

## **Más de 200.000 contratos se firmarán en la próxima campaña del Black Friday**

**Adecco y su división Eurovendex prevén un incremento en las contrataciones vinculadas a este periodo de un 7,5% con respecto a la misma campaña del año anterior, lo que supone más de 200.000 contratos en todo el país**

El mes de noviembre trae una de las campañas de contratación más potentes de los últimos años. No fue hasta hace poco tiempo que modas como el Black Friday o el Cyber Monday (ambas de origen estadounidense) empezaron a calar en nuestro país, y tal ha sido su impacto que el gran consumo y sectores como la logística y la distribución ya diseñan campañas específicas vinculadas a ellos como, por ejemplo, en el terreno de la ampliación de personal.

El adelanto de las compras navideñas aprovechando los descuentos de estos días que vienen y la liberalización de horarios comerciales y de periodos oficiales de rebajas hacen que al final de este mes repunte el consumo y, por tanto, haya que dar mayores servicios a los clientes.

Todo esto se transforma desde hace algunos años en el adelanto de las contrataciones para la campaña de Navidad (que este año traerá más de un millón de contratos como ya anunció Adecco hace unas semanas)[1].

Es por ello que Adecco, líder mundial en la gestión de los recursos humanos, y su división Eurovendex, especializada en outsourcing comercial, prevén que en estas últimas semanas del mes y vinculados a los descuentos del Black Friday, se generen más de 201.000 contratos, lo que supone un 7,5% más que un año atrás[2].

Tal es la importancia de estas fechas que ya se generan más contrataciones para esta campaña que para la propia de las rebajas de enero, mucho más asentada en nuestro país y con años de tradición (110.000 contratos nuevos se generaron en la campaña de rebajas de enero de 2019).

Un año más, serán los sectores vinculados al gran consumo y su industria auxiliar (englobando alta perfumería, cosmética, electrónica, telefonía, juguetería, imagen, sonido, etc.), la alimentación, la distribución, el retail, la logística, el transporte y la industria textil, entre otros, los que más empleo generarán en estas fechas.

Además, aunque la campaña sea de corta duración, muchas de estas contrataciones se ampliarán a todo el periodo de contratación navideña e incluso rebajas.

En cuanto al perfil más buscado será el de comercial –promotores, azafatas de imagen, teleoperadores o dependientes- durante esta próxima campaña. Un ejemplo de ello puede verse en la siguiente web

específica que Adecco y Eurovendex han creado para esta campaña y en la que se demandan grandes volúmenes de estos perfiles: <https://empleo.adecco.es/blackfriday-navidad-adecco19-ao/>

El sector del gran consumo tira del empleo en el Black Friday

Cada vez más, la campaña del Black Friday y el Cyber Monday suponen un importante repunte de empleo y es el sector de la distribución o gran consumo y las áreas de atención al cliente o fuerza de ventas en los que se generan más puestos de trabajo. Sin olvidar, claro está, que la industria auxiliar también se beneficia del aumento del consumo en estas fechas.

La demanda de perfiles en el sector gran consumo -alta perfumería y cosmética, electrónica, juguetería, imagen y sonido y la industria textil- se dispara y aumentan las ofertas para aquellos perfiles vinculados a la atención al cliente y la fuerza de ventas.

Los más demandados vuelven a ser los promotores, dependientes y comerciales, cuyo objetivo es promocionar productos y marcas de primer nivel en el sector cosmético y tecnológico, de telefonía móvil, etc.

La contratación de estos perfiles supone una inversión y mayor rentabilidad para las empresas, ya que muchas de ellas desarrollan campañas especiales y necesitan personas que les ayuden a aumentar las ventas, optimizar la presencia del producto, diferenciarse de la competencia y reforzar su imagen de marca especialmente en los centros comerciales y puntos de venta más visibles. Y aquí la experiencia previa juega un papel muy importante para las personas en búsqueda de empleo pues la curva de aprendizaje es mínima y en campañas de duración tan corta esto es un punto extra.

La distribución y el retail también se llevan buena parte de los puestos de trabajo que se generan en esta época. La demanda de cajeros, inventaristas, reponedores o mozos de almacén aumenta considerablemente dentro de las empresas de esta industria.

Y si la distribución y el retail tiran del carro, la logística y el transporte van de la mano, un sector que en este tipo de campañas aumenta sus previsiones de contratación en un 20%. Los puestos que más necesita cubrir este sector son mozos, preparadores de pedidos con radiofrecuencia y carretilleros.

¿Qué buscan las empresas en estos perfiles?

El carácter proactivo es una de las características que más demandan las empresas a la hora de buscar candidatos para la campaña del Black Friday. Se busca un trabajador que tenga iniciativa para cumplir los objetivos en un periodo breve de tiempo y así multiplicar las ventas.

Además, durante este periodo de rebajas, es necesario que el empleado tenga una actitud comercial

para que se traslade a todo el punto de venta y tener capacidad para abordar al cliente de forma ininterrumpida y así alcanzar al mayor número de consumidores posible.

También se valorará la experiencia previa en un puesto similar o la realización de algún curso de venta y técnicas comerciales. La especialización en sectores concretos como electrónica, pequeño electrodoméstico, informática, telefonía o alimentación, se convierte en un plus de empleabilidad de cara a quién contrata.

Las comunidades estrella de la campaña

Las autonomías donde se esperan mayores incrementos en cuanto a la contratación de personal son aquellas donde se ubiquen centros grandes logísticos y operadores de e-commerce, así como regiones donde el gran consumo es un negocio core (centralización de grandes superficies comerciales, de distribución, etc.).

Por ello, aunque el número de contratos será mayor en aquellas regiones con mayor población activa, son los incrementos interanuales de las autonomías con estas características, los que darán las claves de la buena marcha de esta campaña.

Centrándose en el número total de contratos en Cataluña, con 38.900 nuevos empleos, la Comunidad de Madrid, con más de 35.400, y la Comunidad Valenciana, donde se esperan superar los 27.000 contratos, son las tres autonomías que realizarán más contrataciones en cuanto a la distribución regional de la campaña.

La Región de Murcia y Andalucía son las dos comunidades que les siguen, con menor volumen de contrataciones, aunque muy positivas también: más de 23.800 en el caso murciano y más de 18.500 en el andaluz. Ellas cierran el top 5 de regiones con mayor número de contratos y completan además el grupo de autonomías donde la cifra de empleos supera los 5 dígitos.

Por detrás de ellas, a gran distancia, aparecen el País Vasco, Castilla y León y Galicia, todas ellas superando los 8.000 contratos. Inmediatamente después, se encuentra otro trío de regiones que rondan los 6.000 empleos. Son Castilla-La Mancha, Canarias y Aragón.

Navarra y Cantabria se colocan por debajo. En el primer caso se esperan alcanzar holgadamente las 4.500 contrataciones y para la comunidad cántabra, las 3.250.

Ya en la parte inferior del ranking se sitúan Asturias (1.830), La Rioja, con 1.320 nuevos empleos, Baleares, con un millar, y, por último, Extremadura, que alcanzará los 440 contratos.

[1] Ver nota de prensa sobre las previsiones de contratación para la campaña de Navidad:

<https://n9.cl/feim>

[2] Datos elaborados en base al número de contratos que se realizaron en 2018 durante la campaña del Black Friday (fuente: Ministerio de Trabajo, Migraciones y Seguridad Social) más el incremento que prevé la compañía de recursos humanos para este año.

La campaña del Black Friday se prevé, por tanto, positiva. De hecho, se espera que todas las comunidades autónomas puedan mejorar sus cifras con respecto a 2018. Sin embargo, unas mejorarán en mayor medida que otras dependiendo de su tipo de industria y su relación con el gran consumo.

Atendiendo así al incremento porcentual que se espera en las próximas semanas, será la Comunidad de Madrid la que más progrese, con una subida del 18%. Le siguen Cataluña, con un aumento del 10,2%, Castilla-la Mancha, con un 8,6% aun superior a la media nacional del 7,5% (dentro de esta comunidad, Guadalajara podrá crecer hasta un 15% debido a su tejido industrial, muy vinculado a la logística y el e-commerce), y la Comunidad Valenciana, con un incremento del 6,8%.

Un 5,4% es el incremento interanual esperado en Aragón, un 5,2% el de Galicia y de un 5% se espera que sea el que viva Andalucía.

En la Región de Murcia se prevé un incremento de un 3% con respecto a la campaña del Black Friday de hace un año y de un 2,3% el que se baraja para Castilla y León.

Por detrás de ellas, hay un par de regiones que crecerán en torno al 1,5% con respecto a 2018 que son Navarra y La Rioja. Un 1,3% se calcula para Canarias, un 1,1% para la Comunidad Autónoma Vasca y un 1% es el incremento que se cree que experimentarán autonomías como Cantabria y Asturias. Por último, Baleares y Extremadura prevén mejorar sus campañas en un 0,5% con respecto a 2018.

**Datos de contacto:**

Adecco  
914325630

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

Categorías: [Nacional](#) [Sociedad](#) [Recursos humanos](#) [Consumo](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>