



# LA IMPORTANCIA DE LAS ALIANZAS PARA DHL EXPRESS

Dalila Breton  
Gerente de Alianzas

DHL EXPRESS MEXICO | CONVENCIÓN PAKMAIL | NOVIEMBRE 2024





# DHL EN MÉXICO

**11**  
Vuelos Internacionales

**12**  
Vuelos Domésticos

**7**

Gateways

CDMX, Monterrey, Guadalajara, Querétaro,  
Hdermosillo, Mérida y Estado de México



**5**

Hubs Terrestres

Estado de México, Guadalajara, Monterresy,  
Querétaro y Mini Hub HMX



**+70**  
Centro de Operación

**+730**  
Puntos de Venta

**+510 M USD**

Invertidos en infraestructura  
del 2019 al 2022

**+5,150**  
Vehículos de los cuales

**150**  
eco-friendly

**ISO**  
9001:2015



**+40**  
Años operando en México



# ENVÍA CON DHL EXPRESS



## Apoyámos el crecimiento

Ofrecer una opción exprés internacional abre opciones a un mercado global. Ofrecer el servicio exprés aumenta el valor de la cesta de la compra y las ventas.



## Red Propia

Nuestros clientes pueden ofrecer horarios de cierre tardíos, lo que significa que tienen más tiempo para vender y aun así sacar su mercancía el mismo día.



## Aduanas

Nuestra experiencia significa que tenemos las herramientas necesarias para enviar a cualquier lugar. Nuestros equipos de aduanas dedicados pueden apoyarte a lo largo del proceso para globalizar tu negocio.



## Velocidad

DHL fundó el negocio de mensajería exprés internacional y nuestra reputación se basa en lo que sus clientes demandan: velocidad.



# HUBS REGIONALES



**5**  
Hubs Regionales  
Globales



**800**  
Facilities en las 32  
entidades federativas



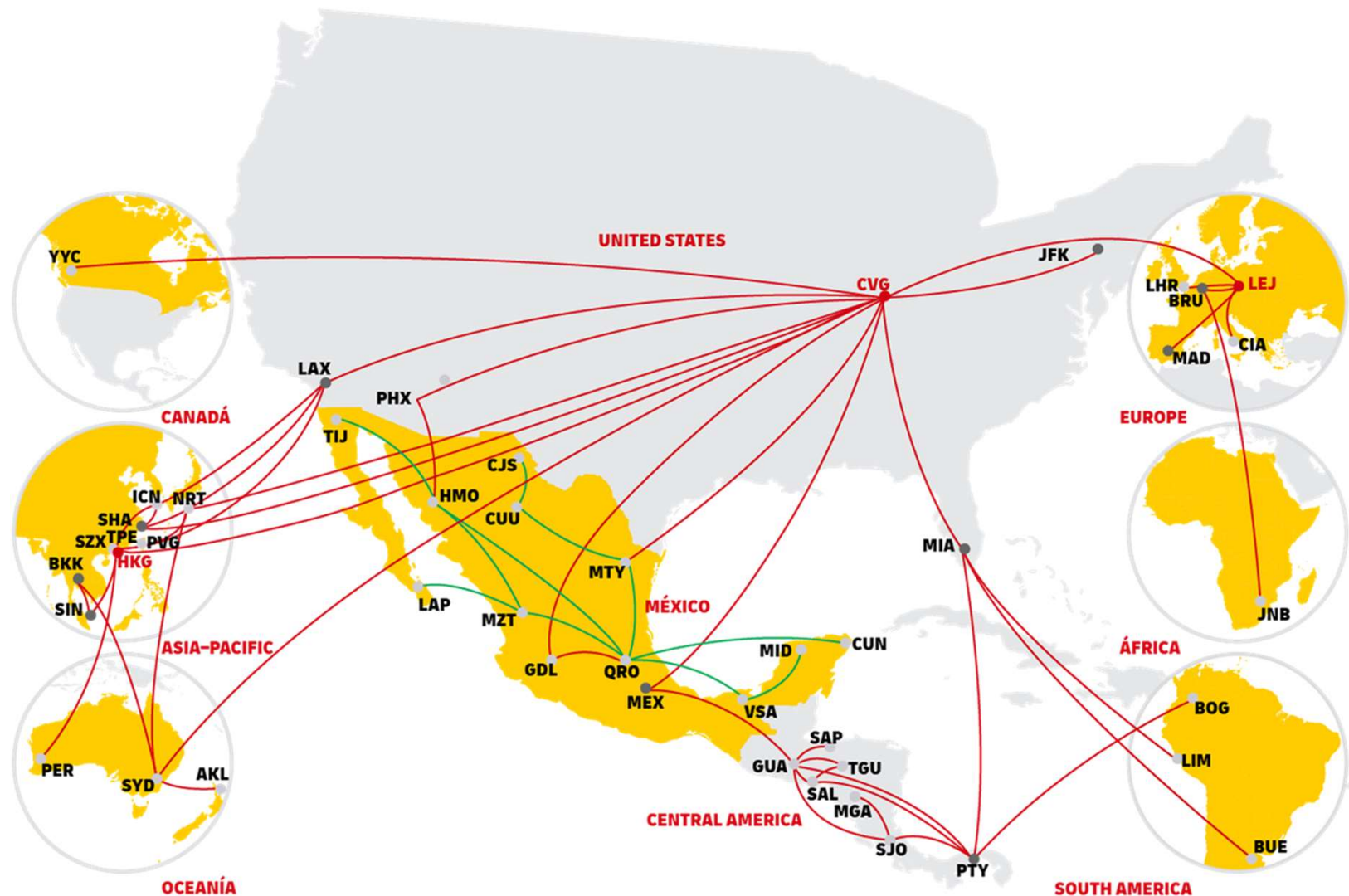


# CONECTANDO A MÉXICO CON EL MUNDO






- HUB Global DHL
- HUB DHL o Gateway
- DHL Facility / Hub Comercial Aéreo
  - Ruta Aérea Internacional
  - Ruta Aérea Doméstica

Fuerte presencia en mercados en crecimiento (Asia, Medio Oriente, Rusia, Latinoamérica).



# RUTA DE SOSTENIBILIDAD

No podemos crear un impacto positivo duradero a menos que sigamos una estrategia clara. Por eso, nuestra ruta de sostenibilidad se centra en cumplir con tres compromisos clave:

-  Operaciones limpias para la protección del clima
-  Gran empresa para trabajar para todos
-  Empresa de alta confianza

Como socio de las Naciones Unidas, el Grupo DPDHL apoya los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la ONU, centrándose en 6 en particular.




The background features a soft-focus image of green leaves and a white globe, suggesting a focus on environmental sustainability. The text is centered in a clean, modern font.


# MISIÓN 2050 **CERO EMISIONES**



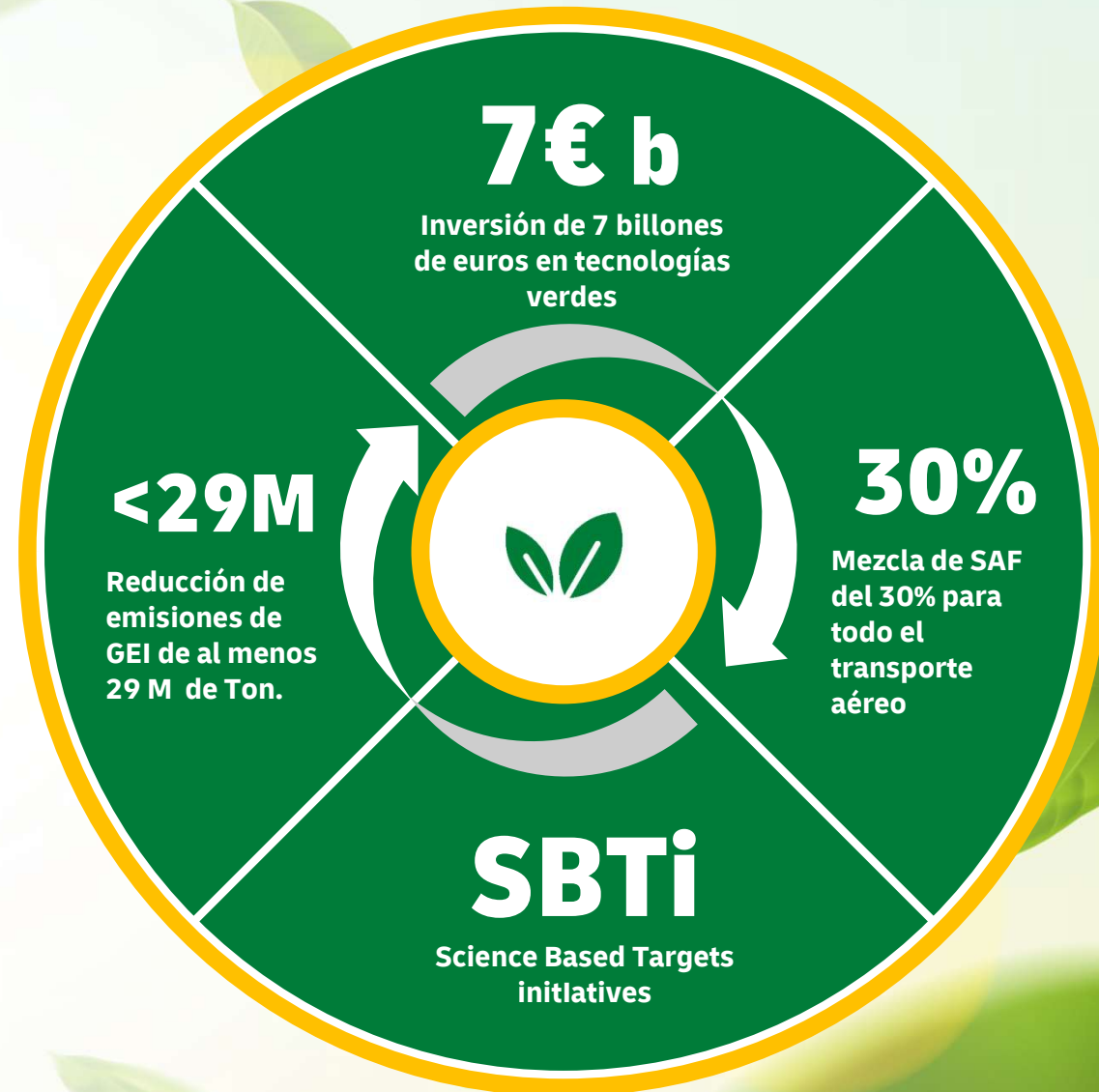
# NUESTRA META PARA EL 2030

 Líder en aviación sostenible

 La cartera más grande más completa de productos ecológicos

 Edificios neutros en carbono por defecto

 LM & recorrido ecológico



Operaciones no contaminantes para la protección del clima





# COMPORTAMIENTO DEL E-COMMERCE

Actualmente, el comercio electrónico representa más del 50% para nuestro negocio en México.

**66 M**

Personas en México compraron un servicio o producto a través de canales digitales

AMVO 2024

**+18%**

En crecimiento para el desarrollo de e-commerce

STATISTA 2024



# EL NEGOCIO B2B ¿QUÉ ESTÁ PASANDO?

**50%**

**de los sitios web**

No cumplen plenamente las expectativas de los compradores B2B.

**EL TOP**

**FRUSTRACIONES**

Está en la entrega y el seguimiento de los pedidos.

**66%**

**De las empresas** gastan más en línea ahora que antes de la pandemia.

Estas han **aumentado** sus **ganancias** hasta en un

**45%**

**94%**

**de los compradores**

Enfrentan retos en la experiencia del cliente cuando compran en línea.



# LOS CONSUMIDORES ¿CUÁL ES SU COMPORTAMIENTO?

**33%**

de todos los compradores desean una **experiencia** de venta **sin contacto** con vendedores

**44%**

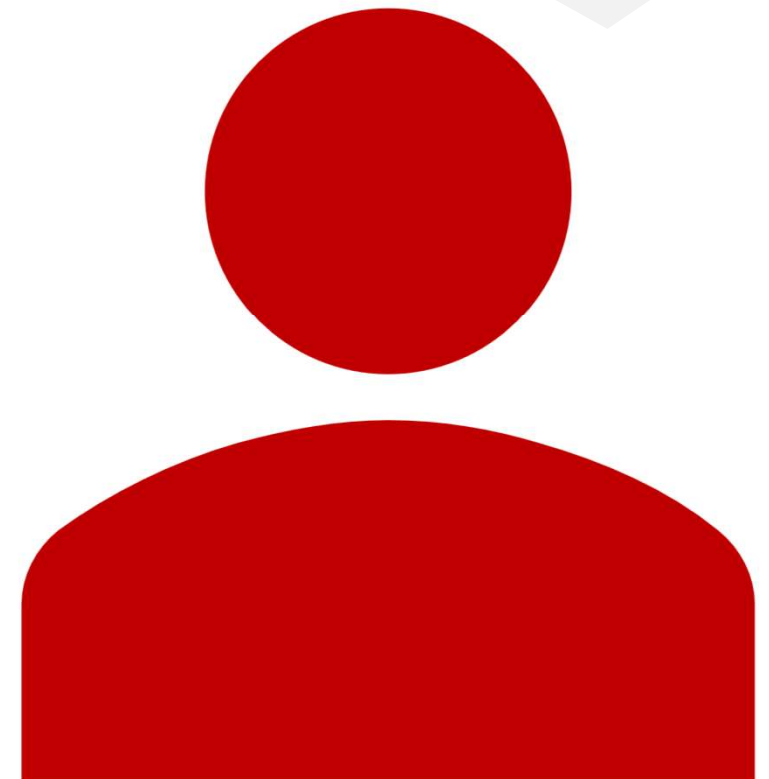
de los **millennials** prefieren no tener ninguna interacción con el representante de ventas en un entorno de compra B2B

**64%**

de las empresas B2B tiene previsto aumentar las inversiones en sus webs de e-commerce

**80%**

de las interacciones de ventas B2B se producirán en **canales digitales**.





# LOS PUNTOS DE VENTA CARACTERÍSTICAS



# LOS PUNTOS DE VENTA CARACTERÍSTICAS



# LOS PUNTOS DE VENTA CARACTERÍSTICAS





**El objetivo del comercio electrónico B2B es ofrecer experiencias personalizadas a los compradores para aumentar la tasa de conversión.**



# ¿Cuáles son nuestros **COMPONENTES CLAVE?**



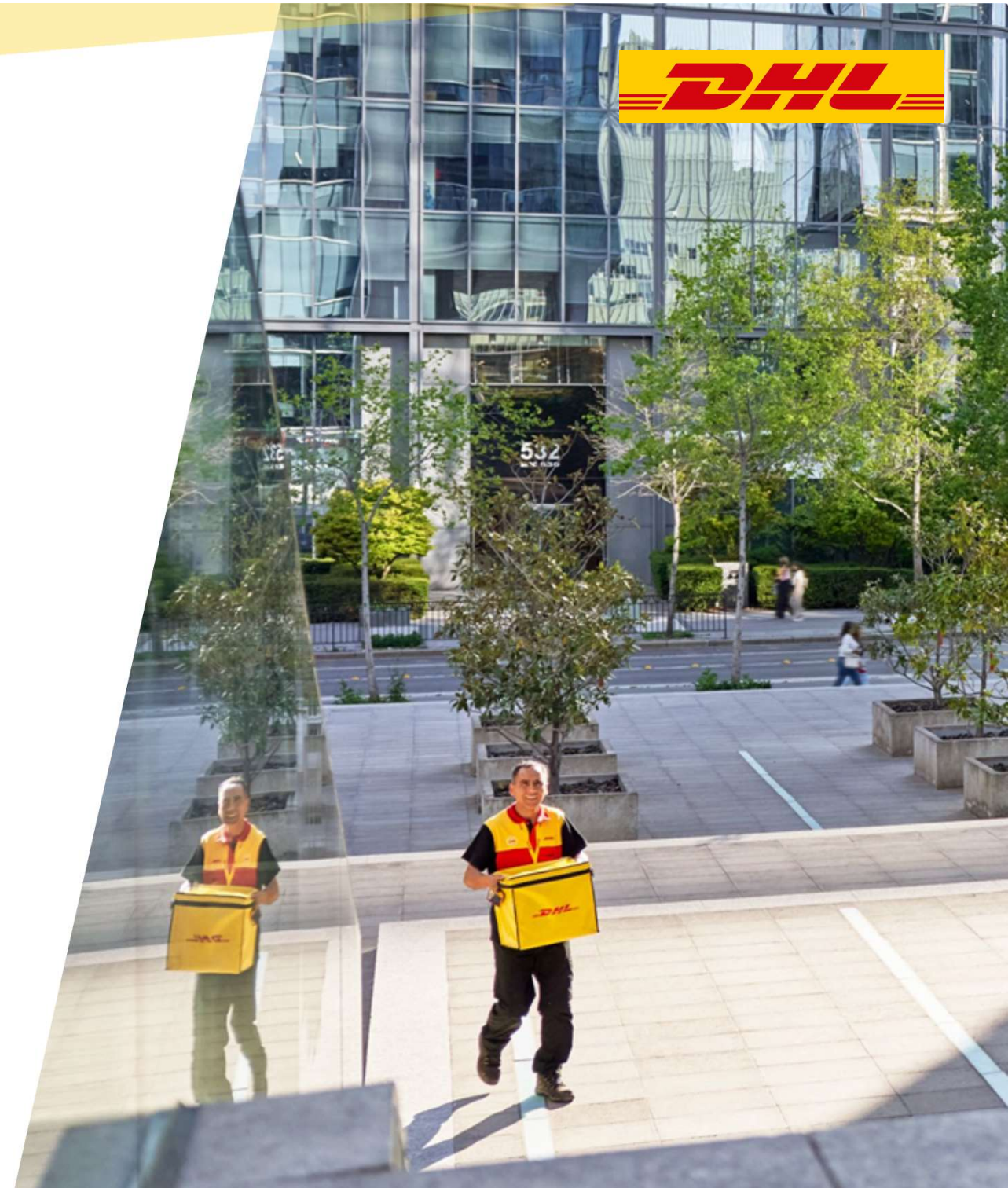
Flexibilidad de entrega



Respuesta en tiempo real



Cercanía con el consumidor







# LAS VENTAJAS DE UN SOCIO COMERCIAL

1

## ASESORÍA PERSONALIZADA

- Equipo dedicado y distribuido a nivel nacional, con ejecutivos de cuenta asignados.
- Capacitaciones y asesoramiento para envíos nacionales e internacionales.
- Help Desk y red de apoyo para su operación.
- Acceso a diseños de publicidad Partners DHL y asesoría con el uso de marca.

2

## HERRAMIENTAS ELECTRÓNICAS

- Plataforma gratuita de envíos o integración mediante Web Services.
- Acceso a E Seucure para protección de cuenta con DHL.
- Acceso a MyDHL Corporate para un mayor control de envíos.

3

## RECURSOS PARA EL NEGOCIO

- Suministros gratuitos
- Impresoras térmicas (a partir de 30 envíos diarios)
- Recolecciones preestablecidas
- Sin exclusividad de marca

# NUESTRA ALIANZA CON PAKMAIL

“Gracias a esta alianza, los clientes de comercio electrónico de **PAKMAIL** pueden acceder a nuestros servicios con una oferta de entrega **premium** y **exprés** para que puedan adquirir y recibir sus productos, cómo, dónde y cuándo quieran.”





**GRACIAS**