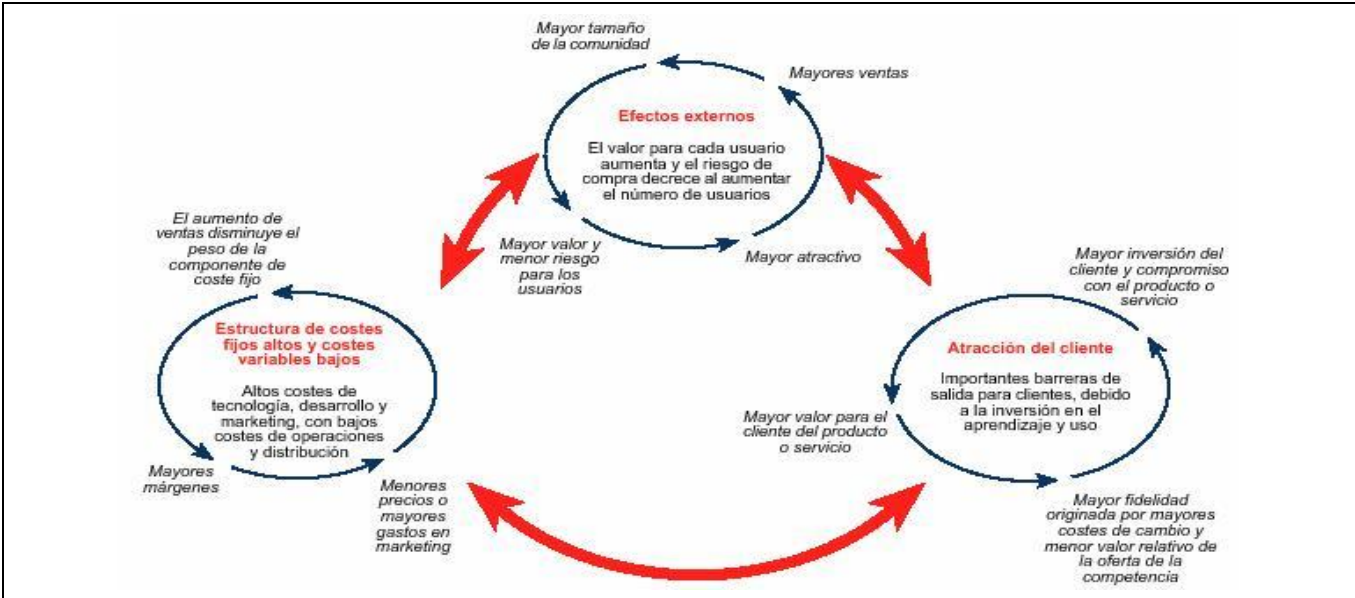


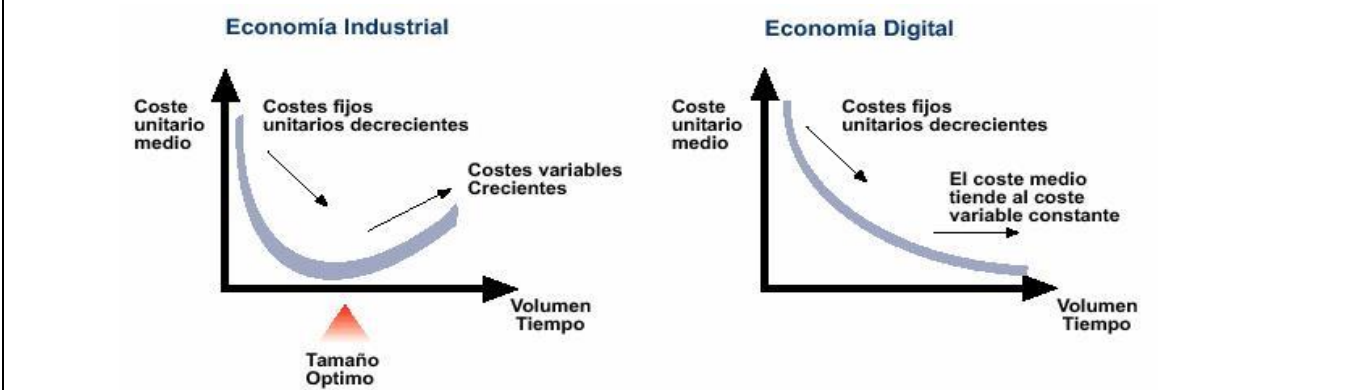
14/03/2016

Ficha: V.2

La economía digital y sus rendimientos



Tanto la globalización del mercado, como la adopción de las TIC han introducido grandes cambios en la economía. Por una parte, este mercado global permite acceder a un número mayor de clientes, lo cual se traduce en un aumento de la cifra de ventas y por tanto una disminución del peso de los costes fijos, y por otra las sinergias derivadas del uso de las TIC han conseguido reducir los costes, y por lo tanto los precios.



A partir de las aplicaciones generadas por la nueva economía, los costes marginales (coste de producir una unidad adicional) han descendido y por esto la estructura de los rendimientos empresariales ha cambiado. Hay que tener en cuenta que en el caso de los bienes digitales, no existe un proceso de fabricación en términos análogos al de los bienes industriales, sino un proceso de desarrollo y uno de duplicación con diferentes proporciones, por otra parte los costes de distribución están reduciéndose gracias al empleo de las TIC. En definitiva, el tamaño óptimo de la empresa es mayor y sus rendimientos crecientes tienen mayor propensión a mantenerse estables en el tiempo.

Fuente: elaboración propia N-economía (2016) utilizando gráficos de Andersen Consulting, Esp@ña on-line, BSCH

Promotores-patrocinadores



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, Comunidad de Madrid – Consejería de Economía y Hacienda, El Corte Inglés, Federación de Empresas de Publicidad y Comunicación, Fundación Mapfre, Empathia, Eeva, Fundación Universidad Empresa, Gobierno Vasco, Iberdrola, Junta de Andalucía, Junta de Castilla y León, Kutxabank, Neobis, Red Eléctrica de España, Schneider Electric España, Siemens y Zurich.