

Índice

1. Resumen ejecutivo	4
2. Datos generales sociodemográficos	7
2.1. Datos generales sociodemográficos	7
2.2. Panorama digital	8
2.3. Habitantes Digitales	9
2.4. Acceso a la red (banda ancha)	11
2.5. Otros datos digitales	13
2.6. Gobierno digital	16
3. La oferta digital	17
3.1. El <i>e-commerce</i>	17
3.2. Tendencias actuales y perspectivas del sector	20
3.3. Operativa / Barreras de entrada/ Regulación	23
3.4. Registro de marcas	33
3.5. Comunicación / publicidad	34
3.6. Presencia de Marcas Españolas Online	35
4. Análisis de la demanda	37
4.1. Cuantificación de la demanda potencial	37
4.2. Comportamiento y hábitos de los consumidores	42
4.3. Portales de venta donde acuden los consumidores / empresas	44
4.4. Ejemplos de Estrategia omnicanal en Corea del Sur	49
4.5. Medios de acceso al conocimiento del producto	52
5. Consejos para la venta online en Corea del Sur	55
5.1. Recomendaciones para la venta online.	55
5.2. ¿Cómo establecer un negocio online en Corea del Sur?	56
6. Otra información de interés	58
6.1. Puntos de encuentro profesionales	58
6.2. Organizaciones relacionadas	58
6.3. Direcciones de interés	59
7. Referencias	60