

# Las oportunidades del Canal B2B en la era digital



# Gary Osswald Q.

Head of Sales Chile

# Tamaño del mercado retail Ecommerce B2C y Ecommerce B2B 2022

El Ecommerce B2B a nivel mundial es 3.84 más grande que el Ecommerce Retail B2C a nivel mundial.



\*Source: Statista Retail e-commerce sales worldwide from 2014 to 2027

\*\* Source: Statista B2B eCommerce - In-depth Market Insights & Data Analysis

# Market Analysis B2B

El comercio electrónico B2B global, valorado en 28,1 billones de dólares en 2024, está creciendo rápidamente.

Sectores manufactureros clave como Manufactura, CPG y Autopartes.

*Worldwide Source: Statista*

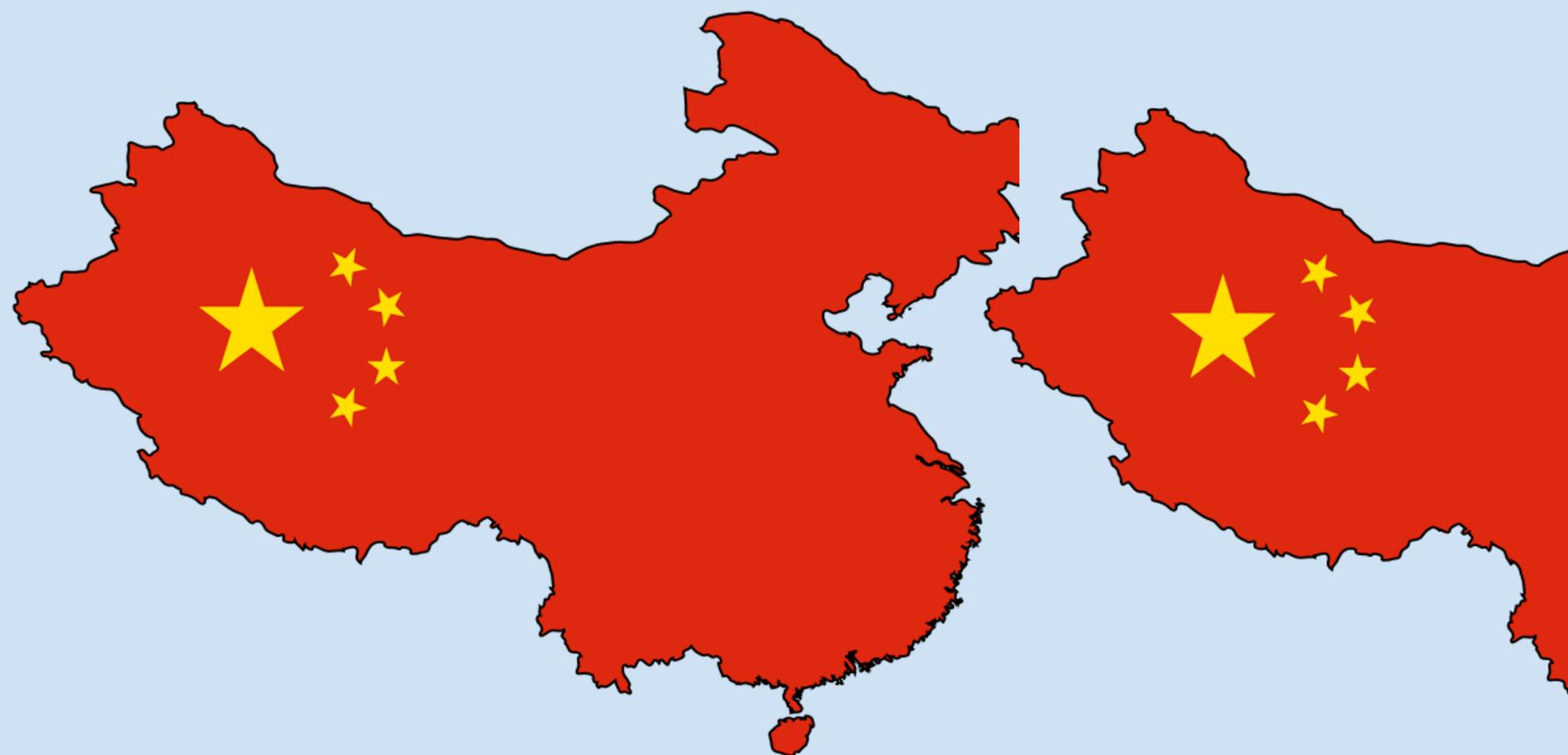
*VTEX Source: Growth Ops Team*



TAM Worldwide 

**\$28.1T USD**

Total Addressable Market

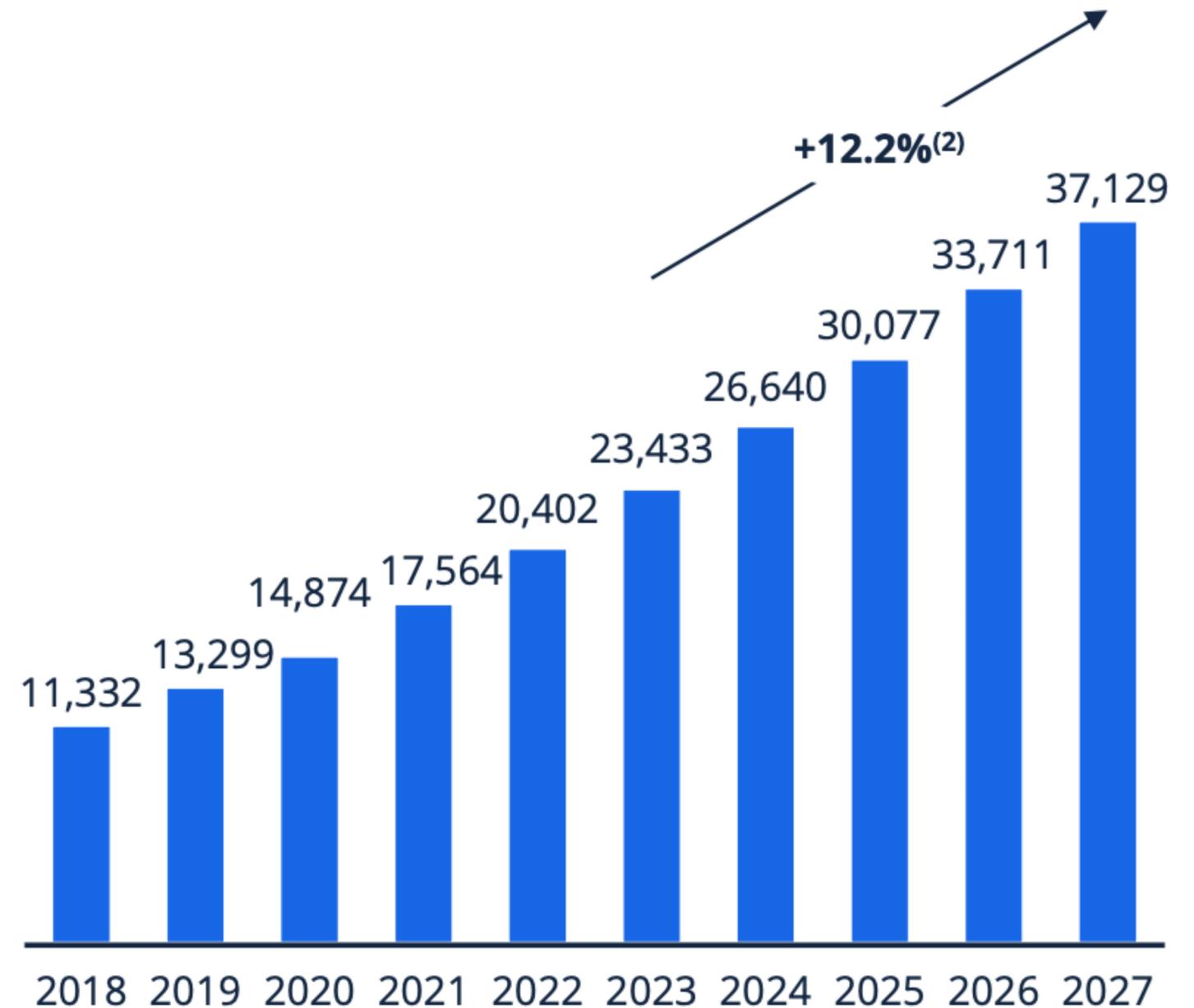


# Jugadores Ecommerce B2B



El ecommerce  
**B2B** es un  
gigante que sigue  
creciendo. Para  
2027, se espera  
que alcance los  
\$37.1 billones

Global B2B eCommerce GMV<sup>(1)</sup> in billion US\$



# ¿Qué pasa con el Ecommerce B2B en LATAM?

# Ventas del Ecommerce retail **B2C** en LATAM y resto del mundo 2022

Ventas B2C Latam  
**167\***  
BILLONES

Ventas B2C resto del mundo  
**5,144**  
BILLONES

  
Latam  
**3.2%**

Resto del mundo  
**96.8%**

# Ventas Ecommerce B2B en LATAM y resto del mundo 2022

Ventas B2B Latam  
**33\***  
BILLONES

Ventas B2B resto del mundo  
**20,369**  
BILLONES

● Latam  
**0.16%**

Resto del mundo  
**99.84%**

¿Cuál es la  
oportunidad  
de mercado  
del  
Ecommerce  
B2B?

Ventas Ecommerce  
LATAM

B2C:  167 B

B2B:  33 B

-5 veces  
B2B

Ventas Ecommerce  
Resto del mundo

B2C:  5,311 B

B2B:  20,402 B

+3.84  
veces  
B2B



167 B x  
3.84

641 B

+608 B

Vs ventas actuales

x 20  
veces

# ¿Qué oportunidades existen para Chile y Latam?

# Oportunidades con los Vendedores/KAM's



# Oportunidades con los Vendedores/KAM's



 **Vender más con las mismas herramientas:** Exigen aumentar ventas sin recursos adicionales.

 **Cientes limitados:** La cantidad de cuentas que un KAM puede gestionar es reducida.

 **Priorizar con Pareto 80/20:** 80% de las ventas provienen del 20% de los clientes. Las oportunidades en el 80% restante quedan desatendidas.

 **Limitación de herramientas tradicionales:** Sin automatización, se pierden oportunidades de ventas.

 **Solución digital:** Con herramientas avanzadas, es posible gestionar el 100% de las cuentas, optimizando las ventas sin dejar oportunidades sin atender.

# El nuevo Vendedores/KAM's

🚫 **El vendedor/KAM no será reemplazado por el Ecommerce B2B:** La tecnología complementa su labor, pero no la sustituye. Su rol sigue siendo clave.

🚀 **El vendedor es un desarrollador de negocios, no un tomador de pedidos:** En lugar de enfocarse en tareas transaccionales, su valor está en identificar oportunidades de crecimiento y expansión para sus clientes.

📚 **El vendedor debe capacitar y apoyar a sus clientes en el uso de la plataforma:** Su función es guiar a los clientes para que utilicen correctamente el Ecommerce B2B, maximizando su valor y eficacia.

🤝 **El vendedor será el primer contacto en caso de problemas:** Aunque la plataforma automatiza procesos, el vendedor sigue siendo la referencia directa para resolver inconvenientes y brindar apoyo personal.

# Oportunidades con los Clientes



# Oportunidades con los Clientes



 **Retrasos:** Al no recibir el pedido a tiempo, los productos esenciales no estaban disponibles cuando los necesitaba.

 **Menor Satisfacción:** Los clientes se quejaban por la falta de productos, lo que afectaba su experiencia.

 **Menos Ventas:** Cada vez que no podía cumplir con un pedido, perdía oportunidades de venta.

 **Menos Clientes:** Con el tiempo, estos problemas llevaban a que los clientes buscaran alternativas en otros bares.

# Perfil del comprador B2B



El 84% piensa que la experiencia de tienda online es muy importante



El 79% prefiere hacer pedidos en línea



El 58% de pedidos complejos se hacen en línea de preferencia

# Perfil del comprador B2B



**52%** de la fuerza laboral actual son Millennials y Generación Z, generaciones nativamente digitales.

Se estima que entre 2025 y 2030 este número va a subir al **75%**

**48%** de las generaciones nativamente digitales ya forman parte de tomadores de decisión dentro de las empresas.

Los  
compradores  
están  
acostumbrado  
s a la  
experiencia  
digital

amazon

Uber

Rappi

NETFLIX

waze 



  
TikTok

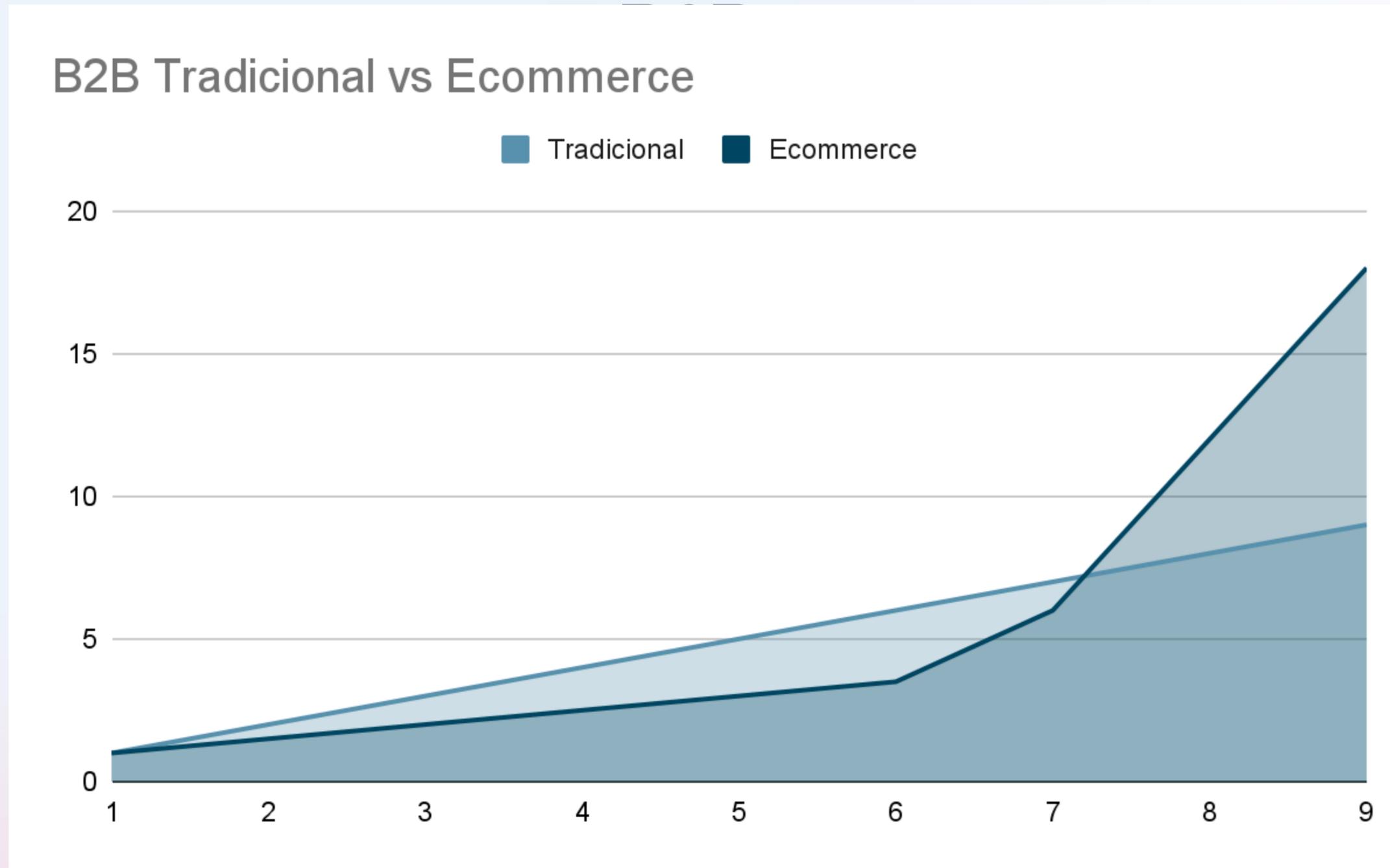


## Ecommerce B2B en LATAM

**“La demanda existe  
lo que hace falta es  
la oferta”**

# Crecimiento del modelo B2B tradicional vs Ecommerce

Nº Clientes



# Casos de éxito VTEX



## B2B

Customers of different industries around the globe



Refracciones y maquinaria



Beauty and Health



CPG & Distribution



Construcción



Consumer Goods



Chemicals



The Enterprise Digital Commerce Platform

# Algunos jugadores del B2B



- Colgate Pro Market
- Dirigido a dentistas
- Para llegar donde no llegaban visitantes médicos
- Lograron más órdenes con más frecuente
- Empezaron en Brasil con planes de expansión



- Ecommerce con nombre Compre Ahora
- Market place con productos de otras marcas
- Un solo sitio para comprar todo



- Inicio de prueba en Colombia y expansión a LATAM
- Experiencia para pedidos de tenderos entendiendo sus necesidades
- Experiencia Mobile
- Login con whatsapp
- Plan de fidelización delipuntos



- Herramienta para ayudar a sus vendedores en venta asistida
- Un solo canal para llegar a sus diferentes tipos de clientes y llegar con ofertas y contenido personalizado.
- Inventario en tiempo real

¡Gracias!



**Gary Osswald Q.**

Head of Sales Chile