

Plataformas electrónicas B2B de productos industriales en Alemania

A. CIFRAS CLAVE

El comercio electrónico engloba la compraventa de bienes y servicios a través de mecanismos y plataformas *online*. Las modalidades más habituales son el B2C (*Business-to-Consumer*), B2B (*Business-to-Business*) y B2G (*Business-to-Government*). Esta ficha se centra en la modalidad B2B de venta de productos industriales en Alemania. Los tipos de plataformas industriales más comunes son los siguientes: *marketplaces* y plataformas propias de empresas.

El volumen de ventas realizado en Alemania a través de plataformas electrónicas B2B fue de 1.300 millones de euros en 2018. Las formas más habituales para realizar los pedidos fueron a través de páginas web, por escrito y por teléfono, mientras que las modalidades de pago más habituales resultaron contra factura, el pago por adelantado y PayPal.

Esta ficha incluye una clasificación y una breve descripción de las principales plataformas electrónicas B2B para la venta de productos industriales en Alemania.

Datos	Información
Tipos de plataformas	a. <i>Marketplace</i> / b. Plataformas propias de empresas
Tamaño del mercado	1.300 millones de euros (2018)
Modalidades para realizar pedidos	1. Página web / 2. Por escrito / 3. Por teléfono
Formas de pago	1. Factura / 2. Por adelantado / 3. PayPal

B. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

B.1. *E-commerce* y plataformas electrónicas B2B

El *e-commerce* o comercio electrónico es un concepto digital global que incluye, entre otros aspectos, los mecanismos y plataformas de compraventa de bienes, productos o servicios a través de Internet, los cuales resultan de interés para las empresas españolas que desean competir en mercados internacionales, como puede ser el alemán. Existen diferentes tipos de comercio electrónico, en función de la naturaleza de sus transacciones y de la forma de generar sus ingresos. Los más conocidos:

- B2C (*Business-to-Consumer*): compañías que orientan sus servicios y productos al cliente final.
- B2B (*Business-to-Business*): modelos de negocio en los que las transacciones de bienes o la prestación de servicios se produce entre empresas.
- B2G (*Business-to-Government*): relación de negocios por Internet entre Gobierno y empresas.

En este informe nos centraremos en la modalidad del B2B, con especial énfasis en las plataformas de productos industriales. El *e-commerce* B2B consiste en transacciones *online* entre empresas. Estas transacciones pueden implicar la actuación, no sólo de vendedor y comprador, sino de un espectro amplio de agentes o intermediarios, como pueden ser fabricantes, mayoristas, minoristas, transportistas, etc.

Existen dos modalidades principales de plataformas B2B:

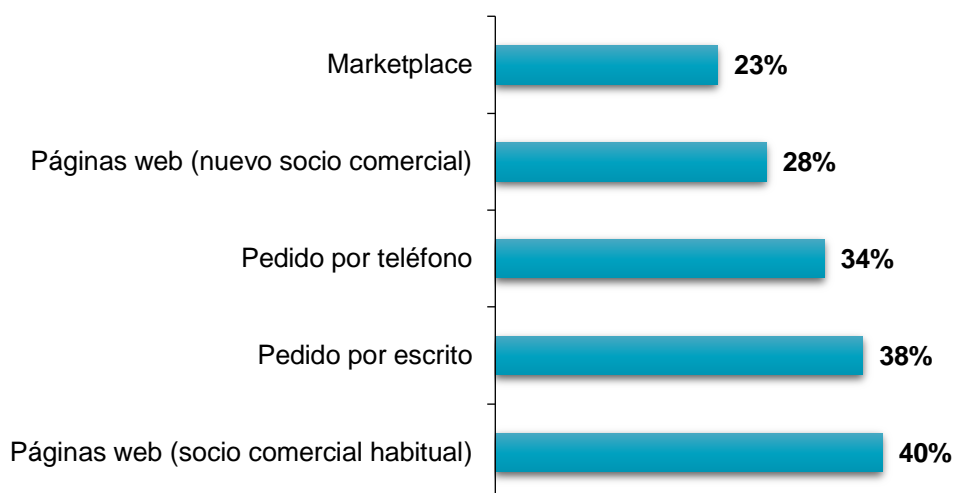
- **Página web propia:** están desarrolladas y diseñadas por las propias empresas. Los proveedores que tengan interés en vender sus productos a la empresa se crean un perfil y suben una descripción de los productos y el precio estimado.
- **Marketplaces:** plataformas electrónicas creadas y gestionadas por un tercero donde se encuentran vendedores y compradores. Tienen la misma finalidad que las anteriores pero, en vez de ser gestionadas por la propia empresa, es un tercero quien las gestiona.

El comercio B2B tiene unas particularidades respecto al B2C que han hecho que su desarrollo haya sido más lento. Las cadenas de distribución son más largas, el volumen de inversión de las compras es más grande y el riesgo suele ser mayor. Así pues, es necesario trabajar en las relaciones comerciales y crear un vínculo de confianza. Además, el comercio *online* B2B se suele realizar principalmente mediante plataformas privadas que, en la mayoría de los casos, son sistemas cerrados en los que para poder acceder hace falta la aceptación del proveedor. Estas páginas web normalmente no suelen ser tan *user-friendly* como las B2C, por lo que tienen mucho potencial de mejora.

B.2. Tamaño del mercado y características de las plataformas B2B en Alemania

El total de ventas digitales B2B en Alemania ascendió en 2018 a 1.300 millones de euros, lo que supone un volumen 20 veces mayor que el comercio B2C para el mismo año. La importancia de los pedidos B2B realizados mediante comercio electrónico va siendo cada vez más relevante. Según un estudio del ibi Research de la Universidad de Regensburg, el 40 % de las empresas alemanas realiza pedidos mediante páginas web de socios habituales y un 30 % en las de socios nuevos. Por lo demás, el 38 % de las empresas realiza pedidos por escrito, el 34 % por teléfono y el 23 % a través de *marketplaces*.

MODALIDADES DE REALIZAR PEDIDOS B2B EN ALEMANIA (2019)



Fuente: Elaboración propia a partir de ibi Research 2019 *B2B-E-Commerce 2020*.

En cuanto a las preferencias de los consumidores y los aspectos que hay que tener en cuenta para la venta, el estudio de ibi Research muestra que para el 91 % de los compradores, resulta muy importante la disponibilidad del producto, para un 75 % el tiempo de envío previsto, y para un 72 % el precio.

Si atendemos a los procedimientos de pago más comunes que se ofrecen en las tiendas *online*, un 82 % ofrecen el pago contra factura, un 75 % el pago por adelantado, un 56 % vía PayPal, un 56 % con domiciliación bancaria y el 45 % mediante tarjetas de crédito privadas o de empresas. Según el estudio de ibi Research sobre los procedimientos de pago que más relevancia tienen en las ventas de las empresas, el 84 % señala que el pago contra factura tiene gran relevancia, PayPal para un 57 % y la factura asegurada para el 44 %.

MODALIDADES DE PAGO DISPONIBLES EN TIENDA *ONLINE* B2B (2019)

Formas de pago disponibles	%
Factura	82
Pago por adelantado	75
PayPal	58
Domiciliación bancaria	56
Tarjeta de crédito privada	45
Tarjeta de crédito de empresa	45
Transferencia	28
Factura asegurada	27
<i>paydirekt</i>	20
<i>giropay</i>	13
Amazon Pay	12

Fuente: elaboración propia a partir de ibi Research 2019 *B2B-E-Commerce 2020*.

B.3. Principales actores

En Alemania hay numerosas plataformas y tiendas para la compraventa *online* de bienes y servicios. Además de los *marketplaces*, que agrupan ofertas de diferentes proveedores, muchas empresas han desarrollado su propia tienda *online*.

Esta ficha se centra en las plataformas electrónicas B2B de productos industriales, aunque los *marketplaces* más utilizados en Alemania son los **multiproducto**, es decir, los que incluyen productos y servicios de diferentes sectores. Según una publicación de ecom consulting, en 2020 los *marketplaces* B2B de productos industriales más importantes en Alemania fueron los siguientes:

➤ Xom Materials:

Enlace: <https://www.xom-materials.com/es/>

Descripción: *marketplace* para el comercio de materiales como el acero, metales o plástico.



➤ Covestro:

Enlace: <https://www.covestro.com/en>

Descripción: *marketplace* que agrupa los principales proveedores mundiales de materiales poliméricos de alta calidad.



➤ Webauto.de:

Enlace: <https://www.webauto.de/site/es/home/>

Descripción: *marketplace* de venta de automóviles B2B y B2C.



➤ CheMondis:

Enlace: <https://chemondis.com/index.html>

Descripción: *marketplace* especializado en la venta de productos químicos.



➤ Klöckner & co:

Enlace: <https://www.kloeckner.com/de.html>

Descripción: *marketplace* para la venta de materiales como el acero y metales.



➤ Valeroo:

Enlace: <https://www.valeroo.com/>

Descripción: *marketplace* para componentes técnicos y bienes industriales.



➤ Industry Arena:

Enlace: <https://de.industryarena.com/>

Descripción: *marketplace* del sector de la máquina herramienta.



Además de los *marketplaces* de productos industriales mencionados, también tienen relevancia los *marketplaces* multiproducto, ya que en algunos de ellos también se puede realizar la venta de productos industriales. Según un

estudio publicado por Statista, en 2018 el 33 % de las empresas realizaban sus ventas a través de Amazon Business, el 17 % a través de Mercateo, un 11 % mediante Wer liefert was y el 9 % a través de Alibaba. A continuación, una breve descripción de cada uno ellos:

➤ Amazon Business:

Enlace: <https://services.amazon.de/>

Descripción: plataforma de amazon.com para la venta B2B.



➤ Mercateo:

Enlace: <http://www.mercateo.com/>

Descripción: plataforma alemana B2B multiproducto, ofrece a los vendedores una amplia gama de servicios. Para convertirse en proveedor, es necesario registrarse y ser aceptado por la plataforma.



➤ Wer liefert was:

Enlace: <https://www.wlw.de/en/home>

Descripción: plataforma alemana B2B multiproducto. Las empresas interesadas pueden registrarse como vendedor optando por uno de los tres paquetes ofertados, National+, Lokal+ y el gratuito. Cada uno de ellos incluye diferentes servicios y ventajas¹.



➤ Alibaba:

Enlace: <https://www.alibaba.com/>

Descripción: plataforma china de venta B2B de productos.



Finalmente, también tenemos que nombrar las tiendas *online* propias, es decir, plataformas desarrolladas por cada empresa para su propio uso. Cada vez más empresas desarrollan su propia tienda *online* B2B y parece que la tendencia seguirá siendo esa en los próximos años. Según el estudio de ecom consulting, alguna de las tiendas *online* alemanas de productos industriales más importantes son las siguientes:

➤ Volkswagen Group Supply:

Enlace: https://www.vwgroupsupply.com/one-kbp-pub/en/kbp_public/homepage/homepage.html

Descripción: después de registrarse y ser aceptado por el portal, la empresa podrá convertirse en proveedor del Grupo Volkswagen, principalmente para el sector de la automoción.



➤ enPortal:

Enlace: <https://www.enportal.de/service/>

Descripción: plataforma en la que proveedores de energía pueden registrarse. *enPortal* ofrece ofertas individualizadas a sus clientes.



➤ Daimler Supplier Portal:

Enlace: <https://supplier-portal.daimler.com/portal/de>

Descripción: una vez aceptado en el portal, la empresa podrá convertirse en proveedor del grupo Daimler.



Tras realizar la descripción de los *marketplaces* y tiendas *online* más destacadas, procedemos a clasificar cada uno de estos portales por sector, nombrando algunos más.

¹ Paquetes Wer liefert was: <https://www.wlw.de/lyc/firma-bei-wlw-eintragen#/packageoverview>



MARKETPLACES Y TIENDAS ONLINE DESTACADAS EN ALEMANIA, POR SECTORES

Multiproducto	Energía y metal	Maquina herramienta	Industria química	Automóvil
Amazon Business	Xom Material	Industry Arena	Covestro	Webauto.de
Alibaba	Klöckner&co	Trade Machines	CheMondis	Volkswagen Group Supply
Mercateo	Valeroo			Daimler Supplier Portal
Conrad.biz	enPortal			BMW Partner Portal
Simple System	Enermarket			Supply on
Wer Liefert was				

Fuente: elaboración propia.

C. OPORTUNIDADES DEL MERCADO

Las compras en las plataformas B2B son bastante más complejas que en las plataformas B2C. Los precios no están previamente fijados como en las plataformas B2C, ya que dependen del poder de negociación de cada cliente, por lo que suelen producirse más errores en la gestión, que afectan de gran manera a los indicadores clave de desempeño de las empresas. De este modo, resulta muy útil que la plataforma esté integrada en sistemas ERP (*Enterprise Resource Planning*).

Las plataformas B2B tienen todavía mucho margen de mejora y los clientes lo demandan. Según un estudio realizado por la empresa Sana en 2019, al 30 % de las empresas le gustaría realizar el 90 % de sus compras *online* y, en estos momentos, solamente el 19 % de ellas las realiza. Probablemente, un perfeccionamiento en la gestión de estas plataformas mejoraría este aspecto. Entre las características específicas que más demandan los clientes están: la información sobre disponibilidad de los productos e información sobre un precio orientativo de estos. Así pues, las plataformas electrónicas B2B se encuentran todavía en fase temprana, aunque resulta muy aconsejable tener en cuenta esta vía para la venta de productos en mercados internacionales. Además, el uso de estas plataformas facilita la investigación de mercados, ya que se puede acceder fácilmente al precio y a las características del producto ofertado por la competencia sin tener que contratar para ello un servicio de consultoría.

Según el estudio realizado por ibi Research, el 88 % de las empresas contactadas creen que en los próximos cinco años las tiendas propias B2B *online* tendrán cada vez más relevancia, al igual que los *marketplaces* B2B para el 78 % de los encuestados. Dada la creciente relevancia que van a adquirir las compras *online* entre empresas, se prevé que las compañías dirijan grandes cantidades de recursos económicos al desarrollo de su propia tienda *online*. Se prevé asimismo que muchas de estas tiendas *online* sean plataformas cerradas y que conseguir el acceso requiera un proceso de comprobación y validación individualizada.



D. FERIAS Y PROMOCIÓN

Feria / Conferencia	Enlace	Temática	Fecha	Localización
Aluminium Trade Fair & Conference	https://www.aluminium-messe.com/_1.html	Plataformas B2B para la industria del aluminio y sus aplicaciones	6-8.10.20	Düsseldorf
MES Expo Mobility Electronics Suppliers Expo	https://www.mobility-electronics.de/	Plataformas B2B para coches, vehículos comerciales y sector ferroviario	9-11.11.2021	Berlín
Automechanika Frankfurt	https://automechanika.messefrankfurt.com/frankfurt/de.html	Industria del automóvil	14-18.05.2020	Fráncfort
AMB – International Exhibition for Metalworking	https://www.messe-stuttgart.de/amb/en/	Industria del metal	15-19.09.2020	Stuttgart
NORTEC Manufacturing Trade Fair	https://www.expodatabase.de/en/expos/3342-nortec-hamburg-germany	Industria manufacturera	25-28.01.2020	Hamburgo

Fuente: elaboración propia a partir de www.expodatabase.de

E. INFORMACIÓN ADICIONAL

Fuentes documentales:

- *Branchenreport B2B e-commerce*, IFH Köln (2019)
- *B2B-E-Commerce 2020*, ibi research (Regensbrug Universität)
- *Statistiken zum B2B-E-Commerce in Deutschland*, Statista 2020
- *The B2B buying process 2019*, Sapio Research
- *Landscape Marketplace DACH 2020*, ecom consulting

F. CONTACTO

La **Oficina Económica y Comercial de España en Berlín** está especializada en ayudar a la internacionalización de la economía española y la asistencia a empresas y emprendedores en **Alemania**.

Entre otros, ofrece una serie de **Servicios Personalizados** de consultoría internacional con los que facilitar a dichas empresas: el acceso al mercado de Alemania, la búsqueda de posibles socios comerciales (clientes, importadores/distribuidores, proveedores), la organización de agencias de negocios en destino, y estudios de mercado ajustados a las necesidades de la empresa. Para cualquier información adicional sobre este sector contacte con:

Lichtensteinalle 1
10787
Berlin (Alemania)
Teléfono: +49302292134
Email: berlin@comercio.mineco.es
<http://alemania.oficinascomerciales.es>

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h) 7 100 100 9 a 1
informacion@icex.es

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga el enlace](#)

INFORMACIÓN LEGAL: Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

AUTOR
Asier Bilbao Toucet

Oficina Económica y Comercial
de España en Berlín
berlin@comercio.mineco.es
Fecha: 22/06/2020

NIPO: 114-20-022-X

www.icex.es



FICHAS SECTOR ALEMANIA



ICEX España
Exportación
e Inversiones