

# Índice

<b>1. Resumen ejecutivo</b>	<b>4</b>
<b>2. Datos generales sociodemográficos</b>	<b>7</b>
2.1. Datos generales sociodemográficos	7
2.2. Habitantes Digitales	8
2.3. Distribución población digital	10
2.4. Acceso a la red (banda ancha)	12
2.4.1. Redes fijas	12
2.4.2. Redes móviles	12
2.5. Otros datos digitales	13
<b>3. La oferta digital</b>	<b>15</b>
3.1. Auge de la transformación digital	15
3.2. El eCommerce ¿Qué empresas venden en el entorno digital? ¿Sectores más punteros?	16
3.2.1. Cosmética y cuidado personal	19
3.2.2. Comida y bebida	20
3.3. Operativa / barreras de entrada	23
3.3.1. Entorno regulatorio	23
3.3.2. Logística	25
3.3.3. Formas de pago	27
3.3.4. Fiscalidad	28
3.4. Comunicación / publicidad	29
3.4.1. Publicidad digital	29
<b>4. Análisis de la demanda</b>	<b>33</b>
4.1. Cuantificación de la demanda potencial	33
4.2. Perfil de los usuarios del comercio electrónico	35
4.3. Comportamiento y hábitos de los consumidores	36
4.4. Portales de venta donde acuden los consumidores / empresas	40
4.5. Medios de acceso al conocimiento del producto	47
4.5.1. Canales de marketing de los principales eMarketplaces	47
4.5.2. Redes sociales	50
4.6. Presencia de marcas españolas en el canal online	52
<b>5. Perspectivas y oportunidades</b>	<b>59</b>
<b>6. Otra información de interés</b>	<b>61</b>
6.1. Puntos de encuentro profesionales	61
6.1.1. Ferias	61
6.2. Organizaciones relacionadas	62
6.2.1. Administraciones públicas	62
6.2.2. Asociaciones profesionales	62