



GRADO DE COMERCIO

TRABAJO DE FIN DE GRADO

**“EL IMPACTO DE LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL EN
PANDEMIA”**

KRISTELL AYALA VERDEJO

FACULTAD DE COMERCIO

VALLADOLID



UNIVERSIDAD DE VALLADOLID

GRADO EN COMERCIO

CURSO ACADÉMICO 2021/2022

TRABAJO DE FIN DE GRADO

“EL IMPACTO DE LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL EN
PANDEMIA”

Trabajo presentado por: AYALA VERDEJO, KRISTELL

Tutor: LÓPEZ SAN JUAN, IVÁN

FACULTAD DE COMERCIO

VALLADOLID, 2022

INDICE DE CONTENIDO

1.	INTRODUCCIÓN	6
1.1.	OBJETIVOS	6
1.2.	MOTIVACIÓN	7
2.	MARCO GENERAL DE LA DISTRIBUCIÓN.....	7
2.1.	CONCEPTUALIZACIÓN	7
2.2.	EVOLUCIÓN	8
2.2.1.	ETAPA “PRE-COVID”:	9
2.2.2.	ETAPA “COVID”	10
2.2.3.	ETAPA “POST-COVID”	13
2.3.	LA ESTRUCTURA DE LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL	14
2.4.	LA IMPORTANCIA DE LA CADENA DE SUMINISTRO	16
2.4.1.	PROBLEMÁTICA DEL SECTOR DEL TRANSPORTE MARÍTIMO	17
2.5.	EL PEQUEÑO COMERCIO	18
3.	COMPARATIVA DE DIFERENTES EMPRESAS EN RELACIÓN CON LA CADENA DE SUMINISTRO.....	20
3.1.	EL SECTOR DEL TRANSPORTE MARÍTIMO	21
3.1.1.	Maersk.....	21
3.1.2.	MSC	23
3.2.	COMPARATIVA ENTRE LAS EMPRESA DE TRANSPORTE MARÍTIMO	25
3.3.	SECTOR DE LA INDUSTRIA FARMACÉUTICA	26
3.3.1.	JONHSON & JONHSON	26
3.3.2.	PFIZER.....	28
3.4.	COMPARATIVA ENTRE LAS EMPRESAS FARMACÉUTICAS.....	30
3.5.	SECTOR DE LA INDUSTRIA AUTOMOVILÍSTICA.....	31
3.5.1.	MERCEDES-BENZ	31
3.5.2.	KIA	33
3.6.	COMPARATIVA ENTRE LAS EMPRESAS AUTOMOVILÍSTICAS	35
3.7.	SECTOR DE LA INDUSTRIA DE LOS SUPERMERCADOS	37
3.7.1.	MERCADONA.....	37
3.7.2.	ALCAMPO	40
3.8.	COMPARATIVA ENTRE LAS EMPRESAS DE SUPERMERCADOS	41
4.	CONCLUSIONES	44
5.	BIBLIOGRAFÍA.....	47

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Evolución de la distribución comercial española de 2010 a 2019	9
Gráfico 2: Empresas líderes en distribución comercial en el año 2019	10
Gráfico 3: El porcentaje de la demanda online en España	11
Gráfico 4: Impacto de la Covid-19 en la compra online	12
Gráfico 5: Productos adquiridos a través de Internet por los consumidores online en España durante 2021, por categoría.....	13
Gráfico 6: evolución del E-commerce España.....	14
Gráfico 7: Evolución del precio de los fletes.....	18
Gráfico 8: que es lo que más valoran los españoles a la hora de comprar en los comercios de barrio 2021	20
Gráfico 9: Evolución del número de ventas Maersk España	22
Gráfico 10: Evolución del número de empleados de Maersk España.....	22
Gráfico 11: Evolución del número de ventas MSC España	24
Gráfico 12: Evolución del número de empleados MSC España	24
Gráfico 13: Evolución número de ventas Johnson & Jonhson.....	27
Gráfico 14: Evolución del número de empleados Jonhson & Jonhson	27
Gráfico 15: Evolución de los ingresos Pfizer	28
Gráfico 16: Evolución número de empleados Pfizer.....	29
Gráfico 17: Evolución de las ventas Mercedes-Benz	32
Gráfico 18: Evolución del número de empleados Mercedes-Benz	32
Gráfico 19: Evolución número de ventas Kia España.....	34
Gráfico 20: Evolución número de empleados Kia España.....	34
Gráfico 21: Evolución del número de vehículos Kia matriculados en España	35
Gráfico 22: Evolución de las ventas en Mercadona.	38
Gráfico 23: Evolución del número de empleados Mercadona	38
Gráfico 24: Porcentaje de empleados fijos y eventuales Mercadona España.	39
Gráfico 25: Cuota de mercados de los grandes supermercados en España 2021.	39
Gráfico 26: Evolución de las ventas de Alcampo España	40
Gráfico 27: Evolución del número de empleados Alcampo España.	41
Gráfico 28 evolución de las ventas de las empresas más representativas de cada sector.....	46

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Comparativa entre las empresas Maersk y MSC	25
Tabla 2: Comparativa entre las empresas Jonhson & Jonhson y Pfizer	30
Tabla 3: Comparativa entre las empresas Mercedes-Benz y KIA	36
Tabla 4: Comparativa entre las empresas Mercadona y Alcampo.....	42
Tabla 5: Evolución de las ventas de las empresas más representativas de cada sector	45

1. INTRODUCCIÓN

El estudio se centra en el análisis de la distribución comercial, en un contexto de pandemia sanitaria, económica y social.

Para conocer mejor este concepto de distribución comercial, se procederá al estudio sobre su conceptualización y evolución, incluyendo las distintas etapas que se nombrarán a lo largo del trabajo y que nos darán la información necesaria para conocer cómo ha sido la evolución de la distribución comercial antes, durante y después de la pandemia.

Más adelante hablaremos sobre la estructura de la distribución comercial, centrándonos en las dimensiones de ésta, refiriéndose al medio por el cual la empresa decide como van a ser adquiridos sus productos y los distintos flujos que existen dentro de esta.

A continuación, encontramos la parte en la que más se centra el trabajo, que el caso práctico; se realizará una comparativa de distintas empresas de cada uno de los sectores elegidos, para realizar este trabajo, de modo, que bajo unos mismos puntos en común se procederá al análisis de las empresas viendo cual es la más representativa de cada sector.

Una vez realizado este análisis y ya sabiendo que empresa es la más representativa de cada sector, en las conclusiones, escogeremos la más representativa de cada sector y se procederá a la comparativa entre sectores conociendo así cual es la empresa que mayor crecimiento ha tenido de las que se encuentran en este estudio.

Tras el análisis realizado, al final encontraremos, las líneas futuras para ver de forma breve como podría seguirse la tendencia de este trabajo.

1.1. OBJETIVOS

El objetivo principal que dio lugar a este estudio fue realizar un análisis para evaluar el sector de la distribución comercial en España, mediante el estudio de los distintos sectores y empresas que han sido clave durante estos años de pandemia.

Si nos centramos en objetivos más específicos, está el análisis de la distribución comercial en España, antes, durante y tras la crisis de la Covid-19.

También encontramos la descripción y valoración de la importancia de la cadena de suministro, incluyendo el análisis de la problemática del sector de transporte marítimo.

Finalmente, el análisis de los distintos sectores para así conocer como ha evolucionados las distintas cadenas de suministro tras las distintas crisis a las que se han tenido que enfrentar en los últimos años.

1.2. MOTIVACIÓN

El motivo principal detrás de esta investigación fue la oportunidad de evaluar el impacto de la pandemia mundial mas grande del siglo en nuestro planeta.

La pandemia nos ha familiarizado con una “nueva realidad” que seguirá existiendo. Esta nueva realidad afecta a como nos comunicamos, realizamos actividades, hábitos, cuidados y a diferentes sectores de la economía, como en el caso de la distribución comercial

2. MARCO GENERAL DE LA DISTRIBUCIÓN

En este apartado, llamado marco general de la distribución comercial hablaremos sobre varios aspectos; en primer lugar, el término de la distribución comercial viendo las diferentes acepciones que hay, en segundo lugar, nos centraremos en la evolución de las distintas etapas, en tercer lugar, veremos su estructura y finalmente hablaremos sobre la cadena de suministro y su importancia y la problemática del sector del transporte marítimo.

2.1. CONCEPTUALIZACIÓN

Antes de profundizar más y analizar las distintas partes del trabajo, vamos a definir el concepto en el que nos vamos a centrar, es en la distribución comercial y es un concepto que se puede referir de distintas formas. Este concepto se puede definir de varias maneras:

“**Distribución comercial**, es la gestión de un amplio conjunto de actividades para llevar el producto desde la fábrica al consumidor”. (Ecured, 2018)

“La **distribución comercial** es un sector de actividad con importantes repercusiones sociales y económicas en todos los países desarrollados. Además, la distribución

comercial es un instrumento o variables de marketing al igual que lo son el producto, el precio y la promoción.” (Pedro Cuesta, 2006)

Siguiendo la línea de la economía, la **distribución comercial** es “el eje organizador de los intercambios, y desde un punto de vista más social, la distribución supone una fuente de generación de empleo: el conjunto de intermediarios que constituye el sistema comercial contribuye de manera importante al valor de la producción en el conjunto de la economía, configurándose además como un sector que acoge a un buen número de empleos”. (Parra Guerrero, Miquel Peris, y Miquel Romero, 2006)

Tras a ver nombrados diferentes definiciones de autores, nombraremos el concepto clave de nuestro estudio; un sector de la economía es la **distribución comercial**, que ha surgido como barreras geográficas, económicas y financieras entre los productos y los consumidores.

2.2. EVOLUCIÓN

El ámbito de la distribución comercial en España se caracteriza por haber experimentado grandes cambios en su estructura en los últimos tiempos, fruto de la evolución de los consumidores, la población y la economía nacional. Los cambios estructurales han modernizado e internacionalizado la industria. Para este trabajo en curso, es necesario comprender la historia y la evolución del sector de la distribución comercial, para poder evaluar adecuadamente los cambios provocados por la pandemia.

La evolución de la distribución comercial en los últimos años, es el asunto que atenderemos en este apartado en estos últimos años, en la que se pueden clasificar en tres etapas u olas; en primer lugar la que llamaremos “pre-COVID”, es decir, como era la distribución comercial y como se comportaba el consumidor viendo las empresas con mayor facturación antes de la existencia de la Covid-19 , en segundo lugar, la etapa “COVID”, como se comportaba el consumidor y como era la distribución comercial cuando ésta estaba en pleno auge y confinamiento, y finalmente la etapa “post-COVID”, en la que se podría decir que nos encontramos actualmente , ya que la incidencia diaria es mucho menor.

A continuación, iremos analizando las distintas etapas nombradas, una por una, de manera que, se irá siguiendo la evolución que se ha ido teniendo a lo largo de estos últimos cuatro años.

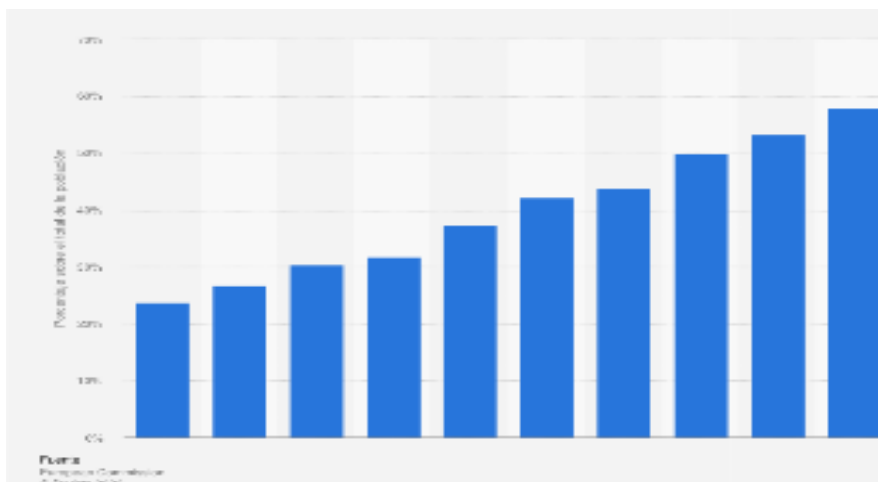
2.2.1. ETAPA “PRE-COVID”:

En esta etapa analizaremos la distribución comercial en los años 2018 a 2019, como los consumidores hemos evolucionado en cuanto a la distribución comercial.

La distribución comercial de la compañía está al alza, con un aumento de las compras online, un notable incremento del 10% respecto a 2018. La frecuencia de las compras online va en aumento, con un 27% realizando compras múltiples a la semana según la encuesta, destacándose por encima del comprador medio de entre 35 y 44 años; un 21% compra online cada 15 días, un 25% mensualmente en una sola vez, esto significó un aumento de dos puntos porcentuales en 2019 en comparación con 2018(Boletín Informativo del Instituto Nacional de Estadística 2020).

La distribución comercial española en general muestra signos de aceleración, es decir que sigue una tendencia creciente que viene impulsada por los nuevos hábitos de compra, y que hace las cifras sean mayores a medida que pasan los años.

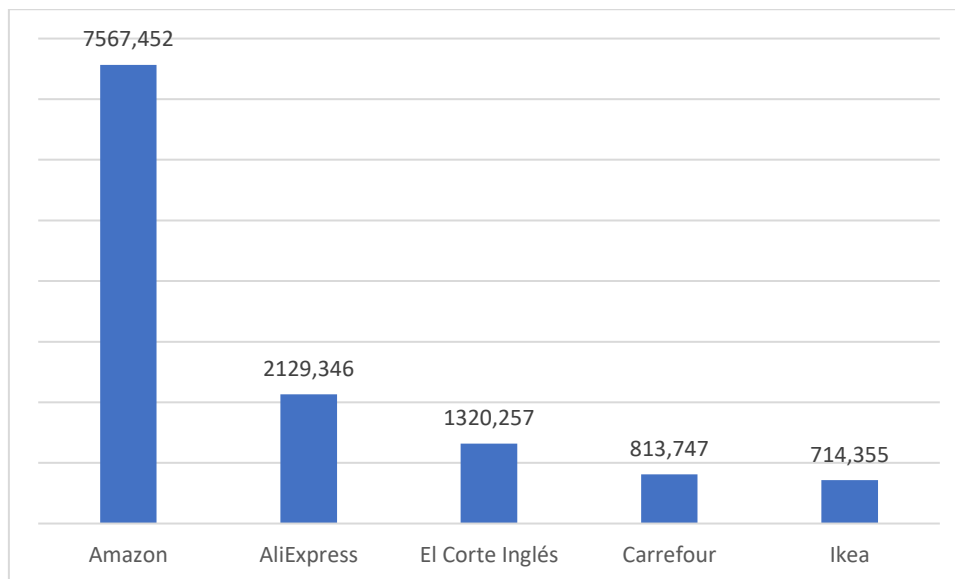
Gráfico 1: Evolución de la distribución comercial española de 2010 a 2019



Fuente: statista

En el gráfico anterior se puede observar, la evolución de la distribución comercial en España desde los años 2010 a 2019, siguiendo una tendencia creciente a lo largo de los años, que viene iniciada por las nuevas costumbres que adoptan los consumidores.

Gráfico 2: Empresas líderes en distribución comercial en el año 2019



Fuente: elaboración propia con datos de E-show Magazine.

El gráfico anterior se muestra las empresas líderes en distribución comercial, siendo Amazon, el líder en España, con un volumen de facturación de 7.567, 43 millones de euros y que, además, según el estudio realizado por E-show Magazine, se pone en cabeza como la web con el mayor número de pedidos registrados. Le sigue Aliexpress, con un volumen de 2.129,346 millones y en tercer lugar encontramos El Corte Inglés, con un volumen de 1.320,25 millones de

Amazon y Aliexpress se posicionan como líderes en cuanto a facturación y número de pedidos y visitas.

En este apartado que hemos denominado etapa pre-COVID, decir que la distribución comercial ha seguido un crecimiento bastante lineal a lo largo de los años, hasta el 2019; en el siguiente apartado analizaremos como se ha ido siguiendo esta tendencia a lo largo del tiempo.

2.2.2. ETAPA “COVID”

En esta etapa analizaremos el año 2020 como ha ido evolucionando la distribución comercial y todos los aspectos que van relacionados tras el confinamiento y el pleno auge de la Covid-19.

En el año 2020, el cambio más destacable es el e-commerce, que se conoce también como canal de compras online, que ha mostrado una tendencia creciente en los

últimos años. Dicho crecimiento se sustenta en dos soportes fundamentales, como son la distancia social y el agotamiento de los establecimientos físicos.

Gráfico 3: El porcentaje de la demanda online en España



Fuente: marketing4ecommerce (2020).

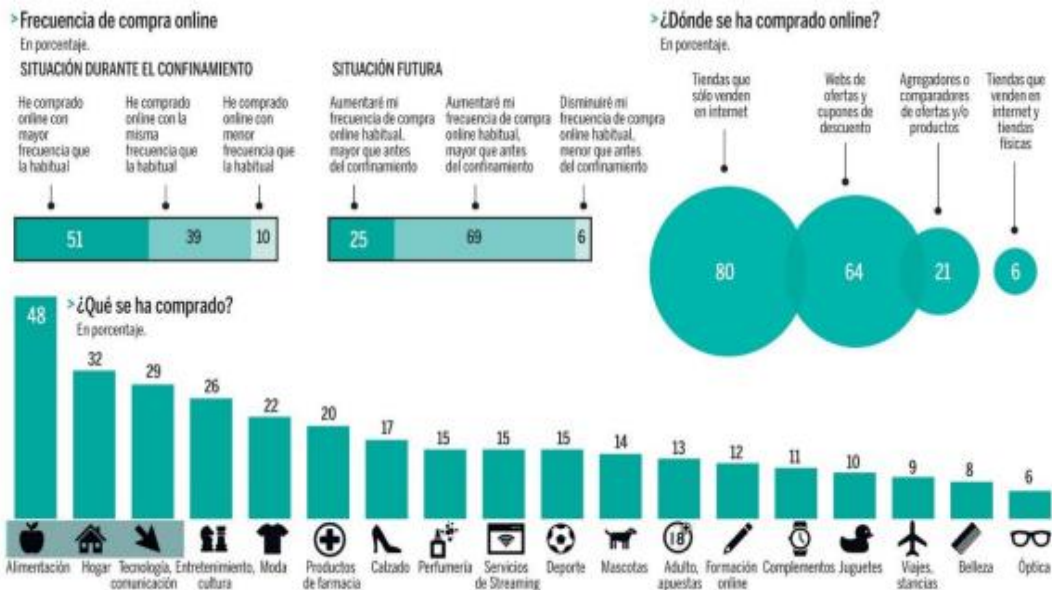
Según describe González (2020), cuando se produjo el inicio de la desescalada el estudio no encontró ninguna reducción de la demanda de productos online, en cambio, el gran crecimiento del e-Commerce en España se paró en seco y ya no solo por los efectos de la desescalada, sino también por el fácil acceso a la compra de mascarillas.

De este modo González (2020), puede afirmar que cuando se inició el confinamiento fueron los consumidores los que buscaron los productos básicos como son la alimentación y farmacia, en cambio, fue a finales de marzo cuando los consumidores cambiaron sus hábitos de consumo, acelerando las ventas de forma transversal e incluyendo a todos los sectores.

En la parte última de abril y la primera de mayo, se observa que el eCommerce en España, se estableció, comenzando a perder protagonismo en las posiciones que habían sido más buscadas durante el primer tiempo de confinamiento.

No obstante, algunas de las posiciones siguen siendo relevantes y tienen un importante crecimiento en este tiempo, y entre las que podemos nombrar deportes, mobiliario jardinería y mascotas.

Gráfico 4: Impacto de la Covid-19 en la compra online



Fuente: IAB Spain.

Se puede observar que, durante el periodo de confinamiento en España, más de la mitad de los encuestados compraba online con mas frecuencia. Por el modelo de e-commerce, el mayor porcentaje de ventas se lo llevan las tiendas dedicadas al canal de compra online, como es el caso de Amazon, que ha visto un importante aumento de facturación a causa de la Covid-19.

En cuanto a las industrias, las que mas crecieron en ventas, especialmente en el primer tiempo de confinamiento, fueron los supermercados y los productos básicos. “Durante la segunda semana del estado de alarma, las ventas por el canal online de este tipo de negocios se dispararon en un incremento de más del 75%, respecto a la misma semana del año anterior. El canal online tuvo una subida acumulada en el mes de marzo del 48,1%” (Nielsen, 2020).

Los cambios en los hábitos de gasto en el estado de alarma se reflejan en los productos más consumidos: “Papel de horno incremento sus ventas en 138%, la levadura un 233% y también destaca el incremento de ventas de snack salados 42% y palomitas 50%” (Nielsen, 2020). Esto se debe a las restricciones vigentes por el aumento del tiempo en el hogar, lo que se traduce en más tiempo para el entretenimiento o las tareas de cocina.

Si bien este comercio tiene una tendencia al alza, su evolución en los meses tras el confinamiento ha hecho pensar que estos cambios persistirán de manera más estable en la industria alimentaria. Mucha gente ha optado por el consumo mixto, en otros términos, que alterne la presencia física y la compra online. Existen varios estudios que muestran que “el porcentaje de compradores que comprar este tipo de productos de manera online ha pasado del 2,1% al 3,5%” (Observatorio, 2020).

El efecto sucedido de la pandemia ha impactado en todas las compañías, de manera que la mayor parte de ellas se ha visto obligada a cambiar sus planes estratégicos.

Unos de los mercados que ha seguido activo y que ha hecho un gran esfuerzo por adaptarse a las dificultades provenientes de la pandemia es la distribución.

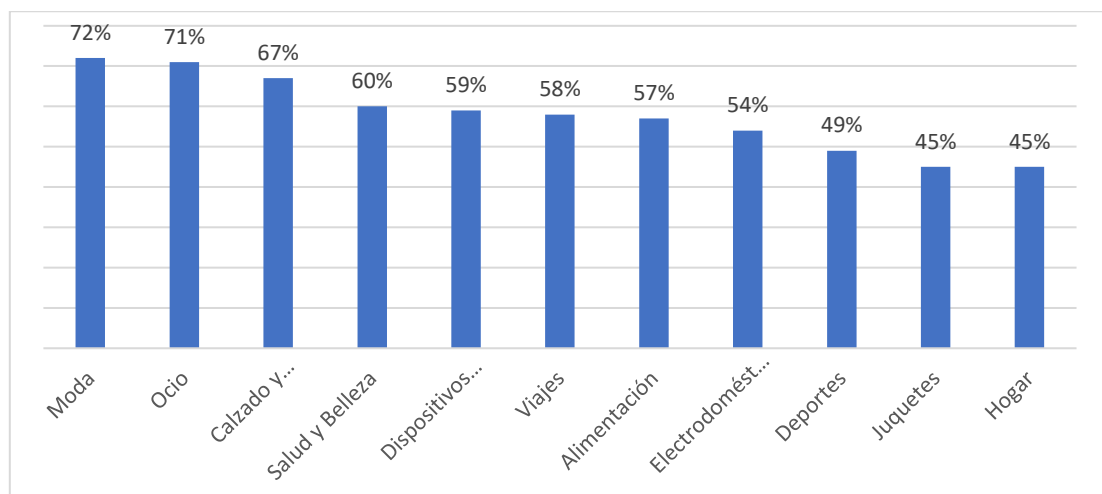
Las empresas de distribución han seguido operativas durante la pandemia, aumentando su actividad debido al volumen de personas que se encontraban confinadas y que del mismo modo necesitaban de los sustentos que las empresas de distribución proporcionan como son: alimentos, ropa...

2.2.3. ETAPA “POST-COVID”

En esta etapa se analizará en mayor profundidad el año 2021 y cómo ha seguido la tendencia tras el confinamiento y el coronavirus.

En el año 2021, sigue existiendo el temor a contagiarse de COVID-19 y por ello las personas siguieron con el impulso del comercio electrónico sobre todo en ciertos artículos.

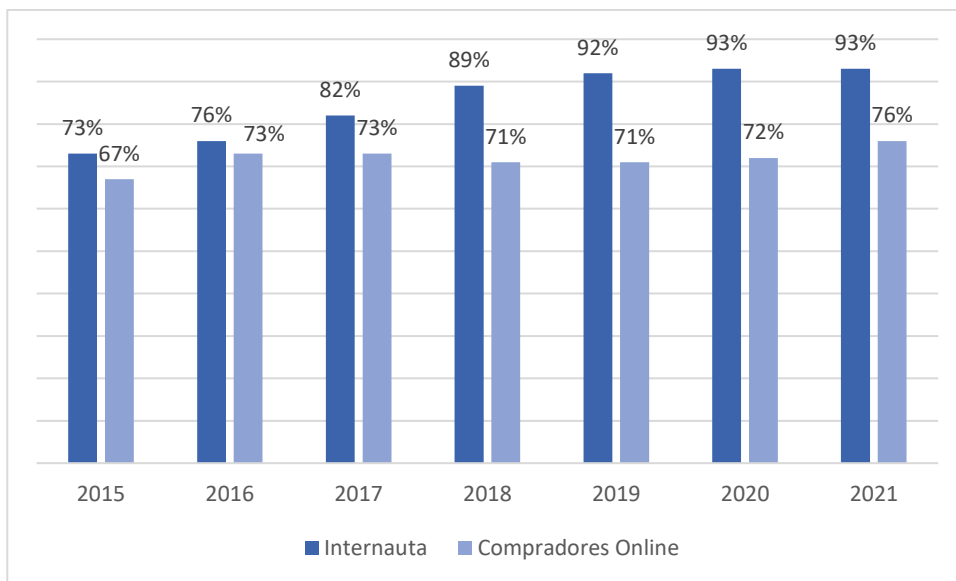
Gráfico 5: Productos adquiridos a través de Internet por los consumidores online en España durante 2021, por categoría



Fuente: elaboración propia con los datos de statista.

En el gráfico anterior se muestra los productos comprados por internet en España, en el año 2021, se puede observar las secuelas de la pandemia ya que el sector que encabeza este gráfico es el relacionado con la moda y muestra que el 72% de las personas afirman que han realizado compras online de este tipo de productos, seguidamente se encuentra el ocio con 72% y lo relacionado con el cómo pueden ser libros, música, y como tercer puesto encontramos los relacionados con el calzado y los complementos que representan el 67%.

Gráfico 6: evolución del E-commerce España



Fuente: elaboración propia con los datos de IAB Spain.

En el gráfico anterior se muestra el desarrollo del comercio electrónico en España, se ve como la penetración de la compra online tiene un crecimiento sin interrupción y se ubica en el 76% en el año 2021 en España.

Según el estudio de IAB Spain, la regularidad de compra pasó de 3,5 a 3,8 veces cada semana y el gasto de media consiguió llegar a los 89 euros, 21 mayor que en 2020.

2.3. LA ESTRUCTURA DE LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL

La estructura de distribución comercial se basa principalmente en el concepto de canales de distribución. En la economía, el canal de distribución es la vía a través de la cual los países intercambian la oferta y demanda y generan distribución comercial.

Dentro de las empresas, un canal de distribución es como una empresa decide cómo obtener sus productos en el mercado según su posicionamiento comercial.

- **Dimensión transaccional:** consiste en flujos diseñados para facilitar las transacciones de comercio por el canal. Dichos flujos constituyen intermediarios comerciales y tienen la tarea de transmitir la propiedad de los objetos asignados.
 - **Flujo de negociación:** los cambios en la propiedad del producto dependen de los acuerdos entre los diferentes miembros del canal, que pueden implementarse en los contratos de venta.
 - **Flujo financiero:** se trata de los aplazamientos de pago entre las empresas que se han convertido en mecanismos para financiar el canal, ya que en muchas ocasiones el fabricante cobra del distribuidor mucho después de haber entregado la mercancía.
 - **Flujo de información:** habla sobre la comunicación de una propuesta de negocio y se genera de forma descendente en el canal. También puede ser un flujo ascendente del mercado, que proporciona información sobre mejoras de productos o como los operadores de distribución están prestando sus servicios.
 - **Flujo de riesgo:** existe riesgo en la transferencia de bienes, ya sea por depreciación del producto, reducción de la demanda, precios más bajos o deterioro del producto.
 - **Dimensión logística:** incluyen todas las actividades de distribución comercial destinadas a posibilitar el movimiento físico de mercancías. El proceso define la logística y su tarea es transportar materialmente el producto.
 - **Flujo de pedido:** es el encargado de desencadenar el proceso logístico, se inicia con la notificación de la orden de pedido que activa los restantes flujos. Las tecnologías de información han perfeccionado el nivel de respuesta del canal.
 - **Flujo de almacenamiento:** existe la diferencia entre los momentos de producción y consumo, lo que hace que se tengan que guardar existencias para garantizar el suministro cuando no hay producción. Estos almacenamientos se suceden en el canal con arreglo a las estimaciones de ventas de cada uno.
 - **Flujo de transporte:** permite el movimiento de productos entre diferentes destinos en el canal, tales como: fabricas, almacenes, puntos de venta y la residencia del consumidor final. Existe un papel muy

importante en este flujo y es las subcontrataciones de entidades especializadas; los operadores logísticos.

2.4. LA IMPORTANCIA DE LA CADENA DE SUMINISTRO

En este apartado trataremos en profundidad la importancia de la cadena de suministro, incluyendo sus objetivos, elementos básicos, tipos de cadenas de suministro y cuál es su actividad.

Una **cadena de suministro** consiste en un conjunto de agentes que suministran materiales y componentes a una fábrica para elaborar un determinado producto, hasta ubicarlo en el punto de venta para su entrega al consumidor final.

Es una cadena de diferentes eslabones como: proveedores, fabricantes almacenistas, operadores logísticos, distribuidores, instaladores y minoristas, cada uno de los cuales juega un papel específico en el proceso de producción y distribución.

La **cadena de suministro** es más que logística, en un término que propone integrar los procesos de negocios de varias organizaciones para tener un mayor impacto en la reducción de costos, la aceleración del tiempo de comercialización, el servicio al cliente y la rentabilidad de cada cliente.

Por lo que una definición completa de la **cadena de suministro** incluyendo todos los aspectos sería: “el conjunto de empresas integradas por proveedores, fabricantes, distribuidores y vendedores coordinados eficientemente por medio de relaciones de colaboración en sus procesos clave para colocar los requerimientos de los insumos o productos en cada eslabón de la cadena en el tiempo preciso al menor costo, buscando el mayor impacto en las cadenas de valor de los integrantes con el propósito de satisfacer los requerimientos de los consumidores finales” (Paula Nicole Roldán, 2022).

La relevancia de la cadena de suministro en la logística se refleja en el hecho de que la logística en su conjunto juega un papel en la cadena de suministro. Mas específicamente, donde la cadena de suministro está destinada al transporte y distribución de productos.

Las cadenas de suministro brindan una serie de beneficios, los más destacados son:

- Mejorar la eficiencia y calidad de los productos y servicios
- Mayor uso de la red de distribución

- Mejor gestión de inventario
- Mejor trazabilidad del producto
- Una empresa más competitiva y eficiente
- Mayor capacidad para realizar entregas urgentes o especiales

Dichos beneficios han llevado a las empresas que desean brindar un servicio de calidad a sus clientes a elegir sistemas de producción y distribución de productos basados en la cadena de suministro como eje de su actividad económica.

2.4.1. PROBLEMÁTICA DEL SECTOR DEL TRANSPORTE MARÍTIMO

El impacto de la pandemia en los volúmenes del comercio marítimo en 2020 fue menos grave de lo que se esperaba inicialmente, pero sus efectos secundarios tendrán un gran alcance.

Existe un caos en el transporte marítimo que está provocando problemas en el comercio a nivel global, los puertos españoles están percibiendo la falta de contenedores y el aumento de los precios globales, lo que hace que las cadenas de suministro se tensen.

Según Jordi Espín, secretario general de la Asociación española de empresas cargadores (TRANSPRIME),” asegura que existen dos factores los cuales han provocado esta crisis; la pandemia y la concentración de servicios marítimos”.

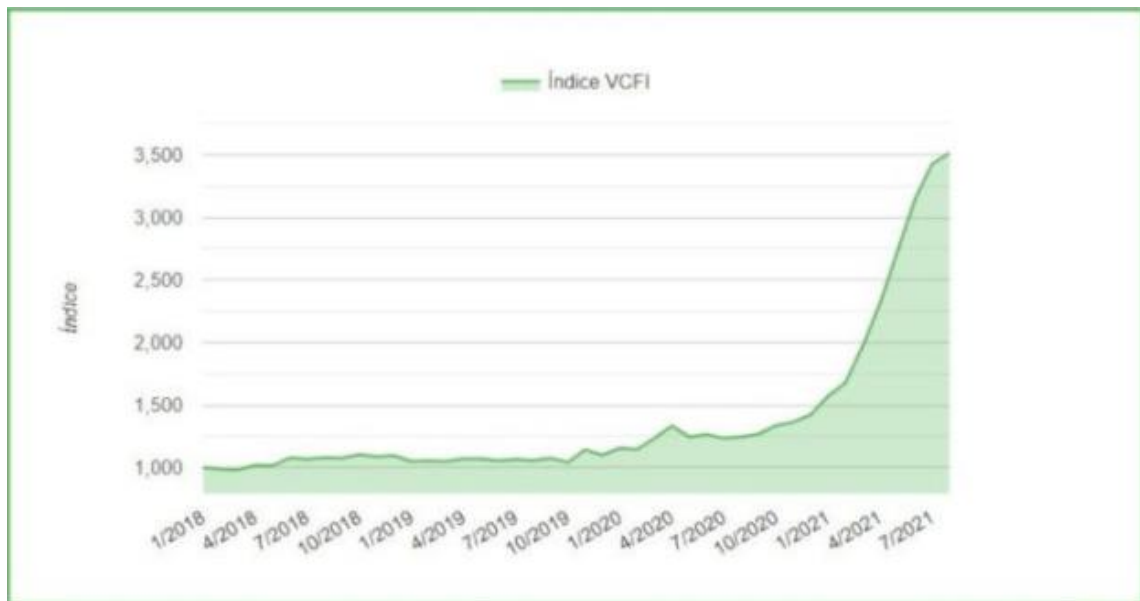
La pandemia ha provocado un desorden entre la oferta y la demanda, ya que los compradores de todo el mundo comienzan a hacer planes de contingencia en caso de que los proveedores sean otras áreas de preocupación para ellos y se hayan visto afectados por una esperada crisis grave. En, muchos casos, estos planes de contingencia implican anticipar las compras para contar con mayores inventarios ante posibles problemas de abastecimiento, lo que genera la necesidad de envío de contenedores. Cuando las restricciones de covid-19 comenzaron a disminuir, la demanda aumentó y la oferta no pudo mantenerse.

Sin embargo, el aumento de los costos del dinero no es la única consecuencia, las empresas que importan y exportan prevén, que se intensifiquen los retrasos y tiempos de espera en las operaciones de transporte marítimo. “sí lo normal ahora son tres meses de retraso, esto supondrá acumular al menos otro mes”, estima Lacaci.

Según Lacaci “el transporte marítimo mueve en España alrededor del 80% de las mercancías internacionales, por lo que el impacto de este colapso es notable en cuanto a los retrasos que pueda provocar”.

Los retrasos repercuten sobre todo en los costes, por ello se encarecen aún más los movimientos de los contenedores y da lugar a una subida en la cantidad de dinero, sobre todo para el producto final.

Gráfico 7: Evolución del precio de los fletes.



Fuente: CNNE.

Según el Valencia Containerized Freight Index (VCFI) “se situó en los 3.513,54 puntos, lo que supuso una subida del 2,51% con respecto al mes anterior, de este modo se seguía 13 meses de tendencia creciente de los fletes de exportación desde el puerto de valencia”.

“La congestión en muchos puertos es un fenómeno que se está globalizando. Debido a que el transporte marítimo sigue funcionando en niveles de utilización cercanos al 100% lo que hace que las cadenas de suministro estén sobrecargadas”, según VCFI.

2.5. EL PEQUEÑO COMERCIO

Tras el pequeño análisis realizado de las tendencias tras las tendencias acontecidas durante y después de la pandemia, según el crecimiento de la demanda en línea y el comercio electrónico, así como los cambios en las cadenas de suministro y los canales de distribución, uno de los mayores factores negativos provocados por la pandemia es la disminución de las ventas, especialmente el debilitamiento de los artículos

pequeños negocios o comercios minoristas que se encuentran ente los más golpeados por la pandemia.

Sin duda, las pequeñas empresas se encuentran entre las más afectadas durante la pandemia. Todas las tiendas, excepto las esenciales se vieron obligadas a cerrar sus negocios durante la cuarentena de España. Según la UPTA, “fue en el mes de marzo, que la facturación de estos comercios tuvo un descenso del 14% en comparación con ese mismo mes, pero del año pasado; y fue en abril cuando ya se confirmó esa tendencia decreciente, facturando casi un 32% menos que el mismo mes del año anterior.”

Después de que España declarara el estado de alarma, la imposibilidad de operar durante el confinamiento ha provocado que la facturación de estos comercios se desplome, con una mayor brecha entre grandes y pequeñas empresas, ya que muchas de ellas desconocen la venta online.

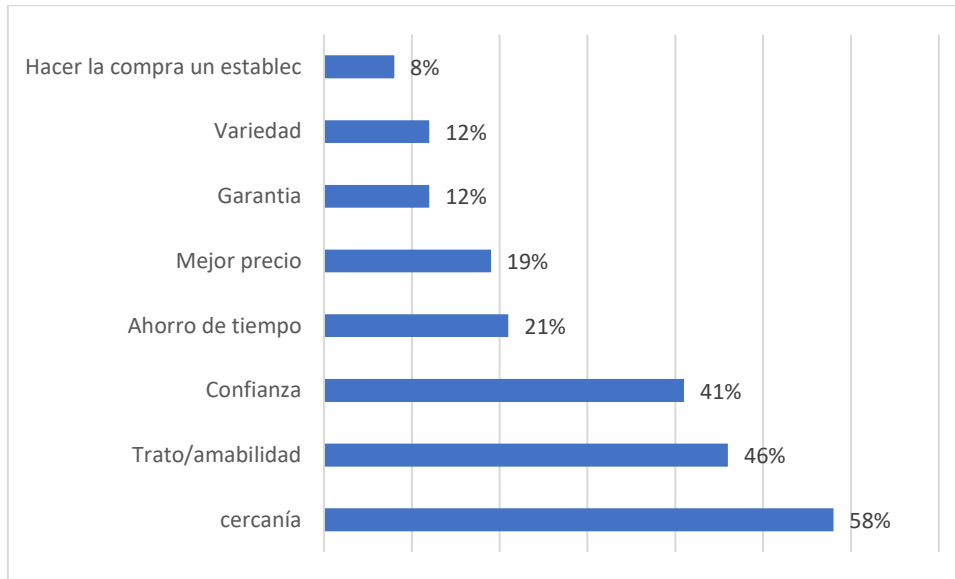
Tras un estudio realizado por la UPTA, “más del 35% de los comerciantes se sitúa por encima de los 53 años, estando en un colectivo más frágil. Además, esta situación se agudiza más, debido a la mínima inversión que realizan estos comerciantes en marketing y herramientas tecnológicas. Existe una clara brecha digital entre el pequeño comercio y las grandes empresas, de modo que el pequeño comercio tiene un gran desafío para conseguir un repunte de las ventas y conseguir adaptarse a los nuevos tiempos que corren, principalmente la digitalización de sus ventas”.

La digitalización se basa en las diferentes ventajas que ofrecen los comercios vecinos, como son la proximidad de la empresa, la relación entre clientes y vendedores y la confianza que estos generan. Pro supuesto, una pequeña empresa no puede distorsionar los precios por la diferenciación, pero puede promover las ventajas que ofrece y diferenciar sus productos para aumentar el conocimiento de la marca.

La digitalización de estos pequeños negocios debe ser una estrategia basada en la venta digital que complete la venta física, en otros términos, que promueva la presencia de un solo canal.

Además, toda esta digitalización se basa en la aceptación y aceptación generalizada de las tiendas esenciales que están abiertas durante las restricciones, así como los diferentes sentimientos, como la solidaridad, que han surgido durante esta crisis.

Gráfico 8: que es lo que más valoran los españoles a la hora de comprar en los comercios de barrio 2021



Fuente: elaboración propia con los datos de statista.

En el gráfico anterior se ve la lista de aspectos más valorados por los consumidores españoles que prefieren hacer sus compras en las tiendas de barrio. De los resultados se observa que atención al cliente es un aspecto muy importante y tiene un factor clave para este sector de la población, pero sigue siendo la cercanía el aspecto más valorado por los consumidores españoles.

Cabe mencionar que el pequeño comercio ha sufrido graves consecuencias a raíz la crisis de la Covid-19 y es labor de los consumidores apoyar al pequeño comercio, ya que, si no es muy probable que en un breve periodo de tiempo si la situación no cambia, es muy probable que estos establecimientos terminen desapareciendo o siendo absorbidas por las grandes multinacionales.

3. COMPARATIVA DE DIFERENTES EMPRESAS EN RELACIÓN CON LA CADENA DE SUMINISTRO

En este apartado estudiaremos una serie de empresas, las cuales bajo unos mismos criterios iremos descubriendo como les afecto la pandemia en relación con la cadena de suministro, escogeremos dos empresas del mismo sector y las compararemos de modo que, veremos los distintos enfoques que ofrece cada una de las empresas y al final se extraerán las distintas conclusiones. Ya que dependiendo de los sectores en los que se encuentre, existirán que unas han tenido un impacto muy positivo, mientras que otras por el contrario no les ha afectado positivamente; dentro de las conclusiones podremos saber cuál de ellas ha crecido más o cual presenta mejores cifras.

El estudio de la comparativa se realizará bajo los mismos puntos a todas las empresas para que así, se pueda observar correctamente la evolución que han tenido distintas empresas bajo los mismos criterios, además los sectores en los que nos centraremos son: transporte marítimo, farmacéuticas, automovilístico y supermercados.

Los puntos sobre los que nos vamos a guiar son:

- **Volumen de negocio:** se refiere a los ingresos totales recibidos de todas las transacciones económicas realizadas durante un periodo específico. Estudiaremos el volumen de negocios de las distintas empresas viendo así la comparación con cada una de ellas.
- **Número de empleados:** este es un aspecto muy importante ya que con el número de empleados podremos saber de qué tipo de empresa se trata y si debido a la pandemia ha tenido que contratar gente o por el contrario ha tenido que despedir y cuáles han sido los factores que le ha llevado a tomar esas decisiones.
- **Estado actual:** en este apartado se encontrará una visión más actualizada, estudiando la evolución de las distintas empresas y como les ha repercutido las distintas crisis y como se encuentran hoy en día.

3.1. EL SECTOR DEL TRANSPORTE MARÍTIMO

Las empresas seleccionadas en este apartado son Maersk y MSC, empresas especializadas en el transporte marítimo; hablaremos sobre ellas y trataremos los puntos ya nombrados anteriormente, una vez realizado, se obtendrán las comparaciones entre las empresas del mismo sector, lo que nos permitirá conocer cómo les ha afectado.

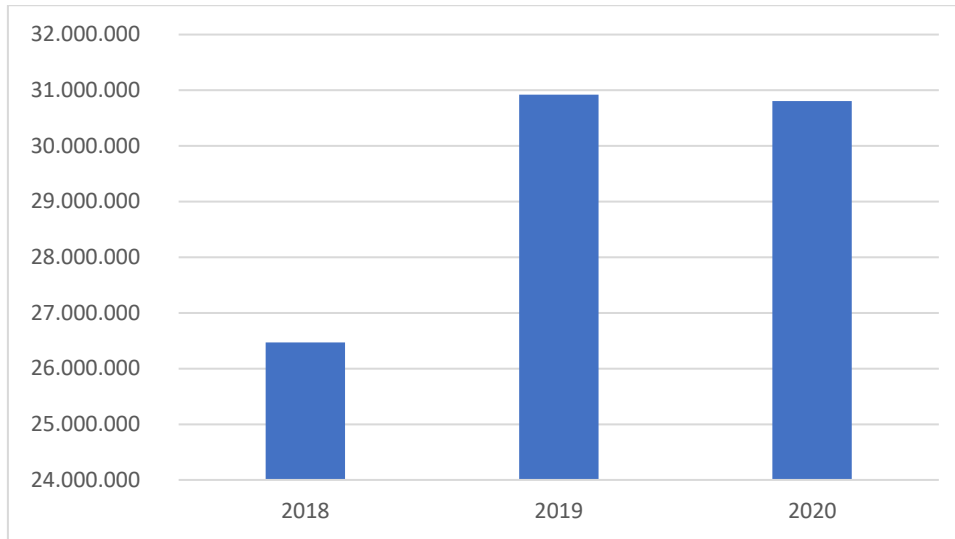
3.1.1. *Maersk*

La primera empresa que estudiaremos será Maersk valoraremos los puntos nombrados anteriormente y al final se extraerán las distintas conclusiones que se puedan obtener del análisis.

Maersk fue fundada en 1904. Es una empresa integrada de transporte y logística, se encuentra en las posiciones más altas en cuanto al transporte de contenedores y puertos, que realiza operaciones en 130 países.

- **Volumen de negocio:** en este apartado observamos la evolución de las ventas que nos va a aportar una información sobre las ventas de esta empresa.

Gráfico 9: Evolución del número de ventas Maersk España



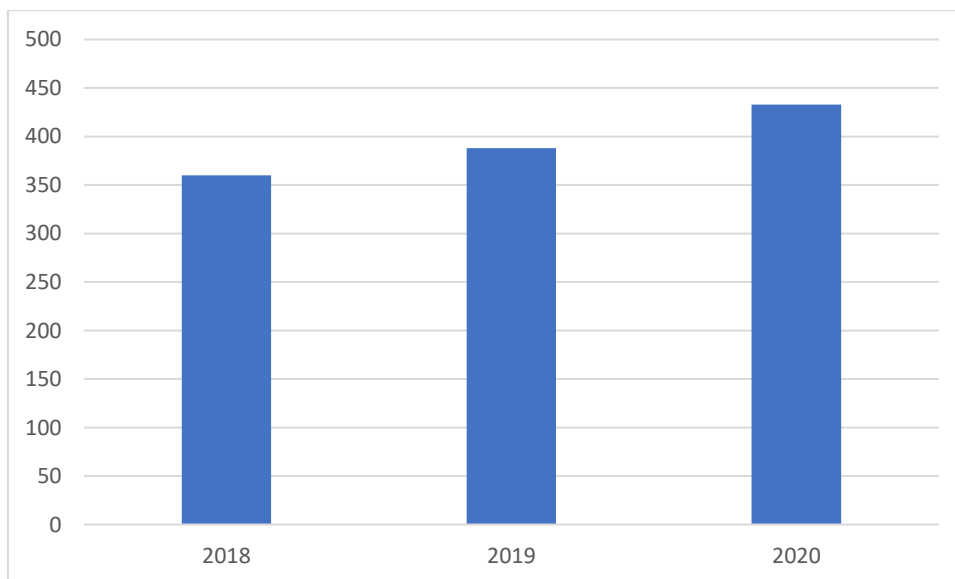
Fuente: elaboración propia con los datos de libertad digital

Según el gráfico que encontramos anteriormente, nos muestra la evolución de las ventas de Maersk en España, la tendencia es creciente, pero hay un estancamiento del 2019 al 2020 que se deriva de las crisis como son las del coronavirus y la que más afecta a este sector que es la del transporte marítimo.

- **Número de empleados:** la empresa cuenta con un gran equipo de personas que operan en 130 países, para el comercio global.

Debido a la pandemia, la empresa ha experimentado unos cambios en su personal, que se podrá observar en el gráfico que está a continuación.

Gráfico 10: Evolución del número de empleados de Maersk España.



Fuente: elaboración propia con los datos de libertad digital

Observamos la evolución del número de empleados de la empresa Maersk en España, existen cambios, encontramos un crecimiento que existe de 2018 a 2019 derivado de la pandemia, ya que al incrementarse el consumo también se incrementa la necesidad de la mano de obra para abastecer la producción por ello, la tendencia es creciente. Debido a la crisis del transporte marítimo que afecta a la contratación de este transporte y esto conlleva a un ralentiza miento en la contratación del número de empleados.

- **Estado actual:** este apartado se centra en dar una información más actual de la empresa, por ello, según los datos de e-informa “la empresa Maersk España, cuenta con más de 250 empleados y con una facturación anual de entre 10 y 50 millones de euros. Se encuentra en las posiciones más altas entre las empresas de transporte marítimo y presenta con optimismo los años siguientes”.

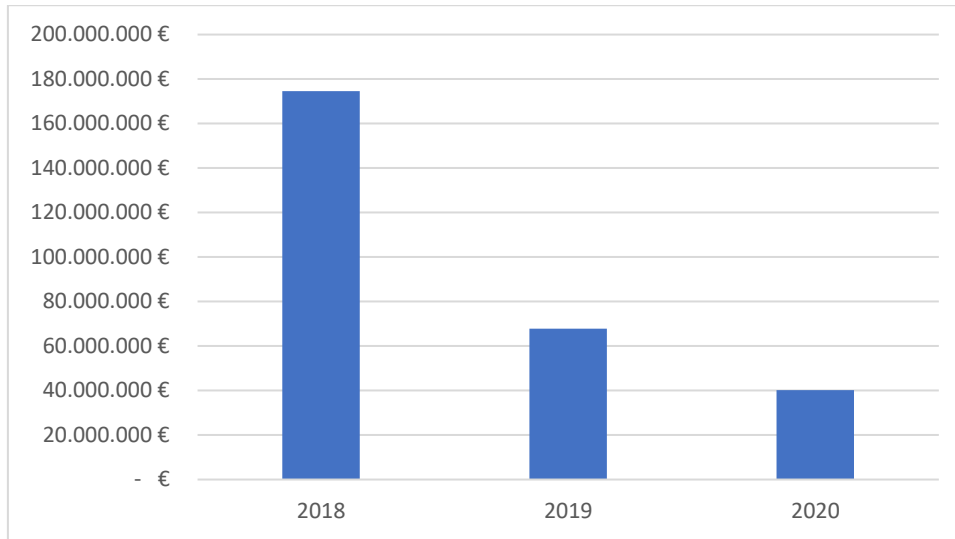
3.1.2. MSC

La segunda empresa que analizaremos dentro del ámbito del transporte marítimo será MSC, al final del análisis de esta se procederá a un breve comentario comparando ambas empresas.

MSC, fue fundada en 1970 en Nápoles, sirve a 335 puertos en seis continentes y tiene oficinas 163 países, además al igual que la anterior empresa, se encuentra ente las posiciones más altas en cuanto al transporte de mercancías y puertos.

- **Volumen de negocios:** se trata de una información muy relevante, ya que, a partir de ella, se podrá observar cómo ha sido la evolución del consumo, ya que estas se derivan de las ventas. En el gráfico de a continuación, encontraremos la evolución de las ventas.

Gráfico 11: Evolución del número de ventas MSC España

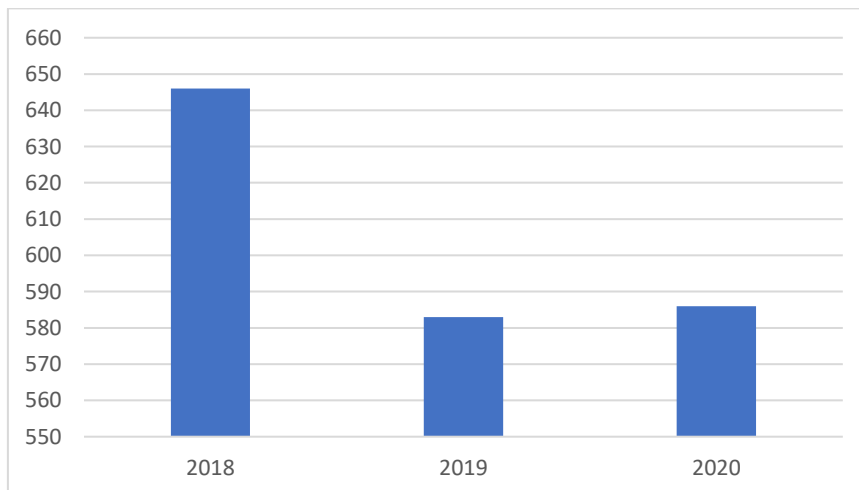


Fuente: elaboración propia con los datos de Trading Economics.

El gráfico muestra la evolución de las ventas de la empresa MSC en España, existen fluctuaciones, la tendencia es decreciente y las ventas en estos años van cayendo. Encontramos que el año 2020 es el que menor cifra presenta.

- **Número de empleados:** la empresa ha tenido variaciones en cuanto al número de empleados, todo ello se debe a las diferentes crisis por las que ha pasado el sector, en primer lugar y más conocida el coronavirus en segundo lugar y que ha afectado a este sector en profundidad las crisis del transporte marítimo. A continuación, encontramos un gráfico en el que se ve como ha sido la evolución del número de empleados.

Gráfico 12: Evolución del número de empleados MSC España



Fuente: elaboración propia con los datos de Trading Economics.

El gráfico muestra la evolución del número de empleados de la empresa MSC en España, los datos de 2019 y 2020 son similares, pero se ve que la tendencia es decreciente, aunque encontramos un leve crecimiento en este último año.

- **Estado actual:** según Trading Economics “la empresa Mediterranean Shipping Company España, cuenta con más de 250 trabajadores y un volumen de más de 55 millones de euros, se prevé que la empresa tenga una tendencia creciente ya que se encuentra en las posiciones más altas.

3.2. COMPARATIVA ENTRE LAS EMPRESAS DE TRANSPORTE MARÍTIMO

Una vez realizado el análisis de las dos empresas, se procede a la comparación entre ellas, de modo que, en este apartado valoraremos cuál de ellas ha sido menos afectada.

Tabla 1: comparativa entre las empresas Maersk y MSC

MAERSK		MSC	
	2018		2018
VOLUMEN NEGOCIO	26.471.113	VOLUMEN NEGOCIO	174.578.496 €
Nº EMPLEADOS	360	Nº EMPLEADOS	646
	2019		2019
VOLUMEN NEGOCIO	30.923.156	VOLUMEN NEGOCIO	67.859.525 €
Nº EMPLEADOS	388	Nº EMPLEADOS	583
	2020		2020
VOLUMEN NEGOCIO	30.805.171	VOLUMEN NEGOCIO	40.157.277 €
Nº EMPLEADOS	433	Nº EMPLEADOS	586

Fuente: elaboración propia con datos de Trading Economics y Libertad Digital.

En la tabla que encontramos anteriormente, se describe la evolución de los datos de volumen de negocio y número de empleados de la empresa Maersk y MSC en España.

En lo que respecta al volumen de negocios, ambas empresas han tenido un aumento considerable de la cifra de negocios, pero cabe decir que MSC se posiciona por delante de Maersk al tener un número de ventas mayor que su rival Maersk

La evolución del número de empleados; Maersk ha tenido un aumento en la contratación de empleados, en proporción Maersk ha contratado a más nuevos empleados que MSC, pero, aunque la proporción es mayor hay que decir que los

números de MSC son mayores, de modo que es MSC es la que cuenta con un mayor número de empleados.

Si hablamos del estado más actualizado de las empresas, encontramos que la empresa MSC (Mediterranean Shipping Company) cuenta con un volumen de facturación mayor al de la empresa Maersk, y aunque cuenten con un número parecido de empleados sigue siendo MSC la que se encuentra en posiciones más altas dentro del ranking de la CNAE.

Todas estas apreciaciones y datos que hemos nombrado nos llevan a la conclusión de que es la empresa MSC, la que ha presentado mejores cifras y la que se encuentra por encima de su rival Maersk.

3.3. SECTOR DE LA INDUSTRIA FARMACÉUTICA

La industria farmacéutica es una rama enfocada al descubrimiento, desarrollo, fabricación y comercialización de medicamentos saludables. El objeto en el que se centra es la investigación que permita el nuevo desarrollo de medicinas para combatir o tratar las enfermedades.

En este apartado nos centraremos en dos empresas que han sido muy relevantes en estos años de pandemia, son Jonhson & Jonhson y Pfizer. Ambas son punteras, pero a través de los criterios ya nombrados, tomaremos las decisiones sobre cuál de ellas ha predominado en el sector.

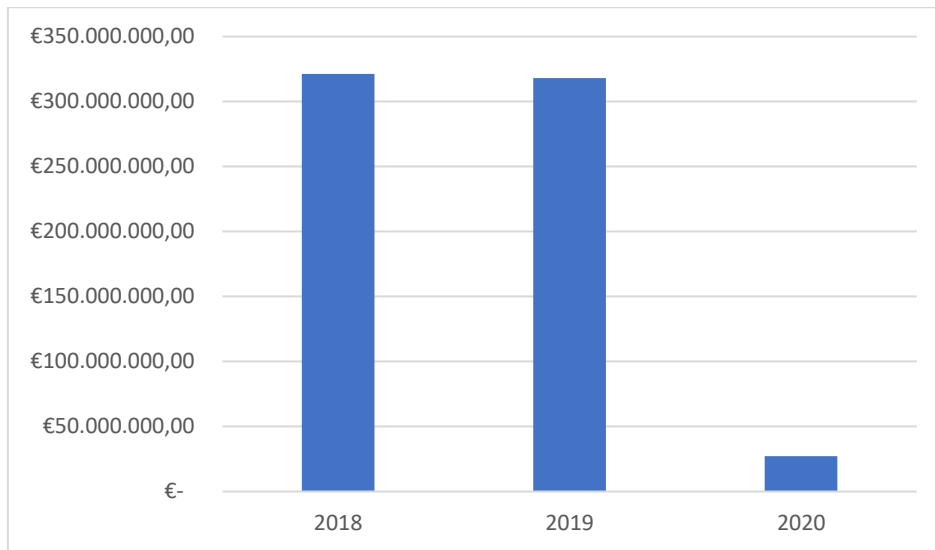
3.3.1. JONHSON & JONHSON

La primera empresa que vamos a analizar en este sector es la farmacéutica Jonhson & Johnson, de modo que nos permita a través del análisis conocer un poco más sobre ella.

La empresa es una corporación multinacional estadounidense que fabrica: dispositivos médicos, productos farmacéuticos y de cuidado personal, fundada en 1886. Consta de 230 subsidiarias, opera en más de 57 países y vende productos a más de 175 países.

- **volumen de negocios:** este apartado presenta gran relevancia ya que nos va a indicar como es la tendencia de las ventas de esta empresa, pudiendo así saber el número de ventas y las variaciones que ha tenido a lo largo de los años.

Gráfico 13: Evolución número de ventas Johnson & Johnson

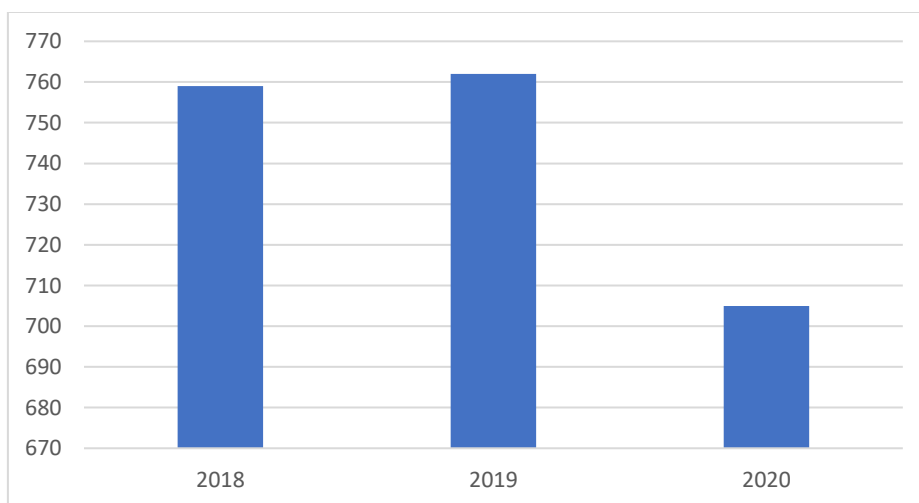


Fuente: elaboración propia con datos de eleconomista.com

El gráfico muestra la evolución de las ventas de la empresa Johnson & Johnson en España, las ventas son cifras muy elevadas. En 2020 encontramos un descenso de las ventas, ya que una vez finalizada la parte más importante de la pandemia el número de ventas de productos farmacéuticos es menor.

- **Número de empleados:** la empresa ha tenido fluctuaciones en cuanto a la evolución del número de empleados, pero, todas estas fluctuaciones se deben en gran medida a los cambios que experimenta el mercado por la gran crisis del coronavirus que afecta a todos los sectores.

Gráfico 14: Evolución del número de empleados Johnson & Johnson



Fuente: elaboración propia con datos de eleconomista.com

El gráfico muestra la evolución del número de empleados de la empresa Jonhson & Jonhson en España, el 2019 es el mayor de ellos, ya que es el que mayor cifra presenta. Sin embargo, en el 2020, existe un descenso, ya que es un sector al que le afecta muy directamente la crisis.

- **Estado actual:** según la fuente El Economista “la empresa Jonhson & Jonhson, se dio más a conocer tras sacar la vacuna Janssen, contra la Covid-19, hoy en día, esta empresa cuenta con más de 700 trabajadores y una cifra de negocios de más de 50 millones de euros. Todo apunta a que estas grandes cifras se deben también en consecuencia al éxito de la vacuna lo que hace que los consumidores confíen en esta marca.

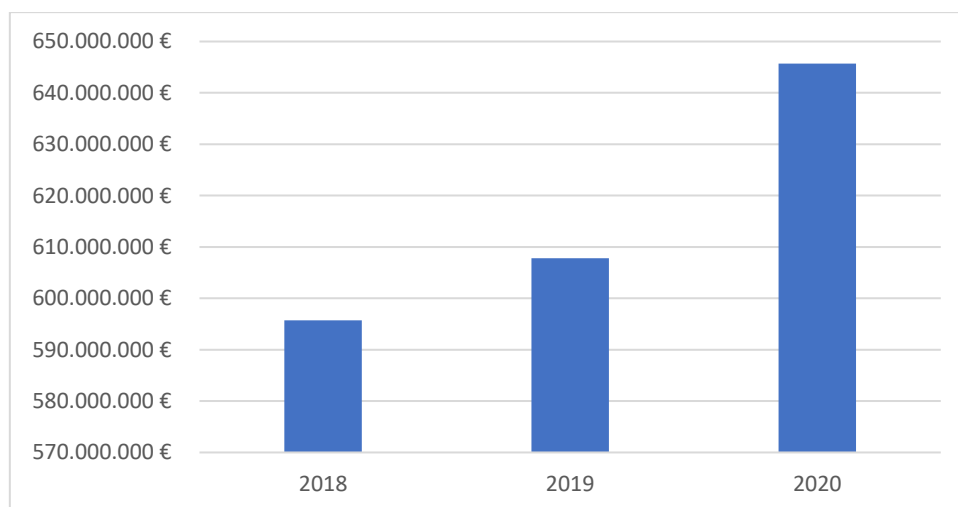
3.3.2. PFIZER

La segunda empresa que estudiaremos dentro de este sector es Pfizer, una empresa que tiene gran importancia y que ahora es mucho más conocida debido a sus hallazgos contra el coronavirus.

Pfizer es una empresa estadounidense, que se centra en la creación de fármacos y vacunas. Se trata de una empresa líder en el sector y que además de ser unas de las que primero comercializó una vacuna para la Covid-19, también elabora otra sede de fármacos como por ejemplo el del cáncer de mama.

- **Volumen de negocio:** esta gran empresa estadounidense presentó unas cifras muy elevadas en el 2020, unos de los principales motivos de esta gran facturación es la vacuna contra el coronavirus.

Gráfico 15: Evolución de los ingresos Pfizer

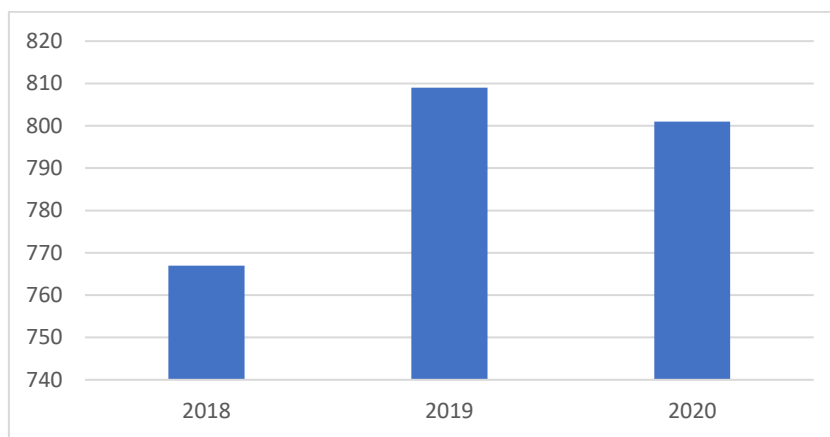


Fuente: elaboración propia con los datos del economista.com

En gráfico anterior se ve la evolución de las ventas de la empresa Pfizer en España, el elevado aumento en el 2020 se debe a la comercialización de la vacuna contra la Covid-19, que fue clave en los años de pandemia, consiguiendo así un gran incremento en sus ventas. La cifra es de 645,7 millones de euros lo que supone un incremento del 6,2%.

- **Número de empleados:** como en todas las empresas existen fluctuaciones en el número de empleados, ya que es de las partes que más afecta dependiendo de las situaciones por las que este atravesando la empresa.

Gráfico 16: Evolución número de empleados Pfizer



Fuente: elaboración propia con datos de eleconomista.com

El gráfico muestra la evolución del número de empleados de la empresa Pfizer en España, donde la empresa tuvo mayor cifra en 2019, teniendo un descenso en la contratación del número de empleados con respecto al año anterior.

- **Estado actual:** según la fuente "El Economista" la gran empresa Pfizer, fue de las primeras en sacar la vacuna contra la Covid-19 lo que produjo un gran incremento en sus ventas, hoy en día cuenta con una plantilla de más de 800 empleados y con un volumen de facturación de 650 millones de euros. Se afirma que el gran crecimiento de las ventas se debe a que fue la primera vacuna en comercializarse".

3.4. COMPARATIVA ENTRE LAS EMPRESAS FARMACÉUTICAS

Una vez realizado el análisis de las empresas Johnson & Johnson y Pfizer, se procederá a realizar la comparación entre ellas, descubriendo así quien presenta mejores cifras tras ser ambas las destacadas de la pandemia.

Tabla 2: comparativa entre las empresas Johnson & Johnson y Pfizer

JONHSON & JONHSON		PFIZER	
2018		2018	
VOLUMEN NEGOCIO	321.290.000	VOLUMEN NEGOCIO	595.774.000
Nº EMPLEADOS	759	Nº EMPLEADOS	767
2019		2019	
VOLUMEN NEGOCIO	317.968.000	VOLUMEN NEGOCIO	607.810.000
Nº EMPLEADOS	762	Nº EMPLEADOS	809
2020		2020	
VOLUMEN NEGOCIO	27.288.700	VOLUMEN NEGOCIO	645.717.000
Nº EMPLEADOS	705	Nº EMPLEADOS	801

Fuente: elaboración propia con los datos de Eleconomista.

La tabla que se encuentra anteriormente muestra la evolución del volumen de negocio y el número de empleados de las empresas Johnson & Johnson y Pfizer en España.

Tras haber presentado los distintos puntos del análisis se procede a la comparación de ambas empresas que se encuentran dentro del sector de la industria farmacéutica.

El volumen de negocios en ambas empresas fue imprescindible para la lucha contra el coronavirus, pero si hablamos sobre las ventas encontramos que la empresa Pfizer tiene una cifra de ventas bastante mayor a la de Johnson & Johnson, según afirma el informa “gran parte de ese desnivel se debe a que la vacuna de Pfizer se comercializo bastante antes que la otra, lo que produjo un gran incremento de las ventas”.

El número de empleados, ambas empresas bajan en cuanto al número de empleados, pero si decir que la de Johnson & Johnson es más pronunciada que la de Pfizer además de que, es Pfizer la que cuenta con un mayor número de empleados.

Sobre el estado más actualizado de la empresa, siguiendo la tendencia la que mejores cifras presenta es la empresa estadounidense Pfizer, ya que cuenta con un volumen de facturación bastante superior y una mayor cifra de empleados.

Tras comparar las empresas, podemos decir que la empresa Pfizer es la que se encuentra por encima según los criterios escogidos, además es esta también la que se encuentra por encima dentro del ranking de empresas del CNAE.

3.5. SECTOR DE LA INDUSTRIA AUTOMOVILÍSTICA

La industria automotriz es un importante motor de crecimiento y prosperidad global, por su contribución social, al facilitar el movimiento de personas de manera eficiente, segura y asequible, y económicamente, como motor de innovación, creador de empleos de calidad y pilar del comercio internacional.

En lo que a España se refiere, se ha convertido en la columna vertebral y referente mundial de nuestra industria, gracias a una mano de obra altamente cualificada ya un alto nivel de capacidad productiva automatizada y alta productividad. La crisis económica desencadenada por el coronavirus ha tenido un impacto en la industria, que vive una transición tecnológica hacia la electrificación. La fabricación española de automóviles ocupa el segundo lugar en Europa y el octavo a nivel mundial.

España ocupa la segunda posición en Europa en la fabricación de vehículos y la octava a nivel mundial.

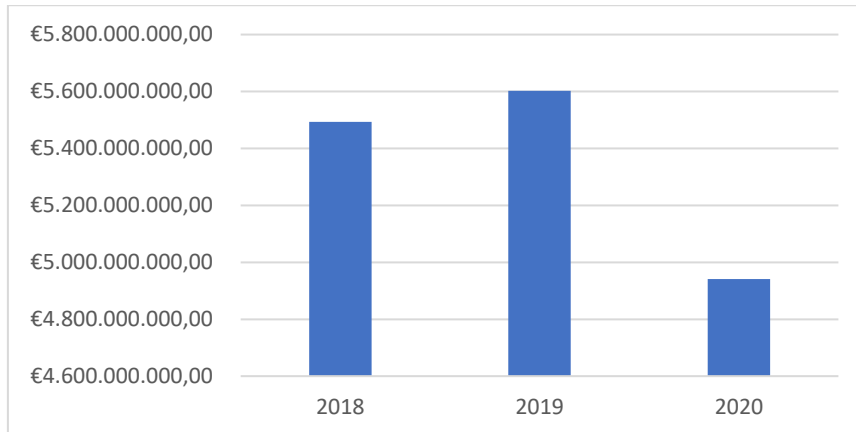
3.5.1. MERCEDES-BENZ

La empresa de vehículos de origen alemán Mercedes-Benz, se reconoce por sus automóviles de lujo. Esta empresa comenzó a finales del siglo XIX y está muy ligada al origen del automóvil.

Esta empresa tiene una visión de ser empresa líder en el mercado, obteniendo la satisfacción de los clientes. Se trata de una empresa que ofrece vehículos que son considerados por los consumidores como de lujo, debido a los precios en los que se mueven según los distintos modelos, además de la calidad de sus productos y servicios.

- **Volumen de negocios:** este sector ha sido uno de los más golpeados por la crisis, ya que son bienes que no son considerados de necesidad, pero sí que es verdad que esta empresa al ser de lujo, se ofrece a un público con una capacidad económica elevada. A continuación, se procederá al análisis de las ventas de esta empresa.

Gráfico 17: Evolución de las ventas Mercedes-Benz

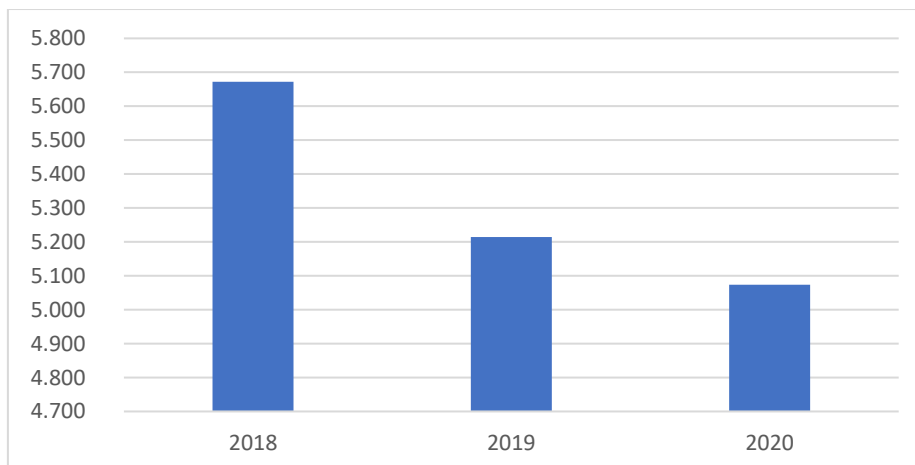


Fuente: elaboración propia con datos de eleconomista.com

En este gráfico se presenta la evolución anual de los ingresos procedentes de las ventas de la empresa Mercedes-Benz en España. Encontramos que la empresa facturó 5 mil millones de euros en el país, lo que supone un decrecimiento de 660 millones de euros con respecto a la cifra registrada en el año anterior.

- **Número de empleados:** como hemos dicho ante este sector ha sido golpeado por la pandemia, y un descenso en las ventas supone también que se prescindiera de mano de obra, ya que son menos vehículos que hay que elaborar. De modo que se va a proceder al análisis de la evolución de los empleados.

Gráfico 18: Evolución del número de empleados Mercedes-Benz



Fuente: elaboración propia con datos de eleconomista.com

En este gráfico se observa la evolución anual del número de empleados de la empresa Mercedes-Benz, que ha sufrido un impacto con la pandemia. Encontramos que la empresa tuvo en plantilla a casi 5.100 empleados, lo que supone un decrecimiento de las cifras con respecto al año anterior.

- **Estado actual:** según Tapia “puede que este sector sea de los más afectados, a la vista está que las ventas han sufrido un descenso y por consecuencia el número de empleados también. Hoy en día la empresa Mercedes-Benz cuenta con una plantilla de más de 5.000 empleados y con un volumen de facturación de 5 mil millones de euros, son cifras elevadas pero que han sufrido un gran descenso por la crisis y que hoy en día siguen pagando, pero se considera que las ventas de los vehículos aumentarían sobre todo de los eléctricos e híbridos enchufables”.

3.5.2. KIA

Kia fue fundada en 1944 en Seúl, sus inicios fueron como fabricante de bicicletas y más tarde se convertiría en una importante empresa del sector automovilístico. Es la primera compañía que fabrica un coche en este país y también la primera que lo exporta.

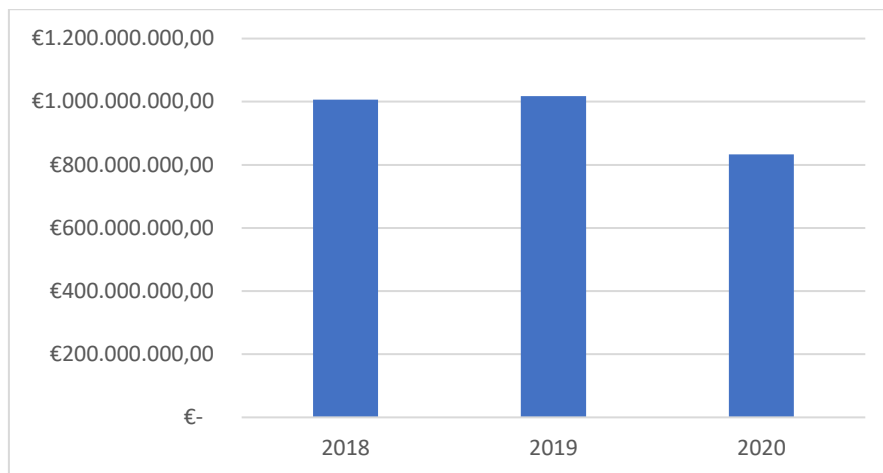
Cuenta con una amplia gama de vehículos, desde un precio más asequible a otros más elevados, la marca se enfoca principalmente en vehículos que son para un público con capacidad económica baja media, es una empresa que ofrece calidad-precio.

A España llegó en 1992, y fue desde ese momento que ha conseguido abrirse un hueco en el mercado español gracias a su constante crecimiento.

Actualmente, Kia ha crecido de tal manera que está representada en 172 países.

- **Volumen de negocio:** dentro de este criterio se habla sobre la evolución de las ventas que ha tenido la empresa Kia en España, viendo así la evolución que ha tenido con la pandemia.

Gráfico 19: Evolución número de ventas Kia España

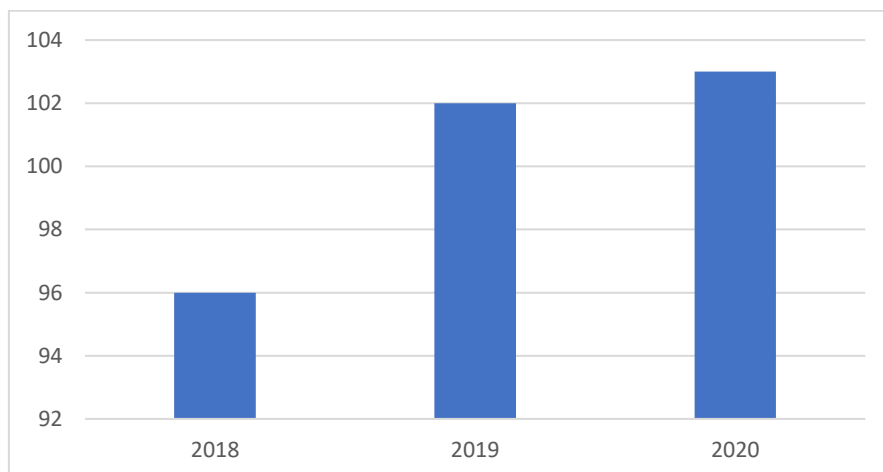


Fuente: elaboración propia con datos de eleconomista.com

En este gráfico se observa la evolución anual del número de ventas que ha tenido la empresa Kia en España, que ha tenido un descenso de sus ventas por el impacto de la pandemia. Encontramos un decrecimiento de las ventas significativo con respecto al año anterior, lo que quiere decir es que las ventas son menores en 2020 que en 2019.

- **Número de empleados:** el número de empleados es factor determinante de la empresa ya que en función de la plantilla se podrá hacer frente a la demanda o por el contrario no se puede hacer frente y es necesario contratar más. A continuación, se ve el caso de Kia.

Gráfico 20: Evolución número de empleados Kia España

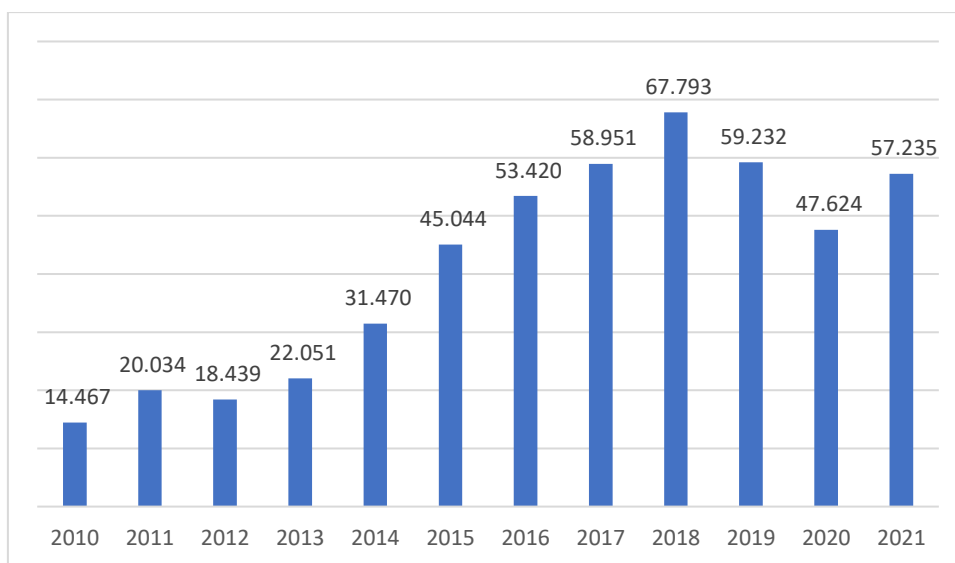


Fuente: elaboración propia con datos de eleconomista.com

En el gráfico se observa la evolución anual del número de empleados de la empresa Kia en España, que ha tenido un crecimiento en la contratación de empleados. Aunque la pendiente es creciente el número de empleados que varía es un poco significativo sobre todo con del año 2019 al 2020.

- **Estado actual:** según los datos que ofrece El Economista” la empresa Kia ha tenido un crecimiento del 8,3% lo que supone un crecimiento de las ventas”.

Gráfico 21: Evolución del número de vehículos Kia matriculados en España



Fuente: elaboración propia con los datos de statista

En este gráfico se muestra la evolución anual del número de vehículos Kia matriculados en España, en el 2021 hay 57.235 vehículos matriculados lo que supone un crecimiento de las cifras con respecto al año anterior.

Según Eduardo Vivar, se espera en 2022 un crecimiento del 9% hasta alcanzar las 900.000 unidades, y crecimientos del 100% entre eléctricos e híbridos enchufables.

3.6. COMPARATIVA ENTRE LAS EMPRESAS AUTOMOVILÍSTICAS

Una vez realizado el análisis de las empresas Mercedes-Benz y KIA, se procederá a realizar la comparación entre ellas, descubriendo así quien presenta mejores cifras tras ser ambas las destacadas de la pandemia.

Tabla 3: comparativa entre las empresas Mercedes-Benz y KIA

MERCEDES-BENZ		KIA	
	2018		2018
VOLUMEN NEGOCIO	5.493.823.000 €	VOLUMEN NEGOCIO	1.006.831.000 €
Nº EMPLEADOS	5.672	Nº EMPLEADOS	767
	2019		2019
VOLUMEN NEGOCIO	5.601.958.000 €	VOLUMEN NEGOCIO	1.017.871.000 €
Nº EMPLEADOS	5.214	Nº EMPLEADOS	102
	2020		2020
VOLUMEN NEGOCIO	4.940.891.000 €	VOLUMEN NEGOCIO	833.216.000 €
Nº EMPLEADOS	5.074	Nº EMPLEADOS	103

Fuente: elaboración propia con los datos de Eleconomista.

La tabla que se encuentra anteriormente muestra la evolución del volumen de negocio y del número de empleados de las empresas Mercedes-Benz y KIA en España.

Unos de los sectores más golpeados por la pandemia es el automovilístico, ya que este no es de primera necesidad con puede ser el transporte de mercancías o las farmacéuticas; sin embargo, ambas empresas presentan cifras muy significativas para la economía española y que a continuación procederemos a analizar.

Tratando el volumen de negocio encontramos un descenso de las ventas por parte de ambas empresas, el descenso de las ventas de la empresa Mercedes-Benz es mucho mayor al de Kia, pero, a pesar de esto, es la empresa Mercedes-Benz quien presenta un volumen de negocio mucho mayor al de Kia.

El número de empleados, siendo un factor muy relevante de las empresas, en caso de Mercedes-Benz encontramos un decrecimiento en la contratación de nuevos empleados, por el contrario, Kia tiene una pendiente creciente, aunque no muy significativa ya que la cifra de nuevos empleados es muy baja. Tomando todos estos datos podemos decir que, aunque Kia ha contratados nuevos empleados y presenta una pendiente creciente, sigue todavía estado muy por debajo de las cifras que presenta Mercedes-Benz.

Hablando sobre el estado más actualizado de las empresas, se prevé un crecimiento de las ventas sobre todo en los vehículos 100% eléctricos e híbridos enchufables.

Tras a ver analizado ambas empresas y recolectar los datos, podemos decir que la empresa Mercedes-Benz tiene un volumen de facturación y una plantilla mayor a la Kia, además de encontrarse puestos por encima dentro del ranking.

3.7. SECTOR DE LA INDUSTRIA DE LOS SUPERMERCADOS

El sector de la industria de los supermercados es uno de los sectores que se encuentran dentro de la economía del país. Estos son los encargados de abastecer al consumidor final. Es el encargado de aglutinar a los comerciantes, y también a las empresas encargadas de la comercialización.

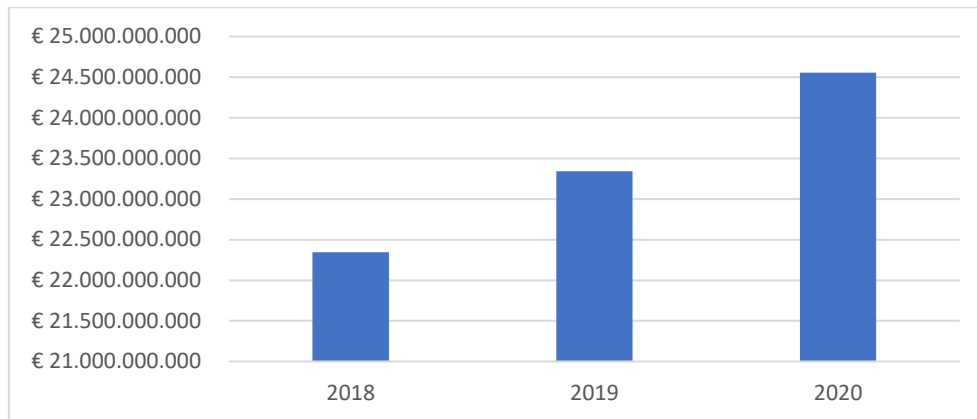
Son los supermercados los que más han sido beneficiados por la pandemia, ya que, durante el confinamiento, y anteriormente lo que principalmente se hizo fue llenar las neveras, convirtiéndose así en el sector líder durante la pandemia. En la actualidad, este sector sigue siendo una de las principales fuerzas económicas del país ya que los supermercados son el lugar de compra por excelencia de los consumidores, anteponiéndose así a las tiendas especializadas (carnicería, pescadería ...).

3.7.1. MERCADONA

Mercadona es una empresa española con sede en la provincia de Valencia. Cuenta con la cifra de 1637 supermercados en España. Las características de estos supermercados son de una superficie media de 1300 metros cuadrados y cuentan con una variedad de: alimentación, droguería y perfumería, donde principalmente venden su marca y también otras marcas comerciales. Dicha empresa cuenta con un gran reconocimiento entre los consumidores ya que sus supermercados cuentan con una gran variedad de productos y con unos precios muy competitivos en el mercado. Durante los tiempos de pandemia se convirtió en el líder de ventas, ya que lo primero que se hizo cuando se activó el estado de alarma fue llenar las despensas de víveres por si acaso y esto desencadenó una compra masiva convirtiéndose en líder.

- **Volumen de negocios:** la empresa cuenta en España con una gran cantidad de supermercados, obteniendo así un gran volumen de facturación, a continuación, veremos su evolución.

Gráfico 22: Evolución de las ventas en Mercadona.

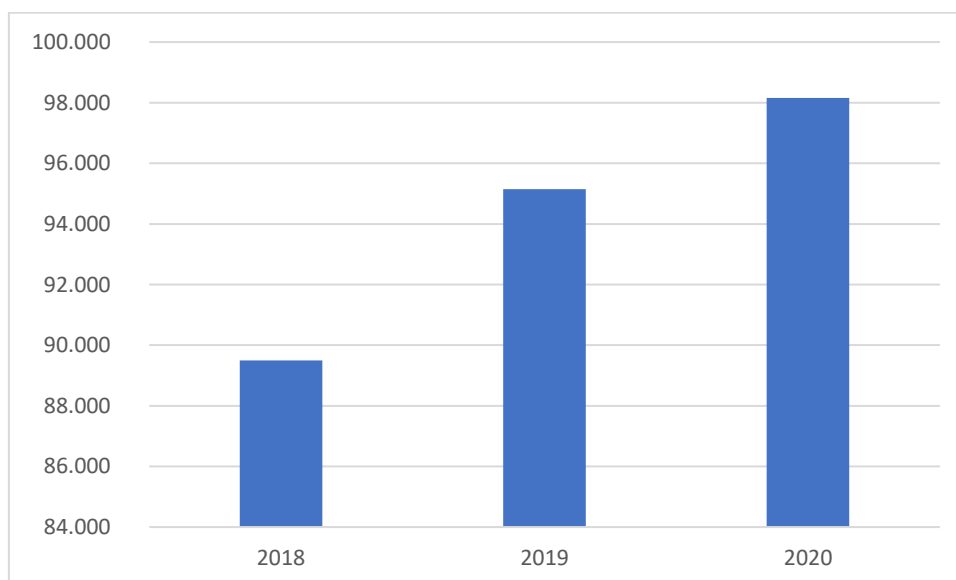


Fuente: elaboración propia con datos de eleconomista.com

Este gráfico de elaboración propia muestra la evolución anual de las ventas que ha tenido la empresa Mercadona, que ha tenido un gran crecimiento de la cifra de ventas, muestra una pendiente creciente y una evolución muy favorable. El crecimiento de la venta se debe principalmente a la crisis de la pandemia y el confinamiento que hizo que la empresa Mercadona se convirtiera en líder de ventas.

- **Número de empleados:** Mercadona es una de las empresas con más plantilla de España, en este apartado podremos observar su evolución y también sus cifras.

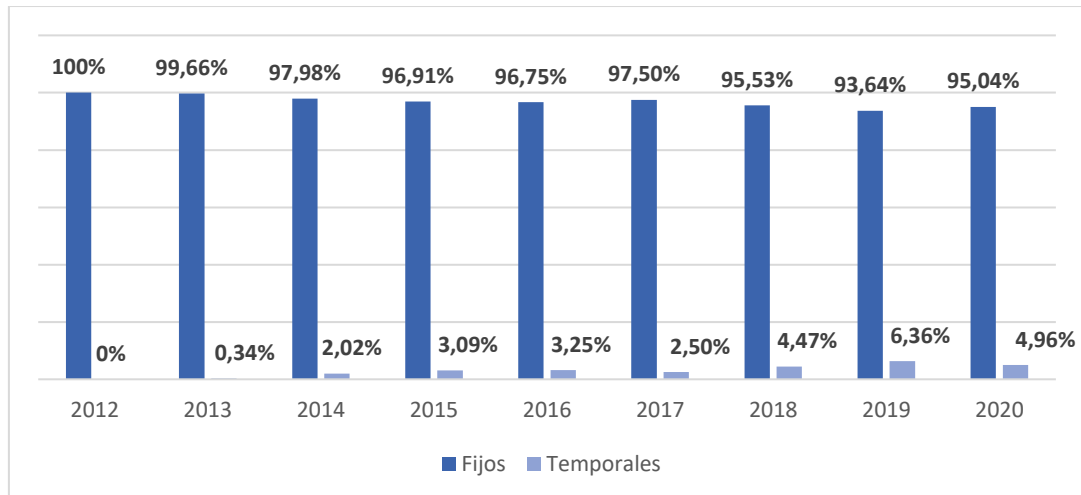
Gráfico 23: Evolución del número de empleados Mercadona



Fuente: elaboración propia con datos de eleconomista.com

En este gráfico de elaboración propia se puede observar la evolución anual del número de empleados de la empresa Mercadona, y de acuerdo con el incremento de la cifra de negocios también conlleva un crecimiento del número de empleados, contando en 2020 con casi una plantilla de 100.000 empleados.

Gráfico 24: Porcentaje de empleados fijos y eventuales Mercadona España.

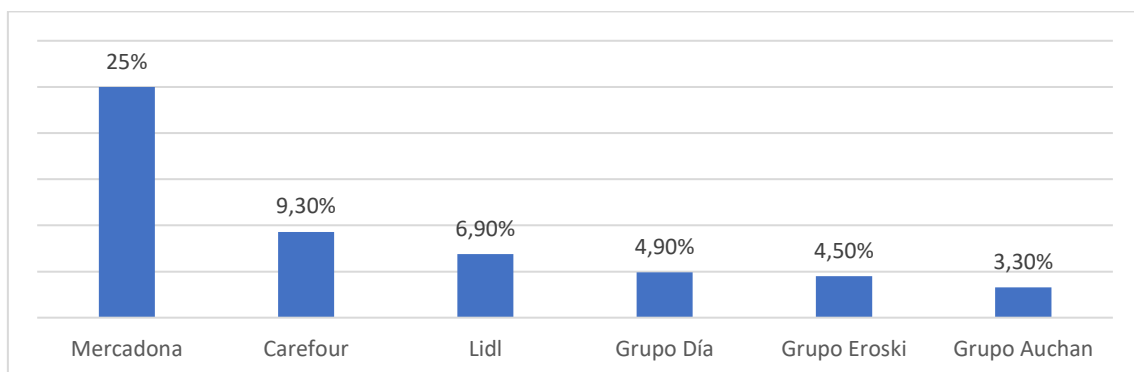


Fuente: elaboración propia con los datos de statista

En este gráfico se muestra la evolución anual de empleados fijos y temporales en la plantilla de Mercadona en España, lo que más destaca es que la plantilla de mercados son prácticamente todos los empleados fijos, la cifra de temporales es muy baja en prácticamente en todos los años.

- **Estado actual:** según Hugo Gutiérrez del periódico El País “hoy en día la empresa Mercadona es líder en todos los aspectos, ya que es la empresa líder en el sector de los supermercados y además Mercadona también es la empresa que más factura en España adelantándose a Repsol”.

Gráfico 25: Cuota de mercados de los grandes supermercados en España 2021.



Fuente: elaboración propia con los datos de statista

En el gráfico anterior se puede observar las empresas con mayor cuota de mercado en España, siendo Mercadona la mayor con una cifra del 25% estando muy por encima de sus competidoras.

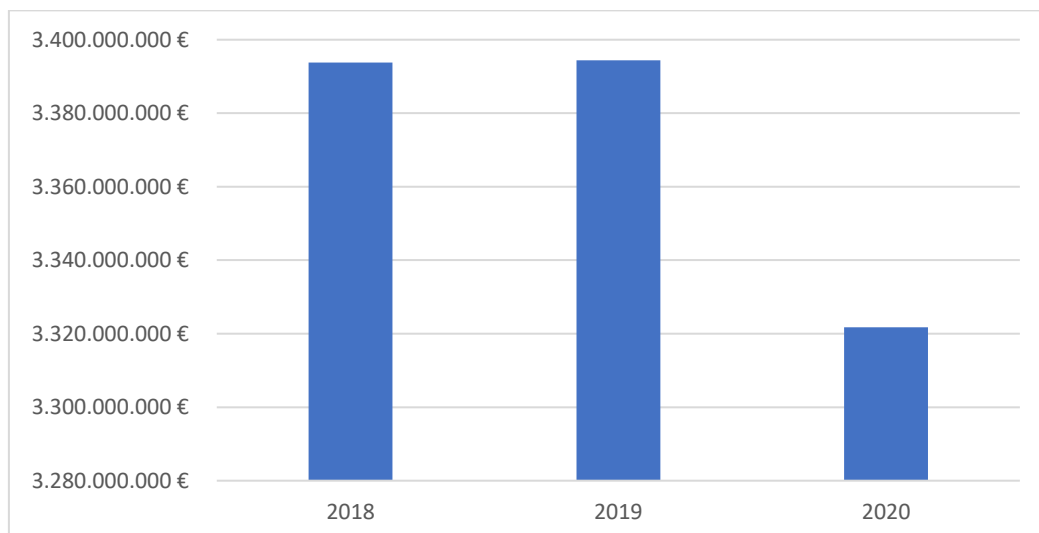
3.7.2. ALCAMPO

Alcampo es una empresa francesa que pertenece al grupo Auchan, que opera en España bajo el nombre de supermercados Alcampo. Esta empresa empezó a realizar su actividad en 1981, hasta hoy en día; cuenta con más de 300 supermercados en España y es considerada el supermercado más barato, ya que según un estudio realizado por la OCU sobre el coste de la cesta de la compra en Alcampo, es el supermercado más barato de España.

Los supermercados Alcampo ofrecen una gran cantidad de productos, muy parecido a la variedad que ofrece Mercadona, pero bajo marca de distribuidor, entre los que se puede encontrar; alimentación, droguería, perfumería, papelería, electrodomésticos, tecnología y juguetes.

- **Volumen de negocio:** la pandemia ha afectado al sector de los supermercados en mayor medida que a otros, pero con este análisis veremos si sus ventas han crecido o por el contrario han disminuido.

Gráfico 26: Evolución de las ventas de Alcampo España



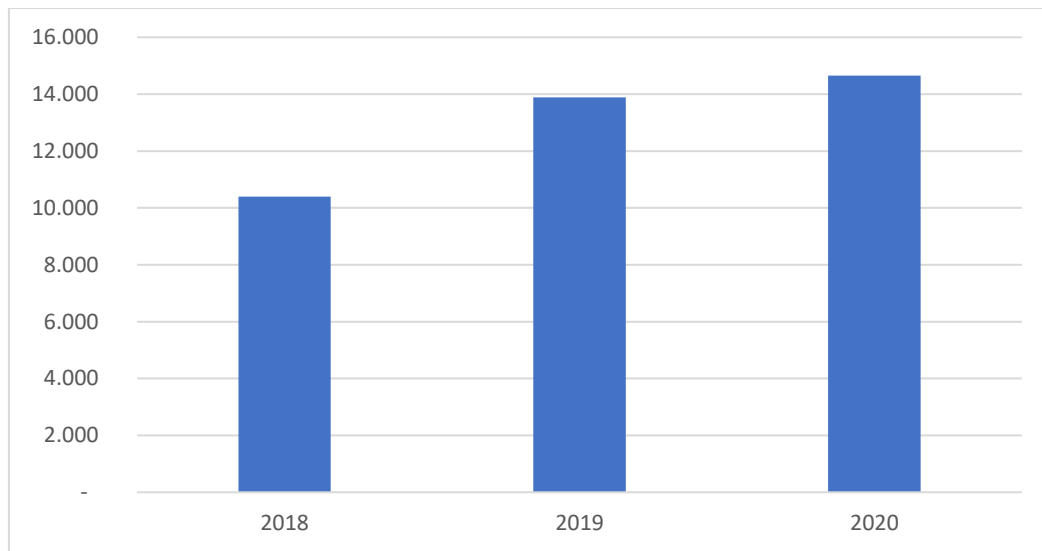
Fuente: elaboración propia con datos de eleconomista.com

En el gráfico anterior se muestra la evolución anual de los ingresos procedentes de las ventas que ha realizado la empresa Alcampo en España, viendo sus cifras se ve como

en 2020, facturo 4.500 millones lo que supone un descenso de 160 millones con respecto al año anterior.

- **Número de empleados:** la empresa Alcampo es una de las grandes empresas que hay en España, y en este apartado nos permitirá ver la evolución de la plantilla y así poder analizar los cambios producidos.

Gráfico 27: Evolución del número de empleados Alcampo España.



Fuente: elaboración propia con datos de eleconomista.com

En el gráfico anterior se muestra la evolución anual del número de empleados de la empresa Alcampo en España, se observa un crecimiento del número de empleados teniendo en 2020 casi 15.000 empleados lo que supone un crecimiento de casi 800 con respecto al año anterior.

- **Estado actual:** en este apartado estudiaremos la información más actualizada viendo cómo ha evolucionado a la empresa.
Según Financial Food “la empresa Alcampo ha reducido su facturación respecto al año anterior, se debe en gran parte a la relajación de las medidas sanitarias establecidas por la pandemia. Por lo que sus ingresos en 2021 tienen una cifra de 30.544 millones de euros lo que supone un gran descenso con respecto al año anterior”.

3.8. COMPARATIVA ENTRE LAS EMPRESAS DE SUPERMERCADOS

Una vez realizado el análisis de las empresas Mercadona y Alcampo, se procederá a realizar la comparación entre ellas, descubriendo así quien presenta mejores cifras tras ser ambas las destacadas de la pandemia.

Tabla 4 comparativa entre las empresas Mercadona y Alcampo

MERCADONA		ALCAMPO	
	2018		2018
VOLUMEN NEGOCIO	22.343.558.000	VOLUMEN NEGOCIO	3.393.754.000
Nº EMPLEADOS	89.500	Nº EMPLEADOS	10.392
	2019		2019
VOLUMEN NEGOCIO	23.343.778.000	VOLUMEN NEGOCIO	3.394.397.000
Nº EMPLEADOS	5.214	Nº EMPLEADOS	13.887
	2020		2020
VOLUMEN NEGOCIO	24.555.981.000	VOLUMEN NEGOCIO	3.321.733.000
Nº EMPLEADOS	98.161	Nº EMPLEADOS	14.658

Fuente: elaboración propia con los datos de Eleconomista.

En la tabla que se encuentra anteriormente se muestra la evolución del volumen de negocio y el número de empleados de las empresas Mercadona y Alcampo en España.

Unos de los sectores en los que más repercusión ha tenido la pandemia del coronavirus es sin lugar a duda los supermercados, han sido de los pocos que ha podido salir victoriosos de la crisis de la Covid-19, ya que durante el confinamiento eran de los pocos que podían seguir trabajando. Los supermercados durante la pandemia han batido récords ya que el miedo a quedarse sin alimentos de la población hizo que se produjera una compra masiva antes del confinamiento y durante lo que produjo un gran incremento de las ventas.

Una vez realizado el análisis de los supermercados que han sido elegidos procederemos a su comparación para ver cuál de ellos ha tenido un crecimiento mayor y quien por el contrario uno menor.

El volumen de negocios que es un aspecto bastante importante en cuanto al análisis ya que aparte de ver sus cifras nos va a permitir ver el tamaño de la empresa. Encontramos que la primera empresa Mercadona, ha tenido un crecimiento de las ventas con respecto a los años anteriores, cuenta con un volumen de negocio de casi 25 mil millones de euros, sin embargo, la empresa Alcampo, muestra que sus ventas han decaído con respecto al año anterior teniendo una cifra de casi 3.340 millones de euros. Valorando ambas cifras y viendo su evolución se ve que la empresa Mercadona cuenta con un volumen de facturación mucho mayor que Alcampo y además ha tenido un crecimiento mucho mayor que su rival.

El número de empleados con los que cuentan las empresas es importante ya que está bastante relacionado con sus ventas. La empresa Mercadona cuenta con una plantilla formada con casi 100.000 empleados, creciendo con respecto a los años anteriores, la empresa Alcampo también ha crecido en lo que se refiere al número de empleados, pero cuenta con una cifra de casi 16.000 empleados siendo mucho menor que la de su rival Mercadona.

Viendo los datos se ve claramente como Mercadona cuenta con una plantilla mucho mayor que Alcampo y además un dato de Mercadona es que casi toda su plantilla es fija el porcentaje de eventuales es muy bajo.

El estado más actualizado de las empresas; Mercadona, hoy en día es la empresa de España con mayor volumen de facturación siendo líder en su sector y además líder en el ranking de empresas en España, Mercadona tras la pandemia ha crecido sin precedentes y hoy en día como ya hemos dicho es la primera empresa en España anteponiéndose a Repsol.

Por el contrario, Alcampo ha reducido sus ventas y esto se debe a la relajación con las medidas sanitarias. Estudiando ambas empresas se ve como hoy en día Mercadona se ha convertido en líder.

Tras analizar los distintos puntos de estudio y como se ve claramente decir que Mercadona es la empresa que mejor ha superado la pandemia y que se encuentra en un punto muy alto, contando con un gran volumen de facturación, una gran plantilla de empleados y teniendo unas visiones de futuro muy positivas.

4. CONCLUSIONES

La finalidad principal de la realización de este estudio es analizar la evolución reciente del sector de la distribución comercial en España y analizar los diferentes sectores que componen el área en contexto de una pandemia global como la de la covid-19.

Tras el análisis de la evolución del sector de la distribución en España, y las consecuencias de la pandemia de la covid-19 y su impacto en el sector, se extraerán diferentes conclusiones y líneas futuras.

Antes de la irrupción del coronavirus, el sector de la distribución en España era un sector que había experimentado muchas transformaciones en los últimos años relacionadas con los cambios sociales y económicos que se estaban produciendo en la sociedad española. Se pueden sacar diferentes conclusiones una vez que nos encontramos en el contexto de la situación de crisis provocada por la pandemia y las consecuencias del sector de la distribución comercial.

El hecho mas sonado que ha provocado esta crisis es la explosión del comercio electrónico en España. Desde el primer momento en que se emitió el estado de alarma, la demanda en línea del producto comenzó a crecer. Esto afirma el desarrollo que esta forma de negocio ha venido experimentando en los últimos años. Las áreas con mas alta demanda durante las restricciones de producción son: la alimentación, que aumentó sobre todo en los primeros días y luego se estabilizó y también el sector del hogar y la tecnología que fueron secciones que aumentaron en esencia, ya que se produjo la implantación del teletrabajo en muchas empresas.

Según Marketplace “el dominio de Amazon en el e-commerce se acentúa incrementando su facturación y cuota de mercado, con una gran diferencia respecto a sus perseguidores Aliexpress y Ebay”.

El gran crecimiento de la venta online ha traído consigo que las industrias realicen variaciones y progresos en la parte logística y de almacén, de modo que permita el abastecimiento correcto del aumento de la demanda online. Estas mejoras incluyen el mayor número de almacenes y el mayor número de trabajadores, que se dedican al comercio online, haciendo que se consigan mejoras en el control de stocks, digitalización del proceso y la innovación en envíos.

Sin embargo, encontramos en el lado contrario al pequeño comercio que ha tenido los efectos contrarios. Esto se debe a las medidas de confinamiento y distancia social.

Estos pequeños comercios han sufrido un gran descenso en sus ventas y en algunas ocasiones el cierre definitivo.

En cuanto a la parte práctica de este trabajo, se puede afirmar que, ha habido sectores más afectados y que por tanto han tenido un descenso en sus ventas y también sectores que la pandemia les ha beneficiados y han conseguido anteponerse a las dificultades.

Tabla 5: evolución de las ventas de las empresas más representativas de cada sector

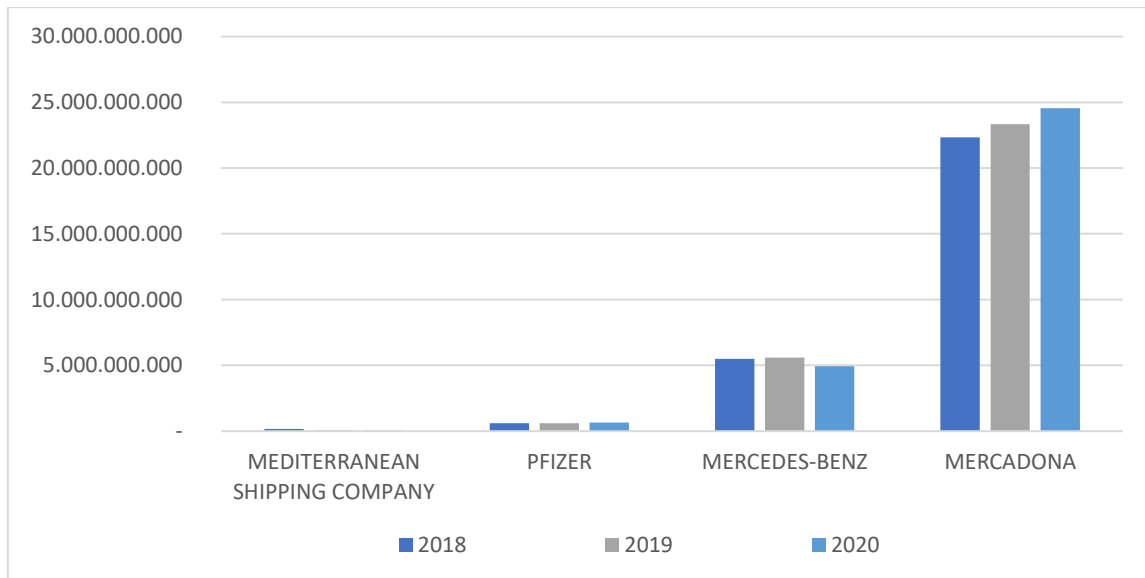
EMPRESAS	2018	2019	2020
MEDITERRANEAN SHIPPING COMPANY	174.578.496	67.859.525	40.157.277
PFIZER	595.774.000	607.810.000	645.717.000
MERCEDES-BENZ	5.493.823.000	5.601.958.000	4.940.891.000
MERCADONA	22.343.558.000	23.343.778.000	24.555.981.000

Fuente: elaboración propia con los datos de Eleconomista

La tabla que encontramos anteriormente muestra la comparativa de las ventas de cada una de las empresas más representativas de cada sector en España.

Encontramos un orden de menor a mayor número de ventas, es decir, la empresa Mediterranean Shipping company dentro de este conjunto es la que menor número de ventas presenta, seguido de la farmacéutica Pfizer, en el segundo puesto encontramos la empresa automovilística Mercedes-Benz y finalmente Mercadona que consigue posicionarse como líder en este análisis.

Gráfico 28 evolución de las ventas de las empresas más representativas de cada sector



Fuente: elaboración propia con los datos de Eleconomista

En el gráfico anterior se observa la evolución de las ventas de cada una de las empresas más representativas de cada sector en España. Esta representación nos muestra de forma más visual como es la evolución de las ventas de cada una de las empresas y encontramos como, a pesar del paso de los años, las posiciones son las mismas, siendo Mercadona líder en este análisis.

Tras el análisis de este trabajo, seguiremos las **líneas futuras**; es decir, para seguir la tendencia de este trabajo se seguiría el análisis de distintas empresas y sectores, donde se podría analizar otras empresas que no se incluyen en este trabajo, o también el análisis de otros sectores que también han sido clave durante el periodo de pandemia.

5. BIBLIOGRAFÍA

Aral, R. (2020, abril 30). *El antes y después en las ventas online*. Revista ARAL.

<https://www.revistaaral.com/texto-diario/mostrar/3174333/agencia-raw-analiza-antes-despues-en-ventas-online-negocios>

Battelle, J. (2006). *Buscar: Como Google y Sus Rivales Han Revolucionado los Mercados y Transformado Nuestra Cultura*. Tendencias.

El gigante del transporte marítimo MSC: «Es importante que todos colectivamente

hagamos un mejor trabajo en la gestión durante el período de crisis». (2021,

octubre 29). *Pesca Con Ciencia*.

[https://www.pescaconciencia.com/2021/10/29/el-gigante-del-transporte-](https://www.pescaconciencia.com/2021/10/29/el-gigante-del-transporte-maritimo-msc-es-importante-que-todos-colectivamente-hagamos-un-mejor-trabajo-en-la-gestion-durante-el-periodo-de-crisis/)

[maritimo-msc-es-importante-que-todos-colectivamente-hagamos-un-mejor-](https://www.pescaconciencia.com/2021/10/29/el-gigante-del-transporte-maritimo-msc-es-importante-que-todos-colectivamente-hagamos-un-mejor-trabajo-en-la-gestion-durante-el-periodo-de-crisis/)

[trabajo-en-la-gestion-durante-el-periodo-de-crisis/](https://www.pescaconciencia.com/2021/10/29/el-gigante-del-transporte-maritimo-msc-es-importante-que-todos-colectivamente-hagamos-un-mejor-trabajo-en-la-gestion-durante-el-periodo-de-crisis/)

El sector del automóvil en España: estratégico y en transformación. (s. f.). CaixaBank

Research. Recuperado 1 de abril de 2022, de

[https://www.caixabankresearch.com/es/analisis-sectorial/industria/sector-del-](https://www.caixabankresearch.com/es/analisis-sectorial/industria/sector-del-automovil-espana-estrategico-y-transformacion)

[automovil-espana-estrategico-y-transformacion](https://www.caixabankresearch.com/es/analisis-sectorial/industria/sector-del-automovil-espana-estrategico-y-transformacion)

Es, E. (2021, diciembre 1). *La crisis del transporte marítimo*. *elEconomista*.

[https://www.economista.es/opinion-blogs/noticias/11502313/12/21/La-crisis-](https://www.economista.es/opinion-blogs/noticias/11502313/12/21/La-crisis-del-transporte-maritimo.html)

[del-transporte-maritimo.html](https://www.economista.es/opinion-blogs/noticias/11502313/12/21/La-crisis-del-transporte-maritimo.html)

Europa Press. (2022). *Johnson & Johnson ingresa 2.116 millones en 2021 solo por las*

ventas de su vacuna contra el Covid-19.

[https://www.europapress.es/economia/noticia-johnson-johnson-ingresa-2116-](https://www.europapress.es/economia/noticia-johnson-johnson-ingresa-2116-millones-2021-solo-ventas-vacuna-contra-covid-19-20220125170625.html)

[millones-2021-solo-ventas-vacuna-contra-covid-19-20220125170625.html](https://www.europapress.es/economia/noticia-johnson-johnson-ingresa-2116-millones-2021-solo-ventas-vacuna-contra-covid-19-20220125170625.html)

Fraguela, N. (2021, junio 30). *El eCommerce postpandemia sigue creciendo: 3 millones más de españoles compran online en 2021 [Estudio IAB Spain]*. Marketing 4 Ecommerce - Tu revista de marketing online para e-commerce. <https://marketing4ecommerce.net/el-ecommerce-postpandemia-sigue-creciendo-3-millones-mas-de-espanoles-compran-online-en-2021-iab-spain>

Gómez, L., & Álvarez, Á. (2021, junio 18). *El transporte marítimo se encarece un 328% por el Covid y el atasco en China*. *elEconomista*. <https://www.eleconomista.es/empresas-finanzas/noticias/11280696/06/21/El-transporte-maritimo-se-encarece-un-328-por-el-Covid-y-el-atasco-en-China.html>

Información Ranking de kia Iberia sl. (s. f.). Directorio Ranking Empresas - Ranking de las principales empresas españolas. Recuperado 10 de abril de 2022, de <https://ranking-empresas.eleconomista.es/KIA-IBERIA.html>

Información Ranking de Maersk Spain sl. (s. f.). Directorio Ranking Empresas - Ranking de las principales empresas españolas. Recuperado 20 de marzo de 2022, de <https://ranking-empresas.eleconomista.es/MAERSK-SPAIN.html>

Información Ranking de Mediterranean Shipping Company España sl. (s. f.). Directorio Ranking Empresas - Ranking de las principales empresas españolas. Recuperado 12 de abril de 2022, de <https://ranking-empresas.eleconomista.es/MEDITERRANEAN-SHIPPING-COMPANY-ESPANA.html>

Información Ranking de Mercedes-benz España sau. (s. f.). Directorio Ranking Empresas - Ranking de las principales empresas españolas. Recuperado 1 de

abril de 2022, de <https://ranking-empresas.eleconomista.es/MERCEDES-BENZ-ESPANA-SAU.html>

Ingresos de Moller Maersk B (MAERSKb) - Investing.com. (s. f.). Investing.com español. Recuperado 18 de marzo de 2022, de <https://es.investing.com/equities/moeller-maersk-b-income-statement>

I. z., J. (2021, septiembre 25). *MSC aumenta su negocio un 13% en el Grao y eleva los beneficios un 28 % a pesar del coronavirus.* Levante-EMV. <https://www.levante-emv.com/economia/2021/09/25/msc-aumenta-negocio-13-grao-57660196.html>

Leal, J., & Gómez, A. (2021, noviembre 4). *La crisis global de suministros enfrenta a los puertos y a los cargueros de España.* La Información. <https://www.lainformacion.com/economia-negocios-y-finanzas/la-crisis-global-de-suministros-enfrenta-a-los-puertos-y-a-los-cargueros-de-espana/2852551/>

Los supermercados en España - Datos estadísticos. (s. f.). Statista. Recuperado 16 de junio de 2022, de <https://es.statista.com/temas/6552/los-supermercados-en-espana/>

Marcos, J. G. (2022, enero 10). *Ecommerce España 2021: Situación actual y evolución.* Todas las claves para llegar a Ecommerce rentable; Ecommerce Rentable. <https://ecommercerentable.es/e-commerce-espana-2021/>

Mercantil, E. (2022, enero 6). *MSC destrona a Maersk como la naviera con mayor capacidad de transporte de contenedores.* El Mercantil. <https://elmercantil.com/2022/01/06/msc-destrona-a-maersk-como-la-naviera-con-mayor-capacidad-de-transporte-de-contenedores/>

Mercedes-Benz España SA: facturación anual 2015-2020. (s. f.). Statista. Recuperado 1 de abril de 2022, de <https://es.statista.com/estadisticas/964863/facturacion-de-mercedes-benz-espana-sa/>

Mercedes-Benz España SA: plantilla de trabajadores 2013-2019. (s. f.). Statista. Recuperado 1 de abril de 2022, de <https://es.statista.com/estadisticas/964862/numero-de-trabajadores-de-mercedes-benz-espana-sa/>

Modaes. (2022, febrero 10). *La naviera Maersk cierra 2021 al alza pese a la crisis de la 'supply chain'.* Modaes. <https://www.modaes.es/equipamiento/la-naviera-maersk-cierra-2021-al-alza-pese-a-la-crisis-de-la-supply-chain.html>

MSC y su agresiva gestión para posicionarse como la línea naviera número 1 del mundo. (s. f.). Mundomaritimo.cl. Recuperado 1 de abril de 2022, de <https://www.mundomaritimo.cl/noticias/msc-y-su-agresiva-gestion-para-posicionarse-como-la-linea-naviera-numero-1-del-mundo>

Número de trabajadores en la empresa Johnson & Johnson en España 2010-2019. (s. f.). Statista. Recuperado 1 de abril de 2022, de <https://es.statista.com/estadisticas/514550/numero-de-trabajadores-en-la-empresa-johnson-y-johnson-espana/>

Omeñaca, J. L. (2022, febrero 14). *Kia aumentó sus ventas un 20% en España en 2021, con 54.954 unidades comercializadas.* *Valenciacars.* <https://valenciacars.blogspot.com/2022/02/2021-kia-ventas-espana.html>

Pfizer SL.: número de trabajadores España 2020. (s. f.). Statista. Recuperado 23 de marzo de 2022, de <https://es.statista.com/estadisticas/609566/evolucion-anual-del-numero-de-trabajadores-de-pfizer-en-espana/>

Porcentaje de ventas de los grandes supermercados en España en 2021. (s. f.).

Statista. Recuperado 16 de junio de 2022, de <https://es.statista.com/estadisticas/540894/porcentaje-de-ventas-de-los-grandes-supermercados-en-espana/>

¿Qué es AliExpress? ¿Es seguro comprar en AliExpress en 2022? (2019, agosto 12).

Ecommerce Platforms. <https://ecommerce-platforms.com/es/glossary/what-is-aliexpress>

Revenue of AP Møller - mærsk A/S 2021. (s. f.). Statista. Recuperado 16 de junio de

2022, de <https://www.statista.com/statistics/263965/revenue-of-ap-moeller-maersk-a-s/>

Roldán, P. N. (2017, abril 25). *Cadena de suministro.* Economipedia.

<https://economipedia.com/definiciones/cadena-de-suministro.html>

Sector de la Automoción en España. (s. f.). Investinspain.org. Recuperado 1 de abril

de 2022, de <https://www.investinspain.org/es/sectores/automocion-movilidad>

TRADING ECONOMICS. (s. f.). *AP Moller - Maersk A/S | Empleados | Número*

total [Data set].