

# Los profesionales esenciales mejor retribuidos de los sectores Hostelería y Turismo, Logística, Retail y Urban Mobility, en 2022

**Adecco analiza las remuneraciones de los sectores del clúster Sectores dinámicos en España (Hostelería y Turismo, Logística y Transporte, Retail & Distribución y Urban Mobility), centrándose en posiciones esenciales cuya banda salarial se sitúa por debajo de los 40.000 euros de media, así como su situación actual y previsiones de futuro.**

Se acaba de presentar la segunda edición de la Guía Salarial Adecco del Mercado Laboral especializada por sectores, un completo análisis de las remuneraciones en España en el último año, centrándose en posiciones esenciales cuya banda salarial se sitúa por debajo de los 40.000 euros brutos anuales de media.

El análisis recoge datos de los perfiles más destacados de cada sector: su banda salarial, su distribución geográfica y las características de esa función, así como la formación necesaria para desempeñar esos roles[1].

La guía analiza también el impacto que tuvo y tiene aún la crisis sanitaria provocada por la COVID-19 en estos sectores, cómo ha sido su evolución tras la pandemia, y cuáles son las previsiones de futuro en cada una de estas áreas de actividad. En este caso, se presenta el análisis para el clúster Sectores dinámicos, compuesto por los sectores de Hostelería y Turismo, Logística y Transporte, Retail & Distribución y Urban Mobility).

## Situación actual y futura de la Hostelería y el Turismo

Una vez superado el primer año de pandemia, las empresas del sector fueron retomando poco a poco su actividad durante 2021, pero de forma muy desigual. Las complicaciones que trajo la propagación de las diferentes variantes de la Covid-19 en nuestro país (Delta y Ómicron, sobre todo), impidieron alcanzar los niveles de recuperación que se esperaban. A pesar de ello, el sector fue testigo de una recuperación parcial, sobre todo en el segundo semestre del año. El PIB turístico recuperó 36.039 millones de euros respecto a 2020 hasta alcanzar los 88.546 millones en 2021, lo que representa el 7,4% del PIB de España.

En cuanto a la hostelería, el cierre y la reducción del aforo en comedores y cafeterías de empresas, colegios y hospitales, la cancelación de muchos eventos y la reducción de viajeros de negocios, han hecho sufrir especialmente al subsector del catering. El sector de restaurantes también se ha visto muy penalizado por la subida de la inflación, que ha reducido el poder adquisitivo de los hogares y la generalización del teletrabajo.

En el ámbito del empleo, durante el pasado año las compañías tuvieron que adaptarse a una compleja gestión del personal, derivada de las aperturas y cierres como consecuencia de las restricciones y los protocolos de aislamiento. Pero a pesar de ello, ha ido aumentando progresivamente. A finales de 2021 Hostelería y Turismo fue el sector que lideró la reducción de profesionales que todavía estaban en ERTE en España (unos 57.000 según datos de Exceltur), y durante el primer semestre de 2022 las contrataciones se han incrementado de forma continuada, hasta alcanzar en mayo los 1,7 millones de trabajadores, recuperando así las cifras prepandemia.

Camareros/as y cocineros/as se encuentran entre los perfiles más demandados dentro del área de Hostelería. Mientras que en Hospitality se sigue incrementando la demanda de Ejecutivos/as de Ventas, claves para la generación de negocio y optimización de las ventas.

De forma general, los rangos salariales se mantienen similares a la época prepandemia, cuando se empezaba a notar un ligero repunte en ciertos perfiles. Aunque se aprecian cambios al alza en algunas posiciones que requieren de profesionales más formados y con experiencia demostrable, como: Chefs, Jefes/as de Sala, Responsables de Customer Experience y Ejecutivos/as de Ventas.

Uno de los principales retos a los que se enfrenta el sector de la Hostelería y Turismo en estos momentos es la dificultad para encontrar trabajadores bien formados, sobre todo en los territorios en los que la pandemia ha tenido una duración más prolongada. Gran parte del problema radica en que un segmento de los profesionales ha optado por reciclarse y trabajar en otros sectores de actividad con mejores condiciones laborales. También se ha vinculado esta escasez de candidatos a la evolución decreciente de la llegada de trabajadores inmigrantes a España desde el arranque de la pandemia.

La pandemia ha introducido también nuevas pautas de comportamiento en los clientes. Demandas que se han consolidado durante 2021, y a las que las empresas turísticas deberán dar respuesta si quieren sobrevivir en el nuevo escenario turístico mundial. Entre estas nuevas tendencias destacan: el gran crecimiento de las compras de último minuto; la mayor exigencia de reservas flexibles y sin gastos de cancelación; el interés por visitar instalaciones, espacios y destinos menos congestionados; la preminencia de destinos de proximidad que permiten utilizar el vehículo particular como medio de transporte, y una mayor valoración de destinos y productos turísticos responsables con el medio ambiente.

Por otro lado, el sector turístico es uno de los sectores con mayor potencial para la aplicación de la inteligencia artificial y el procesamiento de datos masivos. Por lo que se prevé que lo que hasta ahora se aplicaba a entornos más limitados y de forma experimental, se extienda más a toda el área de negocio.

## Presente y futuro del sector Logística y Transporte

Durante el pasado año, el sector logístico fue el tercero que más creció, situándose por detrás de sanidad y distribución minorista. Las compañías de logística gestionaron alrededor de 725 millones de envíos, lo que supone un 6% más que el año anterior, recuperando los niveles que tenía antes de la

pandemia. Actualmente este sector representa el 7,9% del PIB español, con una cifra de negocio que alcanza los 111.000 millones de euros. Dentro de él operan más de 197.000 compañías.

En relación al empleo, el sector genera alrededor de 1.132.000 puestos de trabajo. El pasado año las contrataciones se incrementaron un 3% respecto a 2020. También prevén que las contrataciones en el sector sigan creciendo alrededor de un 2%, aunque no se espera un aumento significativo de los sueldos.

Gran parte de esta evolución positiva se debe al importante incremento experimentado por el canal de e-Commerce en España desde el inicio de la pandemia. Las ventas por Internet han registrado una media de crecimiento en torno al 24% anual en los dos últimos años. Más de 25 millones de personas compran ya por Internet en España, configurando un mercado amplio y diverso que condiciona la actividad logística y de transporte.

Esta importante presencia del canal online en la operativa de las compañías hace necesario optimizar al máximo los servicios de entrega, lo que pasa inevitablemente por tener una infraestructura logística y de transportes que pueda garantizar plazos de envío cortos. Esto ha hecho aumentar el interés por perfiles que puedan ayudar en el diseño de rutas más eficientes, como el Jefe/a de Tráfico o el/la Agente de Tráfico.

En un escenario, donde cada vez es más importante la gestión de compras y la selección de proveedores, también se ha incrementado el interés por las posiciones más relacionadas con el abastecimiento, como: Jefe/a de Plataforma, Técnico/a de Compras, Técnico/a de Operaciones, Técnico/a de Aprovisionamiento y Técnico/a de Logística. Este último además es el más demandado entre las posiciones con sueldos por debajo de los 40.000 euros. Sin olvidar la creciente importancia que tiene para las compañías, como elemento diferencial, ofrecer un buen servicio de atención al cliente a través de los expertos en Customer Service.

El imparable crecimiento que está experimentando el e-Commerce en España seguirá condicionando sin duda la evolución del sector logístico en los próximos meses. Según estimaciones de la Organización Empresarial de Logística y Transporte (UNO), este canal crecerá en 2022 entre un 6% y un 8%.

Este incremento acelerará los cambios que ya se están produciendo en el sector, entre ellos una mayor automatización de los suministros (preparación de pedidos mediante robots, paletización y embalaje automatizado de la mercancía, almacenes inteligentes...), y el incremento del uso de la inteligencia artificial para planificar rutas alternativas.

También se observa un creciente interés por aplicar soluciones que puedan hacer más sostenible esta actividad. La llamada "logística verde" es uno de los principales retos de este sector para los próximos años, y marcará muchos de los cambios que se produzcan en sus infraestructuras. Uno de los objetivos será reducir las emisiones de CO2 y con ello la huella de carbono que produce el transporte de mercancías, lo que afecta a aviones, barcos y camiones. Otro de los retos se centrará en la

aplicación de la nueva Ley de Residuos de Envases y embalajes aprobada en diciembre de 2021 para reducir el consumo de plástico, y que implicará una fuerte reconversión de los embalajes.

## Retail & Distribución: punto de partida y previsiones

El sector Retail & Distribución supone un importante motor económico para España. Esta actividad alcanza en su conjunto el 5,5% del PIB español y está constituido por más de 757.000 empresas. Un grupo muy amplio que abarca modelos de negocios muy diferentes: desde comercios minoristas hasta grandes superficies y sus redes de distribución.

Las empresas de retail se han visto seriamente afectadas durante la pandemia. Durante los dos últimos años, las compañías del sector se han visto obligadas a reestructurar sus puntos de venta físicos, reorganizar su logística y acelerar sus planes de digitalización a causa del incremento de la venta online. La necesidad de atender a los clientes de forma remota durante los confinamientos y las sucesivas restricciones impulsaron una priorización de los canales digitales (apps, marketplaces, redes sociales...) y del e-commerce frente a las tiendas físicas. También ha destapado la necesidad de una mayor atención al cliente 24x7 y de nuevas estrategias para cubrir sus demandas.

Tanto los fabricantes como los distribuidores salieron de la pandemia mucho más centrados en mejorar la experiencia de sus clientes. Trabajan para analizar y segmentar mejor la información que tienen de sus usuarios y afianzar su engagement para ser más competitivos. Las compañías han acelerado sus estrategias para ofrecer una experiencia híbrida entre el canal online y el físico, para poder hacer más rápida y cómoda la compra de sus productos con ayuda de la tecnología. Incluso el modo de efectuar los pagos ha variado, reduciendo enormemente el pago en efectivo a favor de nuevas fórmulas como el pago Cashless, las aplicaciones wallet para el móvil o las plataformas de pago como Bizum.

Las empresas también utilizan las últimas tecnologías (IoT, realidad aumentada, blockchain, big data, drones) para optimizar sus centros de distribución, rutas de transporte, paquetería, condiciones de entrega y devolución de productos con el objetivo de mejorar la gestión de "la última milla" y con ello mejorar al máximo la experiencia de compra de los clientes.

Esta transformación digital a todos los niveles está provocando una fuerte demanda en el sector de perfiles formados para trabajar con estas nuevas tecnologías, una tendencia que se mantendrá en los próximos meses. Se buscan perfiles tanto para la venta offline (Dependientes/as, Responsables de Tienda, Gestores/as de Punto de Venta...) como para el canal online. También expertos/as en Atención al Cliente y en la Gestión de Stock, debido al encarecimiento del transporte. En cuanto a los salarios, durante el último año no se han producido variaciones significativas.

Mejorar la experiencia de usuario, ofrecer una mayor diversidad de los métodos de pago y la búsqueda de nuevos canales de venta centrarán los objetivos de las compañías de este sector durante 2022. Estas tendencias determinarán también la demanda de talento.

Las marcas encuentran ante sí un consumidor cada vez más exigente, que espera de ellas una experiencia de compra fluida, segura y omnicanal. Para dar respuesta a estas necesidades, las empresas trabajarán para proporcionar a los compradores una forma de pago más sencilla a través del proceso de comercio unificado. Con él, todos los datos de pago se introducirán en el mismo sistema, independientemente del canal desde el que interactúe el consumidor. También integrará en una única plataforma otros aspectos fundamentales como la gestión del stock, los datos de los clientes, los pedidos y todas las operaciones comerciales de la empresa.

De esta manera, también se podrán personalizar las compras. El respeto por el medio ambiente y la sostenibilidad también será un elemento de diferenciación ante los usuarios, por lo que las empresas seguirán lanzando iniciativas que las relacionen con productos éticos y responsables.

### Situación actual y futura del sector Urban Mobility

El sector Urban Mobility en Adecco está conformado por varios modelos de servicio especializados para cada tipología de compañía; por un lado, los servicios de transporte y distribución vinculados a operaciones de venta online y a las entregas de la llamada "logística de última milla", empresas dedicadas al quick commerce o "entregas ultrarrápidas", empresas de food delivery o comida a domicilio y las empresas enfocadas en construir un futuro en el transporte compartido, económico y sostenible.

El delivery de comida a domicilio creció de 585 a 1.079 millones entre 2017 y 2021, siendo España un mercado donde la penetración del sector es casi la mitad que en otros mercados maduros. Otro de los sectores con un potencial enorme es el de entregas ultrarrápidas, donde el online apenas representa el 3,5% del negocio, pero supone casi 3.000 millones en ventas, el triple que el delivery de restauración. Y los datos de McKinsey apuntan a que alcanzará el 8% en unos años. Las operaciones de última milla registraron una facturación cercana a los 2.850 millones de euros el pasado año, y la tendencia es que siga creciendo impulsado por el desarrollo del comercio online.

España es uno de los países con mayor potencial de crecimiento en e-Commerce para los próximos años. Se espera que en 2025 alcance una tasa de penetración en España del 14%, más de cinco puntos por encima del 8,7% que consiguió en 2020 cuando se dispararon las compras online. La tasa de penetración del comercio electrónico en España es mayor a la de países vecinos como Portugal (4,6%) o Italia (7,9%) y próxima a la de Francia (9,2%). Sin embargo, sigue por debajo de la media europea, que es del 12%.

Según los expertos, entre los factores que impulsarán esa expansión de las ventas online (y con ello los servicios de Urban Mobility), está el alto porcentaje de población que vive en núcleos urbanos, el creciente incremento de la ratio de ventas por móvil, el aumento de las habilidades digitales de la población durante la pandemia, el auge de las tarjetas de crédito en los últimos años, y un mayor nivel de conectividad o acceso a internet de alta velocidad.

La solidez y estabilidad que ha mostrado el sector logístico durante la pandemia ha tenido también su

reflejo en el empleo, convirtiéndose en el cuarto mayor generador de trabajo en España. Entre los puestos más demandados en este sector se encuentran los profesionales encargados de preparar los pedidos (Picker) y el personal de reparto (Rider), así como Conductores/as y Transportistas. Son perfiles que se han situado entre los más requeridos durante la pandemia, y que siguen manteniendo un alto nivel de demanda por parte de las empresas del sector.

También se detecta un incremento de la necesidad de profesionales destinados a la atención al cliente (Customer Care) y de Coordinadores/as o Supervisores/as de Equipo que se encarguen de la supervisión y las tareas más complejas o delicadas. Por otro lado, la transformación digital que está viviendo el sector hace necesaria la contratación de perfiles como el Director/a de Operaciones (Operation Manager) que, con ayuda de la tecnología, puedan mejorar la operativa a través de la planificación de rutas, trazabilidad y comunicación en tiempo real, optimización de las labores de carga y descarga, automatización del almacenamiento, etc., haciendo los servicios más eficientes.

Los servicios de Urban Mobility para la distribución de "última milla" juegan en estos momentos un papel clave en el mundo de la logística, y su importancia seguirá incrementándose en los próximos años. Su creciente complejidad está haciendo que tengan que reinventarse cada vez más rápido, para poder hacer frente a las necesidades operativas y legales a las que deben adaptarse.

Las empresas ya trabajan con herramientas digitales para el diseño automático de las rutas de reparto más óptimas, e invierten cada vez más en mejorar su trazabilidad para permitir a los clientes conocer el estado de su envío en tiempo real.

Entre las tendencias más importantes destaca la necesidad de nuevas infraestructuras en las ciudades para reducir las distancias, como almacenes urbanos, buzones de entrega y recogida de paquetería o la adecuación de zonas de carga y descarga. También el uso de vehículos eléctricos, las entregas de mercancías en medios de transporte público o el despliegue de medios autónomos o medio-autónomos como los drones. Con estas medidas, las compañías intentan reducir su huella de carbono para cumplir con las disposiciones aprobadas en la nueva Ley de Cambio Climático.

[1] Consultar Guía salarial adjunta.

**Datos de contacto:**

Adecco  
+34914325630

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [Turismo](#) [Logística](#) [Restauración](#) [Recursos humanos](#) [Consumo](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>