



# CAIXABANK, AMAZON Y SEUR UNEN FUERZAS PARA DIGITALIZAR COMERCIOS

Lanzan la plataforma Mi Comercio Online para acompañar a las pymes en el salto a Internet con un tutorial y la agrupación de sus soluciones

**E. M.**

CaixaBank, Amazon, SEUR, Roca Salvatella, PrestaShop, BrainSINS, Confianza Online y DMS Consulting han integrado sus soluciones para la digitalización del retail en la plataforma Mi Comercio Online, que acaban de lanzar en España con el apoyo de Red.es.

Está concebida como un tutorial que sirve de acompañamiento a los empresarios en su itinerario hacia la apertura *online*, y también como un punto de acceso único que facilite la implantación en los comercios de los sistemas de digitalización que han desarrollado en los últimos años cada una de las compañías promotoras de la iniciativa. Así, CaixaBank aporta las pasarelas de pago, Amazon el marketplace, SEUR las aplicaciones de transporte, o PrestaShop el entorno de venta.

Fuentes de CaixaBank explican a INNOVADORES que el comercio interesado en dar el salto a Internet puede formarse a través de la plataforma mediante un curso *online* y adquirir de ese modo «todos los conocimientos necesarios sobre estrategia digital, tienda online, participación en un Marketplace, cobros a clientes, logística, aspectos legales, marketing y conversión en ventas», añaden las mismas fuentes.

La plataforma está pensada, de hecho, para que el pequeño comerciante pueda realizar su primera venta online en pocos días. «En España hay una parte del segmento comercial que no se ha parado a visionar la oportunidad que se pierde por no estar presente en el canal de Internet», afirman desde CaixaBank, «estas empresas no son conscientes de que si no reaccionan a

tiempo pueden llegar a perder el negocio que ya tienen desarrollado».

El comercio electrónico es un sector en pleno proceso de expansión, con un crecimiento interanual en ventas de un 26% en España. De acuerdo con estimaciones de mercado, el volumen de compras realizadas en Europa por Internet pasará de 425.000 millones de euros en 2011 a 661.000 millones este año. Por su parte, las compras a través del móvil podrían pasar de los 30.000 millones de euros de 2011 a 568.000 millones de euros este año.

«Incluimos contenidos que van desde la parte interna del comercio, es decir, cómo preparar los envíos, hasta la experiencia de usuario que incluye información sobre política de costes y devoluciones», explica David Sastre, director de clientes de SEUR.

Según las cifras que maneja compañía de mensajería, el transporte vinculado al comercio electrónico pasará de represen-



La plataforma Mi Comercio Online.

tar un volumen de negocio de 425 millones de euros en 2015 a 1.000 millones en 2020. «Aunque esta plataforma está enfocada a todo tipo de empresas, va especialmente dirigida a las pymes», explica Sastre, «una persona emprendedora no tiene por qué ser especialista en el transporte y en el embalaje».

Mi Comercio Online incidirá también en un aspecto clave del transporte inteligente: el potencial de crecimiento de la logística inversa. «Si hasta ahora se devolvía uno de cada diez envíos en ecommerce, ese ratio aumentará hasta los cinco o seis paquetes devueltos», afirma el director de clientes de SEUR.