Barcelona, 30 de junio de 2016

Mercateo vuelve a superar su crecimiento respecto al año anterior

Aumento del 25% de las ventas. 2015: el año récord de ventas en Mercateo

Mercateo vuelve a batir otro récord con el aumento del 25% de sus ventas. El 2015 ha sido un año récord para la compañía que ha visto cómo su crecimiento superaba de nuevo las cifras del año anterior. En el año 2015 la facturación ascendió a 200,2 millones de euros, un 25% más respecto al año anterior (en el 2016 fue de 160 millones de euros). Mercateo es la plataforma de e-procurement B2B líder en Europa gracias a la que las empresas pueden cubrir sus necesidades de negocio y, a la vez, formar parte de una red comercial que conecta proveedores y clientes. Mercateo ya está presente en 13 países europeos y cuenta con más de 400 empleados.

Las ventas han aumentado en todos los segmentos de clientes, pero ha sido en el sector de las PYMES en el que la compañía ha llegado a duplicar sus ingresos. Otro gran logro ha sido la positiva respuesta de los clientes que han integrado su sistema de negocio en la plataforma Mercateo. La mayoría son medianas empresas y corporaciones que, a través de los servicios y funciones de *e-procurement* que Mercateo ofrece, experimentan una gran optimización de sus compras online.

También hay que destacar el gran papel que ha tenido para este rápido crecimiento el desarrollo del servicio Mercateo BusinessShop. A través de Mercateo BusinessShop los proveedores pueden ofrecer sus propios productos en la plataforma neutral de Mercateo. Por otro lado, el número de transacciones que se realizan gracias a la plataforma aumenta cada vez más y esto ayuda a las empresas a agilizar sus procesos, optimizar su tiempo y a aumentar las ventas entre clientes ya existentes y en nuevos mercados.

“A pesar de los altos costes iniciales para hacer de una inicial plataforma de aprovisionamiento, una plataforma internacional B2B que posibilita la interconexión de empresas, podemos ahora contar con unos mágnificos resultados que nos avalan y con los que batimos un gran récord de negocio. También merece la pena señalar cómo desde el año 2015 hemos dejado de invertir presupuesto en Marketing de búscadores y nos hemos centrado en fortalecer y ampliar nuestro equipo de comerciales”, comenta Peter Ledermann, Director de Personal y Finanzas de Mercateo AG. “Esto tiene una gran importancia para nosotros porque hemos sido capaces de generar este crecimiento de forma autónoma a través de nuestro propio flujo de ingresos”, señala Peter Ledermann.

Para la segunda mitad del 2016 Mercateo tiene grandes proyectos: “Queremos mantener el ritmo de crecimiento que hemos logrado en el 2014 y 2015. Para ello, debemos seguir aumentando nuestra rentabilidad y centrarnos en consolidar y optimizar nuestras funciones dirigidas a la interconexión entre empresas. Vamos a reunir todos nuestros esfuerzos dentro de la compañía para el positivo desarrollo de esta estrategia. Como plataforma neutral apoyamos y promovemos la digitalización y, gracias a nuestra red de contactos comercial, fomentamos la diversidad y los negocios entre proveedores y compradores”, comenta Peter Ledermann.

La internacionalización también será un factor clave de crecimiento. Según Peter Ledermann: “Con nuestras plataformas online internacionales hacemos posible que las empresas utilicen Mercateo en toda Europa para integrar en la plataforma su propio sistema de gestión de mercancías logrando así una estandarización en los procesos de *e-procurement* de sus filiales en el extranjero”. A principios del 2016 se abrieron las nuevas filiales de Mercateo en España e Italia. En Bélgica, dónde hasta el momento solo podían acceder a la plataforma grandes mayoristas, se abrió la plataforma también

para todo tipo de empresas y clientes comerciales. Además, también hemos lanzado Mercateo al mercado suizo.

Sobre Mercateo

Mercateo es una plataforma de *e-procurement* B2B que combina las ventajas de un *Marketplace* B2B y de una plataforma de redes empresarial.

Compradores, proveedores, fabricantes y otros suministradores de servicios utilizan esta estructura para conectarse entre sí y para realizar transacciones digitales sin depender de su propio nivel de digitalización empresarial. Gracias a la estandarización que ofrece Mercateo, compradores y proveedores optimizan sus procesos comerciales y, al mismo tiempo, se benefician de una gran diversidad y de una relación digital directa con sus socios comerciales. Los compradores reciben una oferta individual personalizada y los proveedores descubren nuevos mercados o se centran en la fidelización de sus clientes para responder de forma eficiente a las necesidades en los procesos de compra y en otros servicios.

Además de ser una plataforma de *e-procurement* B2B que conecta empresas y que se sitúa como *marketplace* neutral entre proveedores y compradores, Mercateo es ya desde el año 2000 la mayor plataforma online B2B de Europa.

En el año 2015 Mercateo aumentó sus ventas un 25% ascendiendo su facturación a más de 200 millones de euros. En estos momentos la compañía cuenta con más de 400 empleados en sus tres sedes en Alemania (Múnich, Leipzig y Köthen) así como en otros 12 países europeos.

Contacto:
Kathrin Bauer
Mercateo Spain S.L.
C/Aribau 175, 3 2B
08036-Barcelona
prensa@mercateo.es
www.mercateo.es