

13/09/2021

IV. Valoración de los efectos sectoriales de la nueva economía

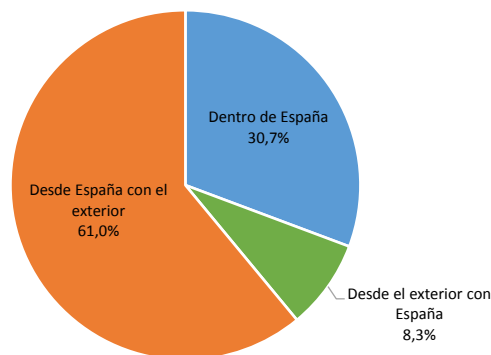


Ficha: IV.9

E-Commerce: distribución geográfica y por actividad

Actividades	% Volumen de negocio del comercio electrónico					Dinámica (2020)
	2019 (4T)	2020 (1T)	2020 (2T)	2020 (3T)	2020 (4T)	
Prendas de vestir	-	6,6%	9,4%	7,5%	9,8%	
Suscripción de canales TV	2,7%	2,6%	4,5%	3,5%	5,1%	
Juegos de azar y apuestas	3,9%	4,1%	3,7%	4,4%	4,9%	
Hipermercados, supermercados y tiendas de alimentación	-	-	4,1%	3,0%	3,8%	
Administración pública, impuestos y Seg. Social	-	-	2,1%	3,5%	3,5%	
Electrodomésticos, imagen y sonido	-	-	3,9%	-	3,4%	
Grandes almacenes	2,4%	-	3,8%	-	3,3%	
Servicios auxiliares a la intermediación financiera	-	2,7%	2,9%	2,9%	2,9%	
Restaurantes	-	-	-	-	2,6%	
Agencias de viaje y operadores turísticos	12,5%	12,5%	-	5,3%	2,3%	

Transacciones del comercio electrónico por distribución geográfica



Fuente: elaboración propia N-economía a partir de CNMC

En 2020, el uso del comercio electrónico en España se incrementó un 5,8% respecto a 2019, lo que nos situó muy cerca de la media europea. Estas diez ramas son las que mayor porcentaje de volumen de negocio presentaron en el último trimestre de 2020, representando el 41,6% del total. Destaca la caída de las ramas relacionadas con el sector turístico, de las que tan sólo se mantienen en el ranking las Agencias de viaje y operadores turísticos, consecuencia directa de la pandemia. De ahí que haya cambiado la composición, en cuanto a ramas de actividades,

