

## Nota de prensa

V Mercateo Executive Summit

# Digitalización: el factor humano como factor clave

Uno de los temas principales que más se debaten en la actualidad es el efecto de la digitalización en la estructura social y en los procesos empresariales. Este año, en la cumbre Mercateo “Mercateo Executive Summit” que tuvo lugar en Berlín a principios de noviembre, fue este mismo tema el que ocupó mayor relevancia a lo largo de todo el evento. Expertos del sector tecnológico, de la consultoría y de la política; así como representantes de grandes compañías, parecían coincidir en lo mismo: la digitalización situará a las personas en el punto central de los procesos de compra.

La automatización, el *Blockchain*, el *Big Data*, la innovación y las herramientas de optimización son factores que cambian a la empresa y que redefinen su cultura corporativa. De hecho, los procesos digitales mejoran la eficiencia de toda la cadena de valor; pero...¿reemplazará la digitalización a las personas en el futuro?

“Las máquinas no lo pueden todo, incluso estas tienen que ser dirigidas por alguien”, comentaba Klaus Pause, Experto en Gestión de Cambio y Director de Soluciones Corporativas del grupo Adidas en la cumbre de Mercateo. “Mientras más se puedan automatizar las tareas operativas, más efectivas serán las tareas en las que se deben centrar las personas: la comunicación y las relaciones interpersonales. Y por ello, no nos tiene que dar miedo el avance de la digitalización, ya que gracias a estos avances nos mantendremos motivados y podremos crecer y desarrollarnos al mismo ritmo”, aseguraba Pause. Con esta visión compartió en el evento su experiencia en diferentes empresas en las que ha trabajado. En su opinión, los trabajadores tienen las de ganar con el avance de la digitalización de los procesos. Y si esto no fuera así, serían pocos los proyectos que alcanzarán el éxito en el futuro.

Desde hace años, Sebastian Wieser, fundador de Mercateo, se ocupa de responder a la pregunta de cómo pueden las personas y las plataformas utilizar la digitalización como una gran herramienta potencial. De una manera clara Wieser explicaba: “En una plataforma crece el beneficio individual mientras mayor sea el número de usuarios que la utilice”. De esta forma, Wieser describía la base de la nueva Plataforma de Networking Mercateo Unite, que se presentó a los invitados que asistieron a la cumbre. Con su nueva Plataforma, Mercateo se centra en poner en contacto a proveedores y compradores. Como una infraestructura neutral, Mercateo Unite se integra de forma flexible a través de interfaces en los sistemas de aprovisionamiento y procesos de compra de las empresas. “El concepto de interfaz de una plataforma determina el espacio que el usuario decide dedicar a su propia creatividad. Actualmente en el mundo de los procesos de aprovisionamiento esto tiene un gran potencial y esa es la dirección que seguimos en Mercateo”, aclaraba Wieser. Para los usuarios este sistema da una solución a algo que seguirá siendo esencial en el futuro: el cuidado y la fidelización de la red de contactos y socios comerciales.

Con el anuncio de la cooperación con SAP Ariba que se hizo pública en junio de este mismo año, Mercateo recibió una gran atención también a escala internacional. Entre los invitados más esperados de la cumbre se encontraba Tony Alvarez, Vicepresidente Senior de SAP. Alvarez explicó por qué la multinacional líder en el aprovisionamiento de bienes y servicios industriales, SAP Ariba, se había decidido por Mercateo como socio en Europa. “Cuando pude ver lo que Mercateo ofrecía con su nueva plataforma Mercateo Unite, observé una combinación perfecta. Para jefes de compra de grandes compañías que utilizan SAP, queremos ofrecer una gama de productos con contenido de alta calidad al que se pueda acceder a través de nuestro software. Mercateo comparte esta visión y ofrece esta misma y sencilla solución para proveedores”.

Sebastian English, Director *Procurement Solutions Excellence* de SAP, habló sobre las ventajas que puede dar a los usuarios este trabajo conjunto entre las dos compañías. La organización de compras de SAP, con diez mil clientes internos, es ya uno de los clientes piloto, que utilizan la solución Spot Buy con la infraestructura de Mercateo antes de su lanzamiento en Alemania,

Francia, Reino Unido a mediados del 2018. Los usuarios que utilicen esta solución podrán cubrir sus necesidades de aprovisionamiento de forma flexible: “Los usuarios podrán personalizar el servicio según sus requerimientos. Podrán por ejemplo elegir en función del mejor precio o de un determinado plazo de entrega”.

Esta afirmación la volvió a remarcar el Dr. Bern Schönwälder: “La estandarización es uno de los grandes impulsores en la gestión de la cadena de suministro y, por ello, una de las piezas clave fundamentales. Pero la digitalización puede y debe dar mucho más que eso. Entre ordenadores no se genera creatividad, pero entre personas sí y será precisamente esto lo que traerá un gran potencial en el futuro. Ahí se sitúa Mercateo Unite: aportando valor a la red de contactos entre proveedores y grupos de clientes”.

### **Sobre Mercateo**

Mercateo es la plataforma de *eProcurement* B2B líder en Europa que reúne las ventajas de un *Marketplace* y de una red social empresarial. Responsables de compra, fabricantes, distribuidores y proveedores de servicios utilizan Mercateo para mantenerse conectados entre sí y realizar intercambios de forma digital. Además de su Plataforma de Networking B2B, que se sitúa de forma neutral entre proveedores y clientes, Mercateo gestiona desde el 2000 el que se ha convertido en el mayor *Marketplace* B2B de Europa.

Mercateo se fundó en 1999 en Múnich, Alemania y desde entonces ha crecido por encima de la media año tras año. Mercateo está presente en 14 países europeos y cuenta ya con más de 400 empleados. En 2016 se logró una facturación global de 228 millones de euros (un 14% más que el año anterior) y, con la incorporación de la sociedad española que tuvo lugar a finales de 2015, se confirma la apuesta estratégica por la internacionalización de la compañía.

#### **Contacto:**

Mercateo Spain S.L.  
Plaza Porta de la Mar, 6,  
piso 3º, puerta 13  
46004, Valencia  
Email: [prensa@mercateo.es](mailto:prensa@mercateo.es)  
Tel. +34 96 119 48 35