

Índice

1. Resumen ejecutivo	5
2. Datos generales sociodemográficos	8
2.1. Datos generales sociodemográficos	8
2.2. Habitantes Digitales	9
2.3. Distribución población digital	13
2.4. Acceso a la red (banda ancha)	17
2.5. Otros datos digitales	19
2.6. Otros datos	21
3. La oferta digital	23
3.1. El e-commerce ¿Qué empresas venden en el entorno digital? ¿Sectoros más punteros?	23
3.1.1. Comercio B2C	23
3.1.2. Comercio B2B	25
3.1.3. Comercio B2G	26
3.1.4. Contenidos digitales	27
3.2. Operativa / barreras de entrada	28
3.2.1. Entorno regulatorio	28
3.2.2. Fiscalidad y barreras existentes	29
3.2.3. Medios de pago	31
3.2.4. Logística	31
3.3. Comunicación / publicidad	32
4. Análisis de la demanda	37
4.1. Cuantificación de la demanda potencial	37
4.2. Comportamiento y hábitos de los consumidores	40
4.3. Portales de venta donde acuden los consumidores / empresas	43
4.3.1. E-marketplaces	43
4.3.2. Tiendas con venta online y establecimiento físico	44
4.4. Medios de acceso al conocimiento del producto	46
4.5. Presencia de marcas españolas online	48
5. Perspectivas y oportunidades	49
6. Otra información de interés	51
6.1. Puntos de encuentro profesionales	51
6.2. Organizaciones relacionadas	52
6.3. Otra información de interés	54
7. Siglas y acrónimos	57



icex