

Universidad de Barcelona

Master en Comercio y Finanzas Internacionales

Noviembre, 2015

TECNOLOGÍA & E-COMMERCE

Factores tecnológicos que han influido en el crecimiento del comercio electrónico Español

María Gabriela Vera Schaper

Y2038130E

Tabla de Contenidos

Tabla de Contenidos	2
Introducción	3
Hipótesis	5
Objetivos	6
Objetivo General	6
Marco Metodológico.	6
Índice de Contenidos Provisional	7
Revisión Bibliográfica	8
Enlaces de Interés: tendencias en logística del transporte.....	9
Cronograma	10

Introducción

Hace 20 años, en 1995, cuándo nacía Amazon.com, se daban los primeros pasos hacia el comercio electrónico; sin embargo, en aquél entonces, era increíble pensar que una pequeña librería online moldearía el futuro de las transacciones comerciales.

Hoy en día, el denominado e-commerce cumple una función preponderante en el comercio mundial, ya que crece a una tasa promedio de 17% al año desde el año 2012, y se pronostica lo propio hasta el 2017. (GEA, 2014)¹ España no es la excepción: en el 2013 reflejó un crecimiento del 18% de acuerdo a los datos suministrados por el Ministerio de Industria, Energía y Turismo en su estudio de Comercio B2C. (Urueña, A., 2014)

Ha sido tan importante la evolución del comercio electrónico, que varios han sido los gobiernos que han establecido numerosas políticas que lo estimulan, sin embargo aún quedan muchos obstáculos por sortear: entre ellos, el que atañe a la logística de dicho comercio.

Existe una alta relación entre la eficiencia y globalidad de los servicios logísticos y el crecimiento económico de los países; “(...) y –es precisamente el- auge del comercio electrónico –el que- fortalecerá ese enlace” (GEA, 2014). Sin embargo para que lo fortalezca, cada vez más se hace evidente la necesidad de establecer nuevas estructuras logísticas adaptadas a una nueva forma de comercializar, caracterizada por la pequeña escala y la globalización de las transacciones.

¹ La Global Express Association es la asociación de las empresas de transporte expreso globales: DHL

En el comercio tradicional, el transporte constituye uno de los obstáculos más importante en cuando a costes, trámites y tiempos. Estos tres elementos en el comercio electrónico son aún más críticos, ya que el consumidor en este ámbito es mucho más volátil. El internauta no realizará la compra si el coste del envío y el tiempo de espera son muy altos.

No solamente los costes y tiempos de envío varían en el comercio electrónico. También la dispersión de los destinos, los montos de las transacciones, los flujos de inventarios, el tipo de consumidor, etc. Por ello la logística que conlleva este tipo de transacciones es muy específica, y cada vez más se le presentan mayores retos.

Cuando se analizan las incidencias en el proceso de compra a través de internet, en el caso concreto español, (Urueña, 2013), del 11% de los internautas que han tenido incidencias a la hora de realizar las compras; 26% de esas incidencias se corresponden a la recepción de un producto con desperfectos y otro 26% simplemente, no recibió el producto. No son insignificantes estas proporciones.

Al estudiar las nuevas tendencias de innovación tecnológica que se están adoptando a nivel internacional, se puede observar cómo es cada vez más notorio el papel preponderante que está jugando la tecnología en la mejora y optimización de la cadena de suministro de comercio electrónico.

Casos como la realidad aumentada para la optimización del picking en almacenes o la robótica en la preparación de pedidos por parte de Amazon han construido una logística hecha a la medida para las necesidades del *e-shopper*. En suma, a lo largo de toda la cadena de suministros existen innovaciones tecnológicas que han hecho crecer al comercio electrónico.

No obstante, es el transporte (el último eslabón de la cadena) el que es más crítico a la hora de optimizar la logística propia del comercio

electrónico. El Concejo de Profesionales de la Cadena de Suministros², afirma que el 28% de los costes de envío corresponden al transporte. Si este no es eficiente, la rentabilidad de la operación se desvanece. Esta eficiencia puede ser lograda gracias a las grandes innovaciones que existen a nivel de dispositivos inteligentes, apps, y entregas personalizadas, entre otros.

Hipótesis

Dicho todo esto, surge entonces, la necesidad de conocer y analizar las novedades tecnológicas que han surgido en los últimos años en la logística de transporte aplicada al comercio electrónico. Asimismo, resulta interesante saber cuáles de estas innovaciones han logrado materializarse a nivel local y cómo han influenciado positivamente el comercio electrónico.

Las innovaciones que se han generado en el área de transporte apuntan al uso de la tecnología en la entrega personalizada, rápida y sin contratiempos. Este tipo de entrega garantiza que el internauta repita la compra y más aún, que aumente sus compras en un ámbito online. En suma, las innovaciones tecnológicas contribuyen a incrementar la confianza del *e-shopper*, lo cual se traduce en crecimiento y consolidación del comercio electrónico.

Se realizará , entonces, un análisis de las innovaciones en la logística del transporte que se han generado en los últimos años, cuáles de ellas se han logrado en España y cómo han contribuido al crecimiento del e-commerce español.

Es por ello que cabe preguntarse ¿cuáles son los avances tecnológicos en el la logística de transporte que han contribuido al crecimiento y optimización del comercio electrónico español?

² Goodman, R. (2005) Global Logistics and Supply Chain Strategies. Kuehne & Nagel

Objetivos

Objetivo General

Analizar los avances tecnológicos en la logística de transporte que han contribuido al crecimiento del comercio electrónico español

Objetivos Específicos

- Analizar la evolución del comercio electrónico español
- Analizar los factores de crecimiento presentes en el comercio electrónico español
- Determinar cuáles de esos factores corresponden a la logística de transporte

Marco Metodológico.

En el caso de esta investigación, el tipo de investigación tendrá un nivel exploratorio – descriptivo; es decir, será un estudio, por un lado, aproximativo pues no se han encontrado antecedentes sólidos sobre los cuales basarse para plantear hipótesis más específicas acerca de los avances tecnológicos que han influido en el crecimiento del comercio electrónico español. Sabemos que ha crecido, no sabemos con precisión el Por qué.

Y por otro lado, la investigación será descriptiva en el sentido que se puntualizarán los avances más importantes en cuanto a tecnología que han

penetrado en la logística del transporte y cómo esos avances han llegado - o no- al mercado español.

Esta investigación se llevará a cabo a través de revisión documental, ya que se analizarán las distintas publicaciones que se han realizado sobre tecnología y logística así como los estudios sobre comercio electrónico tanto a nivel global como local. El Internet es un mundo muy cambiante, al igual que las tecnologías, es por ello que el soporte bibliográfico de esta investigación debe ser lo más actualizado posible, para poder generar datos útiles y aplicables.

Todo ello nos proporcionará una herramienta muy valiosa para determinar cuáles han sido los avances tecnológicos que han hecho crecer el comercio electrónico español.

La lógica que se aplicará será inductiva, es decir, se analizarán la mayor cantidad de datos posibles sobre las innovaciones en el comercio electrónico para poder obtener generalizaciones sobre su influencia en el crecimiento de dicho comercio.

Índice de Contenidos Provisional

1. Introducción: Planteamiento y Justificación
2. Objetivos
 - a. Objetivos Generales
 - b. Objetivos Específicos
3. Marco Teórico
 - a. Conceptos Básicos de Comercio Electrónico
 - b. Conceptos Básicos de la Cadena de Suministro
 - c. Elementos fundamentales de la logística de transporte
4. Transporte eficiente y crecimiento del *e-commerce*
5. Nuevas tecnologías en el Transporte

- a. Robótica
 - b. Puntos de entregas móviles y personalizados
 - c. Vehículos no tripulados y Drones
 - d. Crowdshipping
6. Factores de crecimiento del comercio electrónico en España
 - a. Influencia de la tecnología en el crecimiento del e-commerce
 - b. Logística del transporte y crecimiento del e-commerce en España
 7. Conclusiones
 8. Anexos
 9. Bibliografía

Revisión Bibliográfica

Ehrhart, Christof E. (2015) Global E-tailing 2025: a study by DHL. Alemania:
<http://www.dpdhl.com>

Global Express Association (GEA) (2014) Comercio electrónico transfronterizo - Motor de crecimiento. Propuestas para reducir las barreras en la cadena de suministro

Goodman, R. (2005) Global Logistics and Supply Chain Strategies. Kuehne & Nagel

Marcelo Cabrera (2000) "La logística en Internet: a la hora señalada" . España: Intermanagers

Observatorio E-Commerce (2014) Informe sobre tendencias en Logística E-commerce para 2014. España.

Sabino, C. (1986) "El Proceso de Investigación". Caracas: Panapo.

Sampieri, R. (2010) Metodología de la Investigación. México: Mc Graw Hill

Urueña, A. (2013) Estudio sobre Comercio Electrónico B2C 2013 (ONTSI)
Barcelona: red.es

Enlaces de Interés: tendencias en logística del transporte

[https://www.dhl-](https://www.dhl-discoverlogistics.com/cms/en/course/technologies/reinforcement/first.jsp)

[discoverlogistics.com/cms/en/course/technologies/reinforcement/first.jsp](https://www.dhl-discoverlogistics.com/cms/en/course/technologies/reinforcement/first.jsp)

<http://www.freightos.com/logistics-supply-chain-technology-trends-2015/>

http://www.knportal.com/fileadmin/_public/documents/material/KNUCLRP_La stMile_Logistics.pdf

<https://www.freightos.com/top-20-the-ultimate-logistics-technology-roundup/>

