El *Black Friday* se consolida gracias al comercio como arranque de la campaña de Navidad

- **Supera las expectativas iniciales y habría logrado remontar las ventas el mes de noviembre**
- **El Black Friday recupera el tradicional concepto de "rebajas" en España**
- **En el mes de octubre, aunque en menor medida, se mantiene la tendencia positiva de ventas y ocupación del sector, que viene registrando ascensos interanuales desde que comenzara el año**
- **El comercio de proximidad se mantiene como el formato comercial que mejor comportamiento muestra en generación de empleo, con un acumulado en lo que va de año del +1,8%, superior al 1% del conjunto del sector**

Madrid, 30 de noviembre de 2015.- El comercio ha apostado fuerte por llevar el Black Friday a la tienda física y a día de hoy, se muestra satisfecho del resultado obtenido. El "Black Friday" ha provocado un cierto efecto reclamo en los consumidores, que han respondido antes estas nuevas "rebajas" de manera muy positiva, impulsando el consumo en un fin de semana que, gracias al comercio, se ha consolidado "formalmente" como el arranque de la campaña navideña.

El *Black Friday* ha logrado superar las expectativas iniciales de nuestros comerciantes. Las ventas realizadas entre el viernes y el sábado, según nos trasladan, habrían salvado un mes en el que muy previsiblemente se estaba produciendo un estancamiento del consumo.

"*Se ha recuperado con este fenómeno el antiguo concepto de "rebajas", que tanto costó definir en nuestro país y que desapareció tras su liberalización en 2012. Ofrece al consumidor la seguridad de que en esos días va a encontrar un producto rebajado, y, su éxito demuestra una vez más que acotar un período de rebajas funciona*", afirma el presidente de la Confederación Española de Comercio, Manuel García-Izquierdo.

Se mantiene la tendencia positiva en ventas y ocupación en el mes de octubre

Según los datos publicados hoy por el Instituto Nacional de Estadística de ventas y ocupación en el comercio minorista correspondientes al mes de octubre, ambas variables se mantienen en positivo (+4,8% y +1,3% respectivamente). Se mantiene y consolida, por tanto, la tendencia de crecimiento de ventas y empleo, que no ha registrado un solo dato negativo en lo que va de año y que acumula una mejora del 3,6% en las ventas en lo que de año y del 1% en la ocupación.

El comercio de proximidad mejora sus ventas un 2,8% y un 1,5% en ocupación el mes de octubre, respecto al mismo mes de 2014. Asimismo, se mantiene como el formato comercial que mejor comportamiento muestra en empleo en lo que va de año, con un crecimiento de 1,8%, superior al 1% de media del conjunto del sector de la distribución comercial.

Más información: Dpto. Comunicación
Ainhoa García, 674 350 205
comunicacion@cec-comercio.es