

Eurosender apuesta por el mercado español para consolidar su expansión internacional

La empresa ofrecerá a PYMEs y usuarios españoles acceso a servicios de envíos de calidad y fiables a un precio hasta un 70% más bajo que las tarifas habituales de mensajería. Con un crecimiento anual del 60% en 2017, Eurosender prevé duplicar sus resultados en 2018 con el refuerzo de sus actividades en el mercado español. En octubre de 2017, Eurosender se integró en el grupo de startups RocketSpace, una incubadora de San Francisco que ha impulsado compañías como Uber y Spotify

Eurosender, la plataforma online de contratación de servicios logísticos puerta a puerta líder en Europa, pone su foco en el mercado español con el objetivo de seguir fortaleciendo su presencia internacional. Con este movimiento estratégico, la compañía busca consolidar un crecimiento del 60% anual -con proyección de duplicar los resultados en 2018- apoyándose en el potencial de un mercado clave para su expansión.

La plataforma de Eurosender ofrece a PYMES y usuarios el acceso a servicios de envíos de calidad y fiables a un precio hasta un 70% más bajo que las tarifas habituales de mensajería. Agregando las necesidades de envío de los clientes, la compañía negocia los mejores precios con las mayores compañías logísticas europeas, como DHL, DPD, GLS o Kuehne + Nagel. Eurosender ofrece servicios de envíos estándar y de transporte de mercancías con los que sus clientes (particulares o empresariales) pueden enviar cualquier cosa, desde paquetes, maletas, pallets a contenedores de 2 a 4.000 kg. de peso.

Con este movimiento, el objetivo principal de la empresa, que ya ofrece servicios de envíos a más de 30 mercados diferentes de la Unión Europea, es convertirse en el proveedor mundial número uno de servicios de envío para PYMES y consumidores finales. Eurosender también organiza el transporte nacional e internacional de pertenencias personales y bienes domésticos, atendiendo las necesidades de movilidad de expatriados, Erasmus o de cualquier persona que necesite este servicio.

Además, Eurosender está asociado con ERGO (una de las mayores compañías de seguros de Europa) para ofrecer un seguro de hasta 200 euros sin costes adicionales y un seguro de hasta 2.000 euros con precios reducidos.

La interfaz para realizar los pedidos es sencilla y fácil de utilizar. Los usuarios pueden completar un pedido en sólo tres pasos que, en la mayoría de los casos, les llevan menos de tres minutos. Según la ruta que elijan los clientes, Eurosender asigna la compañía logística que ofrezca el mejor precio con las mejores condiciones, mientras que el servicio de envío lo llevará a cabo el proveedor de servicios logísticos designado.

Los inversores confían en la proyección del modelo de negocio

Tras completar un programa de 3 meses en la aceleradora ProSiebenSat.1 de Múnich, Eurosender se convierte en 2014 en una de las startups más prometedoras de su promoción. Al año siguiente la compañía cierra una ronda de capital semilla por 220.000 euros con un grupo de business angels y es aceptada en Level39, una incubadora con sede en Londres y una amplia red de corporaciones, inversores y expertos.

En 2016, recibe una inversión de 300.000 euros por parte de Ergo, una de las mayores compañías de seguros de Europa, y Fil Rouge Capital, una firma de capital riesgo. Además, se integra en el grupo de startups de alumnos de RocketSpace, una incubadora de San Francisco que también ha impulsado compañías como Uber y Spotify. El acceso a un valioso ecosistema de apoyo, junto con las innovadoras soluciones de Eurosender, abrió las puertas para que la compañía cerrase acuerdos con compañías de prestigio en la industria logística y de automoción.

En diciembre de 2017, Eurosender cerró un acuerdo de capital y estratégico con POST Luxembourg, el principal operador postal y de telecomunicaciones en Luxemburgo (también el mayor empleador del país). La inversión ha resultado clave para consolidar, aún más, la posición de Eurosender en los mercados de la Unión Europea.

“Con este movimiento estratégico buscamos consolidar nuestra posición dentro del mapa europeo. España es un mercado clave para nuestro desarrollo por ser, claramente, el destino Erasmus más popular y el tercer país más grande en términos de estudiantes que viven en el extranjero para la beca Erasmus”, comenta Tim Poto?nik, CEO de Eurosender. “Nuestra plataforma tecnológica cuenta con capacidades de big data que le permiten analizar la tasa de éxito de las entregas, haciéndose cada vez más inteligente cuantos más datos recibe. En un mundo donde las personas están demandando servicios intuitivos y de calidad, nuestra plataforma nos ha puesto a la vanguardia del sector”.

La idea de Eurosender nació cuando Tim Poto?nik, uno de sus fundadores, volvía a casa tras una larga estancia en el extranjero. Tim quería enviar sus pertenencias de vuelta a su apartamento, pero se encontró con dificultades al contactar con diferentes compañías logísticas como la barrera del idioma o tener que calcular por sí mismo el precio final del envío. La compañía vio la luz cuando Tim Poto?nik, junto con Jan Štefe, pulieron la idea de construir una plataforma que pudiese agregar a las compañías de logística más importantes de Europa, dar servicio a muchos usuarios y ser capaz de ofrecer el precio más bajo con de manera fácil y sencilla.

Actualmente, la compañía tiene localizada su sede central en Londres y cuenta con 35-40 empleados entre sus oficinas en Liubliana, Berlín, Gdansk y la capital inglesa. Su meta es incorporar a la compañía unos 40-60 empleados más en los próximos 12 meses, entre los que se incluirán perfiles que tengan el castellano como lengua materna.

Datos de contacto:

Eurosender
636566095

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Internacional](#) [Nacional](#) [Emprendedores](#) [Logística](#) [E-Commerce](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>