

“Conectamos las empresas para impulsar una economía sostenible, responsable y rentable”

Vicent Marqués Director General de Unite en España

En el año 2000, los fundadores de Unite se plantearon un objetivo claro: lanzar un marketplace para revolucionar el comercio electrónico y el mundo del e-Procurement. Así nació una plataforma que se ha convertido en un referente en Europa. Hablamos con Vicent Marqués, Director General de Unite en España.

¿Cuáles son los orígenes de Unite?

Cuando los fundadores de Unite iniciaron este proyecto tenían un objetivo claro: lanzar un marketplace para revolucionar el comercio electrónico y el mundo del e-Procurement. Sebastian Wieser y cuatro de sus compañeros de McKinsey se plantearon un desafío: llenar el enorme vacío que existía en el sector de las compras en Alemania, que se hallaba desorganizado y muy poco digitalizado. Idearon un sistema simple y transparente que cambiaría para siempre las compras centralizadas de las pymes. Su concepto: una plataforma web para conectar a una amplia red de proveedores con clientes. La llamaron Mercateo, que significa «mercado».

¿Desde cuándo operan en España?

La sociedad española se creó en octubre de 2017, pero a efectos prácticos el negocio no comenzó hasta inicios de 2018. A partir de ahí se abrió oficina física y comenzamos a construir equipo humano en diferentes áreas como Ventas, Gestión de Proveedores o Marketing.

¿Con qué estructura cuentan actualmente?

Nuestra sede central se encuentra en Leipzig (Alemania), pero contamos con más de 700 empleados en 15 países. En España decidimos establecernos en Valencia, por su elevada calidad de vida, la gran disponibilidad de talento y por haberse convertido en los últimos años en un polo de atracción de negocios tecnológicos e innovadores. Como empresa tecnológica que somos, nos beneficiamos de estar ubicados en entornos dinámicos como el valenciano.

¿En qué mercado geográfico trabajan?

En 15 países europeos: España, Italia, Francia, Alemania, Austria, Suiza, Países Bajos, Bél-



gica, Eslovaquia, República Checa, Hungría, Eslovenia, Reino Unido, Irlanda.

¿Cuál es la propuesta de valor de la empresa en sector del ecommerce?

Nuestra plataforma B2B, pionera en el mercado, pone en contacto a compradores y proveedores para impulsar una economía sostenible. Es decir, estimulamos la creación de relaciones comerciales justas basadas en el largo plazo, con beneficio mutuo y con el foco en el desarrollo económico conjunto.

Nos apasiona aunar tecnología con responsabilidad social y es por eso que uno de nuestros pilares consiste en apoyar y desarrollar la economía local. Entre nuestras soluciones se incluyen: Spotmarket, Procurement Portal (Mercateo) y Financial Services. Todos estos productos interactúan y se potencian a través de una infraestructura en red inteligente.

¿A qué perfil de cliente se dirige esa propuesta?

Se benefician de ella los proveedores (ya sean fabricantes o distribuidores), los compradores (tanto grandes corporaciones como pymes) y partners (ya sean tecnológicos o comerciales) que utilizan Unite para conectar con socios B2B, comprar, vender y realizar transacciones en un ecosistema tecnológico, ágil, transparente y en continuo crecimiento.

¿Trabajar para proveedores y compradores requiere un enfoque distinto para cada uno de esos perfiles?

La plataforma de Unite facilita una infraestructura que se adapta a cada perfil de usuario. Es el propio usuario según su perfil el que personaliza su experiencia en Unite. Nosotros contamos con expertos dedicados a acompañar a cada segmento específico cuando lo necesiten (Departamento de Proveedores y Departamento de Consultores de e-Procurement). A las empresas compradoras les facilitamos una plataforma que optimiza y digitaliza sus procesos de compras pero que, del mismo modo, contribuye a una economía más justa y sostenible basándonos en la eficiencia y la transparencia con la que se relacionan con sus proveedores. A estos últimos les ofrecemos una estructura tecnológica que les va a permitir acceder a nuevos canales de venta, utilizando para ello soluciones totalmente escalables que contribuyen a maximizar sus recursos comerciales. A través de nuestra plataforma se proponen diferentes soluciones que ayudan a reducir el coste comercial del proveedor.

¿Qué ventajas ofrece su plataforma B2B en relación a sus principales competidores?

Nuestro punto diferenciador se encuentra en la transparencia y en la sostenibilidad que el ecosistema de Unite aporta a los usuarios. Tratamos de ayudar a los diversos actores que forman parte de la plataforma a ser más eficientes y competitivos, mediante la optimización y digitalización de procesos. Pero del mismo modo también abogamos por relaciones sostenibles en el tiempo poniendo el foco en criterios medioambientales, sociales, económicos y humanos. Algo también diferenciador es la forma en que interactuamos con nuestros proveedores. En Unite no imponemos condiciones comerciales, y al no disponer de almacén propio, nunca les haremos competencia. Además, no favorecemos a unos en detrimento de otros, sino que dejamos que sean ellos mismos los que definan su estrategia comercial y sus condiciones, y que sea el mercado quien les posicione mejor o peor de cara a las empresas compradoras. En defini-



tiva, nuestra plataforma impulsa la eficiencia pero mediante prácticas éticas, neutrales y ecuanímes.

¿Es posible continuar innovando en un sector como este?

Como en cualquier empresa, y más si es de carácter tecnológico, la innovación debe formar parte intrínseca de la estrategia de la organización. Nos movemos en entornos muy cambiantes, muy dinámicos y donde la incertidumbre y volatilidad parece que van a convertirse en la tónica general a tener en cuenta. Es por ello que es vital escuchar al mercado, anticiparse a todos esos cambios y seguir innovando no solo en producto sino en procesos que nos permitan mantener nuestra competitividad y asegurar la continuidad del negocio.

¿Cuáles son los retos de futuro de la compañía?

Nuestro principal desafío es seguir adaptándonos a los cambios globales del mercado generados por esos altos grados de volatilidad e incertidumbre. Para ello va a ser clave aplicar de forma más intensa las técnicas de Inteligencia Artificial y Business Intelligence y gestionar de manera óptima todo los datos y flujos de información que se mueve a través de toda la plataforma para poder mejorar la toma de decisiones, predecir tendencias y, en consecuencia, adelantarnos a posibles eventos que puedan impactar en los mercados. Y todo eso, sin perder de vista un objetivo estratégico fundamental: seguir haciendo nuestro negocio sostenible en todas sus variables, aportar el mayor valor posible a las empresas y continuar creando un impacto positivo a la cadena de suministro y la sociedad en general.

www.unite.eu

