

NOTA DE PRENSA

La logística adelanta una caída de envíos del 5,3% para el Black Friday y la campaña navideña

- Las empresas van a gestionar un total de 100.300.000 envíos, a una media de 3,5 millones diarios, con picos de hasta 4,7 millones los días inmediatamente posteriores al ‘viernes negro’, la semana siguiente al *Ciber Monday* y la semana previa a la Navidad
- La espiral inflacionista sin solucionar en la que estamos envueltos, la contracción del consumo derivada de la reducción del poder adquisitivo de las familias y la caída en las inversiones tendrá un impacto directo en las grandes campañas de picos de demanda de este año
- El presidente de la patronal española de logística, Francisco Aranda, ha adelantado estos datos durante la jornada ‘Ecommerce: claves logísticas en los picos de demanda’, celebrada hoy en Ifema

Madrid, 26 de octubre de 2022. UNO, la Organización Empresarial de Logística y Transporte de España, ha celebrado hoy en el marco de la feria Logistics & Automation de Madrid la jornada ‘Ecommerce: claves logísticas en los picos de demanda’, en la que el presidente de la patronal, Francisco Aranda, ha avanzado las previsiones logísticas para el Black Friday y la campaña navideña 2022.

En su alocución ante cerca de trescientos asistentes, el presidente de la logística, ha desvelado que “este año se espera que las empresas de logística y transporte gestionen un 5,3% menos de envíos que en 2021 para atender los picos de demanda que se registrarán durante el Black Friday y la campaña navideña”. “Concretamente, prevemos que durante este periodo se gestionen cerca de 100.300.000 envíos, una cifra más moderada que la registrada el pasado año (cuando se gestionaron un total 106 millones de envíos), debido a los problemas económicos a los que viene haciendo frente nuestro país durante el último año”, ha matizado Aranda.

“La espiral inflacionista sin solucionar en la que estamos envueltos, la contracción del consumo derivada de la reducción del poder adquisitivo de las familias y la caída en las inversiones ya se han dejado sentir en nuestro sector, cuya actividad descendió un 16% en el segundo trimestre del año. Esta situación, por supuesto, tendrá un impacto directo en las grandes campañas de picos de demanda de este año”, ha explicado Aranda.

Concretamente, la patronal de la logística prevé que las empresas gestionen una media de 3,5 millones de envíos al día. Una cifra que alcanzará los 4,7 millones durante los días de máximo volumen, que se registrarán durante la semana siguiente al famoso ‘viernes negro’, la semana posterior al *Ciber Monday* y la semana previa a la Navidad.

En cuanto a la generación de empleo, Aranda también ha apuntado a una ralentización durante estas fechas como consecuencia de la inflación. “Pese a que el pasado mes de septiembre

superamos el millón de afiliados en el sector, se trata de un crecimiento moderado teniendo en cuenta que este último trimestre del año suele arrojar de forma recurrente cifras muy positivas por los picos de demanda”, ha explicado.

“El pesimismo con que atisbamos tanto el final de 2022 como el comienzo de 2023, y que estamos viendo reflejado en las citadas campañas”, ha proseguido Aranda, “responde fundamentalmente a tres factores: el encarecimiento de muchos factores de producción como la energía, los desbocados niveles de inflación antes mencionados y las subidas de tipo de interés que ya estamos viendo”. “Sin olvidarnos, por supuesto, de los elevados impuestos que afectan directamente de forma negativa a la renta disponible y la financiación e inversión de las empresas; todo ello conforma la tormenta perfecta para reducir la demanda interna y, por tanto, supone un impacto negativo en el empleo, como ya venimos viendo”, ha señalado Aranda.

En relación a los hábitos de consumo, y como consecuencia de la inestabilidad económica, Aranda ha explicado que este año “se espera que crezcan las compras en plataformas de segunda mano”. “Además, venimos observando una búsqueda de ofertas en bienes de consumo de primera necesidad, la posibilidad de financiación flexible, y un mayor adelanto de las compras, pues los consumidores quieren buscar el mejor precio antes de que suban las tarifas aprovechando el tirón de las ventas”, ha concluido Aranda.

Jornada ‘Ecommerce: claves logísticas en los picos de demanda’

Tras el acto de inauguración se ha presentado el estudio ‘La revolución tecnológica de la logística y el transporte: situación actual y aceleración de la transformación digital del sector’, de la mano de Fernando Pareja, head of Retail, Services & Logistics Business Unit de **T-Systems**; Alberto Moleiro, head of Innovation de **T-Systems**; y Rafael Aguilera, director gerente de **UNO**, Organización Empresarial de Logística y Transporte de España. Con la elaboración de este informe se persigue ofrecer a las empresas del sector una guía de referencia pionera, de carácter práctico, con la que puedan identificar cuáles son las tecnologías más punteras y cuáles deben utilizarse en función de cada tipología de empresa. “En resumen, no se trata de hablar de tecnología de forma genérica, sino de herramientas tecnológicas y casos de uso muy concretos y para lograr un objetivo determinado que afecte positivamente en la cuenta de resultados”, ha indicado el presidente de UNO.

A continuación, ha tenido lugar la mesa redonda ‘Retos y desafíos logísticos: grandes campañas de ventas derivadas del ecommerce’, que ha contado con la participación de Iván Gonzalo, head of Supply Chain de **MediaMarkt**; Andrés Orejón, managing director de **Furgonetas de Mercedes-Benz España**; César González, Iberia Sales manager de **Reflex Logistics Solutions by Hardis Group**; Claudio Losa, director general de **Estrada & Partners**; y Álvaro Herrera, COO de **CTT Express**.

Posteriormente se ha celebrado la mesa redonda ‘Las mujeres Líderes de la Logística’, que ha sido inaugurada por la **secretaria general de Transportes y Movilidad del Mitma**, María José Rallo del Olmo. En este debate ha participado Romina Lorenzo, directora general de **UPS España y Portugal**; Yaiza Canosa, CEO de **GOI**; Mercè Valldeperas, directora de Logística de **TOUS**; María del Carmen Calama, directora de Logística de **Mahou-San Miguel**; María Luisa Camacho, consejera delegada de **Tipsa**; Silvia Marín, directora de Logística de **Conforama**; y Sara Torres, directora general adjunta y Business Development manager en **Moldstock S.L.** Estas altas

directivas han abordado la evolución del rol de la mujer en el sector de la logística y el transporte, bajo la moderación de la periodista especializada en economía y empresas Susana Burgos.

El broche de oro al ciclo de ponencias y mesas redondas lo ha puesto la psicóloga, periodista y escritora **Irene Villa**, que ha ofrecido la conferencia magistral 'Saber que se puede'. Durante su intervención, ha ahondado en valores tan importantes para el sector de la logística y el transporte como son la resiliencia, el esfuerzo, la capacidad de superación o la respuesta frente a la adversidad, haciendo un recorrido por su propia experiencia.

[Sobre UNO Logística](#)

UNO es la organización empresarial de los operadores de logística y transporte, un sector que representa el 8% 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 un millón de 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