

## A pesar de la incertidumbre política y económica, la campaña de Navidad será positiva: se prevén cerca de 1.148.000 contratos, un 7,3% más que en 2018

- Adecco y su división Adecco Outsourcing prevén que entre este mes de noviembre y el próximo mes de enero (ambos incluidos) se firmen en nuestro país cerca de 1.148.000 contratos de puesta a disposición (los que realiza el sector), que suponen un 7,3% más que en el mismo periodo de 2017-2018. Una cifra positiva pero que se encuentra ligeramente por debajo del crecimiento de la campaña en 2018 que fue de un 8%.
- Eso sí, las previsiones hacen pensar que la duración de los contratos será superior a las de los últimos años, ya que la campaña comenzará con los descuentos del mes de noviembre (Black Friday, Cyber Monday...) y se alargará hasta finales del mes de enero, incluyendo así el periodo de rebajas de inicio del año. Tras la campaña, un 17% de las contrataciones podrá prolongarse en los siguientes meses de 2020.
- Cataluña se sitúa un año más a la cabeza de las previsiones de la campaña navideña, siendo la comunidad autónoma en la que más contratos se firmen, por encima de los 214.600, y la segunda que más crece con respecto a 2018, un 9,5%.
- En cambio, la Comunidad de Madrid es la región española que experimentará mayores incrementos en la contratación, pues las previsiones apuntan a que se generará un 15% más de empleos que en 2018, lo que supondrá casi 188.000 contratos (se sitúa tras Cataluña). Le siguen la Comunidad Valenciana, con 144.500 (+5,7%), y la Región de Murcia, con 143.500 (+4%). Entre las cuatro aglutinan prácticamente la mitad de las contrataciones que se harán en estos tres meses.
- Los sectores protagonistas de la campaña serán el de gran consumo, atención al cliente y fuerza de ventas, donde se espera un incremento de hasta un 40% en la contratación con respecto al resto de meses del año, pues muchas empresas tienen cerca del 50% de su facturación ligada a este periodo. En esta línea, el perfil comercial (promotores, dependientes, gestores del punto de venta, comerciales, gestores telefónicos de ventas...) será el más buscado.
- Pero no serán los únicos, otros sectores aumentarán su plantilla de cara a la Navidad: alimentación, distribución y retail, logística y transporte, e-commerce, alta perfumería y cosmética, electrónica, juguetería, imagen y sonido, banca, contact center e, incluso, hostelería y turismo y sector aeroportuario en las semanas centrales de la campaña.
- Y estos sectores demandarán perfiles como preparadores de pedidos, carretilleros, mozos de almacén, manipuladores de alimentos, camareros y cocineros, operarios especialistas, conductores y repartidores, entre otros.

---

Madrid, 14 de octubre de 2019.- Pese a la incertidumbre política y las advertencias del Fondo Monetario Internacional sobre una desaceleración económica, las previsiones de contratación para los próximos meses son optimistas y un año más continúa la creación de empleo en nuestro país. Los últimos datos dados a conocer por el Ministerio de Trabajo, Migraciones y Seguridad Social son agrídulces, con un aumento del número de parados en el mes de septiembre (+13.907) pero con el crecimiento del número de contratos indefinidos (+11,4%). Continuando esta estela, las previsiones para la campaña de Navidad son favorables y se espera un aumento de las contrataciones.

Cada año la campaña navideña empieza antes, las ventas se incrementan de forma notable desde que empieza el otoño con la vuelta al cole, y todas las empresas están ya preparándose para este periodo, reforzando sus plantillas para hacer frente a la alta demanda. Oficialmente comienza con el *Black Friday* el próximo 29 de noviembre y continua hasta el final de las rebajas de enero.

En este contexto, Adecco y su división Adecco Outsourcing prevén que entre este mes de noviembre y el próximo mes de enero (ambos incluidos) se firmen en nuestro país cerca de 1.148.000 contratos de puesta a disposición (los que realiza el sector), que suponen un 7,3% más que en el mismo periodo de 2018-2019. Una cifra positiva pero que se encuentra ligeramente por debajo del crecimiento de la campaña de 2018 que fue de un 8%.

En palabras de Carlos Villacastín, director de Adecco Staffing: *“estamos atravesando un periodo de mucha incertidumbre en los mercados (elecciones, indicadores económicos que se están desacelerando) y como no puede ser de otra forma, también en el mercado de trabajo. Los indicadores adelantados como el PMI Industrial no han sido muy positivos y eso prevé una situación de desaceleración económica. A pesar de ello, prevemos una campaña de contratación navideña positiva porque el Trabajo Temporal permite a las empresas flexibilizar la fuerza laboral y creemos que es una muy buena solución para momentos de incertidumbre como los actuales”*.

### Se alcanzarán cifras récord, pero se ralentizará el crecimiento

La campaña de Navidad de este año generará un 7,3% más de contratos de los que se firmaron en 2018 y enero de 2019. En total, se espera que las empresas generen 1.147.890 puestos de trabajo durante estos tres meses, lo que supone una cifra récord en número de contratos vinculados a este periodo.

Sin embargo, atendiendo al incremento interanual, estos datos nos sitúan en una ligera ralentización de la creación de empleo, pues el incremento esperado es ligeramente menor al que se consiguió un año atrás (+8%).

Antes de la crisis económica, este periodo de contratación suponía la creación de más de 600.000 contratos, con incrementos interanuales de dos dígitos. En los años 2006 y 2007, el crecimiento empezó a ser más moderado, como una antesala de lo que sucedería a partir de 2008, año en que estalló la recesión y la contratación en estos meses se desplomó un 35,6%, quedando el número de contratos por debajo de los 425.000. Este año no fue nefasto solo para la campaña de Navidad, sino que supuso el peor año para el empleo en España (el paro creció en un millón de personas, algo que no se había registrado nunca antes en nuestro país).

Los años 2009 y 2010 trajeron incrementos en la contratación en esta campaña, aunque el desempleo siguiese creciendo a nivel general en todo el país. La reducción de las plantillas hizo necesario reforzar de nuevo posiciones concretas en estos meses de más actividad. Sin embargo, en 2011 y 2012 volvieron a descender las contrataciones.

No fue hasta el año 2013 que la campaña volvió a impulsar la creación de empleo con un incremento interanual de un 19,6%, el mayor en una década, con lo que se recuperaron las cifras de contratación superiores a las 630.000 firmas. Desde entonces, todos los años los crecimientos en la contratación han sido de dos dígitos hasta la campaña de 2017-2018, cuando la contratación tan solo creció un 4,8% (un 13% lo había hecho el año anterior).

En 2019, el resultado de la campaña fue mucho mejor a la previsión lanzada: las grandes empresas del sector hablaron de crecimientos de un 4,5% en la contratación y finalmente el número de contratos creció un 8,1%.

Este año, la tendencia hacia la desaceleración en la creación de empleo que se ha visto durante los tres primeros trimestres del año tendrá un impacto menor en la campaña de Navidad. Las previsiones indican una variación interanual positiva, pero algo inferior a los datos de enero de 2019.

Aun así, seguirá siendo un periodo de crecimiento laboral y apoyo a la contratación de personal, vinculado a la flexibilidad de soluciones como el trabajo temporal y el outsourcing que tienen su mayor razón de ser en campañas coyunturales como la que nos ocupa.



Año (al finalizar enero)	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Nº Contratos</b>	463.730	539.592	536.594	528.543	632.277	741.452	836.034	944.508	990.037	1.070.175	1.147.890
<b>Variación interanual</b>	9,8%	16,4%	-0,6%	-1,5%	19,6%	17,3%	12,8%	13,0%	4,8%	8,1%	7,3%

Fuente: Ministerio de Empleo y Seguridad Social. Previsiones de Adecco para la campaña 2019-2020

## Madrid, Cataluña y Castilla-La Mancha, donde más se incrementará el empleo

En cuanto a la distribución autonómica de la campaña de Navidad, si atendemos al incremento interanual de la contratación, la Comunidad de Madrid es la región española que experimentará mayores incrementos, pues las previsiones apuntan que se generarán un 15% más de empleos que en 2018. Le siguen Cataluña, con un crecimiento del 9,5%, y Castilla-La Mancha, con un 9% más de contratos que el año pasado.

Solo dos comunidades autónomas más prevén un incremento interanual en la contratación navideña igual o superior a la media de todo el país (+7,3%): Castilla y León (+8%) y Galicia (+7,3%).

A continuación, hay un grupo de comunidades que crecerán por encima del 5% con respecto a la anterior campaña: Extremadura (+7,2%), Baleares (+7%), muy cerca del incremento nacional las dos; Andalucía (+6,3%), la Comunidad Valenciana (+5,7%) y Aragón (5,3%). Inmediatamente después de ellas está la Región de Murcia, con un aumento en la contratación del 4%.

Hay un pequeño grupo de autonomías que crecerán en menor medida. Es el caso de Cantabria y La Rioja, con un +1,5% cada una, y Canarias y Navarra, con un +1% cada una.

Finalmente, dos son las autonomías que menos incrementarán sus contratos, el País Vasco, que lo hará en un +0,6% y el caso de Asturias, cuyo número de empleos no cambia con respecto al año pasado pues se espera mantener las cifras del año anterior y no incrementar sus contratos interanualmente (pero sí con respecto a otros meses del año).

En cambio, si atendemos a la cifra absoluta de contratos previstos para la campaña navideña, un año más Cataluña se sitúa a la cabeza de las previsiones, siendo la comunidad autónoma que más contrataciones realice, por encima de las 214.700.

Tras ella, serán la Comunidad de Madrid, con casi 188.000 contratos, la Comunidad Valenciana, con 144.500, y la Región de Murcia, con 143.500, quienes mejores cifras alcancen estos meses. Entre las cuatro aglutinan prácticamente la mitad de las contrataciones que se harán en estos tres meses. Muy de cerca les sigue Andalucía, con más de 114.000 nuevos empleos.

A partir de este punto, las contrataciones descienden notablemente en cuanto a número absoluto de contratos firmados. Aquí se ubican Castilla y León, con cerca de 54.000 contratos, el País Vasco, más de 51.500, Galicia, cerca de 49.000 y Castilla- La Mancha, más de 38.000, y que este año previsiblemente adelantará a Aragón en número de contratos. Esta última región y Canarias esperan firmar alrededor de 37.400 contratos en esta campaña.

Hacia la mitad baja de la tabla se sitúan Navarra, donde se esperan alcanzar las 27.100 contrataciones, Cantabria, con 20.600, y Asturias, con la previsión de 10.700 nuevos empleos, un caso excepcional este año, ya que no se prevén incrementos interanuales, como acabamos de ver.

El ranking autonómico lo cierran las comunidades autónomas de La Rioja, con algo más de 8.000 nuevos empleos, Baleares, por encima de los 5.300, y Extremadura, con 3.500.

CC.AA.	Nº contratos 2019/2020	Nº contratos 2018/2019	Incremento
Cataluña	214.698	196.087	9,5%
Comunidad de Madrid	187.959	163.443	15,0%
Comunidad Valenciana	144.452	136.656	5,7%
Región de Murcia	143.497	137.978	4,0%
Andalucía	114.235	107.433	6,3%
Castilla y León	53.953	49.944	8,0%
País Vasco	51.631	51.340	0,6%
Galicia	48.800	45.485	7,3%
Castilla- La Mancha	38.155	34.994	9,0%
Aragón	37.498	35.626	5,3%
Canarias	37.426	36.889	1,0%
Navarra	27.182	26.913	1,0%
Cantabria	20.651	20.346	1,5%
Asturias	10.725	10.725	0,0%
La Rioja	8.067	7.948	1,5%
Baleares	5.367	5.016	7,0%
Extremadura	3.593	3.352	7,2%
<b>TOTAL NACIONAL 2019</b>		<b>1.147.890</b>	<b>7,3%</b>
<b>TOTAL NACIONAL 2018</b>		<b>1.070.175</b>	<b>8,1%</b>

Fuente: Previsiones del Grupo Adecco para la campaña 2020-2019

El gran consumo: protagonista indiscutible de la campaña navideña

Muchos son los sectores que se ven beneficiados del incremento del consumo durante la campaña de Navidad y sus predecesores, el *Black Friday* y el *Ciber Monday*, así como la posterior campaña de rebajas. Pero, por

encima de todos ellos, el sector del gran consumo es el que más se juega en estos meses del año y, por tanto, uno de los que más refuerza sus plantillas.

Efectivamente, la demanda de puestos de trabajo en el sector gran consumo (belleza, sector del lujo, dispositivos electrónicos, juguetería, perfumería y cosmética, etc.) se dispara y a su vez aumentan las ofertas para aquellos perfiles centrados en la atención al cliente y la fuerza de ventas. En esta área, la demanda de trabajadores puede llegar a incrementarse hasta en un 40% con respecto al resto del año. Esto es así debido a que muchas de las empresas ligan el 50% -o incluso más dependiendo del producto- de su facturación a las ventas de estos meses, por lo que se hace necesario hacer hincapié en la promoción y comercialización de los productos intensificando la fuerza de ventas todo lo posible.

Ligado a lo anterior, el sector de contact center se ve paralelo a esta tendencia y aumenta sus contrataciones en un 5% con respecto al resto del año para puestos de teleoperadores y de televenta para el sector de las telecomunicaciones, principalmente, y para industrias tan dispares como el telemarketing o la banca comercial. Sector, -el bancario-, que también refuerza su área comercial con gestores para su red de oficinas y para el área *Real Estate* (+4% con respecto al resto de meses).

Con respecto al resto del año también, el área de distribución y retail, debido a su posición en la cadena comercial y al ser el encargado de hacer llegar el producto al cliente final, acapara una gran parte de los puestos de trabajo que se generan, de hecho, su demanda podría incrementarse en un 15% en relación a los meses previos. Si se compara su contratación con la campaña de 2018, se espera aumentar interanualmente entre un 3 y un 4%.

Estrechamente vinculado a la distribución se encuentra el sector de la logística y el transporte, que en campaña navideña aumenta sus previsiones de contratación en un 15% con respecto a los meses previos y otro 10% frente a la anterior campaña navideña. Esta área da cobertura y servicio a los grandes sectores vinculados a este periodo, de ahí la necesidad de reforzar sus plantillas durante estos meses.

La demanda de perfiles en este sector estará vinculada, no sólo a las empresas “tradicionales” del sector, sino al e-commerce, que en los últimos años ha ganado un peso importante en la industria. Tanto es así, que durante las próximas semanas las contrataciones también se incrementarán en las plataformas que dan cobertura al comercio electrónico hasta en un 20% o 25%.

Mención especial merece también el sector de la alimentación. Este sector lleva creciendo un 2% aproximadamente cada año respecto al año anterior con las contrataciones. Esto se debe principalmente porque ya a finales del mes de octubre las principales empresas del sector comienzan con la preparación de la cesta de navidad, jamones de alta calidad, vinos exquisitos, bombones... en definitiva productos gourmet que empiezan a prepararse de cara a la campaña. Todo esto unido a la demanda de los productos típicos navideños (turrónes, mazapanes, pescado, marisco, etc.) por parte de los consumidores se traduce en un aumento de la contratación de hasta un 30% con respecto a otros meses del año y de un 2 o 3% de crecimiento interanual.

Aunque más concentrado en las semanas centrales de la campaña navideña, la hostelería y la restauración verán crecer sus contrataciones en un 5% entre los meses de diciembre y enero frente a los de 2018, y hasta en un 12% respecto a los meses anteriores. Las reuniones familiares, comidas o

cenar de empresa o noches especiales como Navidad, Nochevieja y la noche de Reyes, desencadenan un aumento de la actividad en restaurantes.

Por último, otras industrias como la del turismo o la industria textil son susceptibles de generar nuevos puestos de trabajo en estas fechas debido al incremento del consumo.

Mención especial merece el sector aeroportuario en cuatro de las regiones más turísticas del país: la Comunidad de Madrid, Barcelona, Canarias y Baleares. La campaña de Navidad se traduce también en una mayor afluencia de turistas a los archipiélagos, a la capital y a la Ciudad Condal y de aumento del tráfico aéreo por lo que se contratan perfiles vinculados a la actividad y a los servicios aeroportuarios. Se espera una campaña con entre un 2% y un 4% más de contrataciones con respecto a 2018.

## Los perfiles con más oportunidades laborales

Los profesionales más demandados en el sector del gran consumo y de fuerza de ventas son los promotores, los dependientes y los comerciales. También los azafatos de imagen, los promotores, los dependientes, los degustadores, los animadores, así como gestores del punto de venta, con gran vocación comercial orientada a la atención al cliente.

Estos perfiles son una inversión cuyo objetivo es transformarse en rentabilidad para las empresas. En estas fechas que invitan al consumo, las grandes marcas desarrollan campañas especiales y necesitan perfiles que les ayuden a aumentar las ventas, optimizar la presencia del producto, diferenciarse de la competencia y reforzar su imagen de marca, especialmente en los centros comerciales y puntos de venta más visibles. Estar focalizados en el cliente es primordial en estos perfiles donde la habilidad más buscada es precisamente la vocación de servicio y la orientación al cliente.

También el sector del *contact center* requerirá perfiles con gran capacidad comercial, como teleoperadores para la captación de nuevos clientes y también para la fidelización de los que ya lo son. Los mismos perfiles serán los que demande el sector bancario y de seguros.

El sector de distribución y *retail* demandará dependientes, promotores, empaquetadores, envasadores, cajeros, inventaristas, reponedores o mozos de almacén.

La logística y el transporte buscarán mozos de almacén, administrativos para los departamentos de tráfico, preparadores de pedidos con radiofrecuencia y carretilleros. En las zonas de costa, la logística portuaria además precisará de estibadores y conductores de maquinaria pesada.

El sector alimentario busca en estos meses perfiles como carretilleros, envasadores, manipuladores de alimentos, verificadores de calidad y mozos tanto de expedición como de *picking*, pero también electromecánicos y peones agrarios. El perfil estrella seguirá siendo el de operario en la industria alimentaria, que es el profesional que realiza los procesos de recepción, manipulación, transformación y elaboración de productos alimentarios o en la fabricación de los alimentos.

El aumento de la actividad hostelera requiere de un refuerzo de personal para ofrecer un servicio de calidad a los clientes, por lo que aumenta la contratación de camareros, cocineros, ayudantes y personal de office en general para el sector de hostelería y turismo.

La mayor afluencia de turistas generará un incremento de la actividad aeroportuaria, especialmente en las zonas que reciben un mayor número de visitantes, lo que requerirá incrementar el personal aeroportuario con perfiles como auxiliares de tráfico u operarios de rampa.

Otros sectores demandarán puestos de atención al cliente, administrativos, guías turísticos, camareros de pisos y cajeros.

## Orientación al cliente y vocación comercial: habilidades clave

Durante la campaña navideña, las características que más demandan las empresas en los candidatos son la proactividad para distinguir y resaltar las características del producto en un breve periodo de tiempo, una curva de aprendizaje rápida, pues la campaña se desarrolla en un periodo de tiempo muy limitado, una actitud comercial que se traslade a todo el punto de venta y la capacidad para llegar al cliente de forma ininterrumpida y así alcanzar al mayor número de consumidores posible.

Así, la vocación comercial, la orientación al cliente y a la venta y la proactividad serán los principales requisitos exigidos a los candidatos. El fin es obtener resultados inmediatos que se traduzcan en un retorno de la inversión para la empresa. También se valorará la experiencia previa en un puesto similar, sobre todo si se tienen conocimientos técnicos del producto a vender, o la realización de algún curso de venta y técnicas comerciales.

En determinadas zonas de mayor afluencia turística además se puede valorar el conocimiento de idiomas, sobre todo en los puestos de atención al cliente, hostelería y turismo.

Además, las grandes expectativas que las empresas depositan en las posibles ventas de estos meses llevan a la demanda de perfiles cada vez más especializados en el sector concreto a promocionar: electrónica, pequeño electrodoméstico, informática y telecomunicaciones, telefonía móvil, alimentación, dermocosmética, etc. Con lo que la formación específica o la experiencia previa en estos ámbitos alcanzan un plus de empleabilidad de cara a quién contrata.

A cambio, las previsiones adelantan una campaña con una duración de los contratos superior a la de hace unos años, en algunos casos, incluso, puede ser la puerta de entrada a la incorporación a las empresas de los trabajadores.

Y es que, como ya viene ocurriendo desde hace pocos años, la campaña comenzará con los descuentos del mes de noviembre (*Black Friday, Cyber Monday...*) y se alargará hasta finales del mes de enero, incluyendo así el periodo de rebajas tradicional de inicio del año.

De hecho, se estima que el 17% de los contratos firmados durante estos meses se renueve más allá de la campaña navideña y de rebajas.

### Sobre el Grupo Adecco

Adecco es la consultora líder mundial en el sector de los recursos humanos. En Iberia en 2018 hemos facturado 1.127 millones de euros. Llevamos 37 años en el mercado laboral español realizando una labor social diaria que nos ha situado como uno de los 10 mayores empleadores en nuestro país y llevamos 6 años consecutivos en el top 6 de las mejores empresas para trabajar en España según Great Place to Work. Nuestras cifras hablan por nosotros: en el último año hemos empleado a más de 132.000 personas en nuestro país; hemos contratado a más de 37.744 menores de 25 años, un 32% más que el pasado año. Hemos contratado a casi 20.000 personas mayores de 45 años y hemos formado a más de 58.000 alumnos.

A través de nuestra Fundación, en el año 2018 hemos orientado a 22.503 personas que se encontraban en situación de riesgo de exclusión social (personas con discapacidad, mujeres víctimas de violencia de género y/o con responsabilidades familiares no compartidas, personas mayores de 45 años paradas de larga duración y otras personas en situación de exclusión social).

Desde que comenzó nuestra labor hemos realizado en España más de 10 millones de contratos. Invertimos más de 8 millones de euros al año en la formación de trabajadores y el 28% de nuestros empleados consiguen un contrato indefinido en las empresas cliente. Todo ello gracias a una red de más de 300 delegaciones en nuestro país y a nuestros más de 1.900 empleados. Para más información visita nuestra página web [www.adecco.es](http://www.adecco.es)

Para cualquier aclaración no dudéis en poneros en contacto con nosotros. Un cordial saludo:

Luis Perdiguero / Patricia Herencias / Irene González  
Dpto. Comunicación del Grupo Adecco  
Tlf: 91.432.56.30  
[luis.perdiguero@adeccogroup.com](mailto:luis.perdiguero@adeccogroup.com)  
[patricia.herencias@adeccogroup.com](mailto:patricia.herencias@adeccogroup.com)  
[irene.GAmo@adecco.com](mailto:irene.GAmo@adecco.com)

Miriam Sarralde / Ana Maillo  
Trescom Comunicación  
Tlf: 91.411.58.68  
[miriam.sarralde@trescom.es](mailto:miriam.sarralde@trescom.es)  
[ana.maillo@trescom.es](mailto:ana.maillo@trescom.es)