

## **INTRODUCCIÓN**

### **Las nuevas fórmulas comerciales**

La Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista, en su Exposición de Motivos, afirma: “Los profundos cambios que ha experimentado la distribución comercial minorista en España, la incorporación de nuevas tecnologías y formas de venta y el reto que ha supuesto la Unión Europea, así como la dispersión de la normativa vigente obligan a un esfuerzo legislativo de sistematización, modernización y adecuación a la realidad de los mercados.

La economía española precisa, para su adecuado funcionamiento, un sistema de distribución eficiente, que permita asegurar el aprovisionamiento de los consumidores con el mejor nivel de servicio posible y con el mínimo coste de distribución. Para alcanzar este objetivo, es preciso que el mercado garantice la óptima asignación de los recursos a través del funcionamiento de la libre y leal competencia.”

No descubrimos nada nuevo, pues, si afirmamos que la situación del comercio minorista está sufriendo una intensa transformación que le ha llevado a una crisis de funcionamiento, con profundos cambios en sus formas tradicionales que se han visto acosadas por la irrupción de nuevas y agresivas fórmulas que suponen una auténtica revolución en la forma de llegar hasta el consumidor final, objetivo último de este sector.

Dentro de estas nuevas fórmulas, destaca por su novedad y agresividad el llamado comercio on-line que, además, presenta grandes dificultades a la hora de poder garantizar la disciplina en las obligaciones fiscales y aduaneras, así como el efectivo cumplimiento de la estricta legislación que hoy protege al consumidor y que se materializa en constantes controles que, sin embargo, dejan sin escapatoria posible el comercio tradicional.

En este marco, para el comercio tradicional, se ha convertido en una cuestión de supervivencia encontrar las herramientas necesarias para definir un nuevo esquema que le resitúe en su papel de asegurar el correcto funcionamiento de la distribución de mercancías con todas las garantías exigidas para el consumidor final, conjugando esta prioridad con la renovación y optimización de las formas de participar en esta cadena.

### **Los pequeños fabricantes**

Son otro de los grandes perjudicados en este nuevo panorama en el que no encuentran ya suficiente tejido de pequeños comerciantes que les permitan poner a la venta sus productos dentro de un sistema garantista para el consumidor teniendo que asumir los costes de tener que posicionarse en un mercado paralelo cada vez más competitivo y en el que las grandes superficies van imponiendo la forma de actuar al resto de operadores.

### **Los costes del comercio on-line**

Por otra parte, el comercio de proximidad que, aunque solo sea por su visibilidad, tiene que asumir los controles y los gastos fiscales inherentes a su establecimiento comercial junto a los gastos fijos que supone tener toda una exposición abierta al público con personal cualificado que explica y prescribe las marcas, se encuentra en inferioridad de condiciones para acceder a las fórmulas de comercio on-line que, lejos de ser una solución, suponen un incremento aún mayor en los gastos.

En definitiva, aquellos que tienen establecimiento comercial abierto al público, asumiendo una costosa estructura comercial, se ven “parasitados” por otros operadores que comercian en internet pero que no participan de esos gastos, beneficiándose deslealmente de un esfuerzo que, además, sitúa a los comerciantes tradicionales en una posición claramente desfavorable.

### **La percepción del consumidor**

Con este paisaje, es difícil que el consumidor final, lógicamente mediatizado por la búsqueda de un interés legítimo, encuentre atractivos los argumentos de los comerciantes de proximidad, a los que atribuye cada vez más, de forma injusta pero lógica, falta de adaptación y poca eficacia y todo ello, mientras aprovecha sus servicios sin remordimiento alguno.

Los comercios de proximidad se ven así obligados a rivalizar con una agresiva competencia en la que ellos ponen los costes y son otros los que recogen los frutos de su trabajo.

### **Las consecuencias**

Esto les obliga a entrar en una guerra de precios que, con los medios de los que disponen, no pueden afrontar sin soportar pérdidas que, de seguir así, harán inviable esta eficaz fórmula comercial.

### **Conclusión**

Situado aquí el problema, estamos convencidos de que, pese a todo, la fórmula comercial tradicional es la que mejor garantiza la distribución y correcta entrega al consumidor de las mercancías en condiciones de calidad y fiscalidad. Es además la que mejor permite un total control de trazabilidad de los productos desde la fabricación o importación hasta la puesta en servicio de los bienes e incluso y muy especialmente, es la que mejor resuelve los problemas en la fase de posventa.

### **Soluciones**

Este diagnóstico del panorama actual nos lleva a concluir que la solución a esta crisis, debe pasar por afianzar las fórmulas tradicionales y, cualquier solución que se plantee, debe permitirle rearmarse frente a las agresiones que, aprovechando su esfuerzo, “parasitan” el sector utilizando canales paralelos que, aunque también suponen un gasto de gestión, nunca será tan grande como el de mantener una exposición abierta al público que, por otra parte, es lo que permite al consumidor final optar por un artículo concreto.

### **Nuestra herramienta**

Así nace la idea de nuestra plataforma, una herramienta que permitirá al comercio de proximidad acceder a las nuevas tecnologías sin tener que dedicar fuertes recursos económicos y formativos, sino que, por el contrario, sin grandes esfuerzos, podrá optimizar su actual forma de trabajar.

Por esta razón, el proyecto que presentamos trata de facilitar, sin alterar, las funciones de cada uno de los actores que intervienen en el actual esquema del comercio minorista.

La plataforma que presentamos aporta, en cada capa, un instrumento específico pero integrado en el conjunto, lo que permite agilizar la relación comercial entre los actores, ahorrando costes y aportando la técnica precisa para agilizar procesos que ahora se realizan de forma manual, o con herramientas dispersas e inconexas entre ellas.

## **II.- DEFINICIONES:**

### **PROVEEDOR:**

Según la RAE, “Dicho de una persona o de una empresa. Que provee o abastece de todo lo necesario para un fin a grandes grupos, asociaciones, comunidades, etc.”

A efectos de esta memoria, llamaremos proveedor a la entidad que pone mercancía disponible para la venta a disposición de, al menos, un minorista, a cambio de un precio pactado y en una cantidad y fecha también acordados.

Esta figura, por tanto, atenderá a su cliente (exclusivamente un minorista) en su demanda de suministro de algún producto.

Su roll termina en su almacén y, por tanto, la información que reciba será exclusivamente respecto de su relación comercial con un minorista y su obligación de suministro dependerá de sus pactos contractuales con éste.

### **DROP-SHIPPING:**

Wikipedia recoge que “es un tipo de venta al por menor donde el minorista no guarda los bienes en su inventario, sino que toma y pasa el pedido (y los detalles de envío) al mayorista, quien entonces despacha las mercancías directamente al cliente final.”

En nuestro caso, utilizaremos el término para definir el tipo de venta mediante el cual el proveedor pone a disposición de una plataforma logística un pedido finalista por orden y a cargo de un minorista con el que mantiene un contrato previo.

### **REPRESENTANTE:**

También llamado agente comercial, según la RAE, es un agente que se dedica a hacer operaciones de venta por cuenta ajena, recibiendo por ello una comisión.

En nuestro caso, utilizaremos este término para definir a aquella figura que, por orden de uno o varios proveedores, se encarga de abrir nuevos minoristas y gestionar las relaciones comerciales, pedidos, formas de pago, exclusividad, etc. entre los minoristas y los proveedores que tiene en su cartera.

### **PLATAFORMA:**

Llamaremos plataforma al sistema que gestiona mediante medios informáticos cada uno de los procesos que se generan entre proveedores, representantes, plataforma logística y minoristas.

### **OPERADOR LOGÍSTICO:**

El diccionario de la RAE lo define como “Empresa especializada en organizar, gestionar y controlar, por cuenta ajena, las operaciones de aprovisionamiento, transporte, almacenaje o distribución de mercancías que precisan sus clientes en el desarrollo de su actividad comercial.”

A nuestros efectos será la parte de la plataforma que tendrá encomendados los traslados y entregas de los suministros tanto a los establecimientos minoristas como a los clientes finales.

En su caso, podrá contar con un almacén regulador que pondrá a disposición de los proveedores y de los minoristas con objeto de optimizar los procesos de entrega.

Se encargará de solicitar la entrega del pedido de un minorista a su proveedor y transportarlo y entregarlo en la dirección y al destinatario que le haya indicado el minorista.

#### **MINORISTA:**

La RAE considera este término como un adjetivo “Dicho del comercio: Que se realiza al por menor”

En nuestro caso, llamaremos así a aquel operador que, teniendo establecimiento abierto al público, mantiene a la venta un catálogo de artículos bien presentes en el establecimiento o bien bajo pedido con promesa de entrega posterior.

Es la figura que mantiene, pues la relación con los clientes finales que son su activo y cuyos datos sólo él debe conocer para asegurar que la relación comercial con su cliente se establece siempre a través de su participación.

#### **CLIENTE:**

La RAE define al cliente como “Persona que compra en una tienda, o que utiliza con asiduidad los servicios de un profesional o empresa.”

En nuestro caso, el cliente será todo aquel que, de forma presencial o por medios informáticos, requiera los servicios de un minorista y le haga algún tipo de compra.

#### **PEDIDOS:**

Entenderemos como pedido cualquier demanda de uno o varios productos a un proveedor para que lo suministre en una fecha acordada y en la forma que se establezca.

Los pedidos podrán ser de grupaje, es decir, agrupando una determinada cantidad de artículos según una relación o únicos para su entrega normalmente inmediata y a un destinatario que podrá no ser el propio establecimiento.

#### **CAPAS**

Llamaremos capas de la plataforma a los diferentes grupos de perfiles según el rol con que actúan:

##### **1.- capa PROVEEDORES:**

Espacio donde los proveedores conectarán con la plataforma, volcando los datos de sus productos, condiciones de pago etc...

##### **2.- Capa REPRESENTANTES:**

Espacio donde se conectarán los catálogos de la capa de proveedores con la capa de minoristas, con capacidad para dar de alta a ambos perfiles y fijar las condiciones comerciales, así como la confección de subcatálogos asociados a los catálogos de las marcas que represente. Para ello, deberán contar con autorización previa de la capa de proveedores para el uso del catálogo que gestionan.

### **3.- Capa de PROCESOS**

Es la capa que gestiona el sistema y tramita las altas y bajas de otras capas, confeccionará los diferentes perfiles y usuarios y garantizará el buen funcionamiento de todos los movimientos que se efectúen a través de la plataforma, haciendo llegar la información necesaria a cada uno de los actores.

### **4.- Capa LOGÍSTICA**

Corresponde a esta capa la gestión de almacenaje, preparación y transporte de los artículos y podrá realizarse con medios propios de los proveedores o minoristas, externos o mixtos.

### **5.- Capa MINORISTAS**

Espacio donde los minoristas accederán a los diferentes subcatálogos que tengan activados que constituirán su propio catálogo general.

Desde aquí podrán gestionar pedidos para suministro inmediato, diferido o en drop-shipping.

### **6.- Capa CLIENTES**

Se dispondrá de un acceso a la web en la que un cliente final podrá comprar en una tienda online conectada al minorista que activará el sistema de pedidos sin necesidad de otra intervención.

Gestionará el cobro al consumidor y el pago al proveedor en la forma pactada en cada caso.

## **ESQUEMA DE FUNCIONAMIENTO:**

Se trata de desarrollar una herramienta (que llamaremos La Plataforma), que permita integrar los ERP o sistemas informáticos propios de cada uno de los actores o funciones en que se estructura la función de la distribución (que los llamaremos genéricamente “Capas”)

### **Modo de trabajo:**

Cada una de las capas tendrá un funcionamiento independiente, aunque dentro de una base de datos común, de forma que puedan interrelacionarse entre ellas.

Todos los procesos estarán supervisados por la Capa que llamamos de “Procesos” y que será la encargada de gestionar altas y bajas, así como del diseño, soporte y actualización de cada uno de los perfiles correspondientes a las otras cinco Capas.

También facilitará las diferentes relaciones que se deban producir entre las diferentes Capas para el correcto funcionamiento de la Plataforma.

**Proveedores:** Cada usuario de esta Capa contará con una interfaz que le permita volcar los datos de productos, de existencias, así como de las condiciones de pago, de suministro y de servicio, incluyendo la posibilidad de drop-shipping. A este conjunto de datos, lo llamaremos “Catálogo” y será de acceso exclusivo para cada proveedor.

**Representantes:** Los usuarios de esta Capa tendrán acceso a los datos contenidos en los Catálogos a los que les de acceso cada uno de los proveedores que gestione en su cartera.

En su interfaz, tendrán la posibilidad de construir diferentes “Subcatálogos” (uno para cada minorista) que incluirán el total o sólo una parte de los productos de cada uno de los Catálogos que gestionen. Cada subcatálogo recogerá las diferentes formas de pago que se aceptan para ese minorista por ese proveedor.

En estos Subcatálogos se indicarán todos los parámetros correspondientes a cada uno de los productos que contienen y, especialmente, las cantidades disponibles, las existencias reales para suministro inmediato y la posibilidad de drop-shipping así como las formas especiales de pago si las hubiera.

Así, los representantes de cada uno de los proveedores irán dando de alta a los diferentes proveedores y minoristas, enlazando a ambos mediante los subcatálogos y fijando las condiciones comerciales que regirán las relaciones entre ambos.

**Minoristas:** Los usuarios de esta Capa tendrán acceso a cada uno de los Subcatálogos que tengan activado, pudiendo consolidar en su “Catálogo”. Esta interfaz deberá integrarse en un TPV para venta en tienda, bien de forma directa o a través de una API.

Esta Capa deberá recoger todas las relaciones entre un minorista y su proveedor, gestionar pedidos para suministros futuros, pedidos para suministro inmediato y drop-shipping a clientes finales. También deberá servir para gestionar las diferentes formas de pago, activarlas y construir los informes que sean necesarios.

**Logística:** Cada pedido de un minorista a un proveedor, generará la correspondiente orden de recogida (a nombre del minorista) y entrega (a nombre del destinatario, sea o no el minorista) y se enviará a la empresa de transporte indicando el almacén donde se ubica el producto.

**Localización del producto:** La orden de recogida establecerá el punto donde se encuentra almacenado el producto que podrá ser el establecimiento del minorista, el almacén del proveedor o un almacén logístico externo.

**Información:** Durante este proceso (desde el pedido hasta la entrega al destinatario) la información estará accesible tanto para el minorista como para el consumidor y el proveedor (cada uno con los datos que le resulten necesarios)

**Venta directa:** En el caso de que el minorista tenga web abierta al público, la Plataforma automatizará los procesos necesarios para posibilitar el suministro al consumidor final, su cobro, su pago y su movimiento en logística y stock.

## **VENTAJAS OPERATIVAS**

### **1.- PROVEEDORES:**

Al margen de otras facilidades de gestión, la plataforma permitirá a los proveedores una mayor facilidad en la relación con sus clientes (los minoristas) al sistematizar los procesos de compra y de gestión de pedidos.

Facilitará la difusión de la marca al poder llegar con sus artículos a un mayor número de minoristas y tener una herramienta que le permitirá un mejor control de clientes y de flujo de mercancías.

Permitirá una fácil redistribución del stock disponible entre todos sus minoristas, llegando a poder hacer trasvases de stock entre dos minoristas, con un simple apunte informático, optimizando así estos procesos.

Agilizará la relación del proveedor con cada uno de sus minoristas y le permitirá conocer con mayor exactitud el comportamiento del mercado frente a su oferta, particularizando por zonas y productos, con diferentes posibilidades de informes en tiempo real y con herramientas que le permiten una redistribución de artículos en función de estos datos.

### **2.- REPRESENTANTES**

El modelo reconoce en la figura de los representantes y los mayoristas una pieza fundamental para el funcionamiento y la integra en su estructura, proporcionándoles una herramienta con una eficacia desconocida hasta ahora para incorporar nuevos proveedores en su cartera y abrir nuevos puntos de venta.

El sistema les permite conectar en tiempo real a los proveedores con los minoristas, pudiendo adaptar las condiciones de venta en diferentes fases de integración y permitiendo con ello que los minoristas puedan vender sus marcas desde el mismo momento en que se activen en la plataforma.

### **3.- LOGÍSTICA**

La plataforma permite contar con una o varias operadoras de logística que, opcionalmente, podrán almacenar parte de la mercancía como complemento a los proveedores o como reserva de los minoristas y que actuarán como reguladores del suministro, optimizando los trasvases de excedentes de unos minoristas a otros en caso de ser conveniente y sin traslado físico de la mercancía. En realidad, actuaría como un nuevo mayorista en el que los clientes podrían dejar también sus stocks para poder disponer de ellos de forma gradual.

Recibirá la información para los envíos desde la capa de los minoristas y activará un aviso al operador logístico con los datos para el envío y otro al proveedor para formalizar la fecha de recogida del artículo y active la orden de preparación del artículo a entregar.

#### **4.- MINORISTAS**

El minorista accederá a los catálogos que tenga activados por cada uno de los representantes y, de forma sencilla, podrá complementar sus pedidos y ordenar su traslado en caso necesario.

Será el minorista quien más se beneficie del sistema en cuanto a la aplicación de nuevas tecnologías en su negocio que le permitirán de forma eficaz realizar sus compras y contar con informes de ventas que, de otra forma, no le son accesibles.

También le facilitará enormemente la posibilidad de abrir nuevos proveedores y controlar sus previsiones de facturación, pagos y abastecimiento.

#### **5.- CONSUMIDORES**

El cliente final podrá disponer de una plataforma para sus compras en la que acceder en cualquier momento a la tienda de su elección, pero donde también podrá tener una oferta abundante y con garantías de suministro dentro de las exigencias actuales.

Realmente, estamos hablando de que el cliente final lo percibirá como una plataforma tipo Amazon o Aliexpress pero donde las tiendas le resultan conocidas en muchos de los casos y puede comprar con las mismas garantías de suministro y facilidades que en cualquier otra de las plataformas conocidas.

#### **6.- MEMBRESÍA**

Por otra parte, esta plataforma permitirá gestionar una membresía que permita dar condiciones especiales a los inscritos en ella, ofreciéndoles determinados servicios gratuitos que se pueden denegar a los no pertenecientes a la plataforma como pueden ser muestrario exclusivo, envíos a domicilio, explicaciones de funcionamiento de los artículos o servicios de posventa.

Así, se podría crear un ecosistema que fomentara el sentido de pertenencia que ya ha demostrado su eficacia en otras fórmulas comerciales como Costco o la misma Amazon.

## **Proyecto de plataforma de ventas**

Se trata de crear 5 áreas de trabajo configurando ERP específicos para la gestión de las empresas que pertenecen a cada una de ellas y con un sistema de relación entre las diferentes áreas.

Aunque hay algunos actores que participan de alguna forma en diferentes capas, diferenciaremos su actividad en estos grandes grupos con objeto de poder homogeneizar el funcionamiento, sin que ello sea obstáculo para que un mismo actor participe en diferentes capas.

### **1.- capa 1: PROVEEDORES:**

#### **1.a.- Objetivo**

En esta capa, cada proveedor dispondrá de un espacio exclusivo donde podrá cargar la totalidad de su catálogo y, dentro de él, podrá seleccionar los artículos que tendrá disponibles para cada minorista. Opcionalmente, la plataforma podrá conectarse con el ERP del que disponga, automatizando la mayor parte de los procesos.

Cada proveedor, tendrá un único catálogo, pero de él se extraerán los subcatálogos o “tiendas” para cada minorista donde solo se mostrarán los artículos que tenga seleccionados para este minorista y donde éste podrá consultar todas las características del artículo, así como los precios y condiciones comerciales que le son aplicables.

La relación entre el proveedor y el minorista quedará restringida, pues, al subcatálogo que le contrate y donde se configurará el espacio de relación entre ambos. Este subcatálogo, en su caso, podrán coincidir con el catálogo general del proveedor.

Este subcatálogo será una herramienta adecuada para que el minorista pueda hacer pedidos para servicio en grupaje, reservar stocks, consultar posibilidad de servicio en drop-shipping y, en general, permitir una relación comercial completa entre el proveedor y el minorista.

Podemos decir, pues que esta capa funcionaría como un enlace entre el ERP del proveedor y la parte de este que permita al minorista mantener un sistema de relación B2B con el proveedor.

#### **1.b.- Participantes**

En esta primera capa participan: Proveedores, fabricantes, distribuidores y mayoristas y, normalmente, será el representante quien active el subcatálogo y de acceso a él a los minoristas que tenga en cartera.

#### **1.c.- Catálogos y subcatálogos**

En esta capa, se gestionarán los catálogos o conjuntos de mercancías que, cada uno de los operadores ofrezcan para la distribución en las capas posteriores.

Para ello, se generará, en primer lugar, un catálogo general donde estarán registrados todos los datos referidos a los artículos que va a comercializar a través de la plataforma.

Entre los operadores que actúan en esta capa como proveedores, es donde tienen una mayor implantación los sistemas ERP de diferentes tecnologías y, por ello, la plataforma deberá ser capaz de aprovechar estos desarrollos como base para sistematizar su participación mediante alguna herramienta el volcado de datos a la plataforma.

Una vez confeccionado el catálogo general, se crearán los diferentes subcatálogos o conjunto de artículos que se van a comercializar con un minorista concreto. Al tratarse de una selección dentro de un catálogo ya creado, normalmente será el representante, conocedor del mercado local y del punto de venta quien confeccione este subcatálogo y lo ponga a disposición de los minoristas que con los que abra cuenta.

Estos subcatálogos incorporarán diferentes tarifas y condiciones comerciales (forma de pago, etc), adaptándolos así a los acuerdos B2B.

Posteriormente, cada minorista, tendrá acceso a los diferentes subcatálogos que le abra cada uno de sus proveedores y la suma de todos ellos, consolidada por la misma plataforma, constituirá el catálogo completo de cada minorista.

#### **1.d.- Stock**

Del número total de unidades disponibles de cada artículo presente en el catálogo general de un proveedor, una determinada cantidad podrá ser bloqueada en cada uno de los diferentes subcatálogos si así se acuerda entre el proveedor y su minorista, de manera que ese stock así bloqueado quede en situación de no disponible fuera de ese subcatálogo.

La idea es que, realizado un pedido por un minorista, este pedido figure en su plataforma como reservado y, cuando el proveedor vaya teniendo existencias, le pueda ir asignando la correspondiente disponibilidad para la venta, independientemente de que su envío al punto de venta sea en grupaje o en drop-shipping.

El minorista, en todo momento, debe poder acceder en su subcatálogo a la cantidad pedida, a la cantidad disponible, a la cantidad pendiente y, en su caso, a la cantidad que no recibirá por haber sido anulada por alguna razón. También sabrá si el artículo se va a servir en grupaje o quedará reservado para drop-sipping.

Lógicamente, la plataforma sólo permitirá disponer del stock disponible para cada minorista.

Aquellos artículos que no estén reservados en ningún subcatálogo y formen parte del stock general del proveedor, podrán estar disponibles para la venta común en todos o en un grupo de subcatálogos hasta agotar existencias o hasta llegar al límite que imponga el proveedor.

Los artículos podrán almacenarse en el proveedor o en una operadora logística externa que sirva de enlace.

#### **2.- Capa 2: Representantes**

Actualmente, el representante es la figura de relación entre el proveedor y el minorista. Creemos que esta figura desempeña un papel esencial en el sector de la distribución y, sin embargo, es el gran olvidado en las nuevas fórmulas comerciales.

En esta plataforma, le reservamos una relevante función, sin que ello impida que aquellos proveedores que no tengan agente comercial puedan asumir esta función de forma directa dentro de la plataforma.

El representante es quien conoce a los proveedores adecuados a cada minorista y quien ofrece a los minoristas la posibilidad de que un determinado proveedor le abra ficha de cliente; por eso será quien tenga acceso a las dos capas: proveedores y minoristas, pero sólo en la parte que a él le sea confiada por ambas partes.

También son los concededores del mercado local y, por tanto, tienen encomendada la misión de seleccionar qué artículos pueden vender y qué tiendas pueden distribuir los productos de un determinado proveedor de los que llevan en cartera.

Por esto, el usuario con perfil de representante podrá gestionar el alta de proveedores y minoristas y se le asigna la función de confeccionar y activar el subcatálogo para un minorista, fijar las condiciones comerciales, la forma de suministro, condiciones de pago etc, así como consultar y seguir las incidencias de todo tipo que se produzcan en la relación entre el minorista y proveedor y los posibles incumplimientos entre ambos.

No obstante, al tratarse de un perfil subordinado, estos permisos podrán activarse o no por el proveedor desde su propia capa.

De alguna forma son, pues los prescriptores de la plataforma y los gestores de su día a día y también ellos son los encargados de fijar las relaciones comerciales entre los proveedores y los minoristas, sirviendo de cortafuegos en la relación y pudiendo activar o desactivar los subcatálogos cuya gestión tengan encomendada.

Insistimos que, lógicamente, el perfil de usuario representante podrá asumirlo por entero el proveedor, en el caso de que no cuente con esta figura en su organización.

### **3.- Capa de PROCESOS**

La capa de procesos es el alma de la plataforma y comparte algunas similitudes de funcionamiento con las actuales tiendas on-line, aunque tiene algunas importantes peculiaridades.

Esta capa gestiona todos los procesos y será responsable del buen funcionamiento de las diferentes capas del sistema y de la relación entre ellas.

También gestionará la relación con las operadoras de logística establecidas ya en el mercado y cuya conexión permitirá disponer almacenes reguladores externos a proveedores y minoristas como ventaja añadida que aportaría una enorme agilidad al conjunto de operadores de nuestro sistema.

Implica el desarrollo de todo el sistema de hardware y software en su fase de implementación, de supervisión y actualización, así como la formación de los diferentes usuarios de cada capa.

#### **3.a.- Activación**

Crearé la estructura que permita tanto la creación de perfiles como la canalización de los flujos de información necesarios para el funcionamiento de toda la plataforma.

Implementaré las herramientas necesarias y supervisaré el funcionamiento de las mismas para gestionar el alta de nuevos usuarios en cada una de las capas de la plataforma, configurando los diferentes perfiles y posibilitando la asignación de permisos adecuados a cada uno de ellos.

En los casos que sea posible, desarrollaré las utilidades para el volcado o la introducción de datos desde las aplicaciones actualmente en uso en los diferentes perfiles de cada capa.

Crearé las herramientas necesarias para trasladar la información desde un usuario hasta el destinatario de dicha información, automatizando todos los procesos que sea posible sin detrimento de la flexibilidad necesaria para estos procesos.

### **3b.- Backoffice**

Desarrollará los backoffice necesarios para poder acceder a la plataforma desde las diferentes capas, definiendo los tipos de usuario necesarios en cada caso y creando la posibilidad de otorgar o no permisos para las diferentes funciones a cada usuario.

Crearé la estructura que permita el flujo de información entre las diferentes capas generando los informes y avisos o comunicaciones que sean necesarios en cada caso.

Desarrollará una herramienta que permita una asignación de costes en cada uno de los diferentes procesos.

### **3c.- Datos**

Configurará las bases de datos necesarias para hacer posible la activación y el funcionamiento de todos los procesos y se ocupará del alojamiento y replicación, así como del estricto cumplimiento de la LOPD.

También se responsabilizará de la configuración, supervisión, actualización, soporte y custodia del software necesario para el funcionamiento de la plataforma y no específico para el resto de las capas.

### **3.d.- Gestión de pedidos anticipados**

Los pedidos anticipados de temporada (forma habitual de compra) serán registrados en la plataforma en el momento de su aprobación por las dos partes (proveedor y minorista) y se registrará la información del momento en que la mercancía esté prevista para su puesta a disposición y las diferentes fases por las que pasen las diferentes referencias hasta su entrega final.

También recogerá y permitirá la gestión de facturación en la forma que ambas partes tengan acordado, informando de la forma de pago, fecha de vencimiento y otras particularidades.

Los pedidos podrán, pues, ser órdenes de suministro que comprometen a proveedor y minorista con la antelación suficiente que permita la fabricación de esa mercancía. Es la forma habitual del sector de la moda o de temporada.

En este caso, el sistema recogerá los pedidos realizados a cada uno de los subcatálogos que el proveedor disponga para esta función, configurando uno específico para cada minorista y uno general en el que se agruparán todos los pedidos y que servirán al proveedor para prever la fabricación necesaria.

Estos subcatálogos así configurados, estarán disponibles en un segundo plano pero de forma que, cada uno de los implicados (Proveedor, representante y minorista) puedan seguir la trazabilidad de los artículos.

Los artículos irán pasando al subcatálogo de venta solo en el momento en que el proveedor los vaya liberando como disponibles.

### **3.e.- Pedidos de suministro**

Los pedidos de servicio inmediato se activarán de forma directa desde el minorista al proveedor y tendrán que ser siempre de artículos con existencias en el subcatálogo de venta de cada proveedor para cada minorista.

Los artículos de este subcatálogo podrán gestionarse en grupaje o en drop-shipping.

Esto quiere decir que, en función de la relación comercial del minorista con el proveedor en referencia a los artículos de su subcatálogo, los artículos se podrán solicitar para suministro bien agrupados al punto de venta, en un almacén externo o bien artículos suministrados directamente al cliente final.

En todos los casos, el sistema recogerá los movimientos registrados en el subcatálogo correspondiente tanto a nivel de suministro como a nivel de disponibilidad.

Importante es garantizar el cumplimiento de la LOPD y el preservar el papel de cada uno de los actores en la plataforma por lo que, en todo momento, el pedido llegará a cada parte con los datos que tenga autorizados; es decir, los datos de los minoristas de origen llegarán al representante y al proveedor, pero los datos del cliente final sólo llegarán a la plataforma logística sin que el representante ni el proveedor tengan información sobre el mismo.

### **3.f.- Membresía**

La plataforma ofrecerá la posibilidad de establecer determinados privilegios a sus miembros y usuarios y se dispondrán las herramientas necesarias para su gestión.

## **4.- Capa LOGÍSTICA**

### **4.a.- Funciones**

Es una parte fundamental en la plataforma y actúan en ella todos los almacenistas y transportistas internos o externos a los proveedores y que son los responsables del almacenamiento, traslado y entrega de los artículos gestionados por la plataforma.

Cuando un minorista solicite un pedido a un proveedor, se iniciará un proceso por el que se enviará esta información al proveedor y a la operadora logística que corresponda.

#### **Caso 1.-**

El proveedor recibirá un pedido a nombre del minorista y será el responsable de entregar la mercancía en la fecha señalada a la empresa de logística. Ésta, dispondrá de la información necesaria para llevar al destinatario la mercancía. El destinatario podrá ser la propia tienda del minorista o algún consumidor final que, a través del minorista, ha realizado el pedido a la plataforma bien de forma directa o bien a través de una tienda on-line.

#### **Caso 2.-**

El proveedor, ha remitido un stock determinado a un almacén externo por lo que, realizado el pedido por el minorista, además del proveedor, el almacén recibirá el pedido a nombre del minorista y será el responsable de entregar la mercancía en la fecha señalada a la empresa de logística. Ésta, dispondrá de la información necesaria para llevar al destinatario la mercancía.

El destinatario podrá ser la propia tienda del minorista o algún consumidor final que, a través del minorista, ha realizado el pedido a la plataforma bien de forma directa o bien a través de una tienda on-line.

En ambos casos, la plataforma suministrará información, a través del proveedor, a la capa de logística, de todas las características del paquete para su transporte (peso, dimensiones, etc...)

De forma inmediata, se iniciará una trazabilidad para cada uno de los intervinientes en el que se informará al proveedor de los datos de recogida, al consumidor, del estado en que se encuentra y al minorista de toda la información disponible.

### **3c.- Almacenamiento**

La mercancía, actualmente la almacena fundamentalmente el minorista, quedando algunas referencias en los almacenes del proveedor como sobrantes de pedidos, pedidos fallidos o previsión para “repeticiones”.

Proponemos una nueva fórmula en la que la mercancía que llegue al minorista sea sólo la que necesita para exposición, por lo que, el resto, estará situada en los almacenes de los proveedores o, alternativamente, en almacenes externos, lo que favorecerá de forma notable la realización del drop-shipping.

### **5.- Capa MINORISTAS**

Son los que tienen la relación directa con el cliente final. Su misión es absolutamente fundamental en el funcionamiento del sistema, pero también su vulnerabilidad es la mayor de todos los actores que participan.

La plataforma le debe proporcionar una nueva forma de funcionar mucho más efectiva, pero para que sea operativa, debemos tener en cuenta algunas particularidades.

En esta capa es donde encontramos los operadores menos adaptados a las nuevas tecnologías de gestión pues, aunque cada vez hay más instalaciones de tpv en funcionamiento, en realidad, debido a las dificultades que plantean, la mayoría se utilizan como simples cajas registradoras.

La plataforma, pues, debe contar con este hándicap y facilitar el funcionamiento a los minoristas, aprovechando para ello la presencia de otros actores para los que la tecnología les resulta más “amigable”.

La plataforma servirá al minorista como un tpv que ya contiene los datos precargados por las capas más tecnificadas y que, por tanto, tendrá un funcionamiento mucho más simple y sencillo que los existentes.

Ello no obsta para que, aquellos minoristas que sean más receptivos a las nuevas tecnologías, se les pueda dotar de sistemas mucho más sofisticados y potentes, compatibles en su caso, con los ERP que utilicen.

En general un minorista debe disponer de una capa “supersencilla” dispuesta solo para la venta y para algunas consultas simples, donde los datos sean introducidos por los representantes y los proveedores, aunque con algunas funcionalidades de personalización que le permitan adaptarla a sus condiciones particulares.

En su relación con los proveedores, para el minorista, la plataforma funciona como una tienda on-line en la que puede ver los artículos que tiene asignados en cada uno de los catálogos que tiene autorizados y donde puede consultar todo tipo de propiedades de los artículos, precios de compra, precios recomendados de venta, etc...

Desde su capa, puede hacer pedidos a sus proveedores, realizar compras para que sus proveedores sirvan por drop-shipping a sus clientes o solicitar entregas de artículos en su establecimiento en grupaje.

Podrá consultar facturas, pagos pendientes, stock que tiene disponible y cada una de las operaciones realizadas en su zona de la plataforma.

## **5.- Capa CLIENTES**

Por último, el minorista podrá conectar una tienda on-line a su zona de minorista, pudiendo ofrecer los artículos que tiene en el establecimiento para una venta on-line y/o los artículos que tiene disponibles en su proveedor para venderlos por drop-shipping directamente al consumidor que compre.

La capa en la que operan los clientes es similar a las tiendas on-line que hay en funcionamiento, con claras similitudes con plataformas como Amazon o Aliexpress, donde los minoristas ofrecen sus productos (tomados de su conjunto de subcatálogos disponibles para drop-shipping) y la plataforma logística se encarga de distribuirlos a los clientes finales.

Lógicamente, debe contar con un sistema de ofertas puntuales, de priorización de minoristas, etc...

Esta capa sería el último desarrollo ya que, para su funcionamiento, necesita de la activación de todo el sistema. Sin embargo, con toda probabilidad, se podría convertir en un instrumento extraordinariamente potente para todos los participantes.

## **COSTES Y FINANCIACIÓN**

Para buscar la financiación necesaria para la puesta en marcha y el posterior mantenimiento de la plataforma, debemos buscar quienes son sus principales beneficiarios y repartir, entre ellos y de forma equitativa el coste de la plataforma.

### **BENEFICIARIOS DE LA PLATAFORMA:**

- **Proveedores**
- **Minoristas**
- **Clientes**

#### **1.- Coste de implantación de la plataforma:**

El coste de implantación viene determinado por el desarrollo informático necesario para la gestión de la plataforma y los gastos en marketing y publicidad para darla a conocer.

#### **2.- Costes de funcionamiento**

- Soporte técnico necesario para el alojamiento del software y la actualización y mantenimiento del mismo.
- Instalaciones, equipos y hardware necesario para alojamiento de las bases de datos así como la red de comunicaciones necesaria.
- Recursos necesarios para dar a conocer la plataforma y extenderla a nuevos usuarios

#### **3.- Costes de implantación y formación en cada capa.**

## **COSTES DE OPERADOR LOGÍSTICO**

- Costes de almacenamiento
- Costes generados por drop-shipping
- Costes de transporte

## **RETORNO DE COSTES:**

- Pago por operación realizada a través de la plataforma
- Pago de cuota por capacidad de uso contratada
- Sistema mixto