

"Europa será un referente global en comercio digital"

VTEX refuerza su presencia en Europa con una nueva oficina, expansión local y una estrategia centrada en innovación y cercanía.

La expansión internacional de VTEX, con la apertura de una nueva oficina en Barcelona, refuerza su compromiso por acompañar de cerca a las marcas en su transformación digital. Con presencia global y cerca de 1.300 expertos en comercio digital, la compañía consolida su crecimiento en Europa, una región clave en la adopción del comercio unificado. Desde Barcelona, VTEX impulsará su presencia en el sur de Europa y fortalecerá su vínculo con el ecosistema tecnológico. Una estrategia que combina tecnología, talento local e innovación global. "Nuestro objetivo es que Europa sea no solo un mercado prioritario, sino también un referente global en comercio digital", destaca Santiago Naranjo, Chief Revenue Officer (CRO) de VTEX.

P. ¿Qué impacto tienen eventos como Web Summit o VTEX Connect en el posicionamiento de la marca?

R. Eventos como Web Summit o VTEX Connect son esenciales para fortalecer el posicionamiento global de VTEX y consolidar su liderazgo en comercio digital. Nos permiten conectar con los principales ecosistemas tecnológicos, mostrar casos de éxito y generar nuevas oportunidades de negocio. En la última edición de VTEX Connect Europe reunimos a más de 900 ejecutivos de 50 nacionalidades, reflejo del creciente interés por nuestras soluciones. Este 11 de noviembre, VTEX Connect Live Lisboa será un



Santiago Naranjo.
Chief Revenue Officer (CRO)

Consigue entradas gratuitas para VTEX Connect Live Lisboa aquí



nuevo punto de encuentro para líderes del sector, con Rafa Nadal como Main Speaker, símbolo de

excelencia e inspiración para seguir transformando el futuro del e-commerce.

P. ¿Cómo ha evolucionado el mercado europeo del ecommerce en los últimos años y qué oportunidades representa para VTEX?

R. El mercado europeo del ecommerce ha alcanzado una madurez notable, con un crecimiento B2C del 7% en 2024 y una proyección anual del 8% hasta 2030. Mientras Europa Occidental avanza de forma estable, el Sur y el Este del continente presentan un gran potencial de expansión. Para VTEX, esta evolución abre oportunidades claras: nuestra plataforma responde a la demanda de modelos omnicanal, B2B y marketplace, integrando todo en una arquitectura unificada. En un entorno cada vez más complejo en logística, pagos o regulación, VTEX se consolida como socio estratégico para impulsar la transformación digital del retail europeo.

P. Desde el punto de vista de los clientes, ¿qué impacto tendrá esta expansión en la atención, soporte y desarrollo de nuevos proyectos con marcas europeas?

R. La expansión de VTEX en Europa y la apertura de equipos locales tienen un impacto directo en la atención y el desarrollo de proyectos con marcas europeas. La presencia regional permite ofrecer soporte en el mismo idioma y zona horaria, reduciendo fricciones y acelerando la resolución de incidencias. Además, impulsa la colaboración con partners locales como IBM, Accenture o Seidor, mejorando la calidad y velocidad de implementación. Con marcas como Mondelez, La Sirena o Embargosalobestia, VTEX demuestra que puede reducir significativamente el time-to-market, facilitando lanzamientos más rápidos y escalables en entornos B2B, B2C y marketplace.

Más información
www.vtex.com

