



Informe Comercio Interior

2016



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE ECONOMÍA, INDUSTRIA
Y COMPETITIVIDAD

Informe elaborado por la Unidad de Apoyo de la Dirección General de Comercio Interior,
Secretaría de Estado de Comercio.

DIRECCIÓN EJECUTIVA

Carmen Cárdeno Pardo
Beatriz Rodríguez Pérez
Laura Moure Dios

Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra solo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley. La Editorial, a los efectos previstos en el art.32.1 párrafo 2 del vigente TRLPI, se opone expresamente a que cualquier fragmento de esta obra sea utilizado para la realización de resúmenes de prensa. La suscripción a esta publicación tampoco ampara la realización de estos resúmenes. Dicha actividad requiere una licencia específica. Dirijase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra, o si quiere utilizarla para elaborar resúmenes de prensa (www.conlicencia.com; 91 702 19 70 / 93 272 04 47).

Catálogo general de publicaciones oficiales
<http://publicacionesoficiales.boe.es>



MINISTERIO
DE ECONOMÍA, INDUSTRIA
Y COMPETITIVIDAD
SUBSECRETARÍA
SECRETARÍA GENERAL TÉCNICA
SUBDIRECCIÓN GENERAL
DE ESTUDIOS, INFORMACIÓN
Y PUBLICACIONES

Paseo de la Castellana, 162. 28071 Madrid
Tel.: 91 603 76 54
www.mineco.es

NIPO: 057-17-073-I
eNIPO: 057-17-074-7
D.L.: M-8370-2017
Papel:

Exterior: Estucado mate ecológico (70.102/250)
Interior: Offset ecológico (70.100)

Impresión y maquetación:
Centro de Impresión Digital y Diseño,
Secretaría de Estado de Comercio.

INFORME COMERCIO INTERIOR

INDICE

1. Introducción.
2. Evolución del gasto privado y venta de bienes.
 - 2.1 Demanda interna en España- consumo en los hogares.
 - 2.2 Las ventas en el comercio minorista.
3. Índice de Precios de Consumo.
4. El empleo en el comercio:
 - 4.1 Índice de Ocupación del Comercio Minorista.
 - 4.2 Ocupados según la Encuesta de población activa.
 - 4.3 Afiliados en el comercio.
 - 4.4 Paro registrado
5. La empresa comercial:
 - 5.1 Dimensión de la empresa comercial. Las pymes comerciales y el número de establecimientos
 - 5.2 Empresas con actividad comercial on line.
 - 5.2.1 Nuevos hábitos de consumo.
 - 5.2.2 Qué se compra
 - 5.2.3 Cómo se paga
 - 5.2.4 Quién compra
6. El turismo como motor del comercio
 - 6.1 El turismo de compras. Análisis de gasto turístico.
 - 6.2 Gasto turístico a través de tarjetas de pago extranjeras utilizadas en operaciones realizadas en España.
 - 6.3 Operaciones de compras en terminales de punto de venta con tarjetas realizadas en España.

INFORME COMERCIO INTERIOR 2016.

1. Introducción.

La presente publicación constituye un compendio de información y análisis evolutivo del comercio interior a nivel nacional y en las comunidades autónomas.¹

Con objeto de facilitar los principales indicadores comerciales a cierre del 2016 la Dirección General de Comercio Interior evalúa el posicionamiento del sector comercial y la evolución que se ha producido durante el año 2016.

El comercio minorista supone el 5,0% del PIB a precios básicos de la economía española y tiene un fuerte impacto en el mercado de trabajo, con un número de ocupados de 1.913.400, lo que supone el 10,3% del total de ocupados.²

En esta publicación se recopilan los datos más significativos del comercio, hasta diciembre del año 2016, salvo en lo relativo a comercio electrónico que, por razón de las fuentes consultadas, tan sólo permite incorporar los datos publicados hasta el segundo trimestre de 2016.

El presente informe analiza los siguientes indicadores del comercio minorista:

- Demanda interna en España, según la Contabilidad Nacional trimestral.
- Locales comerciales y empresas según el Directorio Central de Empresas.
- Las ventas del comercio, según el Índice de comercio al por menor.
- Índices de Precios de Consumo.
- Índice de ocupación del comercio minorista.
- Ocupados, según la Encuesta de Población Activa.
- Afiliados a la Seguridad Social.
- Paro registrado.

¹ La distribución de competencias que afecta a la regulación de la actividad comercial, se determina por la competencia exclusiva de las Comunidades Autónomas, asumida en los respectivos Estatutos de Autonomía, además de por otros títulos competenciales atribuidos por la Constitución al Estado (artículo 149.1 apartados 1, 6 y 13 CE), así como por algunos límites constitucionales como son, entre otros, la unidad del mercado.

Estos principios son los que configuran el marco general de actuación en el que las CCAA desarrollan sus competencias normativas y de ejecución en materia de comercio interior.

² Datos de la Encuesta de Población Activa – 4 Trimestre de 2016.

Con carácter complementario se proporcionan otros datos sobre la dimensión del comercio electrónico y el número de transacciones que se llevan a cabo entre empresas y consumidores finales. En España el comercio electrónico B2C sigue creciendo en términos absolutos, situándose en 2015 en 20.745 millones de euros.³

Esta información, permite conocer los nuevos hábitos de consumo, a través del comercio electrónico, determinando el impacto del e-commerce en los comercios, usuarios de las pasarelas de pagos.⁴

Igualmente, se ha considerado conveniente dimensionar el grado de penetración del comercio electrónico en las empresas y en los hogares, en atención al número de personas que compran por Internet.⁵

Se incluye un apartado dedicado al turismo, al ser uno de los principales motores de la economía española, con el fin de analizar las principales derivadas del gasto turístico en España. Y por último, se analizan las operaciones realizadas con tarjetas de pago en España a partir del informe elaborado por Turespaña con la información facilitada por los sistemas de medios de pago.

³ Estudio sobre comercio electrónico B2C 2015 del Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones de la Sociedad de la información. Ministerio de Energía, Turismo y Agenda Digital.

⁴ Datos de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) en su informe sobre comercio electrónico, con los datos que proporcionan las tarjetas bancarias adscritas los sistemas, ServiRed, Sistema 4B y Euro 6000. Los datos de la CNMC son de todas las transacciones comerciales electrónicas a través de terminales de punto de venta virtuales que tengan España como punto de origen y/o destino y cuyo pago se realiza a través de las redes de medios de pago (excluyendo las transacciones PayPal vinculadas a una cuenta bancaria)

⁵ Encuesta sobre el uso de TIC y comercio electrónico en las empresas del INE Año 2015- Primer trimestre de 2016 (publicado: 28/06/2016) y Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares del INE, año 2016 (publicado: 3/10/2016)

2. Evolución del gasto privado y venta de bienes:

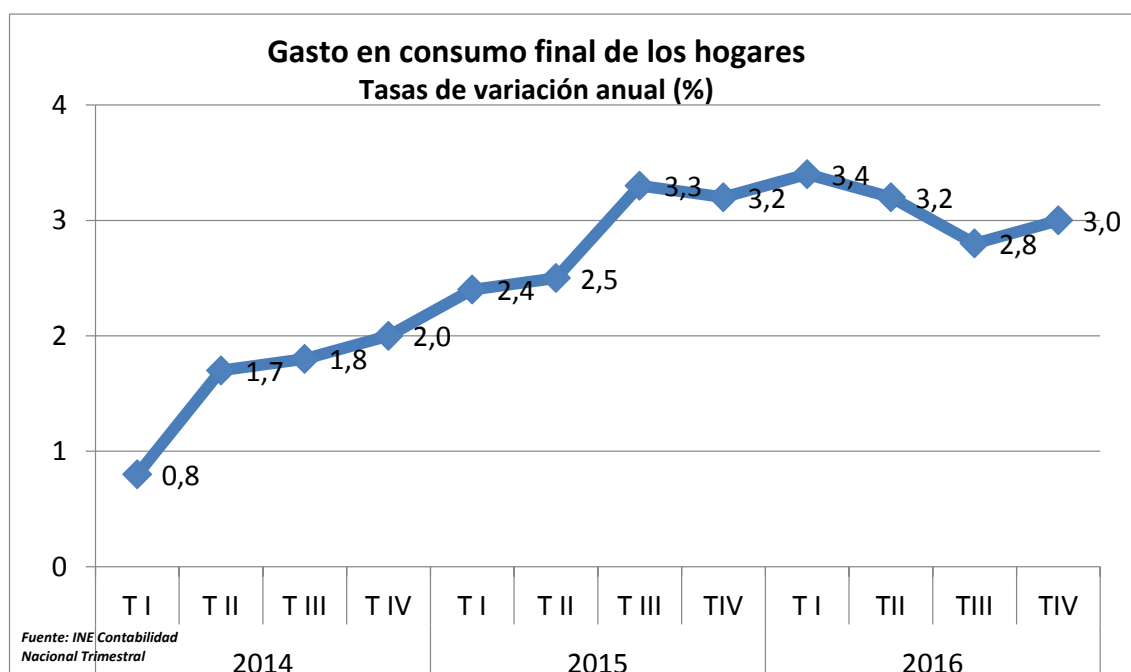
2.1 Demanda interna en España. Consumo en los hogares.

La demanda interna siguió mejorando en el cuarto trimestre de 2016 y aumentó su aportación al crecimiento del PIB.

En el cuarto trimestre de 2016, el gasto en consumo final de los hogares experimentó un crecimiento anual del 3,0%, tasa similar a la registrada en el tercer trimestre. En el año 2016 el gasto en consumo final de los hogares creció un 3,2%, siendo el tercer año consecutivo en el que el gasto en consumo final de los hogares tiene tasas de crecimiento anual positivas.

El gasto en consumo final de los hogares tuvo ya tasas de crecimiento anual positivas en todo el año 2014 (1,6%) y 2015 (2,8%), después de 3 años con tasas anuales negativas (desde el primer trimestre de 2011).

En tasa trimestral, el gasto en consumo final de los hogares aumentó el 0,7% en el cuarto trimestre de 2016 y lleva en valores positivos 14 trimestres consecutivos.



2.2 Las ventas en el comercio minorista.

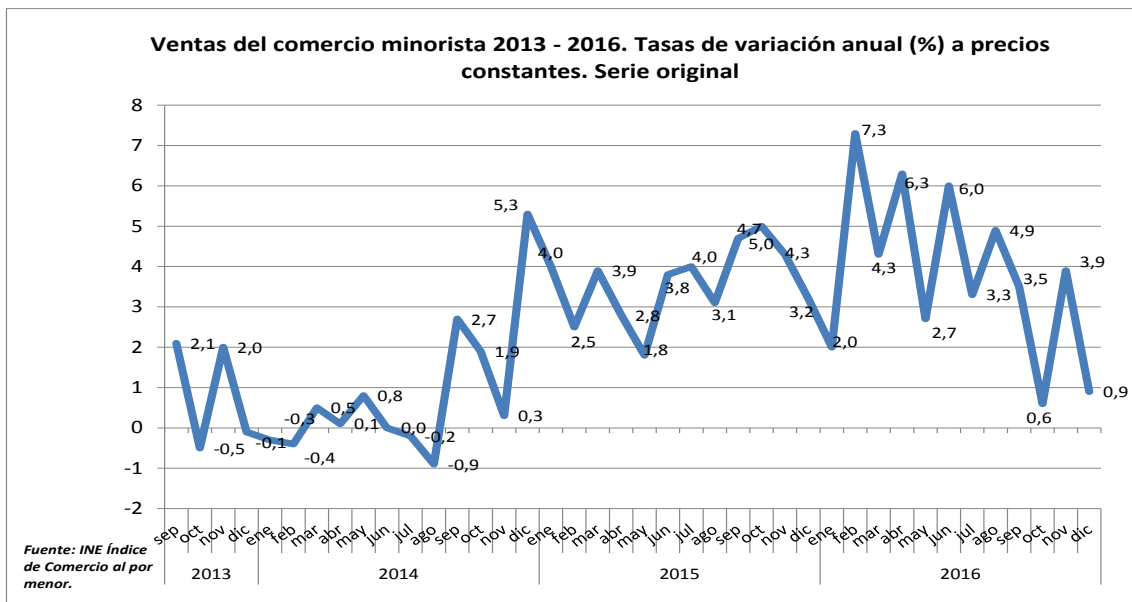
El Índice de Comercio al por Menor (ICM) del INE tiene como objeto conocer la evolución de las ventas y el empleo en el sector del comercio minorista en España y sirve para medir la evolución de la actividad de este sector. Los índices deflactados permiten estudiar la evolución del ICM eliminando el efecto que los precios tienen sobre las ventas. Los índices desestacionalizados permiten analizar el sector, una vez eliminados todos los efectos de calendario y estacionalidad.

El Índice General del Comercio Minorista, en la serie corregida de factores estacionales y de calendario, registró en diciembre de 2016, una tasa anual de ventas del 2,9%, encadenando 29 meses consecutivos de aumentos. En la serie original a precios constantes, el crecimiento fue del 0,9%, con 28 meses consecutivos de aumentos.

En el año 2016 las ventas minoristas aumentaron un 3,6% en la serie corregida de efectos estacionales y de calendario y un 3,7% en la serie original (el mayor avance en dieciséis años).

El Índice de Comercio Minorista es un indicador clave para el seguimiento de la actividad comercial. Las ventas del comercio español crecen por tercer año consecutivo y lo hacen además ligeramente por encima de los dos años anteriores (2014→+1%; 2015→+3,6%).

Es importante destacar la consolidación de la tendencia alcista de las ventas minoristas. Tras seis años consecutivos de caídas, en septiembre de 2013 se inicia este cambio de tendencia que dura ya, por tanto, más de tres años.



Constituye también un indicador de las ventas de cada comunidad autónoma. En el año 2016, todas las comunidades autónomas más Ceuta y Melilla, aumentaron sus ventas.

Índices de ventas a precios constantes por CCAA	
CCAA	Tasa de variación media en lo que va de año (%)
Nacional	3,7
Andalucía	2,3
Aragón	2,9
Asturias	3,7
Baleares	7,2
Canarias	6,0
Cantabria	3,0
Castilla y León	3,3
Castilla-La Mancha	3,0
Cataluña	2,7
Comunidad Valenciana	5,7
Extremadura	1,8
Galicia	3,7
C. de Madrid	4,6
Murcia	3,8
Navarra	3,3
País Vasco	2,7
La Rioja	3,8
Ceuta	3,2
Melilla	4,0
Fuente: ICM del INE 2016.	

Las comunidades autónomas que han tenido los mayores incrementos en el año 2016 han sido: Baleares (+7,2%), Canarias (+6,0%), Comunidad Valenciana (+5,7%) y Comunidad de Madrid (+4,6%).

Por modos de distribución, en variación media, aumentaron las ventas en todos los formatos en el año 2016: empresas unilocalizadas (+3,0%), pequeñas cadenas (+2,4%), grandes cadenas (+4,7%) y grandes superficies (+3,6%).

Por tipo de producto, en variación media, aumentaron las ventas de alimentación (+1,3%) y del Resto (+5,2%). Dentro del Resto, han crecido en todos sus componentes: equipo personal (+2,5%), equipamiento del hogar (+3,9%) y otros bienes (+4,5%).

3. Índice de Precios de Consumo:

El Índice de Precios de Consumo (IPC) es una medida estadística de la evolución de los precios de bienes y servicios que consume la población residente en viviendas familiares en España.

El conjunto de bienes y servicios, que conforman la cesta de la compra, se obtiene básicamente del consumo de las familias y la importancia de cada uno de ellos en el cálculo del IPC está determinada por dicho consumo.

Entre enero y diciembre de 2016, la tasa de variación del IPC fue del 3,5%. Por Comunidades Autónomas, las variaciones del IPC en el periodo enero 2016 hasta diciembre 2016 fueron:

Índice	Porcentaje (%)
Nacional	3,5
Andalucía	3,7
Aragón	3,5
Asturias	3,8
Baleares	3,2
Canarias	3,0
Cantabria	3,5
Castilla y León	4,0
Castilla-La Mancha	3,9
Cataluña	3,7
Comunidad Valenciana	3,5
Extremadura	3,6
Galicia	3,9
C. de Madrid	3,0
Murcia	3,7
Navarra	3,9
País Vasco	3,5
La Rioja	4,1
Ceuta	3,2
Melilla	4,0

En la mayoría de las CCAA, el crecimiento del IPC ha sido igual o superior a la media nacional (3,5%). Las comunidades en las que el IPC ha crecido por debajo de la media nacional han sido Canarias (3,0%), Madrid (3,0%), Baleares (3,2%) y Ceuta (3,2%).

4. El empleo en el comercio:

4.1 Índice de Ocupación del Comercio Minorista:

Según el Índice de Ocupación que publica el INE, el empleo en el sector del comercio minorista aumentó un 1,8% en diciembre de 2016 en relación al mismo mes del año anterior, registrando su trigésimo segundo repunte interanual consecutivo desde mayo de 2014, tras treinta y un meses de descensos.

Por modos de distribución, el empleo en el año 2016 en tasa interanual aumentó en todos los formatos: grandes cadenas (+3,6%), grandes superficies (+2,4%), empresas unilocalizadas (+0,9%) y pequeñas cadenas (+0,8%).

En el año 2016, la ocupación en el comercio minorista ha crecido un 1,7% en relación al mismo periodo del año anterior. La ocupación creció en el año 2016 en todas las comunidades autónomas más Ceuta y Melilla.

Índices de ocupación por CCAA	
CCAA	Tasa de variación media en lo que va de año (%)
Nacional	1,7
Andalucía	1,2
Aragón	1,8
Asturias	1,1
Baleares	4,4
Canarias	2,2
Cantabria	1,9
Castilla y León	1,2
Castilla-La Mancha	0,9
Cataluña	1,7
Comunidad Valenciana	2,8
Extremadura	0,8
Galicia	1,3
C. de Madrid	1,5
Murcia	1,0
Navarra	1,5
País Vasco	2,0
La Rioja	1,4
Ceuta	0,9
Melilla	1,0
Fuente: ICM del INE 2016.	

Las comunidades autónomas que han tenido los mayores incrementos en ocupación en el año 2016, según el Índice de Ocupación han sido: Baleares (+4,4%), Comunidad Valenciana (+2,8%), Canarias (+2,2%) y País Vasco (+2,0%).

Por modos de distribución, en variación media, el empleo aumentó en todos los formatos en el año 2016: empresas unilocalizadas (+0,9%), pequeñas cadenas (+0,8%), grandes cadenas (+3,6%) y grandes superficies (+2,4%).

4.2 Ocupados según la Encuesta de Población Activa:

Según la Encuesta de Población Activa, en el cuarto trimestre de 2016 el comercio al por menor registró 1.913.400 ocupados, 8.400 más que en el mismo trimestre del año anterior (+0,4%).

Las comunidades con mayor crecimiento interanual de la ocupación en el comercio al por menor en el cuarto trimestre de 2016 han sido Asturias (+16,5%), Aragón (+11,4%), Castilla-La Mancha (+6,3%), Cataluña (+5,4%) y Región de Murcia (+5,2%).

En términos intertrimestrales, en el cuarto trimestre de 2016, las comunidades con mejor comportamiento en cuanto al número de ocupados fueron Aragón (+6,7%) y la Comunidad de Madrid (+2,2%).

Ocupados en el comercio minorista por comunidades autónomas 4ºT 2016			
CCAA	Número	Variación anual	
		Número	%
España	1.913.400	8.400	0,4
Andalucía	315.400	-21.700	-6,4
Aragón	50.800	5.200	11,4
Asturias	50.900	7.200	16,5
Baleares	58.200	700	1,2
Canarias	104.200	-6.700	-6,0
Castilla-La Mancha	72.800	4.300	6,3
Castilla y León	91.100	-9.600	-9,5
Cataluña	330.400	17.000	5,4
C. Valenciana	213.200	8.300	4,1
Extremadura	32.700	-2.100	-6,0
Galicia	108.100	4.900	4,7
C. Madrid	273.800	-3.100	-1,1
Murcia	56.600	2.800	5,2
País Vasco	81.500	-1.200	-1,5
Resto CCAA	73.700	2.500	3,5

Fuente: EPA del INE.

Las CCAA con mejor comportamiento en cuanto al número de ocupados en el año 2016 fueron Principado de Asturias (+11,7%), Castilla-La Mancha (+7,1%), Baleares (+7,0%) y País Vasco (+5,6%).

4.3 Afiliados a la Seguridad Social:

En diciembre de 2016, los afiliados totales a la Seguridad Social del comercio minorista eran 1.889.098, 32.646 más que en el mismo mes del año 2015 (+1,8% interanual), siendo ya 35 meses consecutivos de aumentos interanuales (desde febrero de 2014).

En diciembre de 2016 todas las comunidades autónomas han experimentado aumentos interanuales de afiliados en el comercio minorista.

La media de afiliados a la Seguridad Social en el comercio minorista en el año 2016 fue de 1.849.955, 34.436 más que en el año 2015.

En el año 2016, todas las comunidades autónomas han tenido un crecimiento positivo en el número de afiliados. Las comunidades con un crecimiento interanual de afiliados igual o superior a la media nacional en el año 2016 fueron Baleares (+4,0%), Canarias (+3,0%), Comunidad Valenciana (+2,4%), Cataluña (+2,4%), Andalucía (+2,1%), Murcia (+2,0%), .

Media de afiliados totales en el comercio minorista. Año 2016 y 2015.				
	Año 2016	Año 2015	Variación en nº	Variación en %
Nacional	1.849.955	1.815.519	34.436	1,9
Andalucía	311.566	305.075	6.491	2,1
Aragón	49.632	49.439	193	0,4
Asturias	41.926	41.484	442	1,1
Canarias	101.706	98.714	2.991	3,0
Cantabria	22.874	22.674	200	0,9
Castilla y León	87.707	87.355	351	0,4
Castilla La Mancha	63.727	63.228	499	0,8
Cataluña	325.823	318.232	7.591	2,4
C. Valenciana	200.682	195.922	4.760	2,4
Extremadura	36.432	36.427	5	0,0
Galicia	107.029	105.644	1.385	1,3
Baleares	51.933	49.915	2.018	4,0
La Rioja	10.885	10.807	78	0,7
C. Madrid	271.117	266.152	4.966	1,9
Murcia	54.404	53.326	1.078	2,0
Navarra	22.288	21.990	297	1,4
País Vasco	83.459	82.486	974	1,2
Ceuta	3.148	3.129	19	0,6
Melilla	3.617	3.517	100	2,8

Fuente: número de afiliados al comercio minorista a fin de mes. Seguridad Social. Ministerio de Empleo y Seguridad Social.

4.4 Paro registrado:

Según el Servicio Público de Empleo Estatal (SEPE), el paro registrado en el comercio minorista descendió un 8,0% en diciembre de 2016 con respecto al mismo mes del año anterior (28.773 parados menos). El comercio minorista registra la trigésima séptima caída interanual consecutiva del paro registrado (caídas interanuales todos los meses desde diciembre de 2013).

Paro registrado en el comercio minorista. Año 2016 y 2015.				
Meses	Nº parados 2016	Nº parados 2015	Variación interanual (nº)	Variación interanual (%)
Enero	377.790	406.164	-28.374	-7,0%
Febrero	381.148	411.425	-30.277	-7,4%
Marzo	374.933	405.882	-30.949	-7,6%
Abril	368.879	396.446	-27.567	-7,0%
Mayo	358.704	384.530	-25.826	-6,7%
Junio	340.995	367.910	-26.915	-7,3%
Julio	329.278	355.771	-26.493	-7,4%
Agosto	329.854	356.985	-27.131	-7,6%
Septiembre	342.513	369.564	-27.051	-7,3%
Octubre	348.115	377.362	-29.247	-7,8%
Noviembre	345.987	374.785	-28.798	-7,7%
Diciembre	332.227	361.000	-28.773	-8,0%

Fuente: Servicio Público de Empleo Estatal (SEPE)

La media de parados en el año 2016 fue de 352.535, con un descenso de parados del 7,4% respecto al año 2015 (28.117 parados menos). La media de parados en el año 2016 ha descendido en todas las CCAA.

CCAA	Año 2016	Año 2015	Variación en nº
Andalucía	80.421	84.923	-4.502
Aragón	7.336	8.170	-834
Asturias	8.828	9.423	-594
Baleares	5.728	6.644	-916
Canarias	29.270	31.008	-1.737
Cantabria	4.360	4.615	-255
Castilla-La Mancha	14.027	15.165	-1.139
Castilla y León	15.811	17.352	-1.541
Cataluña	48.339	53.891	-5.552
Comunidad Valenciana	39.264	42.564	-3.300
Extremadura	8.848	9.116	-268
Galicia	20.150	21.872	-1.723
C. de Madrid	37.922	41.047	-3.124
Región de Murcia	11.017	11.965	-948
Navarra	3.538	3.860	-322
País Vasco	14.244	15.347	-1.103
La Rioja	1.681	1.869	-187
Ceuta	881	883	-1
Melilla	870	939	-69
Total	352.535	380.652	-28.117

Fuente: Servicio Público de Empleo Estatal (SEPE)

5. La empresa comercial:

5.1 Dimensión de la empresa comercial.

En el comercio minorista en España están presentes empresas de reducida dimensión. Conforme a los datos del Directorio Central de Empresas para el Comercio (DIRCE) del INE, en España había, a 1 enero de 2016, 462.450 empresas activas en el comercio al por menor (14,3% del total de empresas). Respecto a la condición jurídica de las empresas del comercio minorista un 68,2% corresponde a personas físicas, un 23,8% a sociedades de responsabilidad limitada y un 1,0% a sociedades anónimas. El 6,9% restante corresponde a otras formas jurídicas.

Por Comunidades Autónomas el número de empresas de comercio minorista, a 1 de enero de 2016, se refleja en la siguiente tabla:

Empresas activas por CC.AA	2016
Nacional	462.450
Andalucía	90.226
Aragón	11.909
Asturias, Principado de	9.725
Balears, Illes	10.627
Canarias	20.258
Cantabria	5.462
Castilla y León	25.263
Castilla - La Mancha	21.500
Cataluña	72.878
Comunidad Valenciana	50.597
Extremadura	12.361
Galicia	29.795
Madrid, Comunidad de	53.423
Murcia, Región de	14.611
Navarra, Comunidad Foral de	6.480
País Vasco	21.545
Rioja, La	3.261
Ceuta	986
Melilla	1.543

Fuente: Directorio Central de Empresas (DIRCE) del INE

Respecto a los asalariados de las empresas del comercio minorista, en enero de 2016, un 51,6% de las empresas no presenta asalariados (238.584). Un 46,9% (216.855 empresas) son microempresas de 1 a 9 asalariados, un 1,3% (6.038 empresas) son pymes de 10 a 49

asalariados, un 0,2% (738 empresas) son medianas de 50 a 249 asalariados y un 0,05% (235 empresas) son grandes empresas con 250 o más asalariados⁶.

Empresas activas del comercio minorista - asalariados	2016
Total	462.450
Sin asalariados	238.584
De 1 a 9	216.855
De 10 a 49	6.038
De 50 a 249	738
> 250	235

Fuente: Directorio Central de Empresas del INE

El número de locales del comercio minorista, en enero de 2016, es de 576.211 (15,8% del total de establecimientos).

Por Comunidades Autónomas el número de locales de comercio minorista, a 1 de enero de 2016, son:

Locales activos por CCAA	2016
Nacional	576.211
Andalucía	109.712
Aragón	15.419
Asturias, Principado de	12.486
Balears, Illes	13.932
Canarias	27.348
Cantabria	6.794
Castilla y León	31.384
Castilla - La Mancha	25.610
Cataluña	93.096
Comunidad Valenciana	62.999
Extremadura	14.696
Galicia	37.233
Madrid, Comunidad de	66.950
Murcia, Región de	17.646
Navarra, Comunidad Foral de	7.917
País Vasco	26.074
Rioja, La	4.079
Ceuta	1.174
Melilla	1.662

Fuente: Directorio Central de Empresas (DIRCE) del INE

⁶ Véase la Recomendación de la Comisión, de 6 de mayo de 2003, sobre la definición de microempresas y pequeñas y medianas empresas.

Microempresa es una de menos de 10 empleados y cuya facturación o balance general anual no supera los 2 millones de euros. Pequeña empresa es una con menos de 50 empleados y cuya facturación anual o balance general anual no supera los 10 millones de euros. Mediana empresa, menos de 250 empleados y cuya facturación anual no excede los 50 millones de euros o cuyo balance general anual no excede los 43 millones de euros.

5.2 Empresas con actividad comercial on line. Análisis por sectores de actividad comercial que más despuntan en el ámbito del comercio on line.

- **Nuevos hábitos de consumo.** Los datos sobre acceso a internet y comercio electrónico, según los datos que arroja la encuesta INE sobre equipamiento y uso de Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) en los hogares, 2016 son:
 - ✓ En 2016, el 81,9% de las viviendas con al menos un miembro de 16 a 74 años dispone de acceso a internet.
 - ✓ El porcentaje de personas que han comprado a través de internet en los últimos tres meses aumenta 2,8 puntos, alcanzando una penetración del 34,9% de la población. Una de cada tres personas de 16 a 74 años de edad ha comprado a través de internet en los tres últimos meses.
 - ✓ Más de 17 millones de personas (el 50,1% de la población) han realizado operaciones de comercio electrónico alguna vez en su vida.
 - ✓ Los productos/servicios más comprados son alojamiento de vacaciones (por el 55,1% de las personas que han comprado a través de internet en el último año), material deportivo, ropa (52,4%), otros servicios para viajes (49,0%) y entradas para espectáculos (46,9%).
 - ✓ Respecto a 2015, los usuarios de comercio electrónico han comprado más veces por internet, pero se han gastado menos en los tres últimos meses.
 - ✓ El número medio de compras se sitúa en torno a 4,3 compras (0,3 puntos más que en 2015) y el gasto medio estimado es de unos 270 euros en esos tres meses (10 euros menos que el año anterior). Por lo tanto, el gasto promedio de cada compra se aproxima a los 63 euros (siete menos que en 2015).

- Qué se compra (volumen de negocio y transacciones):
 - ✓ Según el último informe ONTSI⁷ los sectores que siguen liderando el negocio online son los relacionados con el turismo (billetes de transporte y reservas de alojamiento), junto con la ropa, complementos y artículos deportivos y las entradas a espectáculos.
 - ✓ Según los últimos datos de la Encuesta sobre el uso de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) y del comercio electrónico en las empresas (Año 2015) el 20,1% de las empresas con 10 o más empleados realizaron ventas mediante comercio electrónico en el año 2015. El volumen de negocio generado por estas ventas alcanzó los 218.218 millones de euros,

⁷ Estudio sobre comercio electrónico B2C 2015, edición 2016, del Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información del Ministerio de Energía, Turismo y Agenda Digital.

con un aumento del 10,1% respecto a 2014. Las ventas a través de comercio electrónico representaron el 15,7% del total de ventas efectuadas por las empresas de 10 o más empleados, frente al 14,4% del año anterior. El comercio al por mayor y al por menor y reparación de vehículos a motor y motocicletas se encuentra entre las ramas de actividad con mayor porcentaje de empresas que realizaron ventas a través de comercio electrónico (27,3%).

- ✓ Según los últimos datos de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC)⁸ el comercio electrónico supera en España los 6.166 millones de euros en el tercer trimestre de 2016, un 16,3% más que el año anterior. Los sectores de actividad con mayores ingresos fueron las agencias de viajes y los operadores turísticos, con el 16,3% de la facturación total; el transporte aéreo, con el 11,6% y las prendas de vestir, en tercer lugar, con el 5,0%.
- ✓ Los ingresos de comercio electrónico dentro de España (compras hechas en España a webs españolas) han aumentado un 16,9% interanual hasta los 2.550,2 millones de euros. Los hipermercados, supermercados y tiendas de alimentación suponen el 3,4% de la facturación dentro de España.
- ✓ En cuanto a la segmentación geográfica, las webs de comercio electrónico en España se llevaron el 57,3% de los ingresos en el segundo trimestre de 2016. El 42,7% restante correspondió a compras con origen en España hechas en webs extranjeras.
- ✓ El saldo neto exterior (la diferencia entre lo que se compra desde el extranjero a sitios webs españoles y lo que se compra desde España al extranjero) arrojó un déficit de 1.650,7 millones de euros.
- ✓ Por número de transacciones, el 43,9% de las compraventas se registran en webs españolas y el 56,1% en webs del extranjero.
- ✓ En el comercio minorista, los sectores de actividad por volumen de negocio en el segundo trimestre de 2016 fueron:

⁸ Datos de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) en su informe sobre comercio electrónico 3 Trimestre de 2016.

Sectores de actividad del comercio minorista por volumen de negocio en el 3ºT 2016		
Sector de actividad	Rama de actividad (CNAE)	Volumen de negocio
Prendas de vestir	47.71	306.408.576
Marketing directo	47.99	247.479.790
Hipermercados, Supermercados y Tiendas de Alimentación.	47.11	123.907.586
Electrodomésticos, Imagen y Sonido	47.42	178.455.577
Discos, Libros, periódicos y papelería Alimentación	47.61+47.63	115.159.549
Calzados y Artículos de cuero	47.72	61.046.521
Perfumería, Cosméticos y Artículos de tocador	47.75	53.925.754
Juguetes y artículos de deporte	47.65	60.584.858
Grandes almacenes	47.19	57.370.417
Artículos de regalo	47.78	51.467.894
Semillas, Flores, Plantas y Animales de Compañía	47.76	35.405.924
Muebles, Iluminación y Hogar	47.59	23.877.919
Otro comercio especializado en alimentación	47.29	11.793.360
Bienes de segunda mano	47.79	6.575.310
Ventas genéricas por internet	47.91	2.579.122
Carburantes para automoción	47.30	3.023.446
Bebidas	47.25	2.550.713
Productos de tabaco	47.26	610.805
Panadería, confitería y pastelería	47.24	195.972
Artículos médicos y ortopédicos	47.74	138.470

Fuente: Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (datos del 3º trimestre de 2016)

- ✓ Si nos fijamos en el número de transacciones, en el tercer trimestre de 2016 se registraron más de 97 millones de operaciones, un 32,7% más. El marketing directo y los discos, libros, periódicos y papelería lideraron el ranking por compraventas (8,2% y 7,1% respectivamente).
- ✓ En el comercio minorista, los sectores de actividad por número de transacciones en el tercer trimestre de 2016 fueron:

Sectores de actividad del comercio minorista por nº de transacciones en el 3ºT 2016		
Sector de actividad	Rama de actividad (CNAE)	Número de transacciones
Marketing directo	47.99	7.973.518
Discos, Libros, periódicos y papelería	47.61+47.63	6.974.488
Prendas de Vestir	47.71	4.817.100
Hipermercados, supermercados y tiendas de alimentación	47.11	1.741.579
Juguetes y artículos de deporte	47.65	909.166
Electrodomésticos, Imagen y sonido	47.42	942.329
Artículos de regalo	47.78	948.970
Calzado y artículos de cuero	47.72	794.796
Perfumería, cosméticos y artículos de tocador	47.75	617.879
Semillas, flores, plantas y animales de compañía	47.76	510.778
Grandes almacenes	47.19	1.086.998
Ventas genéricas por internet	47.91	64.864
Bienes de segunda mano	47.79	176.452
Muebles, iluminación y hogar	47.59	169.894
Otro comercio especializado en alimentación	47.29	117.949
Bebidas	47.25	56.766
Carburantes para automoción	47.30	32.805
Panadería, confitería y pastelería	47.24	4.600
Productos de tabaco	47.26	2.742
Artículos médicos y ortopédicos	47.74	1.073

Fuente: Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (datos del 3º trimestre de 2016)

- Respecto al pago: Según el último informe ONTSI (Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información), la tarjeta de crédito/débito sigue siendo la forma de pago preferida a la hora de hacer la compra (67,2%), mientras Paypal se consolida como segunda opción de preferencia (22,9%). El pago contra reembolso cada vez es más minoritario (11,2%) y el pago a través del móvil no termina de despegar (0,5%).
- El perfil del comprador online sigue siendo, como en años anteriores, similar al del perfil tradicional de internauta: más intensivo entre los hombres, los grupos de edad

de 25 a 49 años, con estudios secundarios o universitarios, de nivel socioeconómico medio y medio alto, y residentes en hábitats urbanos (más de 100. 000 habitantes). El perfil del nuevo comprador en 2015 es el de mujeres con edades entre 35 y 49 años y, en menor medida, de 15 a 24 años. Residentes en poblaciones grandes (más de 100 mil habitantes), de clase social media y sin niños.

En el comportamiento de los compradores online se observan tendencias que apuntan hacia cambios de hábitos:

- ✓ El hogar sigue siendo, sin duda, el lugar preferido para realizar las compras (92,2%).
- ✓ Se mantiene la irregularidad en la frecuencia. Seis de cada diez compradores declara no tener una frecuencia fija para este tipo de operaciones.
- ✓ La búsqueda online incrementa significativamente su presencia como el principal método de búsqueda de información y de comparación de precios (un 74,1% de los compradores online recurren a este medio). En esa búsqueda, debe destacarse, además, el crecimiento del uso de dispositivos móviles, aunque todavía sigue siendo minoritario frente al ordenador convencional.
- ✓ Los sitios web que venden exclusiva o principalmente por internet se consolidan como primer canal de compra (62,7%) seguidos de las web de fabricante (42,9%). Las tiendas con establecimiento físico y venta online experimentan un empuje importante respecto a 2014.

6. El turismo como motor del comercio.⁹

El turismo ha sido uno de los motores de la recuperación de la economía española. Ya en el año 2015 asistimos a un nuevo record en la llegada de turistas extranjeros. Se alcanzó la cifra de 68,1 millones de turistas internacionales, un 4,9% más que en el año anterior.

En el año 2016 el número de turistas aumenta un 10,3%, alcanzando los 75,6 millones de turistas internacionales.

En este periodo, las comunidades autónomas que más turistas han recibido son: Cataluña (con 17.988.830); Illes Balears (con 13.011.876); Canarias (con 13.297.883); Andalucía (con 10.641.469); y Comunidad Valenciana (7.828.996).

6.1 El turismo de compras. Análisis de gasto turístico.

Además del significativo número de turistas extranjeros, el gasto turístico ha aumentado correlativamente. Si en el año 2015 los turistas internacionales realizaron un gasto turístico de 67.385 millones de euros, con un incremento interanual del 6,8%, en el año 2016 el gasto total aumenta un 9,0% respecto al mismo periodo del año anterior, lo que supone 77.625 millones de euros. En el año 2016, las comunidades autónomas que concentran mayor gasto acumulado son: Cataluña (con 17.328 millones de euros), Canarias (con 15.36), Baleares (con 13.006) y Andalucía (con 11.384).

Conforme a los datos provisionales que publica el INE en la Encuesta de Ocupación Hotelera y el dato provisional del número de pasajeros de cruceros, según estadística de Puertos del Estado, los datos de los municipios en los que se han declarado zonas de gran afluencia turística (ZGATs) declaradas conforme al art. 5.5 de la Ley 1/2004, de Horarios Comerciales han sido los siguientes:

⁹ Fuente: Encuesta de movimientos turísticos en fronteras (Frontur) y Encuesta de gasto turístico (Egatur) del INE.

MUNICIPIOS DECLARADOS ZGAT DE CONFORMIDAD CON LO DISPUESTO EN EL ARTÍCULO 5.5 DE LA LEY DE HORARIOS COMERCIALES

	Habitantes a 01/01/2016	Pernoctaciones de todo el año 2016 (dato provisional)	Pasajeros de cruceros de todo el año 2016 (dato provisional)
Madrid	3.165.541	18.010.021
Barcelona	1.608.746	19.547.867	2.687.365
Valencia	790.201	3.864.404	403.264
Sevilla	690.566	4.976.022	21.010
Zaragoza	661.108	1.742.437
Málaga	569.009	2.378.148	444.176
Palma de Mallorca	402.949	8.281.992	1.808.026
Palmas de Gran Canaria (Las)	378.998	1.250.681	1.105.093
Bilbao	345.122	1.627.807	86.598
Alicante/Alacant	330.525	1.750.537	89.000
Córdoba	326.609	1.589.541
Granada	234.758	3.289.521
Cartagena	214.759	1.129.581	187.813
Sta. Cruz de Tenerife	203.585	540.622	884.179
Gijón	273.422	826.867	32.724
A Coruña	243.978	904.036	126.735
Oviedo	220.567	933.322
Jerez de la Frontera	212.830	638.993
Almería	194.515	719.870	28.692
Donostia/San Sebastián	186.064	1.276.739
Santander	172.656	808.943	4.801
Salamanca	144.949	1.074.876
Marbella	140.744	2.782.881
León	126.192	731.865
Valladolid	301.876	700.987
Burgos	176.008	722.438
Vigo	292.817	719.175	169.093
Cádiz	118.919	544.221	385.067
Total	12.728.613	83.364.394	8.463.636

Fuentes: INE Padrón Municipal 2016, INE Encuesta de Ocupación Hotelera 2016, Mº de Fomento Puertos del Estado 2016

En la actualidad en toda España están declaradas 696 zonas de gran afluencia turística en un total de 549 municipios.¹⁰

Como consecuencia de la aplicación del art. 5.5 de la Ley de Horarios Comerciales durante el año 2016 procede la declaración en 2 ciudades: Murcia y Pamplona por superar el umbral de pernoctaciones.

Murcia contó en 2016 con 686.978 pernoctaciones, con un 18,8% más que en 2015.

Pamplona en 2016 registró 615.939 pernoctaciones, con un 5,2% más que en 2015.

MUNICIPIOS QUE EN EL 2016 CUMPLEN LOS REQUISITOS PARA SER DECLARADOS ZGATS DE CONFORMIDAD CON LO DISPUESTO EN EL ARTÍCULO 5.5 DE LA LEY DE HORARIOS COMERCIALES			
	Habitantes a 01/01/2016	Pernoctaciones de todo el año 2016 (dato provisional)	Pasajeros de cruceros de todo el año 2016 (dato provisional)
Murcia	195.650	686.978
Pamplona	441.003	615.393

A la vista de los umbrales previstos, para declarar zonas de gran afluencia turística, según el art. 5.5 la Ley 1/2004 de horarios comerciales¹¹:

- ✓ Las ciudades que se encuentran dentro del umbral señalado en la Ley de horarios comerciales aglutinan 12.728.613 habitantes, conforme a las cifras oficiales del INE en el Padrón Municipal 2016, un 27,3% del total de la población española.
- ✓ Las pernoctaciones en 2016, conforme de Encuesta de Ocupación Hotelera del INE 2016, en estas ciudades alcanzó la cifra de 83.364.394, lo que supone un 25,3% del total de pernoctaciones en España.
- ✓ El número de pasajeros de cruceros, conforme a los datos de Puertos del Estado en 2016, supone 8.463.636 de pasajeros, lo que representa el 99,0% del total de cruceristas en España.

De los indicadores que miden el impacto turístico de las referidas ciudades, en pernoctaciones y en pasajeros de cruceros se obtienen los siguientes datos:

¹⁰ Fuente: DGCI. Dato actualizado a 10 de Noviembre de 2016 con información aportada por las CCAA.

¹¹ El art. 5.5 de la Ley 1/2004, de 21 de diciembre, de horarios comerciales, modificado por Real Decreto Ley 20/2012 y por la Ley 18/2014, de 15 de octubre, de aprobación de medidas urgentes para el crecimiento, la competitividad y la eficiencia, señala lo siguiente:

En todo caso, en los municipios con más de 100.000 habitantes que hayan registrado más de 600.000 pernoctaciones en el año inmediatamente anterior o que cuenten con puertos en los que operen cruceros turísticos que hayan recibido en el año inmediato anterior más de 400.000 pasajeros, se declarará, al menos, una zona de gran afluencia turística aplicando los criterios previstos en el apartado anterior. Para la obtención de estos datos estadísticos se considerarán fuentes las publicaciones del Instituto Nacional de Estadística y de Puertos del Estado.

Pernoctaciones que se registran en municipios ZGAT, hasta diciembre de 2016, según la Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH)¹²			
	2015	2016	Var 16/15 (%)
Madrid	17.818.431	18.010.021	1,1
Barcelona	18.537.357	19.547.867	5,5
Valencia	3.582.031	3.864.404	7,9
Sevilla	4.618.027	4.976.022	7,8
Zaragoza	1.532.893	1.742.437	13,7
Málaga	2.246.494	2.378.148	5,9
Palma de Mallorca	7.879.826	8.281.992	5,1
Palmas de G. Canaria (Las)	1.150.653	1.250.681	8,7
Bilbao	1.578.443	1.627.807	3,1
Alicante/Alacant	1.591.118	1.750.537	10,0
Córdoba	1.537.267	1.589.541	3,4
Granada	3.146.870	3.289.521	4,5
Cartagena	1.021.177	1.129.581	10,6
Sta. Cruz de Tenerife	523.008	540.622	3,4
Gijón	846.338	826.867	-2,3
A Coruña	840.483	904.036	7,6
Oviedo	877.373	933.322	6,4
Jerez de la Frontera	619.432	638.993	3,2
Almería	678.362	719.870	6,1
Donostia/San Sebastián	1.181.817	1.276.739	8,0
Santander	745.094	808.943	8,6
Salamanca	1.062.326	1.074.876	1,2
Marbella	2.856.336	2.782.881	-2,6
León	714.576	731.865	2,4
Valladolid	659.155	700.987	6,3
Burgos	659.465	722.438	9,5
Vigo	604.169	719.175	19,0
Cádiz	541.428	544.221	0,5

¹² Encuesta de ocupación hotelera del INE. Datos provisionales a diciembre 2016.

Pasajeros de cruceros que se registran en municipios ZGAT, hasta diciembre de 2016, según la Estadística mensual de Pasajeros de Cruceros de Puertos del Estado.¹³			
Autoridad Portuaria	2015	2016	Var 16/15 (%)
A Coruña	140.451	126.735	-11,26
Alicante	82.316	89.000	8,12
Almería	17.304	28.692	65,81
Bahía de Cádiz¹⁴	411.455	385.067	-6,41
Baleares	1.958.848	1.808.026	-7,70
Barcelona	2.540.302	2.687.365	5,79
Bilbao	70.542	86.598	22,76
Cartagena	150.795	187.813	24,55
Gijón	16.140	32.724	102,75
Las Palmas	1.252.052	1.105.093	-11,74
Málaga	418.503	444.176	6,13
Santa Cruz de Tenerife	933.417	884.179	-5,28
Santander	8.614	4.801	-44,27
Sevilla	17.730	21.010	18,50
Valencia	371.374	403.264	8,59
Vigo	204.979	169.093	-17,51

6.2 Gasto turístico a través de tarjetas de pago extranjeras utilizadas en operaciones realizadas en España.

El gasto turístico también se puede medir a través de las operaciones de compra y retirada de efectivo realizadas en España con tarjetas extranjeras en terminales y cajeros adheridos a los sistemas de medios de pago (Sistema 4B, S.A, Sistema Euro 6000 y ServiRed Sociedad Española de Medios de Pago S.A).¹⁵

La diferencia entre el Gasto en destino que proporciona Egatur y el gasto total con tarjetas se debe, principalmente a los siguientes motivos:

- Transacciones que los turistas efectúan en nuestro país con dinero en efectivo.
- Métodos de pago bancarios diferentes de los recogidos por las tarjetas (transferencias, cheques, talones).
- Métodos de pago en pasarelas de pago electrónicas o virtuales (Paypal, tarjetas virtuales, Contacless, Wallet, IUPay, Yaap Money, etc).

El análisis realizado por Turespaña sobre los facilitados por los tres sistemas de medios de pago arroja los siguientes resultados:

¹³ Datos provisionales que publica Puertos del Estado del número de pasajeros en régimen de crucero turístico en los puertos estatales, según Autoridad Portuaria.

¹⁴ Dato de cruceristas de Bahía de Cádiz agrupa a cinco puertos: Muelle de Cádiz, Muelle de Cabezuela-Puerto Real, Muelle de la Zona Franca (Cádiz) y Muelle de El Puerto de Santa María.

¹⁵ Datos facilitados a la DG comercio interior por el Sistema 4B, Sistema Euro 6000 y ServiRed.

- ✓ El valor total de las transacciones realizadas durante el año 2016 asciende a un importe de 29.208,2 millones de euros, superando en casi tres mil millones los 26.696 millones de euros lo que supone un crecimiento del 9,4% respecto al 2015.
- ✓ Se han llevado a cabo más de 323 millones de operaciones con tarjeta; el 86% de ellas compras y el 14% reintegros. El importe gastado en estas operaciones (29.208,2 millones de euros) sigue manteniendo una vez más la proporción 3/4 y 1/4 entre compras y reintegros, con el 75,4% de las compras (22.032,5 millones de euros) y el 24,6% de reintegros en efectivo (7.175,6 millones de euros).
- ✓ Se mantiene la tendencia positiva; ya son 3 años consecutivos con crecimiento en el gasto con tarjeta superiores al 9%.
- ✓ Los mercados emisores con mayor cifra de gasto realizado son Reino Unido (5.848 M€), Francia (4.655 M€), Alemania (2.823 M€), Estados Unidos (1.866 M€), Italia (1.729 M€) y Países Bajos (1.435 M€). Estos 6 países aportan el 63% del importe operado en España con tarjetas extranjeras. Bélgica, Suiza, Noruega y Suecia completan la lista de los 10 países con mayor gasto en nuestro país.

Países	% Gasto sobre el Total
Reino Unido	37%
Francia	20%
Alemania	16%
Estados Unidos	10%
Italia	6%
Países Bajos	6%
Resto	5%

- ✓ El gasto medio por visitante se sitúa en 252 euros, con un aumento del +3,6% respecto al año pasado. Los países con mayor número de visitantes en nuestro país que generaron mayor gasto medio por visitante (GMV) en el año 2016 fueron Emiratos Árabes, Arabia Saudí, China y Estados Unidos.

Ranking 10 países con mayor GMV (€)	
Total	252€
Emiratos Árabes	1.464€
Arabia Saudí	1.429€
China	791€
Estados Unidos	698€
Chile	594€
Noruega	593€
Singapur	571€
Australia	565€
Rusia	551€
Costa Rica	535€

- ✓ Las CCAA donde mayor gasto se ha realizado en el conjunto del año 2016 han sido Cataluña (9.240 M€), Baleares (3.977 M€), Andalucía (3.935 M€), C. de Madrid (3.286 M€), Canarias (3.043 M€) y C.Valenciana (3.041 M€). Estas 6 CCAA son las mayores receptoras de gasto, y suman entre ellas el 91% del gasto realizado en España con tarjetas extranjeras.

Importe total acumulado por CCAA Año 2016			
CCAA	Importe	% Variación Interanual	%
Cataluña	9.240.838.699,6€	6,6%	32%
Baleares	3.977.296.707,0€	16,1%	14%
Andalucía	3.935.831.604,9€	10,4%	13%
C. de Madrid	3.286.050.534,7€	0,5%	11%
Canarias	3.043.161.538,6€	10,6%	10%
C. Valenciana	3.041.344.845,4€	12,7%	10%
País Vasco	725.632.786,1€	28,4%	2%
Galicia	383.280.118,5€	12,6%	1%
Castilla y León	363.025.419,1€	8,1%	1%
Murcia	328.597.677,5€	10,4%	1%
Aragón	201.900.106,7€	16,1%	1%
Navarra	183.586.757,4€	7,9%	1%
Castilla-La Mancha	126.165.843,9€	11,3%	0%
Asturias	109.762.945,2€	15,7%	0%
Extremadura	99.449.998,8€	15,6%	0%
Cantabria	96.632.598,5€	15,3%	0%
La Rioja	37.617.838,0€	20,7%	0%
Total	29.208.234.017,6€	9,4%	100%

Fuente: Explotación por Turespaña de los datos facilitados por Sistema 4B, S.A, Sistema Euro 6000 y Servired.

6.3 Operaciones de compras en terminales de punto de venta con tarjetas realizadas en España, según la estadística trimestral de tarjetas de Banco de España.¹⁶

Las tarjetas bancarias constituyen uno de los instrumentos de pago que han adquirido mayor relevancia en los últimos años. Para analizar su evolución, el Banco de España publica trimestralmente estadísticas de tarjetas de pago que permiten obtener una visión integral de dicho mercado.

¹⁶ Fuente: Información estadística de Banco de España a partir de la información suministrada por las redes españolas de tarjetas.

El año 2016 se cerró con un total de 3.045,6 millones de operaciones de compra en TPV (13,5% más que en 2015), por un importe global de 124.406,51 millones de euros, lo que supone un incremento del 10,75% respecto al 2015.

La retirada de efectivo se situó en 2016 se situó en 924.127 operaciones en cajeros.

Las operaciones, a través de los terminales de punto de venta (TPV) de los negocios, es de tres veces más que el número de retiradas de efectivo realizadas desde cajeros automáticos.

La misma tendencia, aunque en menor proporción, se produce en los importes de dichas operaciones, ya que en operaciones en TPV son mayores los importes que se registran (124.406,51 millones de euros), que el efectivo extraído de cajeros (118.275, 31 millones de euros)

El incremento de TPV es de un 4,09% en 2016 respecto al año anterior, mientras que el incremento de cajeros en 2016, es un 0,19% más que el año anterior.

El número de tarjetas en circulación agregado (de débito y crédito) con el que cerró 2016, fue de 74,51 millones de tarjetas (25,76% son de débito y un 48,75% de crédito), un 6,6% más que el año anterior.

Operaciones de compras en terminales de punto de venta (TPV). Operaciones en miles e importes en millones de euros.				
	Operaciones	% variación interanual	Operaciones	% variación interanual
2007	1.830.000	16,48%	89.395,89	12,99%
2008	1.985.168	8,48%	94.413,92	5,61%
2009	2.030.902	2,30%	91.075,50	-3,54%
2010	2.149.184	5,82%	95.184,09	4,51%
2011	2.232.631	3,88%	98.267,79	3,24%
2012	2.251.098	0,83%	97.385,29	-0,90%
2013	2.305.657	2,42%	98.534,58	1,18%
2014	2.502.611	8,54%	105.854,26	7,43%
2015	2.683.857	7,24%	112.330,26	6,12%
2016	3.045.589	13,48%	124.406,51	10,75%

Fuente: Banco de España.

Banco de España, desde mediados del año 2016, publica tanto los datos de tasas de intercambio como de descuento, agregadas e individualizadas por entidad, relativas a operaciones de tarjetas de particulares, conforme a una clasificación sectorial en 9 categorías. Esta publicación va precedida de la información que previamente suministran los proveedores de servicios de pago sobre tasas de descuento y de intercambio, percibidas por los servicios de pago en operaciones con tarjeta, con lo que se da cumplimiento de lo dispuesto en el art. 13

de la Ley 18/2014, de 15 de octubre, de aprobación de medidas urgentes para el crecimiento, la competitividad y la eficiencia.¹⁷

Además, Banco de España publica información sobre operaciones no reguladas, es decir sobre tasas de intercambio y de descuento aplicadas en tarjetas de empresa.

¹⁷ [http://www.bde.es/bde/es/areas/supervision/informacion-publ/tasas-de-descuen/Tasas de interc_9fb1a1fec58d051.html](http://www.bde.es/bde/es/areas/supervision/informacion-publ/tasas-de-descuen/Tasas_de_interc_9fb1a1fec58d051.html)

