



Roberto Medrano, CEO de ElMarkeet y Viavox, en las instalaciones de sus compañías, en el PCTCAN. FOTOS: MARÍA CASUSO.

El Markeet, el Amazon cántabro

Dirigido inicialmente al canal de hostelería, maneja ya miles de referencias y se abre a los consumidores particulares

El comercio electrónico se ha disparado en España a raíz de la pandemia y sigue creciendo a causa de las restricciones de movilidad y el miedo al contagio. Uno de cada tres consumidores ya realizan compras por internet una vez a la semana, diez puntos porcentuales más respecto a antes de la pandemia. En este contexto ha nacido El Markeet, una plataforma online cántabra que comenzó su andadura ofreciendo a las pequeñas empresas de hostelería precios tan competitivos como los de las grandes cadenas hoteleras y que, después de apenas seis meses, aspira a convertirse en el marketplace español de referencia.

Alimentación, bebidas, vajillas, mantelerías, cuberterías, ropa de baño, productos de limpieza, televisiones, colchones, mobiliario... Las compras que realizan habitualmente los negocios del canal *horeca* (hoteles, restauran-

tes y cafeterías) son de lo más variadas y uno de los problemas de los pequeños establecimientos es que no pueden conseguir precios tan competitivos como las grandes cadenas. Así surgió El Markeet, una plataforma digital desarrollada

por la empresa cántabra Viavox dispuesta a ofrecerles las mismas ventajas de precio y de servicio que tienen las grandes compañías.

Aunque la idea ya venía de atrás, el confinamiento fue el desencadenante para la crea-

ción de este *marketplace*, ya que fue un momento en que la apuesta tanto de profesionales como de particulares por el uso de la tecnología se aceleró exponencialmente.

Nacimiento y evolución de El Markeet

El Markeet es lo que en el mundo anglosajón se conoce como un *spin-off*, es decir, un proyecto nacido como extensión de otro anterior. Viavox ya ha desarrollado varias plataformas de compras para el sector hotelero muy exitosas, por lo que el proyecto de El Markeet no ha partido de ce-

ro. Como explica Roberto Medrano, CEO de la compañía, "teníamos la tecnología, la dinámica y muchos proveedores con buenas condiciones. Lo que hemos hecho ha sido trasladar todo esto a El Markeet".

Lanzada en octubre, esta tienda *online* se destinó principalmente a los pequeños hosteleros. Tras la fase piloto, comenzó con 6.000 referencias de un centenar de proveedores y con 26 establecimientos de Cantabria y Burgos.

A los productos más típicos (alimentación, limpieza, menaje, tecnología, mobiliario, etcétera) se han ido añadiendo servicios que pueden resultar interesantes para ese perfil de clientes: lavandería, alquiler de audiovisuales o mobiliario, control de plagas y mensajería, entre una larga lista que continúa creciendo.

Ahora, tan solo medio año después de su nacimiento, la web cuenta con 35.000 referencias de más de 300 proveedores. Aunque muchos de ellos son marcas nacionales muy potentes, otros tantos son productores locales. Esto responde a otro de los objetivos de El Markeet, "dinamizar el comercio a nivel local" con la entrada de este tipo de proveedores, que pueden acceder a un mercado mayor.

Cerca de 600 estableci-

mientos ya realizan sus compras a través de El Markeet. Muchos de ellos son de Cantabria, lugar donde ha nacido esta plataforma y donde es más conocida, pero el resto están muy repartidos por toda la geografía española. Destacan

de productos parecidos a los de la hostelería, como son las residencias de ancianos, las estaciones de servicio o los comedores, y espera seguir abriéndose paso en otros diferentes.

Medrano asegura que

los ahorros que tendría en sus pedidos haciendo su compra a través de la plataforma.

El desafío que se le plantea ahora a la compañía es fidelizar a esos clientes y seguir creciendo. "Siempre hemos sabido que el gran reto para



La plataforma, que actualmente cuenta con 35.000 referencias de unos 600 proveedores.

especialmente las comunidades autónomas de Asturias, Galicia, Castilla y León, Madrid y Andalucía.

Medrano explica que en todo momento han querido que su crecimiento sea muy ordenado, porque a medida que van llegando a más clientes, también consiguen nuevos proveedores.

Siguiendo esa dinámica de ir paso a paso, El Markeet ha dado un salto a otros mercados que necesitan un catálogo

cualquier empresa que compra a través de esta plataforma está ahorrando entre un 20 y un 30%, además de beneficiarse de la eficiencia que les aporta la plataforma, que permite guardar pedidos, hacer comparativas de precio de los productos comprados habitualmente y recibirlo rápidamente sin salir de casa.

Tan seguros están de su producto que a cada nuevo cliente le ofrecen la posibilidad de hacerle un estudio sobre

que el proyecto tenga éxito está en el cambio de mentalidad y hábitos de aquellos que están más acostumbrados a la compra presencial tradicional", explica el CEO.

Funcionamiento

Los proveedores que se inscriben en El Markeet pagan una comisión de entre el 6% y el 10% por las

MISIÓN: SEGURIDAD

PERFECT TRUCK es la combinación perfecta entre el concepto de la Linde Roadster y los sistemas de seguridad más avanzados.

THE PERFECT TRUCK

Safety Guard Warning Zone

Linde Material Handling

Conozca los últimos avances tecnológicos en seguridad que dispone **THE PERFECT TRUCK** y consulte con su técnico comercial sobre los kits de adaptación para perfeccionar su flota.

Reyca
Concesionario Oficial Linde en Cantabria

Oficina
Tel. 942 50 30 00

Postventa
Tel. 942 50 39 99

Más información:

www.reyca.es

ventas a través de la plataforma –inferior a la que tienen que abonar, por ejemplo, en Amazon– pero han de comprometerse a cumplir unas condiciones mínimas de precio competitivo y buen servicio para aparecer en el catálogo. “Si en algún momento vemos que sus precios no se ajustan a lo que buscamos para nuestros clientes, les sugerimos una bajada”, revela Medrano.

Además de llegar a más clientes, la plataforma les permite recibir el pago al momento. Una vez el cliente abona su pedido, El Markeet retiene momentáneamente ese dinero, y cuando el proveedor envía la mercancía, recibe su pago de manera automática, como cualquier compra por internet de un particular. “Esto es algo muy apreciado por los proveedores, ya que muchos de ellos sufren graves consecuencias por impagos de clientes”, asegura el CEO de la compañía.

El Markeet no gestiona la logística de los envíos, sino que son los propios proveedores los que lo hacen directamente, pero la compañía sí realiza un seguimiento de cada pedido hasta asegurarse que ha llegado a su destinatario. Los plazos que manejan son de un máximo de cinco días.

Quizá sea ese buen hacer el que ha conseguido un rápido crecimiento en tan poco tiempo. Medrano admite que además de las campañas de marketing digital que han realizado desde los inicios de la compañía, el boca a boca es su mejor carta de presentación.

Tres vías de comercialización

Cualquier empresa puede comprar a través del Markeet registrándose previamente de forma gratuita. También existe la opción de formar parte del Club VIP del marketplace, que conlleva unas condiciones más ventajosas, como el acceso a una

España escala en el índice global de comercio electrónico

España se introdujo en el comercio electrónico con muchas cautelas pero lleva un camino imparable. En 2019 dio un salto de diez puestos en el índice de implantación que elabora la Conferencia de la ONU para el Comercio y el Desarrollo y pasó a ocupar el lugar 24.

La clasificación, que mide cuatro variables (usuarios de internet, cuentas, servidores seguros y fiabilidad del correo) se elaboró con datos de 2019, por lo que todavía no permite sacar conclusiones sobre los efectos de la pandemia en los hábitos de consumo, que probablemente arrojarán resultados aún más llamativos.

España sacó nota alta



tercera, Singapur cuarto y Reino Unido quinto.

Y si 2019 ya fue un gran año para el *ecommerce* en España,

tanto en usuarios de la red (91 sobre 100) como en cuentas para el comercio electrónico (94), pero bajó en servidores seguros (79) y en fiabilidad del servicio de correo (76).

Suiza lidera este ranking, adelantando a los Países Bajos, que el pasado año encabezaban la clasificación, mientras que Dinamarca fue

los últimos datos de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) muestran que la facturación del comercio electrónico en España durante 2020 fue muy superior. En el segundo trimestre, este canal movió 12.020 millones de euros, un 28,6% que en el mismo periodo del año precedente.

mayor gama de productos, un precio aún más rebajado o un tiempo de entrega menor.

Esta opción solo está al alcance de los establecimientos que tienen una fidelidad muy alta. “Los integrantes del Club VIP son establecimientos que han hecho una gran transformación digital y El Markeet se ha convertido en su principal

lugar de compra”, explica Medrano. Pone de ejemplo a un importante grupo nacional de gasolineras, que ha pasado a realizar la mayor parte de sus compras con El Markeet, con lo que segura que están consiguiendo un ahorro de en torno al 35%.

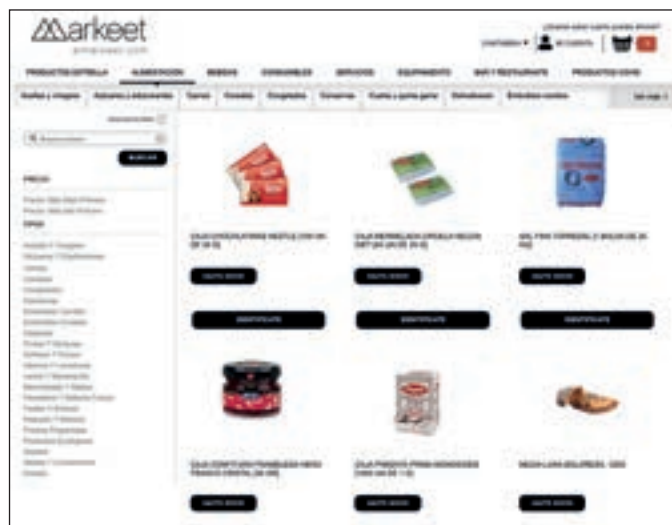
Este mes acaban de estrenar una tercera vía de comer-

cialización, el Markeet Premium, dirigido a cualquier tipo de consumidor final. Por el momento, y con la idea de darse a conocer de una manera rápida, se ha abierto la posibilidad de que distintos colectivos –trabajadores de distintas compañías nacionales– puedan acceder a esta opción como beneficio corporativo.

Ahora, esperan que estas tres vías de comercialización se vayan consolidando. “Nuestro objetivo a corto plazo es convertir El Markeet en un referente nacional. En primer lugar, a nivel de empresas y, posteriormente, para particulares”, anuncia Medrano.

Una vez conseguido ese objetivo, una fase posterior pasaría por trasladar esta experiencia al ámbito internacional y ya están realizando estudios de mercado en dos países en los que consideran que esta herramienta sería muy útil.

Quizá el próximo competidor de Amazon tenga sello cántabro.



El objetivo de la empresa cántabra El Markeet es convertirse en un referente nacional en su campo.

MARÍA QUINTANA