

DHL Express prevé un crecimiento exponencial del e-commerce B2B durante y después de la COVID-19

Un estudio de la compañía estima que las ventas de e-commerce B2B se situarán en 20,9 billones de USD para 2027 (+71% respecto a 2019). La pandemia de la COVID-19 impulsa la transformación digital del comercio global y acelera significativamente el crecimiento del e-commerce B2C. DHL Express cierra el ejercicio 2020 con los mejores resultados de su historia (EBIT: 2.700 mill. €, +34,9% interanual)

DHL Express, el líder mundial de servicios exprés internacionales, publica hoy un nuevo Libro Blanco: 'La guía definitiva sobre e-commerce B2B: El fin de lo tradicional. El comienzo de lo digital'. El estudio prevé un fuerte crecimiento del mercado de e-commerce B2B en los próximos años: para 2025, el 80% de todas las interacciones en ventas B2B entre proveedores y compradores profesionales se realizará a través de los canales digitales.

El impacto de la pandemia del Covid-19 sobre el ritmo de la digitalización y los hábitos de compra de los millennials 'supertecnológicos' son los principales impulsores de este crecimiento global del e-commerce. Estas previsiones de crecimiento en el e-commerce B2B se han observado en los últimos años en el e-commerce B2C, en los que DHL Express tuvo unas tasas de crecimiento elevadas, especialmente, en las grandes temporadas vacacionales (p.ej., Semana Santa y Navidad) y en los días de megacompras (p.ej., Black Friday y Cyber Monday). En total, los volúmenes de e-commerce B2C en la red de DHL Express aumentaron en 2020 un 40%, aproximadamente, respecto a 2019.

Esta evolución positiva del negocio se refleja también en los resultados financieros de la empresa para el ejercicio 2020: Con unos ingresos totales de 19.100 millones € (+11,9% interanual) y un EBIT de 2.700 millones € (+34,9%), la división Express de Deutsche Post DHL Group cerró el año 2020 con los mejores resultados de sus más de 50 años de historia. Con su red mundial y la amplia variedad de sectores a los que provee, DHL Express logró adaptarse a los rápidos cambios en los flujos de comercio. Asimismo, su presencia en más de 220 países y territorios permitió a los consumidores y a las empresas mantener el contacto y seguir comerciando en todo el mundo, también durante la pandemia del coronavirus.

"Incluso en los periodos de confinamiento mundial, la globalización demuestra su resiliencia, impulsada por la digitalización y la fuerza del comercio mundial", afirma John Pearson, CEO de DHL Express. "Estas tendencias llevaron a un número aún mayor de consumidores a pasarse al medio online para realizar sus compras. La pandemia aceleró esta tendencia hasta niveles insospechados, provocando un aumento exponencial de las ventas de las empresas en el mercado global. El e-commerce y la logística global fueron clave durante los confinamientos locales para mantener las economías en marcha y atenuar el impacto de la COVID-19 para muchos de nuestros clientes".

Aceleración del crecimiento del e-commerce a consecuencia del Covid-19

Con la digitalización creciente y los cambios de hábitos de compra de los consumidores, no solo creció

el e-commerce en B2C. En 2019, incluso antes de la pandemia, las ventas globales en páginas web y en marketplaces de e-commerce B2B crecieron ya un 18,2% y se situaron en 12,2 billones de USD[1], superando el tamaño del mercado del sector B2C. Con la COVID-19 y la consiguiente aceleración de la digitalización, este volumen de e-commerce B2B global se estima que alcanzará los 20,9 billones de USD para 2027[2].

"Hace más de un año que nos enfrentamos a la pandemia", afirma Michiel Greeven, Executive Vice President Global Sales en DHL Express. "Un año que ha mostrado como se producía casi una década de evolución digital en tan solo unos meses, convirtiendo las compras online y el transporte transfronterizo en la nueva normalidad. Y eso no solo ocurre con los minoristas B2C, sino también en el e-commerce B2B, pues las empresas comprendieron que las plataformas de ventas online son esenciales para el éxito de sus negocios, ahora y en el futuro. Como consecuencia, se necesitará un mayor volumen de servicios de transporte urgente internacional y DHL Express está bien posicionada para asesorar y apoyar a todas las empresas B2B en esa trayectoria".

El enorme potencial del e-commerce B2B está impulsado también por los millennials

El Libro Blanco, redactado por DHL Express, revela los factores que impulsan el crecimiento del mercado global de e-commerce B2B: además de las tendencias generales como la globalización y la digitalización, comienza a notarse el efecto de la generación de los millennials, con su fuerte orientación tecnológica. El 73% de todas las decisiones de compra B2B procede de los millennials. Al ser nativos digitales, sus experiencias en el sector B2C revierten en unas elevadas expectativas en las transacciones B2B, impulsando así a las empresas a invertir en soluciones digitales, como plataformas de venta online, al tiempo que ofrecen un gran potencial de crecimiento.

"Para que las empresas B2B puedan aprovechar al máximo las nuevas oportunidades de comercio internacional y de e-commerce, deberán comenzar a adaptarse a los cambios en los hábitos de compra. Esta tendencia aumentará a medida que la generación de millennials vaya accediendo a puestos de toma de decisiones B2B y siga impulsando así la digitalización del sector. Las experiencias del consumidor B2B tienen que acercarse más a las experiencias digitales B2C. Como especialistas internacionales de e-commerce, tenemos los conocimientos y la experiencia necesaria para ayudar a las empresas a adaptarse a los cambios actuales y alcanzar así su pleno potencial", declara Leendert van Delft, Vice President Global Sales Programs and Global E-commerce.

DHL Express invierte para seguir a la altura de las elevadas expectativas de los clientes

En 2020, DHL Express realizó 484 millones de envíos en total para sus clientes (B2C y B2B), en todo el mundo, un 9% más (media al día) que en 2019. Para adaptarse al considerable crecimiento de su red, DHL Express sigue invirtiendo anualmente más de 1.000 millones de euros en nuevas instalaciones de última generación en todo el mundo, para multiplicar sus capacidades operativas (+65% desde 2013), contratar nuevo personal (+10.000 cada año) e incorporar nuevos aviones de carga a su flota (+20 unidades cada año). En este contexto, DHL Express anunció recientemente la compra de otros ocho aviones cargueros Boeing B777 de fuselaje ancho e hizo pública una cooperación con Smartlynx Malta para incorporar dos Airbus A321 a su flota. Con estas medidas, DHL Express se asegura de que sus clientes en todo el mundo puedan beneficiarse del auge mundial del e-commerce.

[1] Statista

[2] Researchandmarkets

Datos de contacto:

Noelia Perlacia

915191005

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Internacional](#) [Finanzas](#) [Logística](#) [E-Commerce](#) [Consumo Digital](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>