

NOTA DE PRENSA

La logística gestionará en la campaña navideña un 7% más de envíos que en 2020

- Las empresas van a gestionar un total 106 millones de envíos, a una media de 3´7 millones diarios, con picos de hasta 5 millones los días inmediatamente posteriores al ‘viernes negro’
- El presidente de la patronal española de logística, Francisco Aranda, ha adelantado estos datos durante una jornada sobre gestión de picos de demanda en el ecommerce

Madrid, 26 de octubre de 2021. UNO, la Organización Empresarial de Logística y Transporte de España, ha celebrado hoy en Madrid la jornada ‘La logística en los picos de demanda derivados del ecommerce’, en la que se han ofrecido las previsiones del sector para el Black Friday y la campaña navideña 2021, a través de su presidente, Francisco Aranda.

En su intervención, el presidente de la logística ha desvelado que “este año se espera alcanzar la mayor cifra de ventas online nunca antes vista durante la campaña del Black Friday y de Navidad”. Este incremento, ha proseguido Aranda, “será más moderado que el registrado en 2020, pues la pandemia provocó que sólo en un año se acelerase el crecimiento que estaba previsto para los próximos cinco o seis años”.

“En 2021 las empresas de reparto gestionarán un 7% más de envíos que el pasado año para atender los picos de demanda que se registrarán durante el Black Friday y la campaña navideña”, ha asegurado Aranda. “Concretamente, prevemos que durante este periodo se gestionen alrededor de 106 millones de envíos. Se trata de una cifra que requiere un trabajo espectacular y una inversión en tecnología y capital humano de las empresas de lo que podemos estar todos muy orgullosos”, ha concretado.

“Debido a la crisis de suministros de los últimos meses, que ha venido motivada por la escasez de contenedores, los elevados precios de los fletes o la ultradependencia de China, estimamos una baja oferta de determinados productos, pero una elevada demanda de los mismos, lo que conllevará un aumento de los precios que probablemente repercutirá directamente en el consumidor y, por ende, en el impulso de compra”, ha añadido.

La patronal de la logística prevé que las empresas gestionen una media de 3,7 millones de envíos al día. Una cifra que alcanzará los 5 millones durante los días de máximo volumen, que se registrarán durante la semana siguiente al famoso ‘viernes negro’.

“Para evitar la concentración de las compras en los días clave, las marcas están adelantando lo máximo posible la campaña navideña, porque así se garantizan que el volumen de trabajo esté repartido y no se concentre solo en los días de mayor actividad”, ha indicado.

Por otro lado, al contrario de lo que ocurrió durante los dos años anteriores, “se espera que este año el cliente adapte el consumo a los días en los que se ofrezcan ofertas, ya que las claves van a ser el mejor precio y la garantía de entrega como factores determinantes en sus decisiones de compra”. Esto es así porque tiene que hacer frente a aspectos como la subida del IPC, del precio de la electricidad o de los carburantes, entre otras”, ha indicado Aranda.

En relación al empleo, la patronal también apunta a una tendencia de crecimiento durante estas fechas. Para afrontar este pico de actividad, ha explicado Aranda, “el sector contará con cerca de 1.150.000 trabajadores, lo que supone un incremento del 14% respecto al volumen medio de empleados del sector, y un incremento de entre el 3% y el 4% respecto a la sobrecontratación registrada durante la campaña anterior”.

“Son fundamentales los repartidores, mozos de almacén, personal de atención al cliente, especialistas en previsión de demanda y analítica de datos y responsables de operaciones, entre otros”. Éstos son algunos de los perfiles profesionales que las empresas han reforzado ya para asumir con garantías este último trimestre del año”, ha señalado Aranda.

Antes de concluir, el presidente de la logística ha recordado que, para afrontar estos picos de demanda, el sector “lleva meses planificándose, pues la escasez de contenedores, su elevado precio y la dificultad de obtener materias primas, está provocando que las empresas que no se hayan preparado con meses de antelación se queden fuera de la oportunidad de negocio que ofrece esta época”.

“Este último trimestre del año será el que mayor previsión requiera; por suerte, hemos aprendido mucho de la pandemia y nuestros algoritmos de predicción de la demanda ya tienen nuevas variables que nos permiten gestionar mejor las tensiones de la cadena de suministro”. “Las empresas que podrán hacer frente a estos picos de demanda son aquellas que estén digitalizadas y que hagan uso de los datos mediante tecnologías como big data o inteligencia artificial”, ha concluido Aranda.

‘La logística en los picos de demanda derivados del ecommerce’

Posteriormente, se ha ofrecido la ponencia ‘Soluciones al servicio de la intralogística’, de la mano del director Comercial de Bowe Iberia, Javier Vaquero.

Durante el encuentro también ha tenido lugar la mesa redonda ‘Ecommerce 4.0: claves para gestionar con éxito los picos de demanda’, que ha contado con la participación del director de Logística de Pikolin, Ginés David Martínez; el director de Logística en Games Stores Iberia, Fernando Pisón; el director Desarrollo Negocio de Dobleco, Miguel Ángel Martín; el Chief Operating Officer de GLS Spain, Juan Sandes; el director de Operaciones de Seur, Benjamín Calzón; el director general de Tipsa, Antonio Fueyo; y el director General en Vinopremier, Carlos Andonegui.

A continuación, se ha ofrecido la ponencia ‘Caso de éxito de Bol.com: cómo el primer marketplace de los Países Bajos gestiona 16.000 pedidos por hora con Reflex WMS’, que ha corrido a cargo del Sales director Reflex Logistics Solutions, César González.

Para concluir, se ha celebrado otro coloquio bajo el título ‘Retos y desafíos logísticos: grandes campañas de ventas derivadas del ecommerce’, cuyo panel de expertos ha estado conformado por el director de Logística en Scalpers, Patricio López de Carrizosa; el responsable de Logística y Atención al Cliente del Ecommerce de Primor, Juan Salvador Luque; el sourcing developer de Ikea Ibérica, Luis Miguel Rivas; el cofounder en Method Logistics, Luis Ángel Florez; el director Comercial y de Marketing de Sending Transporte Urgente, Andrés Fernández; y el general manager de JobandTalent en España, Jesús Rebollo.

[Sobre UNO Logística](#)

UNO es la organización empresarial de los operadores de logística y transporte, un sector que representa el 6% del PIB. Este ámbito de actividad gestiona más de 500 millones de envíos anuales, lo que supone 5 millones de toneladas al año y da empleo a más de 950.000 trabajadores. UNO agrupa a las empresas que diseñan, organizan, gestionan y controlan los procesos de una o varias fases de la cadena de suministro.

CONTACTO DE PRENSA

beatriz.mapelli@unologistica.org // 673 906 580