

Proyecto de Tesina

**E-moda y gestión logística. Análisis del comercio electrónico en pymes españolas.**

Master en Comercio y Finanzas Internacionales. Universidad de Barcelona.

Francine Marieta Costa Cesário da Silva  
2012/2013

## 1. Título de la tesina

e-moda y gestión logística. Análisis del comercio electrónico en pymes españolas.

## 2. Introducción

Los avances de la tecnología, de los transportes y las comunidades intensifican el comercio al igual que la apertura de las fronteras nacionales a los intercambios, y con ellos, favorecen el crecimiento económico. Internet permite el aprovechamiento de oportunidades en mercados extremadamente amplios y facilita a estos intercambios.

El comercio electrónico, o e-commerce, se puede definir como cualquier forma de transacción o intercambio de información comercial basada en la transmisión de datos sobre redes de comunicación como internet<sup>1</sup>. Generalmente en este sistema de transacciones se usan medios de pago electrónicos, como tarjetas de banco, si bien también se pueden realizar pagos convencionales como transferencias. El e-commerce hoy ya es una realidad y una alternativa más que consolidada ya que la creciente presencia de internet y sus medios electrónicos están modificando la manera en que las empresas se relacionan con sus clientes y sus proveedores.

En el mundo existen cerca de 2.300 millones de internautas, lo que representa un tercio de la población mundial. Todos y cada uno de estos internautas son potenciales clientes para el comercio electrónico. En España, este número se reduce a 28 millones, un 66% de la población. Este mercado virtual con todos estos clientes virtuales es una fuente importante de ayudar en el desarrollo de la economía ya que tienen una contribución importante en la facturación del país. Un ejemplo de esto son que las tiendas online que batieron record de facturación en el 2011, tras ingresar 9.201 millones de euros (cifra superior a la del 2010, año en el que facturó 7.318 millones de euros)<sup>2</sup>.

La gran novedad de la revolución tecnológica de internet es que con costes muy reducidos, las pymes pueden disfrutar de los beneficios del comercio a escala global. Por supuesto aún siguen habiendo algunas barreras que dificultan la total integración de esta nueva modalidad de comercio con los pequeños empresarios. En el comercio electrónico el vendedor muchas veces es quien se hace cargo de los gastos de envío, con todo lo que esto conlleva como errores de entrega o rechazo por parte del comprador (logística inversa). Este es un cargo mucho grande, principalmente para las pymes ya que el dinero disponibles es muy pequeño, lo que un error puede ser muchas veces fatal y llevar al cierre de la empresa.

Las pymes representan más del 99% de la actividad productiva del país y son el motor de crecimiento de nuestra economía. Suponen, asimismo, un 65% del PIB y un 75% del empleo

---

<sup>1</sup> Comercio electrónico. Teresa Moreda.

<sup>2</sup> El comercio electrónico bate el récord de facturación en España. Economía. 07 de julio del 2012. EL PERIÓDICO.

privado<sup>3</sup>. Ofrecer un buen sistema logístico a la hora de distribuir los productos para hacerlos llegar al consumidor final con garantías, en el menor tiempo posible y sin que suponga un aumento del precio es uno de los principales retos que debe tener en cuenta cualquier negocio que quiera abrirse un hueco en internet.

La logística virtual va más allá de la optimización de los flujos de información. Facilita la visualización en tiempo real y simula las combinaciones posibles de los recursos logísticos, usando las modernas tecnologías digitales de la información y de las comunicaciones. La e-logística supone gestionar en tiempo real procesos logísticos por medio del despliegue de recursos y capacidades que pueden encontrarse dispersos en el ámbito organizacional y geográfico. En este nuevo modelo, la confianza se convierte en la clave.

¿Cómo pueden las pymes participaren de manera más eficiente en este nuevo modelo de comercio? ¿Cuál es el mejor modelo logístico que pueden adoptar para realizar los envíos de sus mercancías al consumidor final? ¿Cómo establecer la relación de confianza? Son muchas las preguntas que deben ser hechas antes de montarse una tienda on-line. La idea central es analizar los problemas más habituales relacionados con el e-commerce que las pequeñas y medianas empresas se enfrentan en la realización de sus actividades logísticas, de las necesidades más comunes que las empresas se plantean en sus áreas logísticas, y las mejores prácticas a aplicar en cada caso. Es importante que las empresas encuentren la forma de optimizar sus gestiones logísticas a lo largo de toda la cadena de suministro. Así podrán continuar creciendo y con ella toda la economía mundial.

### **3. Objetivos**

#### **3.1 Objetivo general**

Analizar la situación actual y las tendencias del comercio electrónico textil de las pymes españolas y su gestión logística. Los análisis serán centralizados en el B2C.

#### **3.2 Objetivos específicos**

- Analizar el comercio electrónico textil en España
- Analizar el comercio electrónico textil de las pymes
- Determinar el grado de utilización del e-commerce por las pymes en el momento de exportar.
- Analizar el impacto de la logística en el comercio electrónico y su impacto en las pymes
- Analizar las diferentes soluciones y alternativas logísticas

---

<sup>3</sup> Correos participa en el proyecto “Impulsando Pymes” Subdirección de comunicación. Grupo correos. 2012.

- Conocer las principales experiencias. Modelos de referencia y mejores prácticas internacionales (benchmarking)
- Establecer los problemas habituales, las necesidades comunes y determinar las mejores prácticas en logística.

#### **4. Metodología**

Para el desarrollo de la tesina se utilizará como base de datos publicaciones y estudios relacionados con el tema, los ya mencionados en este estudio y los que aparezcan posteriormente durante el proceso de investigación. Todo el marco teórico será basado en análisis de las fuentes primarias (libros, revistas monografías, etc.), fuentes secundarias (resúmenes y otros documentos relevantes en el tema analizado) y fuentes terciarias.

Se coleccionará datos a través de entrevistas, documentación directa e indirecta y bibliográfica. Los datos serán analizados tanto cualitativamente como cuantitativamente. Este será un estudio básicamente explicativo que buscará identificar los factores que determinan o contribuyen para el desarrollo de la problemática logística en las pymes. Se buscará conocer los antecedentes históricos del comercio electrónico hasta la actualidad y su relación con las pymes. Se buscará conocer los antecedentes históricos del comercio electrónico internacional en España en sentido prospectivo hasta la actualidad.

En resumen, el enfoque utilizado en esta investigación será mixto ya que se utilizará técnicas de los enfoques cualitativos como entrevistas, descripciones, etc... Y cuantitativas tales como recolección de datos y análisis del mismo a través de encuestas para saber las opiniones acerca del tema en cuestión. El estudio será explicativo pretendiendo explicar las causas del problema y otras cuestiones íntimamente relacionadas con éstas y correlacional. Con este proceso se puede llegar a una nueva información en este campo de conocimiento o a un nuevo problema.

#### **5. Hipótesis**

En España se observa un aumento en las operaciones de comercio electrónico principalmente en el sector textil. Se puede decir que España es un país PYME, su tejido empresarial está constituido principalmente por pequeñas y medianas empresas. Muchas de estas empresas que se "aventuran" en el e-commerce sufren serios problemas con la parte logística porque no saben como actuar y no tiene un planning bien desarrollado para esta actividad.

#### **6. Índice de Contenido**

Este es un índice de contenido provisorio que podrá ser modificado al descorrer del estudio y de la necesidad de incorporar nuevos puntos de análisis.

## Capítulo 1 – El comercio electrónico

1.1 Perspectiva histórica. Orígenes del e-commerce

1.2 Situación actual. Perspectiva empresarial del comercio electrónico.

1.3 e-moda. Participación del segmento textil en el comercio electrónico.

## Capítulo 2. – Pymes en el e-commerce

2.1 Definición de Pymes

2.2 Situación actual de las pymes en el mercado y participación en el e-commerce.

2.3. Principales pymes españolas en el segmento textil y modelos logísticos adoptados

2.4. Principales problemas en el momento de tener una e-tienda

2.5 Análisis de la problemática en la implantación y desarrollo en el comercio electrónico

## Capítulo 3- e-logística

3.1 Problemática del B2C. Tipología de cliente

3.2 Cuestiones de almacenaje

3.3 Adaptabilidad-globalidad e integración

3.4 Gastos de distribución

3.5 logística inversa

## Capítulo 4 – Estrategias de implantación y mejora

4.1 Creación de una tienda virtual

4.2 Procesos logísticos

4.3 Estrategias de mejora

4.4 Modelos existentes para pymes. Ofertas actuales de modelos logísticos/empresas

## Capítulo 5 – Casos de éxito y buenas prácticas

Capitulo 6 – Conclusiones

Capitulo 7 – Bibliografía

Anexos

## 7. Cronograma

Abajo se puede ver una tabla inicial del cronograma para el desarrollo de la tesina. La tabla podrá ser modificada acorde con los plazos establecidos para las etapas con el tutor y la fecha de entrega del trabajo final.

	11	12	01	02	03	04	05	06	07
<b>Lectura bibliográfica</b>	X	X	X						
<b>Colecta de datos en campo</b>			X	X	X				
<b>Análisis de datos</b>					X	X			
<b>Elaboración de sumario provisorio</b>						X	X		
<b>Revisión del texto</b>							X	X	
<b>Redacción definitiva</b>								X	
<b>Entrega final</b>									X

## 8. Bibliografía

Logística y Competitividad de las PYME. Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. Secretaria General de Industria. 2007.

Retrato de la PYME. Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. Subdirección General de Fomento empresarial. 2011.

e.logística. La problemática de la logística en el comercio electrónico. Junta de Castilla y León. 2008

Guia para elaboração de dissertações de mestrado. Universidade Lusíada de Vila Nova de Famalição. 207.

e-logistics (II). Comercio electrónico y gestión logística. Miguel Ángel Pesquera. LogisBOOK. 2000.

Sservicios de mensajería en Internet. Computer Hoy nº 352. Correos. 2012

Libro blanco del comercio electrónico. Guía práctica para Pymes. Gobierno de España. Adigital. 2011.

El blog de ecommerce. Correos es.

Comercio electrónico internacional. Arturo Gámez. Formación Alcalá. 2011

Logística inversa. Un nuevo reto en la gestión de la cadena de suministro y un avance hacia el desarrollo sostenible. Ana Pérez. Gestiona. Logis BOOK. 2003

M-commerce. Futuro perfecto del e-commerce de la moda. Revista Pinker nº 338. 2012.

Textil express. Suplemento nº 200. 2012