



PAÍS: España
PÁGINAS: 1-2
TARIFA: 13356 €
ÁREA: 576 CM² - 64%

FRECUENCIA: Lunes a viernes
O.J.D.: 161826
E.G.M.: 553000
SECCIÓN: PORTADA



▶ 30 Noviembre, 2015

El mayor gasto familiar dispara las contrataciones navideñas

Cada hogar español gastará en estas fiestas una media de 684 euros, un 9,8% más que en 2014. El aumento de este consumo provocará, según las agencias, «una de las mejores campañas de contratación». Los contratos crecerán un 16%, sobre todo en distribución, alimentación y comercio electrónico. **2**



▶ 30 Noviembre, 2015

El mayor gasto familiar dispara las contrataciones en Navidad

«Será una de las mejores campañas», creen en Adecco y Randstad. Se calcula un auge del gasto familiar del 9,8% por los precios moderados y la menor presión fiscal. Los contratos crecerán hasta un 16% frente a 2014

HÉCTOR M. GARRIDO
 hgarrido@20minutos.es / @hectormgarrido
20minutos

La Navidad, tiempo de regalos, podría dejar este año más empleos debajo del árbol. La agencia de colocación Adecco augura «una de las mejores campañas de empleo navideño» con 850.000 contratos de noviembre a enero, un 16% más que en 2014. La patronal CEOE eleva esa cifra al 40%. El gremio de distribuidores Anged calcula que su sector creará 18.000 empleos, un 18% más. Y otra agencia, Randstad, eleva a 302.360 los contratos que formalizarán esta temporada (un 14% más).

El optimismo se ha ido confirmando por las empresas en las últimas fechas. Amazon duplicará sus fichajes frente al año anterior, El Corte Inglés los triplicará, Cortefiel multiplicará por cinco sus refuerzos, Seur ampliará su plantilla un 23%, Toys'R'Us la duplicará, Alcam-

po la incrementará un 11%, Fnac un 12,5% y Carrefour contratará un 7% más que en 2014.

¿Por qué este impulso contratador? La clave reposa en el consumo de los hogares, que crece sin pausa en el PIB desde 2013. Según la consultora Deloitte, los hogares gastarán esta Navidad una media de 684€, un 9,8% más que en 2014. El gigante del comercio electrónico Amazon espera «un récord histórico de compras online», según su portavoz Adam Sedó. Y la patronal Anged tiene claro que los «precios moderados y la menor presión fiscal» seguirán beneficiando al consumo en estas fechas navideñas.

Las agencias consultadas por **20minutos** sugieren además que los contratos serán este año de mayor duración: en muchos casos se alargarán tres meses, de noviembre a enero. «Especialmente en la distribución, alimentación y comercio

electrónico», augura Daniele Tramontin, director de Adecco Outsourcing: «las dudas durante la crisis frenaban el fichaje de vendedores, el perfil estrella en Navidad, pero en esta campaña se contratarán más porque se esperan ventas mayores».

Las ofertas que se hallan estos días en los portales de empleo reflejan sin embargo la misma temporalidad y los bajos salarios intrínsecos del mercado laboral en España: promotores a 900€ al mes; mozos que monten cestas a 240€ semanales y dos meses de contrato.... Con 4,9 millones de parados, las agencias no lo ven como un obstáculo para que los desempleados acepten las ofertas. «El 40% de los empleos temporales dura menos de un mes; si te contratan ahora dos, no es mala noticia», dice Jaume Gurt, director de Infojobs.

Algunos de ellos podrían incluso quedarse. Adecco calcula

«Nos preocupa el parón de ofertas»

Agencias como Adecco basan su optimismo en los últimos «buenos datos de ocupación». Pero Infojobs no comparte su visión. «Hay desaceleración en las ofertas», dice Jaume Gurt, director del portal de empleo; «crecían un 41% hasta junio pero ahora han bajado al 27%». Las vacantes de empleo para Navidad crecerán un 18% en Infojobs frente al año anterior.

15%

de permanencia es la tasa de empleos navideños que en otros años se convirtieron en fijos

la que en campañas anteriores al 15% de los 'navideños' se les hizo después un contrato fi-

jo. «Este año podría elevarse al 20%», dice Daniele Tramontin.

¿Y qué buscan estas empresas? El perfil mayoritario son los jóvenes de 18 a 24 años, apuntan en Infojobs, que identifica a los mayores de 45 como los perjudicados porque «tampoco se valora su experiencia en esta fechas». Su análisis no lo comparten en Adecco. Según esta agencia, las empresas solo buscan que los empleados conozcan el producto. «Se contrata a gente joven en el sector tecnológico, pero también gente mayor para vender electrodomésticos, colchones o belleza», explica Tramontin.

Las agencias coinciden en que el conocimiento tecnológico es importante, pero no lo fundamental en esta campaña, en la que se valora más la atención al cliente. «Ser entusiasta, transmitir alegría; en definitiva, tener espíritu navideño», resume Jaume Gurt.