

El Black Friday multiplicará el empleo logístico a pesar de la alarma por el desabastecimiento



La campaña del Black Friday, Cyber Monday y Navidad de este año, que ya se consideran como un todo indivisible, estará marcada por la incertidumbre a causa de la tensión de las cadenas de suministro globales. Sin embargo, ello no impide que las previsiones en el empleo logístico sean elevadas. Según la consultora Randstad, siete de cada diez contratos durante la campaña se firmarán en logística, sector que será el principal dinamizador de la contratación este invierno. Randstad prevé que la campaña de 2021 genere 43.170 contrataciones, la cifra más alta de los últimos años, el 22,7% superior a la cifra del año pasado y el 48,8% más que en 2019.

“Los datos récord que se registrarán este año apuntan a la consolidación del comercio electrónico como tendencia de consumo al mismo tiempo que destacan a la logística como uno de los sectores más dinámicos en la recuperación», asegura el director de Randstad Research, Valentín Bote. «Otra gran noticia es que es estos buenos datos pueden ser la antesala de unas cifras de contratación muy positivas en la inminente campaña navideña”, ha continuado. Sin embargo, otros analistas se muestran más cautos. Desde Experts for Experts, María Salcedo, su directora, advierte que, en la coyuntura actual, «es difícil hacer previsiones, hay un altísimo grado de incertidumbre».

Los perfiles más demandados serán empaquetadores, carretilleros, mozos de almacén y transportistas, junto con personal de atención al cliente. Entre las habilidades más valoradas, se encuentran el dominio de la tecnología y conocimientos digitales, de comercio y logística, además de la resiliencia y la rápida adaptación a un mercado cambiante. Por su parte, el comercio pasó de suponer el 32,5% en el Black Friday pasado al 30,2% en la presente campaña, aunque este sector también verá aumentada su contratación en forma de dependientes, promotores, azafatos y atención al cliente. El comercio registrará 13.050 incorporaciones, el 14,2% más que en 2020.

Sin embargo, desde Experts for Experts pronostican que este ejercicio costará un poco más encontrar personal para logística. «El Black Friday es una campaña corta con

altísima rotación en la que no da tiempo a dar una buena formación», ha manifestado María Salcedo.

ANDALUCÍA, CATALUNYA Y MADRID COMO PRINCIPALES POLOS DE CONTRATACIÓN

La práctica totalidad de comunidades autónomas registrarán subidas en su volumen de contratación, pero serán Andalucía (con 7.740 contrataciones), Catalunya (7.000) y la Comunidad de Madrid (6.040) las que más profesionales incorporen para esta campaña de consumo. De hecho, la suma de estas tres autonomías supondrá cerca de la mitad (48,1%) de todos los contratos que se firmarán durante la campaña. En evolución interanual comparando con los datos de 2019, previos a la pandemia, las comunidades que más aumentan sus contratos son País Vasco (+50,8%), Asturias, Andalucía (ambas con el 50,2%), Valencia (+50%) y Extremadura (+49,3%). Los porcentajes más moderados tendrán lugar en Cantabria, Baleares (las dos con el 47,5%), Castilla-La Mancha (+47,1%) y la Comunidad de Madrid (+47%).

LOS OPERADORES Y TRANSPORTISTAS DESPLIEGAN SUS ARMAS LOGÍSTICAS

A pesar de las buenas cifras que parecen aplacar la alarma por la crisis de materias primas que ha causado una preocupación generalizada por el desabastecimiento, los operadores logísticos han aumentado sus partidas presupuestarias para afrontar una campaña que se anuncia «atípica», como coinciden todos en calificarla, si bien prevén aumentos generalizados en el volumen de reparto. Temen que la situación actual de algunos puertos en China y EEUU propicien un despunte mayor del previsto para las compañías de reparto urgente si los marketplace internacionales optan por evitar el transporte marítimo y apostar por el aéreo, lo que aumentaría los volúmenes de reparto en destino.

Passador

LAS ESTRATEGIAS DE LOS OPERADORES

GLS Spain prevé un incremento de la actividad en la compañía de aproximadamente el 10% respecto al Black Friday del año pasado, y para Navidad las previsiones giran en torno al 10% o incluso el 15% respecto al año pasado, a pesar de la situación actual de la cadena de suministro. Para afrontar la campaña:

- Han desplegado una inversión de dos millones de euros para aumentar la capacidad de sus centros y de los sistemas de clasificación automática.
- Han invertido en la Comunidad de Madrid, Andalucía y Catalunya.
- Han aumentado sus vehículos en torno al 10% para planificar los volúmenes por código postal.
- Han incorporado bicicletas y vehículos eléctricos de corto recorrido.
- Han invertido más de un millón de euros en tecnología.

Este operador prevé un aumento de envíos del 30% en Black Friday, Cyber Monday y Navidad. “Hemos realizado una fuerte inversión destinada a la mecanización de naves y a nuevas instalaciones” señala el director general de CTT Express, Manuel Molins.

- Han abierto nuevas instalaciones en Alicante y Bilbao y duplicado las dimensiones de su automatización en el centro de distribución de Madrid.
- Han incorporado más de 600 conductores y otros 150 profesionales de plantilla durante noviembre que forman parte del plan de incorporación de conductores, personal de nave y refuerzos de la compañía.

Para Ontruck, el crecimiento de la demanda de transporte por la campaña de invierno llegará al 42%, y la compañía cree que el 3 de diciembre será el pico de máximo volumen de pedidos del año (hasta el 50% más respecto al registrado en octubre). “Muchas empresas están recibiendo los suministros por cuentagotas y están siendo más reactivas que otras temporadas, organizando su logística sobre la marcha. Necesitan ser muy ágiles para evitar las roturas de stock en los puntos de venta”, señala el director general de Ontruck España, Javier Escribano.

- La compañía está integrando nuevos efectivos a la red de transportistas colaboradores, que reciben formación para utilizar sus herramientas y aplicar su método de trabajo.
- Han reforzado la estrategia en la gestión de operaciones para mejorar los procesos internos, así como el uso de la tecnología de prevención de incidencias.
- La plataforma de Ontruck ofrecerá un cálculo dinámico en tiempo real en función de la oferta y la demanda del mercado.

La compañía prevé un incremento de volúmenes del 15% respecto a 2020 y durante la semana del Black Friday y el Cyber Monday se moverán más de 4,5 millones de envíos con picos de un millón de paquetes gestionados en un solo día.

- La empresa reforzará su plantilla con más de 3.300 profesionales, entre los que destaca la figura del repartidor, pero también mozos de almacén y personal de atención al cliente.
- Han ampliado la capacidad logística en más de 50.000 metros cuadrados con la apertura de 18 centros distribuidos en toda España.
- Han reforzado la flota con más de 2.500 vehículos.
- Han incorporado nuevos termógrafos, contenedores y vehículos para atender el servicio de frío.

Previous

Next

A la falta de aprovisionamiento en materias primas que desencadena el miedo a quedar desabastecidos, se le suma el alto consumo y el incremento del precio energético, eléctrico y del diésel, según explica María Salcedo (Experts for Experts). Por ello, no sorprende a los analistas consultados ni a los operadores que las compras se estén produciendo con semanas de diferencia respecto a años anteriores. «Ante las noticias sobre el desabastecimiento, parece que muchos consumidores están adelantando sus compras para garantizar que están en las fechas que desean», constatan fuentes de CTT Express.

Desde Alfil Logistics, que ha planificado un incremento del 230% en entregas estos días, su director, Juan Carlos López, asegura que se ha redoblado el esfuerzo en la flota y en la contratación de personal de almacén para ampliar horarios, así como en vehículos con conductor. «Hemos modificado la parametrización registrando mayor

capacidad volumétrica que la real, e incorporamos a uno o dos vehículos acompañando al nodriza experto», explica. En cuanto a la alarma por el desabastecimiento, «creemos que es real en cuanto a materias primas o productos de novedad», pero asegura no ver esa falta ni en productos de supervivencia ni en los de uso habitual.