**El comercio de proximidad, el formato comercial que genera empleo en el conjunto del sector**

* + - * **Las empresas unilocalizadas (autónomos en su mayoría) son las únicas que logran un buen dato en el empleo en enero, con un crecimiento del 2% respecto al mismo mes de 2014.**
			* **El consumo mantiene la tendencia positiva, con crecimiento de las ventas del comercio minorista, impulsadas por las rebajas.**

*Madrid, 10 de marzo de 2015.-* La mayoría de formatos comerciales ha empeorado sus resultados en el empleo en el mes de enero respecto al mismo período del año anterior, obteniendo registros negativos, según ha publicado hoy el INE en el Índice de Comercio Minorista. Sin embargo, la ocupación en el comercio de cercanía alcanza una mejora del 2%, logrando salvar con ello el resultado global del conjunto del sector (+0,6) y manteniendo la tendencia de los últimos meses. El comercio de proximidad, gracias al enorme esfuerzo y sacrificio de los empresarios y empresarias autónomos que lo representan, viene demostrando una fortaleza inquebrantable en el sostenimiento del empleo a lo largo de los peores años de la crisis económica, y, continúa con la generación de nuevos puestos de trabajo con los primeros síntomas de recuperación del consumo.

“*Los datos de hoy son el reflejo de nuestro modelo de empresa, que ha apostado siempre por el empleo, y, a día de hoy, impulsa con decisión la recuperación económica a base de esfuerzo y trabajo. Es la esencia del comercio de proximidad*”, explica Manuel García-Izquierdo, presidente de la Confederación Española de Comercio (CEC).

Se mantiene la tendencia positiva del consumo, según los datos publicados hoy por el Instituto Nacional de Estadística, que confirman una mejora de las ventas del 4,2% en enero respecto al mismo mes del año anterior. Un dato positivo que se traslada por primera vez a todas las comunidades autónomas de nuestro país, coincidiendo con las rebajas de invierno, que si bien han reducido su impacto a tan solo los primeros 15 días, han obtenido un resultado aceptable en ese corto periodo de tiempo.

“*Estamos convencidos de que 2015 tiene que ser el año del despegue del consumo que reactive definitivamente el comercio, pero para que así sea, debemos seguir remando hacia delante y nuestros comerciantes están dando un gran ejemplo de qué significa esto”,* concluye García-Izquierdo.