), uno de los mayores proveedores de servicios de relación con el cliente y externalización de procesos de negocio (CRM / BPO) del mundo y líder del sector en Latinoamérica, augura una buena campaña de Black Friday a pesar de la situación económica. Se anticipan grandes ofertas y descuentos por parte de los comercios y un consumo importante de la mano de los clientes.

En un año protagonizado por el incremento del precio de la gasolina y la luz, la subida de los tipos de interés y una inflación que afecta a la cesta de la compra de muchos hogares españoles, se podría creer que los consumidores restringirían sus compras de forma significativa durante el último trimestre del año. Sin embargo, según los datos de Atento, que cuenta con amplia experiencia en campañas de Black Friday y Navidad para clientes en sectores cruciales para el consumo como son la logística y la electrónica de consumo, la tendencia será diferente.

Los períodos de incertidumbre económica vienen marcados por ciertas tendencias en el consumo que se repiten a nivel mundial. Los consumidores buscan anticipar sus compras para evitar las subidas de precios y, para ello, hacerse con promociones tanto en canales físicos como online. Una de las fechas claves para esto es, sin duda, el Black Friday.

El día, importado desde Estados Unidos, marca, también para España, el pistoletazo de salida para las compras navideñas. Este año, según las mismas previsiones a las que ha tenido acceso Atento, supondrá, si no el pico más fuerte de ventas de aquí a final de año, uno de los mayores momentos de consumo en nuestro país.

Aquellas compañías que están dispuestas a arriesgar y a lanzar ofertas agresivas tienen muy buenas expectativas para el Black Friday y anticipan que será decisiva a la hora de cerrar satisfactoriamente sus facturaciones anuales. El histórico recogido por Atento avala esta opinión, ya que normalmente los clientes de la Compañía suelen registrar resultados más satisfactorios durante el Black Friday que durante la campaña navideña.

En todo caso, es imprescindible que las compañías se preparen para este pico de demanda reforzando sus equipos en tienda física y online, así como los agentes que se encuentran atendiendo a los clientes durante la fase de preventa y postventa. Esta última puede durar hasta dos semanas después de la fecha del Black Friday, ya que se producen gran cantidad de cambios y devoluciones e incluso llega a solaparse con la campaña de Navidad.

En el pasado, algunos clientes de Atento del sector retail experimentaron subidas en el volumen de las llamadas de un 146%, por lo que el equipo de atención al cliente se tuvo que triplicar. El sector de la paquetería y mensajería no se queda atrás tampoco: en el pasado tuvo que duplicarse el número de agentes desde la última semana de noviembre hasta la primera quincena de enero.



En este sentido, y según asegura José María Pérez Melber, Director General de Atento en la región EMEA, *“en Atento, un año más e independientemente del tipo de apuesta que haga cada uno de nuestros clientes durante las campañas del Black Friday y la Navidad, estamos preparados para ayudarles a hacer frente a este último trimestre del año. Para atender estos picos de demanda, desde Atento ponemos a disposición de nuestros clientes toda la flexibilidad de un proveedor de operaciones acostumbrado a trabajar por campañas. Por otro lado, también aportamos las soluciones tecnológicas que ayudan a gestionar con eficiencia estos momentos de la verdad de los consumidores, brindándoles la mejor Experiencia de Cliente”*.

### **Sobre Atento**

Atento es el mayor proveedor de servicios de gestión de la relación con el cliente y de externalización de procesos de negocio ("CRM BPO") en América Latina, y uno de los primeros proveedores a nivel mundial. Atento es también uno de los principales proveedores de servicios de CRM BPO en régimen de nearshoring para empresas que desarrollan su actividad en Estados Unidos. Desde 1999, la compañía ha desarrollado su modelo de negocio en 14 países en los que emplea a aproximadamente 150.000 personas. Atento cuenta con más de 400 clientes a los que ofrece una amplia gama de servicios CRM BPO a través de múltiples canales. Los clientes de Atento son en su mayoría empresas multinacionales líderes en sectores como las telecomunicaciones, la banca y los servicios financieros, la sanidad, el comercio minorista y las administraciones públicas, entre otros. Las acciones de Atento cotizan bajo el símbolo ATTO en la Bolsa de Nueva York (NYSE). En 2019, Atento fue nombrada una de las 25 mejores empresas multinacionales del mundo y una de las mejores multinacionales para trabajar en América Latina por Great Place to Work®. Además, en 2021 Everest nombró a Atento como “star performer”. Gartner ha nombrado a la compañía dos años consecutivos como líder en su Cuadrante Mágico desde 2021. Para más información visite [www.atento.com](http://www.atento.com)

### **Contacto para medios**

press@atento.com