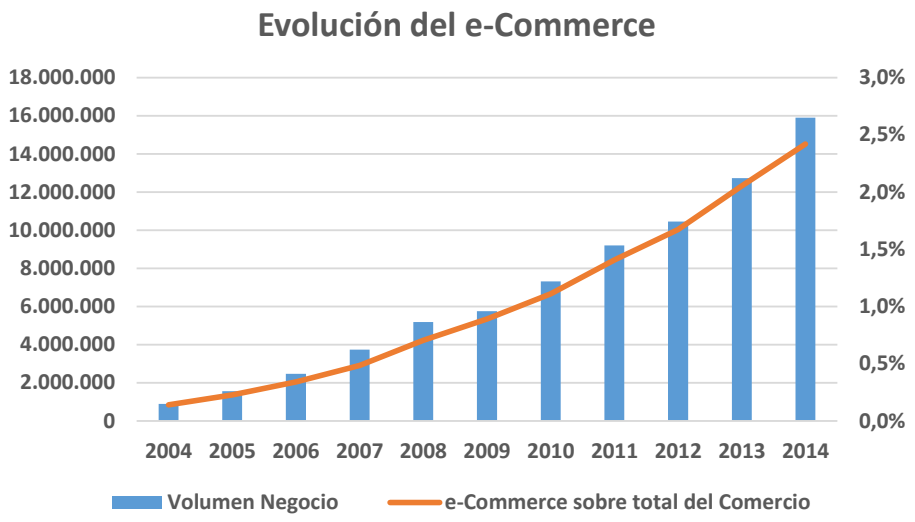
13/02/2017

Ficha: I.6

Impacto de la Nueva Economía sobre el comercio: Comercio Electrónico

Volumen de Negocio (miles de euros)

Año	e-Commerce	Var. Anual	Total Comercio	Var. Anual	e-Commerce sobre Total Comercio
2004	890.000	-	635.789.986	-	0,1%
2005	1.547.706	73,9%	678.445.782	6,7%	0,2%
2006	2.464.502	59,2%	722.510.220	6,5%	0,3%
2007	3.739.900	51,8%	772.150.887	6,9%	0,5%
2008	5.183.797	38,6%	735.326.295	-4,8%	0,7%
2009	5.751.690	11,0%	645.138.868	-12,3%	0,9%
2010	7.317.632	27,2%	658.327.923	2,0%	1,1%
2011	9.200.704	25,7%	654.532.895	-0,6%	1,4%
2012	10.455.119	13,6%	625.704.047	-4,4%	1,7%
2013	12.731.000	21,8%	619.685.550	-1,0%	2,1%
2014	15.891.300	24,8%	656.526.509	5,9%	2,4%



Fuente: elaboración propia N-economía a partir de datos INE y CNMC

Los efectos de la Nueva Economía a nivel macroeconómico son muy variados, desde avances tecnológicos que cambian la forma en que se produce en las industrias hasta cambios en los hábitos de consumo. Para analizar esto último, desde N-Economía no encontramos mejor variable que el comercio electrónico, medido a través del volumen de negocio que genera en las empresas. Tal como es posible observar, el e-Commerce es cada vez más representativo, teniendo año a año un mayor peso sobre el total del comercio, pero además, mostrando tasas de crecimiento realmente elevadas, incluso durante los años de crisis.

Promotores-patrocinadores

Cámara Madrid · MONDRAGON · Telefónica · CEPREDE

Empresas Colaboradoras:
Asociación de Marketing de España (MKT), Asociación Española de Supermercados (ACES), Ayuntamiento de Madrid – Área de Gobierno de Economía y Participación Ciudadana, BBVA, Banco Santander, Bluebottlebiz, CEPYME, Comunidad de Madrid – Consejería de Economía y Hacienda, El Corte Inglés, Empathia, Evea, Federación de Empresas de Publicidad y Comunicación (La FEDE), FIAB, Fundación Universidad Empresa, Gobierno Vasco, Iberdrola, Junta de Andalucía, Junta de Castilla y León, Kutxabank, Neobis, Red Eléctrica de España, Sareb, Schneider Electric España y Siemens