

afirma que ha aumentado su productividad; de ellas, un 26% declara que la mejora ha sido radical<sup>6</sup>.

## 2.2 Evolución del comercio electrónico y transformación sectorial

Como acabamos de comentar en el epígrafe anterior, el comercio electrónico de los hogares constituye la partida más importante a la hora de cuantificar el impacto económico directo de Internet. Según los datos del informe *El comercio electrónico en España a través de entidades de medios de pago-Año 2011*<sup>7</sup>, de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, el volumen de negocio anual del comercio electrónico ha pasado de 890 millones de euros en 2004 a 9.200 en 2011 (tabla 12) En apenas siete años se ha multiplicado por más de diez. Durante la crisis económica, sufrió una ralentización en 2009, para volver a crecer con fuerza en 2010 y en 2011. Los datos de transacciones muestran la misma evolución, con la particularidad de que la recuperación de los dos últimos años es significativamente mayor que en el volumen de negocio, que aumentó un 27,2% en 2010 y un 25,7% en 2011, mientras que esos porcentajes se elevan al 34,8% y al 30,9%, respectivamente, en el caso de las transacciones.

El análisis de las ramas de actividad con una mayor presencia en el comercio electrónico (tabla 13) permite visualizar cambios sustanciales en este ámbito. Por lo que se refiere al volumen de negocio, el sector del turismo y el de transporte son los grandes protagonistas, ya que acaparan más del 38% del total en sus distintas ramas. Un porcentaje muy significativo

Tabla 12 – Evolución del comercio electrónico en España. 2004-2011

	Volumen de negocio		Transacciones	
	Total	% de variación anual	Total	% de variación anual
2004	890.031.766	100	11.596.209	78,7
2005	1.547.706.448	73,9	19.795.332	70,7
2006	2.464.510.528	59,2	30.904.614	56,1
2007	3.740.055.810	51,8	46.737.871	51,2
2008	5.183.816.091	38,6	66.259.630	41,8
2009	5.751.732.784	11,0	74.223.527	12,0
2010	7.317.634.932	27,2	100.051.561	34,8
2011	9.200.730.838	25,7	131.001.832	30,9

**Fuente:** Elaboración Fundación Encuentro a partir de Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, *El comercio electrónico en España a través de entidades de medios de pago - Año 2011*.

<sup>6</sup> Fundación Telefónica (2012), p. 65.

<sup>7</sup> [http://www.cmt.es/c/document\\_library/get\\_file?uuid=fba77966-c1ad-49fd-9ffe-01225b475af9&groupId=10138](http://www.cmt.es/c/document_library/get_file?uuid=fba77966-c1ad-49fd-9ffe-01225b475af9&groupId=10138)