

consumo en la ciudad de Madrid*

Black Friday 2025 (Semana del 24 al 30 de noviembre)

16 de diciembre de 2025

El **gasto total estimado en la semana del "Black Friday" de 2025 (del 24 al 30 de noviembre)** ascendió a **685,3 millones de euros**, lo que supone un **crecimiento de un 15,8%** con respecto a la semana previa.

1.- GASTO TOTAL ESTIMADO Y TICKET MEDIO

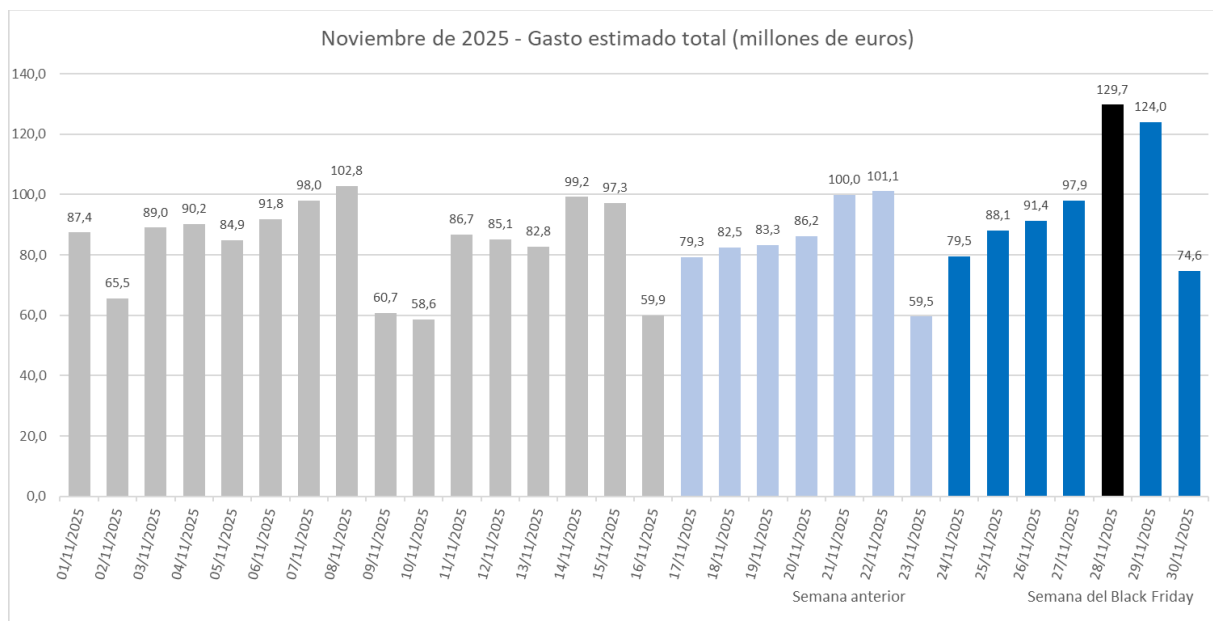
El **gasto total estimado en la semana del "Black Friday" de 2025** (del 24 al 30 de noviembre) ascendió a **685,3 millones de euros**, lo que supone un **crecimiento de un 15,8%** con respecto a la semana previa.

El **valor del ticket medio** en la semana del Black Friday ascendió a **24,8 euros**, con un **incremento del 8,8%** con respecto a la semana anterior.

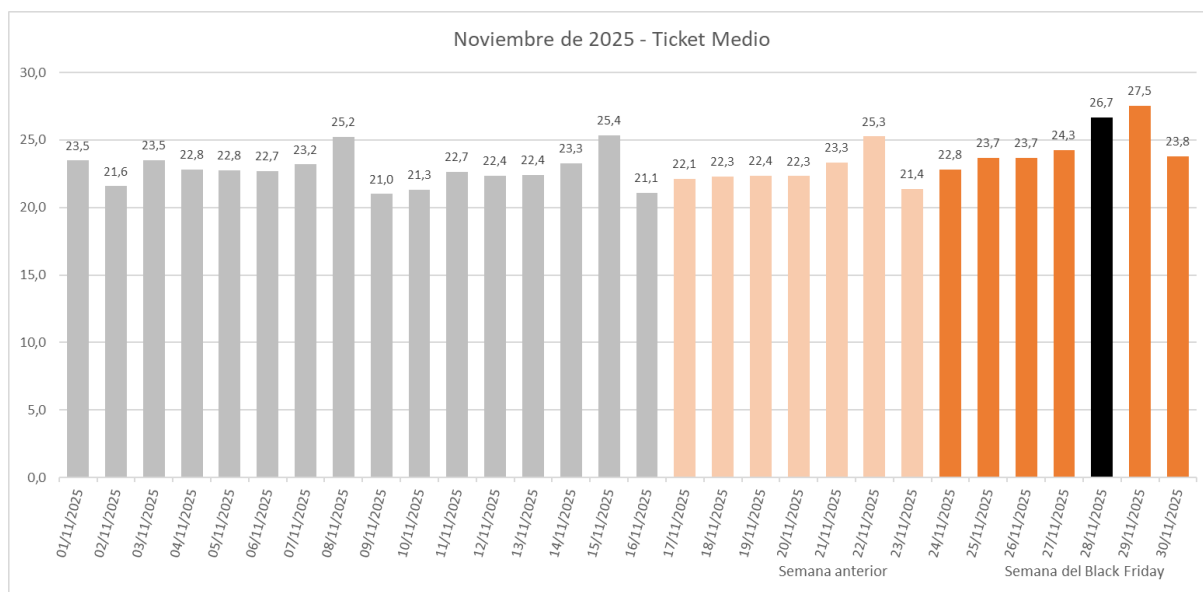
Municipio de Madrid	Black Friday 2025	Variación porcentual Semana anterior
Ticket medio	24,8*	8,8%
Gasto total estimado	685,3**	15,8%

* Euros; ** Millones de euros

Para contextualizar el gasto en la semana del Black Friday, los siguientes gráficos muestran la evolución del consumo a lo largo mes de noviembre, día a día. Comparando los días de la semana del Black Friday con los correspondientes días de la semana anterior queda de manifiesto que el aumento de gasto fue muy marcado el **viernes** (pasando de 100,0 a 129,7 millones de euros) y el **sábado** (de 101,1 a 124,0 millones de euros), mientras que los demás días de la semana registraron incrementos más moderados.



También el **valor del ticket medio** fue considerablemente alto en los distintos días de la semana del Black Friday en relación a los correspondientes días de la semana anterior. Así, el viernes pasó de 23,3 a 26,7 euros y el sábado de 25,3 a 27,5 euros.



1.2.- Gasto directo, indirecto e inducido.

El gasto realizado en la semana del Black Friday de 2025 en la ciudad de Madrid se estima en 685,3 millones de euros, lo que supone un incremento con respecto a un período estándar de 93,5 millones sobre el valor total de la producción.

Impactos del incremento de gasto durante la semana del Black Friday 2025 sobre la Ciudad de Madrid. Millones de euros

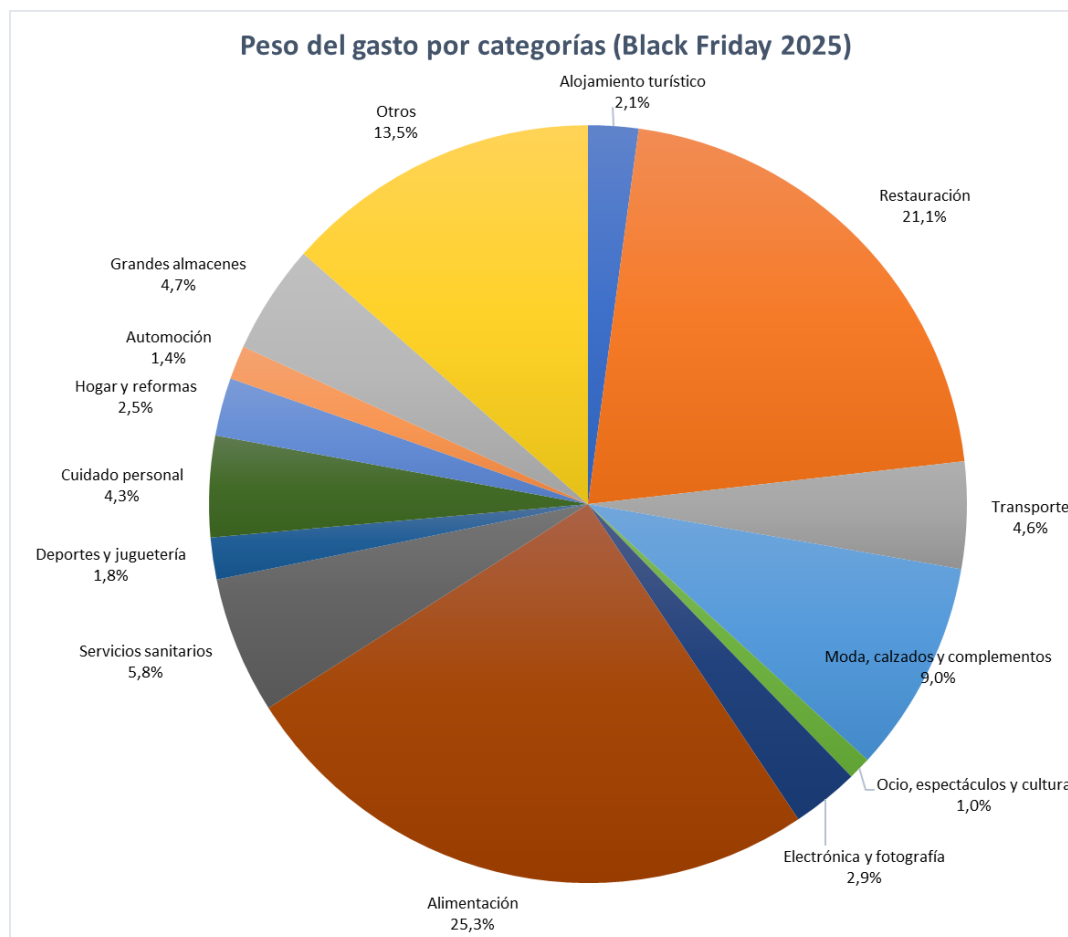
	Directo	Indirecto	Inducido	Total
VAB	58,2	16,7	41,4	116,3
Producción	93,5	30,1	71,9	195,5

Aplicando metodología de análisis económico Input-Output desarrollada por Leontief, estos 93,5 millones han generado en la ciudad de Madrid un gasto indirecto de 30,1 millones sobre el **valor de la producción total**, y un gasto inducido de 71,9 millones. Lo que suma un total de 195,5 millones **sobre el valor total de la producción**.

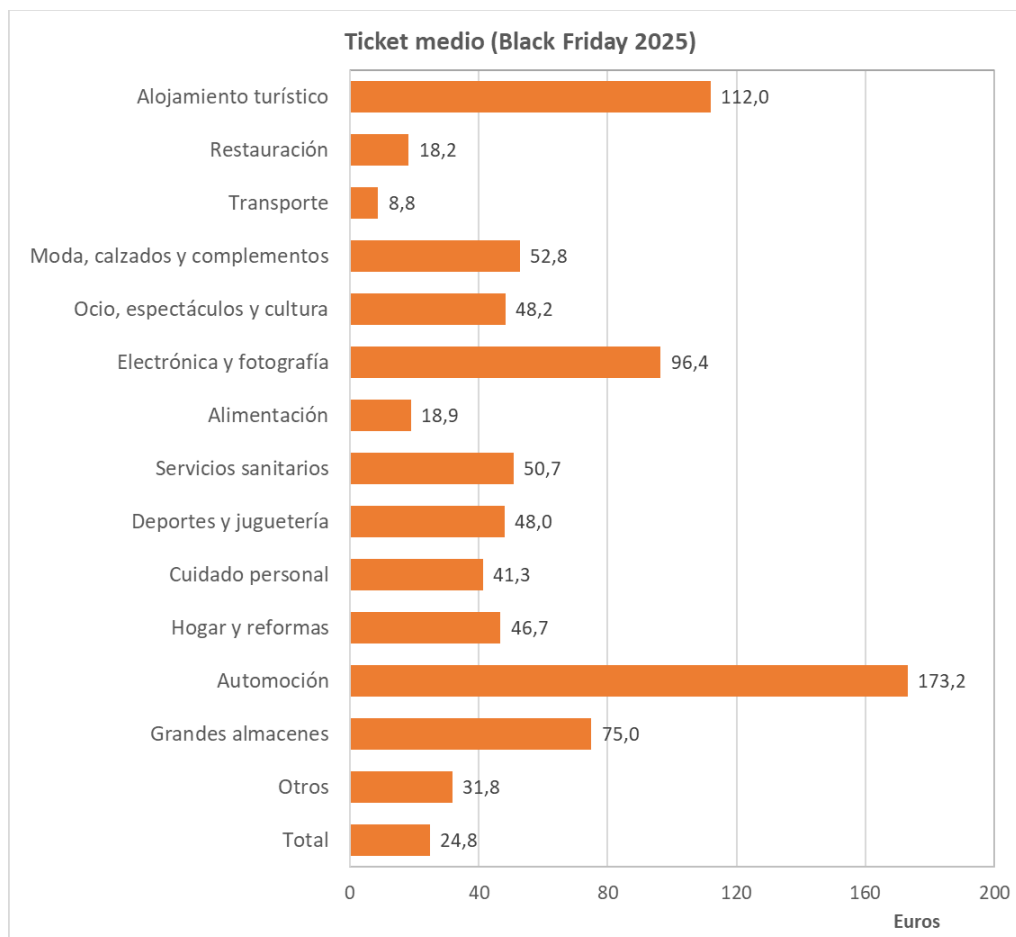
En términos de Valor Añadido Bruto (VAB), el incremento de gasto directo generado en la semana del Black Friday 2025 supone 58,2 millones de euros **sobre el VAB**, unos gastos indirectos de 16,7 millones, 41,4 millones de gastos inducidos. Lo que suma un total de 116,3 millones **sobre el total del VAB**.

2.- GASTO ESTIMADO Y TICKET MEDIO SEGÚN CATEGORÍAS DE GASTO

Durante la semana del Black Friday 2025, **las categorías con mayor peso en el total del gasto** fueron, como es habitual en el resto del año, las de Alimentación (25,3%), Restauración (21,1%) y Moda, calzado y complementos (9,0%), alcanzando entre las tres el 55,4% del gasto total.



El ticket medio se situó en los 24,8 euros. De entre las categorías con más gasto, el valor más elevado del **ticket medio** se registró en Moda, calzado y complementos (52,8 euros). Otras categorías, además de la Moda, registraron así mismo altos valores en el ticket medio, como son la Electrónica y Fotografía (96,4 euros) y los Grandes Almacenes (75,0 euros).

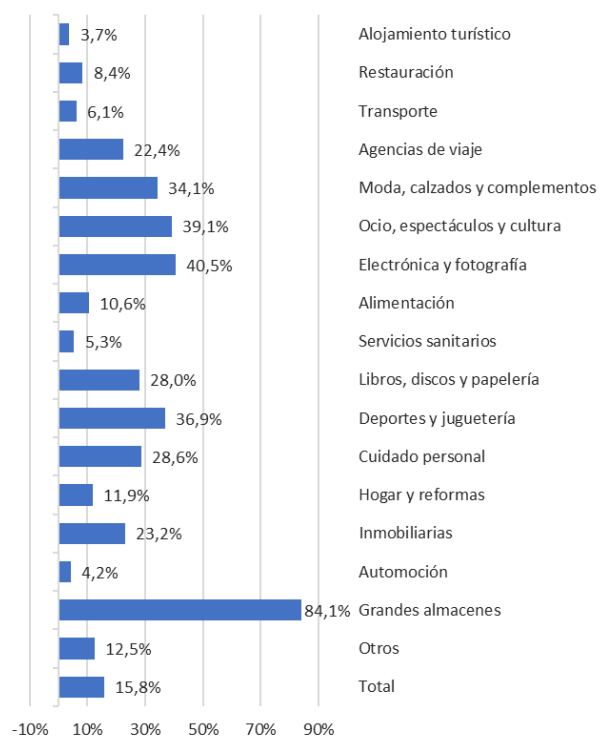


3.- VARIACIÓN DEL GASTO Y EL TICKET MEDIO POR CATEGORÍAS DE GASTO

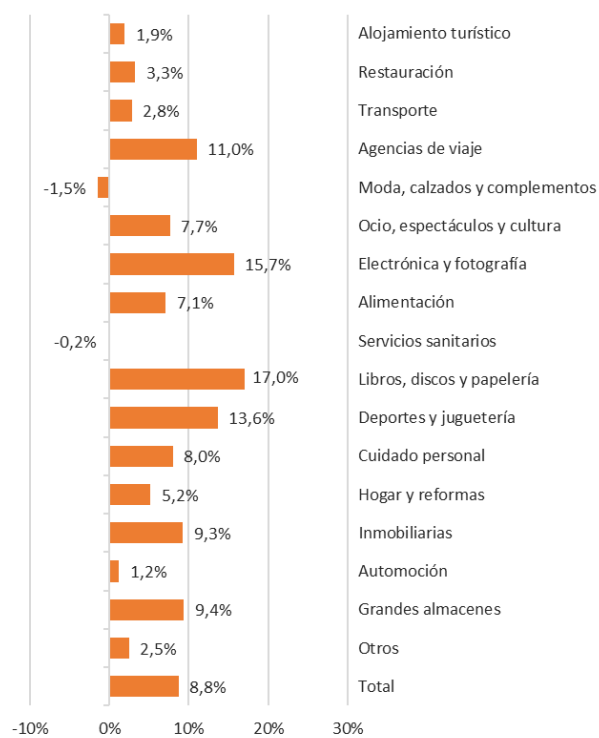
En comparación con la semana anterior, se observa un alto incremento del **gasto** en Grandes Almacenes (84,1%), Electrónica y Fotografía (40,5%), Ocio, Espectáculos y Cultura (39,1%), Deportes y juguetería (36,9%), Moda, Calzado y Complementos (34,1%) y Cuidado personal (28,6%).

Con respecto a la semana anterior, el **ticket medio** creció fuertemente en Libros, discos y papelería (17,0%), en Electrónica y Fotografía (15,7%) y Deportes y juguetería (13,6%), mientras que descendió en Moda, calzado y complementos (-1,5%).

Variación porcentual del gasto con respecto a la semana anterior

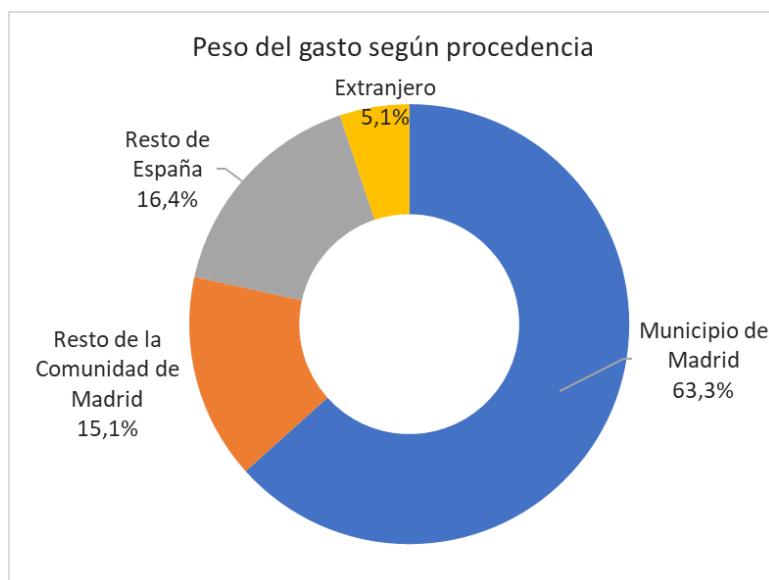


Variación porcentual del ticket medio con respecto a la semana anterior

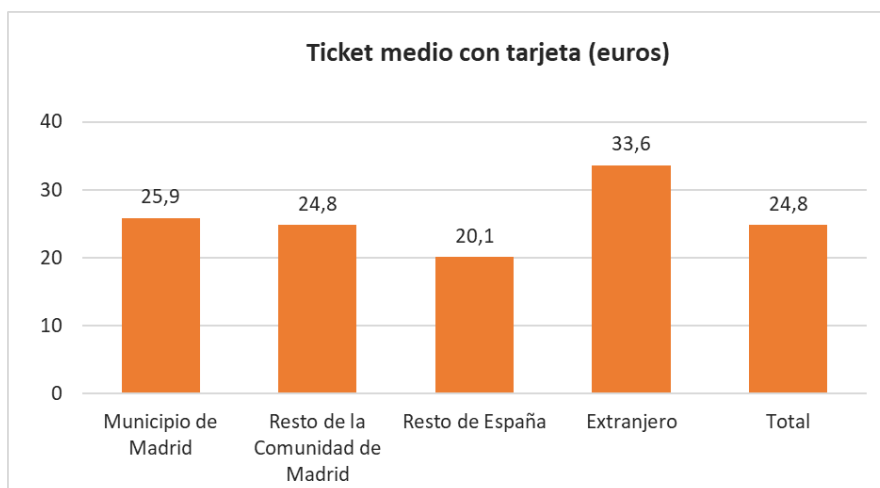


5. GASTO ESTIMADO Y TICKET MEDIO SEGÚN PROCEDENCIA

El **peso del gasto de los residentes en el municipio de Madrid** sobre el gasto total en el municipio fue del 63,3%. Las compras de los habitantes del resto de la Comunidad de Madrid supusieron un 15,1% del gasto total, mientras que los visitantes nacionales y extranjeros aportaron un 16,4% y un 5,1% del gasto total, respectivamente.



El **valor del ticket medio con tarjeta de los visitantes extranjeros** (33,6 euros) fue muy superior a la media (24,8 euros), mientras que se situó claramente por debajo de ella en el caso de los visitantes nacionales (20,1 euros).



6. VARIACIÓN DEL GASTO ESTIMADO Y TICKET MEDIO SEGÚN PROCEDENCIA

Con respecto a la **semana anterior**, el incremento del gasto de los distintos colectivos se situó cerca de la media (15,8%), excepto el de turistas extranjeros, que creció un 6,6%.

	Gasto estimado (en millones de euros) Black Friday 2025	Variación porcentual con Semana Anterior
Municipio de Madrid	434,1	16,4%
Resto de la Comunidad de Madrid	103,6	17,5%
Resto de España	112,6	15,1%
Extranjero	35,0	6,6%
Total	685,3	15,8%

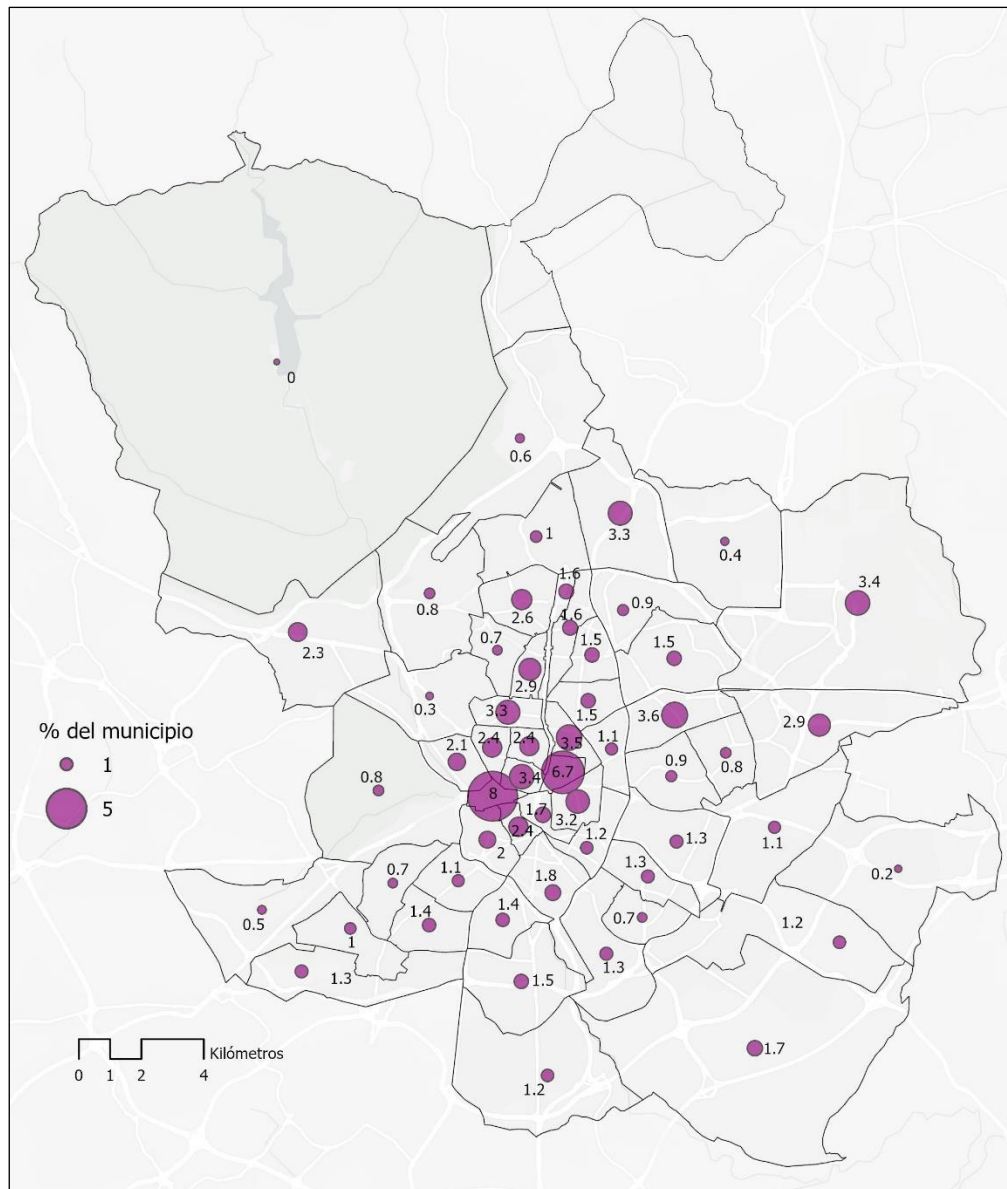
El incremento del valor del ticket medio con respecto a la semana anterior fue algo superior a la media (8,8%) en todas las categorías, excepto en la de turismo extranjero, que se situó muy por debajo de ella, con solo un 2,0%.

	Ticket medio diario en euros Black Friday 2025	Variación porcentual con Semana anterior
Municipio de Madrid	25,9	10,1%
Resto de la Comunidad de Madrid	24,8	9,9%
Resto de España	20,1	10,9%
Extranjero	33,6	2,0%
Total	24,8	8,8%

7. GASTO ESTIMADO Y TICKET MEDIO SEGÚN CODIGOS POSTALES

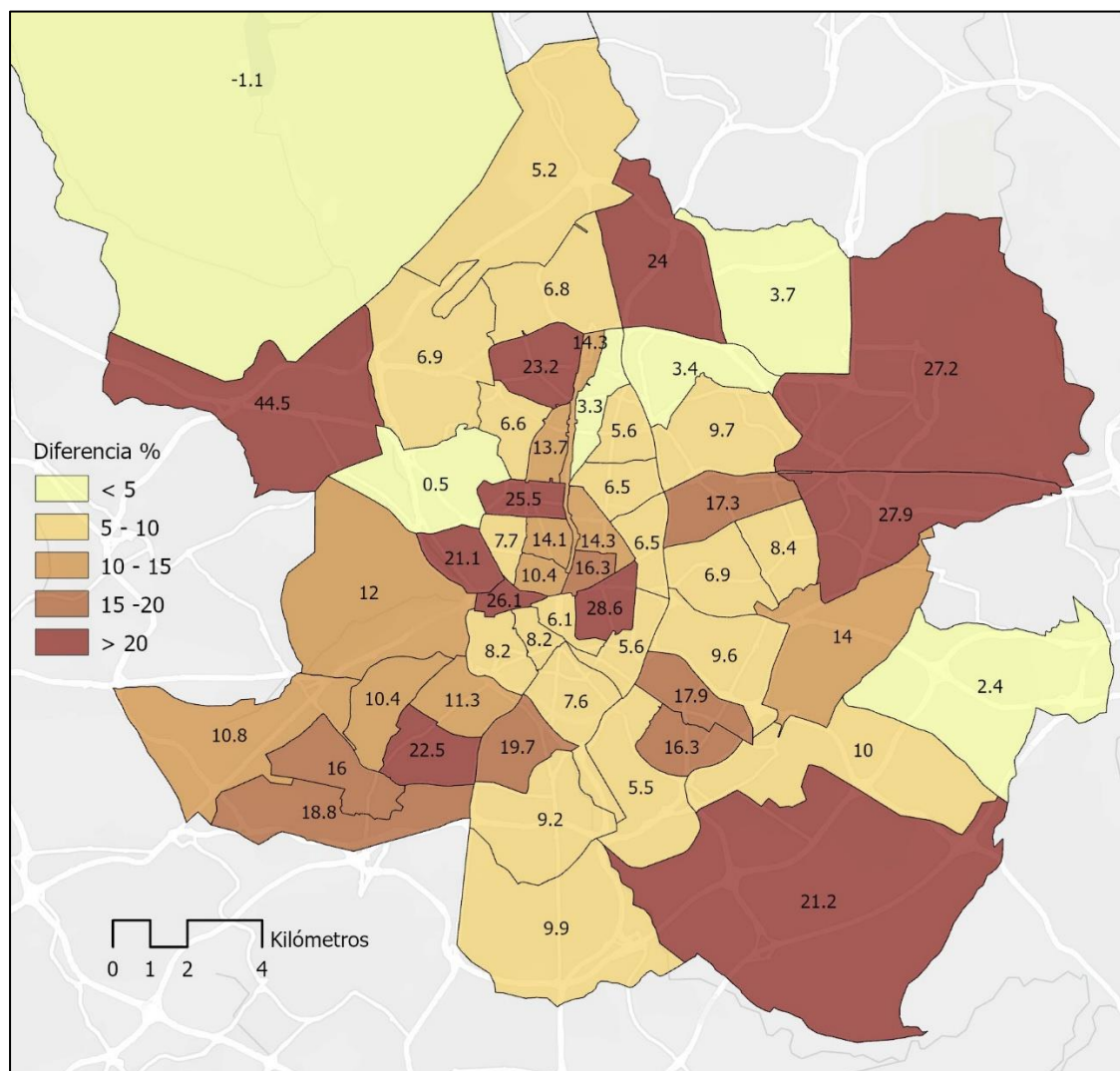
Los códigos postales más comerciales de Centro y Salamanca son los que registraron un mayor porcentaje del gasto total del municipio durante la semana del Black Friday, destacando por este orden el 28013 (área de Gran Vía y Puerta del Sol) y el 28001 (zona sur de la milla de oro), con 8,0% y 6,7% respectivamente.

Peso del gasto estimado (%) según códigos postales



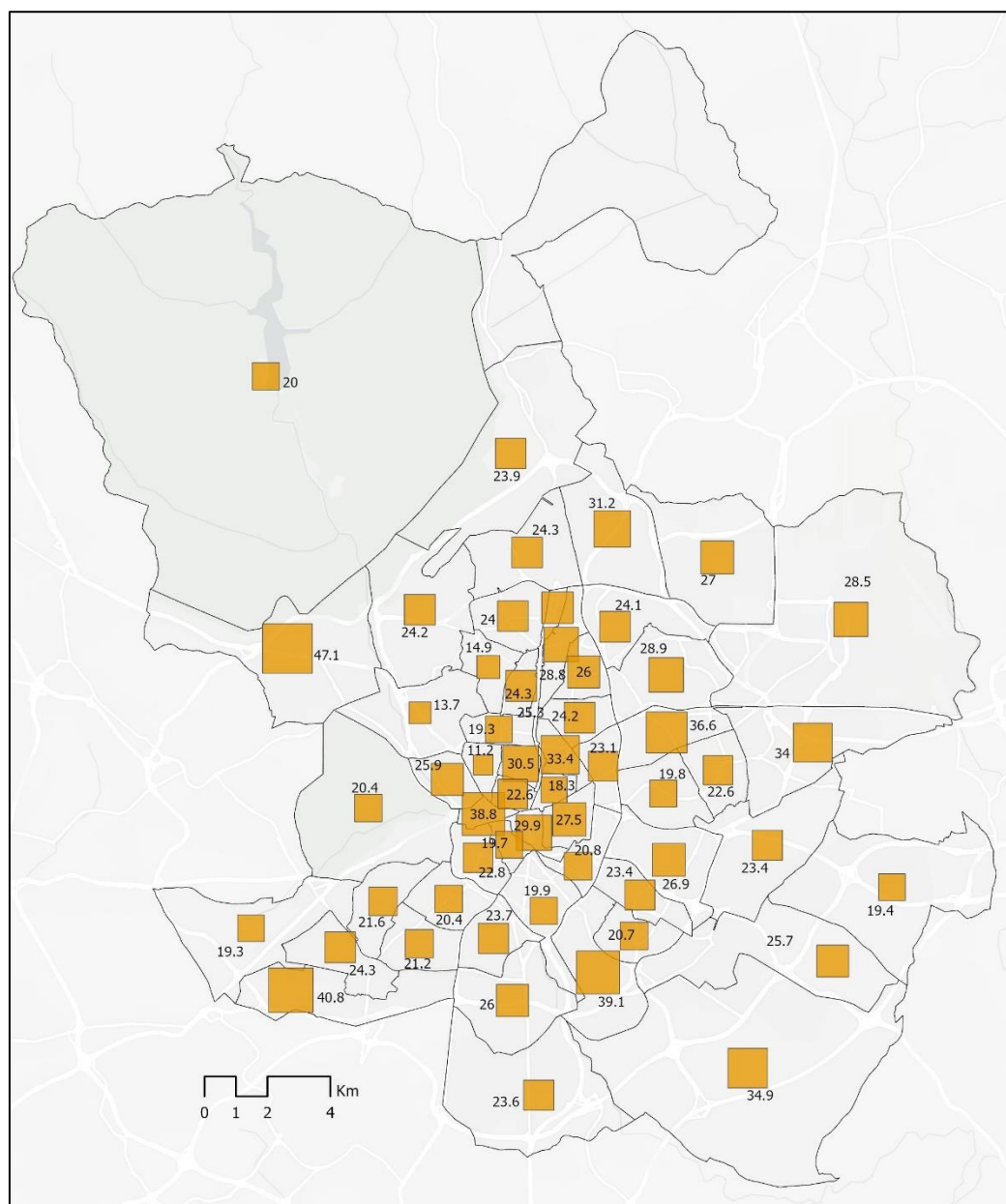
El análisis de la distribución del incremento de gasto con respecto a la semana anterior muestra que los mayores incrementos relativos (en %) debidos a los efectos del Black Friday se concentran en buena parte de la almendra central, pero también en algunos espacios periféricos en los que se localizan centros comerciales.

Porcentaje del incremento del gasto total respecto a la semana anterior según códigos postales



En cuanto al **ticket medio según códigos postales**, los mayores valores se localizaron también en la almendra central y en distritos postales periféricos con centros comerciales.

Ticket medio (euros) según códigos postales



** Gasto realizado en la ciudad de Madrid en bienes no duraderos.*

Fuente: Elaboración a partir de información estadística de datos, disociados o anonimizados irreversiblemente, tras haber sido sometidos a un proceso de agregación, de una parte de las transacciones con tarjetas emitidas por una de las principales entidades bancarias de España en TPVs de cualquier entidad y/o realizadas en TPVs físicos de dicha entidad bancaria, proporcionados por Geoblink (MyTraffic).

Estos datos han sido elevados a la totalidad del gasto en tarjetas bancarias y posteriormente a la totalidad del gasto realizado en bienes no duraderos (tarjetas bancarias y efectivo).