Características y argumentos a favor del mercado:

* Aumento de los canales de comunicación (Internet, teléfono, mensajería, urgente,etc.).
* Falta de tiempo para acercarse a superficies comerciales.
* Dispersión geográfica.
* Globalización de los mercados.

Barreras de acceso al mercado:

* Desconocimiento de la promoción y modos de comercialización a través de medios telemáticos.
* Necesidad de asegurarse unos canales de distribución1 ágiles.
* Medios de pago poco adaptados al sector.