

Unidad de Apoyo de la Dirección General de Comercio Interior*

INFORME DEL COMERCIO INTERIOR EN 2016

El comercio minorista tiene un peso fundamental en la economía española. En efecto, supone el 5,0 por 100 del PIB a precios básicos de la economía española y tiene un fuerte impacto en el mercado de trabajo, ya que es un sector intensivo en este factor productivo. En este artículo se hace un repaso exhaustivo a los principales datos e índices que proporcionan información sobre el sector, así como a su evolución, a nivel nacional y también desagregado por comunidades autónomas.

Palabras clave: comercio minorista, índice de precios al consumo, gasto turístico, tarjetas de pago. **Clasificación JEL:** E21, E31, L81.

1. Introducción

Este artículo constituye un compendio de información y análisis evolutivo del comercio interior a nivel nacional y en las comunidades autónomas¹.

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 por 100 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 por 100 del total de ocupados².

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 atribui-

dos por la Constitución al Estado (artículo 149.1 apartados 1, 6 y 13 CE), así como por algunos límites constitucionales como son, entre

* Ministerio de Economía, Industria y Competitividad.

Versión de febrero de 2017.

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 – 4º trimestre de 2016.

Con carácter complementario se proporcio-

nan 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 euros³.

Esta información permite conocer los nuevos hábitos de consumo, a través del comercia electrónica determinando el impacto del

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 pagos⁴.

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 Internet⁵.

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.

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 tercer trimestre de 2016 y aumentó su aportación al crecimiento del PIB.

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. En el tercer trimestre de 2016, el gasto en consumo final de los hogares experimentó un crecimiento anual del 2,8 por 100, cuatro décimas inferior a la del segundo trimestre de 2016 (3,2 por 100). En los tres primeros trimestres del año 2016 el gasto en consumo final de los hogares ha crecido un 3,2 por 100.

El gasto en consumo final de los hogares tuvo ya tasas de crecimiento anual positivas en todo el año 2014 (1,6 por 100) y 2015 (2,8 por 100), 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 0,6 por 100 en el tercer trimestre de 2016 y lleva en valores positivos 13 trimestres consecutivos.

2.2. Las ventas en el comercio minorista

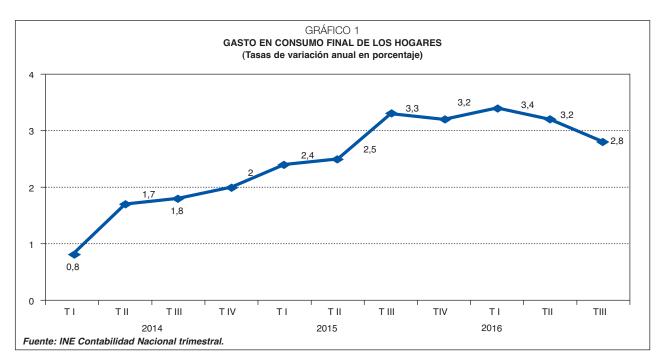
El índice de comercio al por menor (ICM) del INE tiene como objeto conocer la evolución de las ventas y el empleo en el sector del comercio minorista en España y sirve para medir la evolución de la actividad de este sector. Los índices deflactados permiten estudiar la evolución del ICM eliminando el 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.

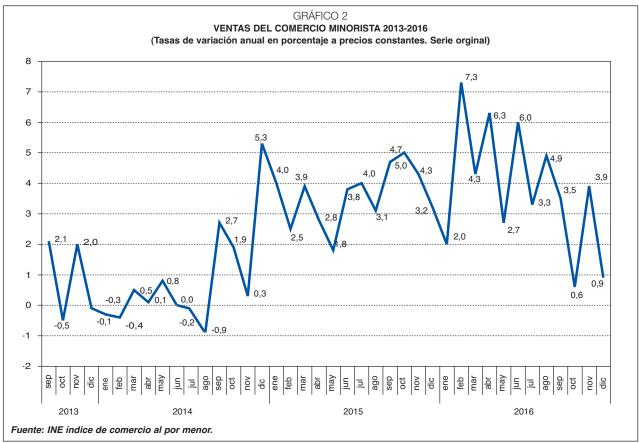
El índice general del comercio minorista, en la serie corregida de factores estacionales y de calendario, registró en diciembre de 2016 una tasa anual de ventas del 2,9 por 100, encadenando 29 meses consecutivos de aumentos. En la serie original a precios constantes, el crecimiento fue del 0,9 por 100, con 28 meses consecutivos de aumentos.

En el año 2016 las ventas minoristas aumentaron un 3,6 por 100 en la serie corregida de ▷

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 a 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).





efectos estacionales y de calendario y un 3,7 por 100 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 \triangleright

Comunidad autónoma	Tasa de variación media en lo que va de año (porcentaje)
Nacional	3,7
Andalucía	2,3
Aragón	2,9
Asturias	3,7
Balears, Illes	7,2
Canarias	6,0
Cantabria	3,0
Castilla y León	3,3
Castilla-La Mancha	3,0
Cataluña	2,7
Comunitat 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.	

crecen por tercer año consecutivo y lo hacen además ligeramente por encima de los dos años anteriores (2014 \rightarrow 1 por 100; 2015 \rightarrow 3,6 por 100).

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 la actividad comercial de cada comunidad autónoma, ya que muestra el volumen de ventas de los comercios minoristas.

En el año 2016, todas las comunidades autónomas, más Ceuta y Melilla, aumentan sus ventas respecto al mismo periodo de 2015.

Las comunidades autónomas que han tenido los mayores incrementos en el año 2016 han

sido: Illes Balears (7,2 por 100), Canarias (6,0 por 100), Comunitat Valenciana (5,7 por 100) y Comunidad de Madrid (4,6 por 100).

Por modos de distribución, en variación media, aumentaron las ventas en todos los formatos en el año 2016: empresas unilocalizadas (3,0 por 100), pequeñas cadenas (2,4 por 100), grandes cadenas (4,7 por 100) y grandes superficies (3,6 por 100).

Por tipo de producto, en variación media, aumentaron las ventas de alimentación (1,3 por 100) y del resto (5,2 por 100). Dentro del resto, han crecido en todos sus componentes: equipo personal (2,5 por 100), equipamiento del hogar (3,9 por 100) y otros bienes (4,5 por 100).

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 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 100. Por comunidades autónomas, las variaciones del IPC en el periodo enero 2016 hasta diciembre 2016 fueron las incluidas en el Cuadro 2.

En la mayoría de las CCAA, el crecimiento del IPC ha sido igual o superior a la media nacional (3,5 por 100). Las comunidades en las que el IPC ha crecido por debajo de la media nacional han sido: Illes Baleares (3,2 por 100), Canarias (3,0 por 100), Madrid (3,0 por 100) y Ceuta (3,2 por 100).

CUADRO 2

TASA DE VARIACIÓN DEL IPC POR COMUNIDAD
AUTÓNOMA (2016)

Índice	Porcentaje
Nacional	3,5
Andalucía	3,7
Aragón	3,5
Asturias	3,8
Balears, Illes	3,2
Canarias	3,0
Cantabria	3,5
Castilla y León	4,0
Castilla-La Mancha	3,9
Cataluña	3,7
Comunitat 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
Fuente: INE.	

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 por 100 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 por 100), grandes superficies (2,4 por 100), empresas unilocalizadas (0,9 por 100) y pequeñas cadenas (0,8 por 100).

En el año 2016, la ocupación en el comercio minorista ha crecido un 1,7 por 100 en

CUADRO 3
ÍNDICES DE OCUPACIÓN POR COMUNIDAD AUTÓNOMA

1,7 1,2 1,8 1,1 4,4 2,2
1,8 1,1 4,4
1,1 4,4
4,4
,
2,2
1,9
1,2
0,9
1,7
2,8
0,8
1,3
1,5
1,0
1,5
2,0
1,4
0,9
1,0

relación al mismo periodo del año anterior. La ocupación creció en el año 2016 en todas las comunidades autónomas más Ceuta y Melilla.

Las comunidades autónomas que han tenido los mayores incrementos en ocupación en el año 2016, según el índice de ocupación han sido: Illes Balears (4,4 por 100), Comunitat Valenciana (2,8 por 100), Canarias (2,2 por 100) y País Vasco (2,0 por 100) (Cuadro 3).

Por modos de distribución, en variación media, el empleo aumentó en todos los formatos en el año 2016: empresas unilocalizadas (0,9 por 100), pequeñas cadenas (0,8 por 100), grandes cadenas (3,6 por 100) y grandes supeficies (2,4 por 100).

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 por 100).

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 por 100), Aragón (11,4 por 100), Castilla-La Mancha (6,3 por 100), Cataluña (5,4 por 100) y Región de Murcia (5,2 por 100) (Cuadro 4).

En términos intertrimestrales, en el cuarto trimestre de 2016, las comunidades con mejor comportamiento en cuanto al número de ocupados fueron: Aragón (6,7 por 100) y la Comunidad de Madrid (2,2 por 100).

Las CCAA con mejor comportamiento en cuanto al número de ocupados en el año 2016 fueron: Principado de Asturias (11,7 por 100), Castilla-La Mancha (7,1 por 100), Illes Balears (7,0 por 100) y País Vasco (5,6 por 100).

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 por 100 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 (Cuadro 5).

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 mayor crecimiento interanual de afiliados en el año 2016 fueron: Illes Balears (4,5 por

100), Comunitat Valenciana (3,1 por 100), Canarias (3,0 por 100) y Cataluña (2,8 por 100).

4.4. Paro registrado

Según el Servicio Público de Empleo Estatal (SEPE), el paro registrado en el comercio minorista descendió un 8,0 por 100 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) (Cuadro 6).

La media de parados en el año 2016 fue de 352.535, con un descenso de parados del 7,4 por 100 respecto al año 2015 (28.117 parados menos).

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 por 100 del total de empresas). Respecto a la condición jurídica de las empresas del comercio minorista un 68,2 por 100 corresponde a personas físicas, un 23,8 por 100 a sociedades de responsabilidad limitada y un 1,0 por 100 a sociedades anónimas. El 6,9 por 100 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 el Cuadro 7.

CUADRO 4

OCUPADOS EN EL COMERCIO MINORISTA POR COMUNIDAD AUTÓNOMA (4° T 2016)

Comunidad autónoma	Número do corredos	Variación anual	
comunidad autonoma	Número de ocupados	Número	Porcentaje
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
Balears, Illes	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

CUADRO 5
MEDIA DE AFILIADOS TOTALES EN EL COMERCIO MINORISTA (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
Balears, Illes	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. Ministerio de Empleo y Seguridad Social.

Respecto a los asalariados de las empresas del comercio minorista, en enero de 2016, un 51,6 por 100 de las empresas no presenta asalariados (238.584). Un 46,9 por 100 (238.584 empresas) son microempresas de 1 a 9 asalariados, un 1,3 por 100 (6.038 empresas) son pymes de 10 a 49 asalariados, un 0,2 por 100 (738 empresas) son medianas de 50 a 249

asalariados y un 0,05 por 100 (235 empresas) son grandes empresas con 250 o más asalariados⁶.

⁶ Recomendación de la Comisión (6-5-2003), sobre la definición de microempresas y pequeñas y medianas empresas.

Microempresa: menos de 10 empleados y cuya facturación o balance general anual no supera los 2 millones de euros. Pequeña empresa: 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.

CUADRO 6
PARO REGISTRADO EN EL COMERCIO MINORISTA (2016 Y 2015)

	N° parados 2016	N° parados 2015	Variación interanual (nº)	Variación interanual (porcentaje)
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 Púl	olico de Empleo Estatal (SE	PE).		

CUADRO 7 EMPRESAS ACTIVAS POR COMUNIDAD AUTÓNOMA (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
Comunitat Valenciana	50.597
Extremadura	12.361
Galicia	29.795
Madrid, Comunidad de	53.423
Murcia, Región de	14.611
Navarra, Com. Foral de	6.480
País Vasco	21.545
Rioja, La	3.261
Ceuta	986
Melilla	1.543
Fuente: Directorio Control de E	mnragge (DIBCE) dal INE

Fuente: Directorio Central de Empresas (DIRCE) del INE.

El número de locales del comercio minorista, en enero de 2016, es de 576.211 (15,8 por 100 del total de establecimientos).

Por comunidades autónomas el número de locales de comercio minorista, a 1 de enero de 2016, están recogidas en el Cuadro 9.

CUADRO 8
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.		

5.2. Empresas con actividad comercial online. Análisis por sectores de actividad

Nuevos hábitos de consumo

Los datos sobre acceso a Internet y comercio electrónico, según la encuesta INE sobre equipamiento y uso de Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) en los hogares en, 2016 son: el 81,9 por 100 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 por 100 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 por 100 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 por 100 de las personas que han comprado a través de internet en el último año), material deportivo, ropa (52,4 por 100), otros servicios para viajes (49,0 por 100) y entradas para espectáculos (46,9 por 100).

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

CUADRO 9

LOCALES ACTIVOS
POR COMUNIDAD AUTÓNOMA (2016)

	_
576.211	
109.712	
15.419	
12.486	
13.932	
27.348	
6.794	
31.384	
25.610	
93.096	
62.999	
14.696	
37.233	
66.950	
17.646	
7.917	
26.074	
4.079	
1.174	
1.662	
	109.712 15.419 12.486 13.932 27.348 6.794 31.384 25.610 93.096 62.999 14.696 37.233 66.950 17.646 7.917 26.074 4.079 1.174

Fuente: Directorio Central de Empresas (DIRCE) del INE.

electrónico en las empresas (año 2015) el 20,1 por 100 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, con un aumento del 10,1 por 100 respecto a 2014. Las ventas a través de comercio electrónico representaron el 15,7 por 100 del total de ventas efectuadas por las empresas de 10 o más empleados, frente al 14,4 por 100 del año anterior. El comercio al por mayor y al por menor y reparación de vehículos a motor y motocicletas se encuentran entre las ramas de actividad con mayor porcentaje de empresas que realizaron ventas a través del comercio electrónico (27,3 por 100).

Según los últimos datos de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC)⁸ el comercio electrónico supera en >

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.

⁸ Datos de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) en su informe sobre comercio electrónico 2º trimestre de 2016

CUADRO 10
SECTORES DE ACTIVIDAD DEL COMERCIO MINORISTA POR VOLUMEN DE NEGOCIO EN EL 2°T 2016

Sector de actividad	Rama de actividad (CNAE)	Volumen de negocio
Prendas de vestir	47.71	331.506.746
Marketing directo	47.99	304.542.195
Hipermercados, supermercados y tiendas de alimentación	47.11	130.702.009
Electrodomésticos, imagen y sonido	47.42	162.179.666
Discos, libros, periódicos y papelería	47.61+47.63	85.710.722
Calzados y artículos de cuero	47.72	61.944.071
Perfumería, cosméticos y artículos de tocador	47.75	60.592.460
Juguetes y artículos de deporte	47.65	59.612.303
Grandes almacenes	47.19	50.969.969
Artículos de regalo	47.78	49.361.677
Semillas, flores, plantas y animales de compañía	47.76	40.625.324
Muebles, iluminación y hogar	47.59	25.702.658
Otro comercio especializado en alimentación	47.29	12.292.182
Bienes de segunda mano	47.79	8.106.794
Ventas genéricas por Internet	47.91	4.277.960
Carburantes para automoción	47.30	3.232.621
Bebidas	47.25	2.833.722
Productos de tabaco	47.26	595.261
Panadería, confitería y pastelería	47.24	287.698
Artículos médicos y ortopédicos	47.74	119.032

España los 5.900 millones de euros en el segundo trimestre de 2016, un 20,3 por 100 más que el año anterior. Los sectores de actividad con mayores ingresos fueron las agencias de viajes y los operadores turísticos, con el 15,6 por 100 de la facturación total; el transporte aéreo, con el 13,5 por 100 y las prendas de vestir, en tercer lugar, con el 5,6 por 100.

En el comercio minorista, los sectores de actividad por volumen de negocio en el segundo trimestre de 2016 fueron los que se reflejan en el Cuadro 10.

Si nos fijamos en el número de transacciones, en el segundo trimestre de 2016 se registraron más de 92 millones de operaciones, un 33,4 por 100 más. El *marketing* directo y los discos, libros, periódicos y papelería lideraron el *ranking* por compraventas (10,6 por 100 y 6,4 por 100 respectivamente).

En el comercio minorista, los sectores de actividad por número de transacciones en el segundo trimestre de 2016 se recogen en el Cuadro 11.

Pago

Según el último informe ONTSI, la tarjeta de crédito/débito sigue siendo la forma de pago preferida a la hora de hacer la compra (67,2 por 100), mientras Paypal se consolida como segunda opción de preferencia (22,9 por 100). El pago contra reembolso cada vez es más minoritario (11,2 por 100) y el pago a través del móvil no termina de despegar (0,5 por 100).

Perfil del comprador

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 D

CUADRO 11
SECTORES DE ACTIVIDAD DEL COMERCIO MINORISTA POR Nº DE TRANSACCIONES EN EL 2°T 2016

Sector de actividad	Rama de actividad (CNAE)	Número de transacciones
Marketing directo	47.99	9.841.507
Discos, libros, periódicos y papelería	47.61+47.63	5.916.632
Prendas de vestir	47.71	5.077.260
Hipermercados, supermercados y tiendas de alimentación	47.11	1.834.462
Juguetes y artículos de deporte	47.65	904.361
Electrodomésticos, imagen y sonido	47.42	884.392
Artículos de regalo	47.78	833.985
Calzado y artículos de cuero	47.72	769.180
Perfumería, cosméticos y artículos de tocador	47.75	652.783
Semillas, flores, plantas y animales de compañía	47.76	599.719
Grandes almacenes	47.19	438.595
Ventas genéricas por Internet	47.91	205.400
Bienes de segunda mano	47.79	205.030
Muebles, iluminación y hogar	47.59	176.275
Otro comercio especializado en alimentación	47.29	116.958
Bebidas	47.25	63.425
Carburantes para automoción	47.30	29.622
Panadería, confitería y pastelería	47.24	7.606
Productos de tabaco	47.26	3.266
Artículos médicos y ortopédicos	47.74	626

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 por 100).

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 por 100 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 por 100) seguidos de las web de fabricante (42,9 por 100). Las tiendas con establecimiento físico y venta *online* experimentan un empuje importante respecto a 2014.

6. El turismo como motor del comercio9

El turismo ha sido uno de los motores de la recuperación de la economía española. Ya en el año 2015 asistimos a un nuevo récord en la llegada de turistas extranjeros. Se alcanzó la cifra de 68,1 millones de turistas internacionales, un 4,9 por 100 más que en el año anterior.

En el año 2016 el número de turistas aumenta un 10,3 por 100, 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 >

⁹ Fuente: Encuesta de Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur) y Encuesta de gasto turístico (Egatur) del INE.

CUADRO 12

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

Fuente: INE, Padrón Municipal 2016, INE, Encuesta de Ocupación Hotelera 2016 y Ministerio de Fomento, Puertos del Estado 2016.

13.011.876); Canarias (con 13.297.883); Andalucía (con 10.641.469); y Comunitat Valenciana (7.828.996).

6.1. El turismo de compras. Análisis del 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 por 100, en el año 2016 el gasto total aumenta un 9,0 por 100 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 15.360), Illes Balears (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 municipios en los que se ubican zonas de gran afluencia turística (ZGAT) declaradas conforme al art. 5.5 de la Ley 1/2004, de Horarios Comerciales han sido reflejados en el Cuadro 12.

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 SA)12.

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

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:

- 1. 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 por 100 del total de la población española.
- 2. 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 por 100 del total de pernoctaciones en España.
- 3. 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 por 100 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 datos del Cuadro 13.

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 En 2015 se han producido en España más de 286,9 millones de operaciones con tarjetas extranjeras, por un importe de 27.281,3 millones de euros. Tan solo, en compras con tarjetas extranjeras (excluyendo la disposición de efectivo en los cajeros) estas transacciones comerciales se cifran en 244 millones de ope-

raciones, por un importe de 20.243,6 millones de euros.

En los nueve primeros meses de 2016 se han producido en España más de 255 millones de operaciones con tarjetas extranjeras, por un importe de 22.987,7 millones de

euros¹³.

El peso de las compras dentro de las operaciones realizadas se mantiene como en 2015. En los nueve primeros meses del año las compras suponen el 86,3 por 100 de las operaciones, frente al 13,7 por 100 de disposición de efectivo. De enero a septiembre de 2016, tan solo en compras se han producido más de 220 millones de operaciones, por un importe de 17.321.441.927.

Las CCAA donde mayor gasto se ha realizado en el periodo enero-septiembre de 2016 han sido Cataluña (7.377.5 millones de euros), Illes Balears (3.419,3 millones de euros), Andalucía (3.183,6 millones de euros), Comunidad de Madrid (2.588,8 millones de euros) y Comunitat Valenciana (2.488,0 millones de euros).

En cuanto a la distribución del gasto por modalidades, la información recibida de las pasarelas de pago no permite desglosar por >

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 comeciales, 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.

¹² Datos facilitados a la DG Comercio Interior por el Sistema 4B, Sistema Euro 6000 y ServiRed.

¹³ Último dato disponible a fecha de cierre de esta publicación.

CUADRO 13

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

Autoridad Portuaria	2015	2016	Variación 2016/2015 (porcentaje)
A Coruña	140.451	126.735	-11,26
Alicante	82.316	89.000	8,12
Almería	17.304	28.692	65,81
Bahía de Cádiz ¹	411.455	385.067	-6,41
Balears, Illes	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

¹ 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.

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

CUADRO 14
PERNOCTACIONES QUE SE REGISTRAN EN MUNICIPIOS ZGAT, HASTA DICIEMBRE DE 2016,
SEGÚN LA ENCUESTA DE OCUPACIÓN HOTELERA (EOH)

	2015	2016	Variación 2016/2015 (porcentaje)
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

CUADRO 15 IMPORTE TOTAL ACUMULADO POR COMUNIDAD AUTÓNOMA ENERO-SEPTIEMBRE 2016

Comunidad autónoma	Importe en euros	% Variación interanual	Porcentaje
Cataluña	7.343.757.123,0	5,4	32
Balears, Illes	3.408.307.149,6	14,6	15
Andalucía	3.097.453.907,3	10,1	13
C. de Madrid	2.451.805.622,3	-0,3	11
C. Valenciana	2.395.073.717,2	12,7	10
Canarias	2.170.190.448,0	10,8	9
País Vasco	579.191.150,3	27,4	3
Galicia	305.127.578,0	9,7	1
Castilla y León	286.547.806,6	6,8	1
Murcia	254.533.949,0	9,0	1
Total	22.987.715.443,6	8,7	100

Fuente: Turespaña a partir de los datos facilitados por Sistema 4B SA, Sistema Euro 6000 y Servired.

CUADRO 16 DISTRIBUCIÓN POR TIPOLOGÍA DEL GASTO

Concepto del gasto	% sobre gasto en destino (Egatur)*	Importe pagos tarjetas (euros)	Importe reintegros tarjetas (euros)
Alojamiento	14,4	2.494.918.972,4	816.149.911,7
Transporte	12,9	2.237.708,479,4	732.009.976,3
Alquiler de coches	2,5	441.343.251,7	144.374.330,3
Compra de comestibles	10,1	1.756.969.095,7	574.748.193,5
Restaurantes	22,8	3.946.632.888,0	1.291.041.560,3
Actividades	15,2	2.632.637.114,3	861.200.933,6
Compras	14,3	2.476.872.204,4	810.246.366,0
Otros gastos	7,7	1.334.359.921,3	436.502.244,7
Total	100,0	17.321.441.927,2	5.666.273.516,4

* Los datos de Egatur se refieren al periodo enero-septiembre 2016. Fuente: Turespaña.

categoría de pago, por lo que este se va a inferir del desglose por conceptos proporcionado por Egatur, obteniendo la distribución del gasto

realizado con tarjetas extranjeras en el Cuadro 16.

6.3. Operaciones de compras en terminales de punto de venta con tarjetas realizadas en España¹⁴

En el tercer trimestre de 2016 se registraron 789.937 operaciones de compras en terminales de punto de venta (13,81 por 100

respecto al mismo periodo del 2015), por importe de más de 32,7 millones de euros, lo que supone un 11,16 por 100 respecto al mismo periodo de 2015.

2015 se cerró con un total de 2,6 millones de operaciones de compra en TPV (7,24 por 100 más que en 2014), por un importe global de 112.330,26 millones de euros, lo que supone un incremento, del 6,12 por 100 respecto al 2014.

El número de tarjetas en circulación con el que cerró 2015 fue de 69,92 millones, un 3,34 por 100 más que el año anterior.

En el tercer trimestre de 2016, el número de tarjetas agregado (de débito y crédito) ha sido de 71,93 millones, un 5,38 por 100 más que en el mismo periodo del año anterior. >

¹⁴ Información estadística de Banco de España a partir de la información suministrada por las redes españolas de tarjetas. Dato estadístico del tercer trimestre 2016.



TÍTULOS PUBLICADOS EN 2016

























Página web: www.revistasice.com