

Arranca el Black Friday con previsiones de más de 270.000 contratos, un 17% más que en el mes anterior

Aunque el Black Friday se celebra oficialmente el último viernes de noviembre, en España su impacto en el mercado laboral se adelanta varias semanas. Las empresas comienzan a reforzar sus plantillas desde octubre para poder responder al incremento de consumo, logística y transporte, lo que convierte este mes en el verdadero punto de arranque de la campaña.

- En tan solo un mes, se estima que la campaña de este año generará cerca de 40.000 nuevas contrataciones
- Madrid y Barcelona concentran casi un tercio de los contratos, seguidas por otras provincias con gran volumen de actividad como Valencia o Sevilla
- Los perfiles más demandados son vendedores, peones del transporte y descargadores y teleoperadores
- Eurofirms creció un 28% en solo un mes en el sector de la industria textil y retail, entre septiembre y octubre de 2024

De este modo, lo que nació como una jornada puntual de descuentos ha pasado a ser una temporada completa de contratación que se extiende hasta Navidad.

Para 2025, las previsiones apuntan a una de las cifras más altas de los últimos años, con cerca de 40.000 nuevas contrataciones en tan solo un mes, alcanzando un total de 270.000 contrataciones en octubre, lo que supone un 17% más que en septiembre y un incremento del 4% respecto al octubre del 2024. Esta cifra refuerza el papel del Black Friday como motor de creación de empleo y dinamización del consumo. El comercio y el transporte se presentan como los sectores más beneficiados, y provincias como Madrid, Barcelona y Valencia concentran la mayor parte de estas oportunidades.

Desde Eurofirms People first ponemos el foco en esta realidad para comprender mejor cómo evoluciona el mercado laboral durante el Black Friday 2025. Analizamos la distribución de contrataciones por sectores, el crecimiento regional, los perfiles más demandados y la dinámica de la campaña en comparación con años anteriores.

1.Crecimiento sectorial: el transporte y comercio como ejes.

Las previsiones para octubre de 2025 sitúan al transporte como el sector más dinámico, con más de 104.000 contratos previstos y un incremento del 9,9% respecto al mes anterior.



Este crecimiento responde a factores estructurales como el auge del comercio electrónico, la expansión de infraestructuras logísticas, la apertura de 1.560 nuevas empresas de transporte y almacenamiento en el último año, y la necesidad de reforzar la última milla, donde se concentra gran parte de la demanda laboral.

El comercio, con cerca de 170.000 contratos y un crecimiento del 6,8%, mantiene su papel como motor tradicional del mercado laboral. La sinergia entre ambos sectores explica gran parte del aumento en la actividad comercial, la cual requiere expansión logística, mientras que la disponibilidad de transporte eficiente permite sostener niveles elevados de ventas. Este mecanismo convierte al Black Friday en un acelerador de empleo y actividad económica, que beneficia tanto a trabajadores como a empresas.

Eurofirms creció un 28% en solo un mes en el sector textil y retail, entre septiembre y octubre de 2024, lo que demuestra que las campañas de alto consumo no solo benefician a las marcas, sino también al propio sector de los RR.HH. Este crecimiento consolida la posición de Eurofirms como partner estratégico para empresas que necesitan reforzar equipos de ventas y logística en periodos de máxima demanda.

El Black Friday ha dejado de ser una campaña excepcional para consolidarse como un engranaje estable del mercado laboral. Las empresas ya no improvisan, planifican con meses de antelación, lo que genera oportunidades de empleo más profesionalizadas para los trabajadores.

2.Dinámica territorial

La contratación durante el Black Friday se concentra en los grandes núcleos urbanos, aunque también se observa un crecimiento significativo en provincias secundarias. Madrid representa el 16% del total de contratos, con un incremento del 13% en 2024, donde el transporte fue el principal impulsor, concentrando el 70% de los contratos adicionales. Barcelona concentra el 14%, con un crecimiento del 18% interanual, impulsado por el transporte, que explica el 85% de los contratos adicionales.

En Aragón, Zaragoza registró un crecimiento del 16%, destacando como polo logístico relevante, mientras que otras provincias de la comunidad también contribuyen al dinamismo de la ciudad, alimentando la demanda de mano de obra y reforzando la actividad vinculada al transporte y la logística.

Más allá de las capitales y polos logísticos, Cataluña muestra un notable dinamismo. Girona, Tarragona y Lleida registraron un incremento medio del 41%, con cifras de 5.357, 5.254 y 2.480 contratos respectivamente, destacando como provincias con creciente demanda de mano de obra durante la campaña.

En la Comunidad Valenciana, Valencia y Alicante destacan especialmente en ocupaciones vinculadas al transporte y la descarga de mercancías. Otras provincias como Sevilla, Málaga, Murcia, Las Palmas y Almería representan entre el 3% y el 4% del total de contratos, mostrando que el Black Friday genera actividad laboral a lo largo de todo el territorio, más allá de los grandes centros urbanos.

Este mapa laboral refleja cómo el Black Friday abre oportunidades fuera de los grandes núcleos, lo que reduce desequilibrios regionales y ofrece a las empresas nuevos polos de atracción de talento. Para los trabajadores, supone poder acceder a más opciones sin necesidad de migrar a las grandes capitales.



3.Impacto en otros sectores

El impacto del Black Friday se extiende más allá del comercio y el transporte, impulsando sectores estratégicos como el sector de audiovisual, la producción de contenidos y la creatividad publicitaria. Cada año, el último trimestre se convierte en el periodo de mayor inversión en marketing y comunicación para muchas empresas, lo que ha provocado un crecimiento sostenido en la contratación de perfiles creativos y técnicos vinculados a la producción de contenidos.

Para 2025, se prevé que este sector genere 27.000 contratos adicionales durante los últimos tres meses del año. En cuanto a la distribución territorial, todo apunta a que Madrid y Barcelona seguirán concentrando el grueso de la actividad, reforzando su papel como ejes creativos nacionales.

Este impulso colateral confirma la transversalidad del Black Friday. No solo crecen los sectores de contacto directo con el consumo, sino también aquellos que lo hacen posible desde la comunicación y la creatividad. Esta sinergia multiplica el valor económico y diversifica las oportunidades de empleo.

4.La evolución de los perfiles

La campaña Black Friday ha impulsado la profesionalización de los perfiles más demandados, reforzando la necesidad de trabajadores especializados en áreas estratégicas:

- **Vendedores en tiendas y almacenes:** Este perfil mantiene un crecimiento sostenido, con previsiones de aumentar alrededor del 10% en octubre respecto a septiembre, tras incrementos del 6,6% y 10,3% en campañas previas.
- **Peones del transporte y descargadores:** Registraron aumentos del 14,9% en 2023 y del 8,2% en 2024, consolidando su papel en el engranaje logístico que sustenta el Black Friday.
- **Teleoperadores:** La digitalización del sector logístico ha elevado la demanda de este perfil, que creció un 15,4% en octubre de 2024 respecto al mes anterior y podría repetir cifras similares este año. Este es también uno de los perfiles con mayor nivel de inclusión laboral, con un promedio del 2,69% de contrataciones de personas con discapacidad en las dos últimas campañas.

La evolución de los perfiles evidencia cómo el Black Friday funciona como un indicador de transformación del mercado laboral, destacando la profesionalización en ventas y logística, así como avances en la inclusión laboral en sectores digitalizados. Estos patrones permiten anticipar necesidades de formación y estrategias de diversidad, reforzando la adaptabilidad y la calidad del empleo en campañas de alta demanda.



5.Claves y lecciones del Black Friday

El Black Friday funciona hoy como un indicador anticipado de tendencias laborales y plantea retos estratégicos para el mercado español. La actividad se concentra especialmente en logística, transporte y atención al cliente, sectores clave para sostener el crecimiento del comercio electrónico y garantizar la eficiencia en la última milla.

La movilidad laboral continúa intensificándose, fortaleciendo los polos urbanos. Al mismo tiempo, la concentración de consumo y transporte intensivo subraya la necesidad de incorporar criterios de sostenibilidad en la planificación de campañas y operaciones.

Para las empresas, el Black Friday representa una oportunidad de aprendizaje: planificar con antelación la contratación, invertir en perfiles especializados y aplicar políticas inclusivas se convierte en un factor diferenciador. Para los trabajadores, la campaña ofrece una puerta de entrada al mercado laboral, permite reciclarse profesionalmente y acumular experiencia que puede transformarse en continuidad laboral, especialmente para aquellos en búsqueda activa de empleo.

Conclusiones y perspectivas

- 1 La campaña Black Friday 2025 prevé un fuerte impulso en el empleo durante el mes octubre, con cerca de 40.000 nuevas incorporaciones en un mes y más de 270.000 contratos en total, lo que supone un crecimiento del 17% con respecto a septiembre y un incremento del 4% respecto al octubre del 2024.
- 2 El transporte y la logística se consolidan como sectores estratégicos, reflejando la importancia del comercio electrónico y la eficiencia en la cadena de suministro.
- 3 El mapa de empleo se diversifica: Aunque Barcelona y Madrid lideran el volumen de empleo, territorios como Valencia y algunas provincias andaluzas y catalanas muestran crecimientos sobresalientes.
- 4 Sectores como el audiovisual, la producción de contenidos y la creatividad publicitaria confirman el efecto multiplicador del Black Friday, estimando una generación de más de 27.000 contratos adicionales en el último trimestre de 2025.
- 5 La evolución de perfiles clave demuestra que el Black Friday no solo impulsa la actividad económica, sino que también favorece la especialización e incorporación al mercado laboral.
- 6 El crecimiento del 28% de Eurofirms en textil y retail durante 2024 evidencia que el Black Friday es también una palanca de innovación y expansión para el sector de RRHH, permitiendo a las empresas encontrar y fidelizar talento clave.

En Eurofirms, creemos que el Black Friday es un espejo del mercado laboral español: refleja cómo la innovación, la logística y el consumo transforman la manera de trabajar. Además, esta campaña supone una oportunidad clave para que las personas puedan adquirir experiencia, abrirse puertas a un empleo estable y dinamizar el mercado laboral. Para muchos, puede ser su primera experiencia profesional o una forma de compaginar estudios y mejorar su situación económica.

Nuestro compromiso People first es acompañar a empresas y trabajadores en este proceso, facilitando que las oportunidades se traduzcan en experiencias laborales de valor y en crecimiento compartido.