

NOTA DE PRENSA

Madrid, 30 de junio de 2023

CON UN INCREMENTO DEL 20% CON RESPECTO A CIFRAS PREPANDEMIA

El transporte y la logística a la cabeza de los sectores que más empleo generan

Según datos del INE, en dos años el volumen de empleo en el sector logístico ha aumentado hasta alcanzar las 830.000 personas empleadas, el doble de la media del sector servicios y se sitúa como el que más mujeres ha incorporado.

CTT Express, siguiendo la tendencia de crecimiento del sector, apuntala su estrategia en tres ejes fundamentales: **captación de los mejores profesionales, formación y fidelización.**

De hecho, durante estos últimos 3 años, la filial de paquetería urgente ha puesto en marcha diferentes planes de captación que les han permitido incorporar perfiles muy especialistas en transformación digital, análisis del dato e ingeniería de procesos. Pero también comercial, operaciones o marketing.

En cuanto a formación, CTT Express ha impartido más de 24.000 horas dedicadas a mejorar en habilidades comunicativas, atención al cliente, comercial o procesos. Y, por último, ha puesto en marcha un plan de experiencia de empleado para garantizar la fidelización del talento interno y detectar las necesidades de sus colaboradores para mejorar su día a día en la compañía.

Precisamente, para hablar de talento, CTT Express reunió a diferentes profesionales del sector de las personas y la cultura corporativa en sus Desayunos con CTT Express: **Javier Peláez**, experto en Talento, Personas y Cultura; **Jose Luis García**, Senior Manager Logística, Compras y Transporte de Michael page; **Antonio Lamadrid**, Socio director de Avanze Consultores Selección; y **Nuria Lamas**, Fundadora de La Palmirita.

Durante la jornada los expertos destacaron la importancia de *“atraer y retener a los mejores profesionales en el mercado laboral”* ya que constituyen *“el activo más valioso de las compañías”* y son las personas con habilidades excepcionales y competencias especializadas quienes impulsan la innovación, la productividad y la excelencia empresarial.

Así, ante un escenario complejo, donde España se sitúa a la cabeza de los países europeos donde existe mayor divergencia entre lo que demanda la empresa y las personas estudian, en palabras de **Antonio Lamadrid**, Socio director de Avanze Consultores Selección, el **60%** de los perfiles incorporados en una empresa que no han pasado adecuadamente por un buen proceso de selección no duran más allá de un año.

“Las personas están en el eje del negocio y son las que hacen más viables y competitivas las compañías. Por ello, es crucial dotar a estas personas de las habilidades técnicas y blandas para que aporten valor de

manera que podamos trazar una carrera profesional en el seno de nuestra compañía. Por lo tanto, atraer debería ser y es la política número uno de las organizaciones a nivel mundial, pero formar y fidelizar la segunda” apuntaba **Javier Peláez**, experto en Talento, Personas y Cultura.

Los allí presentes coincidían en que para poder fidelizar a los empleados es fundamental evitar caer en los tres errores más comunes **“fallos de comunicación interna, propiciados por la rutina; la falta de retos que motivan al trabajador; y la “departamentalitis”, que genera compartimentos estancos”**.

De hecho, los participantes aseguraban que el futuro de las compañías para ser más competitivos es el método ‘Agile’, que permite trabajar sin departamentos en equipos multidisciplinares abandonando la estructura en cascada. Se trata de lograr más resultados con menos costes y apostando siempre por la implicación de los trabajadores. **“Los estudios ya hablaban de que en 2035 el 50% de los profesionales trabajarían por proyectos. Pero esto ya ha llegado, y permite enriquecer las compañías con la transversalidad que ofrece equipos de trabajo altamente rentables”** afirmaba **Lamadrid**.

Comunicación y marketing, vertebra empresarial

El área de comunicación y marketing gana peso en la estrategia empresarial. Así lo aseguraban los participantes que planteaban un escenario donde esta área se convierte en un caballo de batalla ganador para la atracción de perfiles profesionales que permitan fortalecer una compañía con unos resultados a medio largo plazo.

“Las empresas están haciendo esfuerzos brutales de comunicación externa y en concreto, “employer branding”, para ser atractivos fuera y así poder captar talento.” aseguraba **Peláez**.

Un buen ejemplo de ello es el sector logístico y de transporte donde, el posicionarse como una fuerte y reputada marca empleadora, ha permitido ganar visibilidad, resultando cada vez más atractivo a potenciales nuevos profesionales del sector y, por lo tanto, una cada vez mayor profesionalización de estos perfiles tal y como explicaba **Jose Luis García**, Senior Manager Logística, Compras y Transporte de Michael page.

De hecho, en estos dos últimos años, el volumen de empleo en el sector logístico ha aumentado el doble de la media del sector servicios según datos de INE. Más de **830 mil** personas trabajan hoy en él, casi un **20%** más que cifras prepandemia.

Con todo ello, la **comunicación, la capacidad de adaptación y la inversión** se consolidan como las herramientas clave para el éxito de las organizaciones, a escala de negocio en general, y de captación de talento en particular.