

NOTA DE PRENSA

Vitoria – Gasteiz acoge la Jornada “Digitalización: reto y oportunidad para el comercio” de AENKOMER y la CEC

- *En el encuentro se expusieron pautas y propuestas tecnológicas para que los pequeños comercios emprendan su proceso de transformación digital desde diferentes áreas*
- *La digitalización es condición sine qua non para la adaptación del comercio tradicional a los nuevos hábitos de compra del consumidor, permitiendo la coexistencia y complementación del comercio online y la tienda física.*



Vitoria-Gasteiz, 4 de marzo de 2020 -. La digitalización debe ser el motor de cambio para el pequeño comercio. Esta ha sido una de las ideas principales extraídas de la Jornada *“Digitalización: reto y oportunidad para el comercio”* que organizaron el pasado martes **AENKOMER (Empresarios/as de Comercio y Servicios de Álava)** y la **Confederación Española de Comercio (CEC)** en el Hotel Silken Ciudad de Vitoria de Vitoria-Gasteiz. El encuentro, donde se dieron cita más de 60 comerciantes locales y representantes de asociaciones del sector, tenía como objetivo impulsar la digitalización entre el pequeño comercio, algo que tal y como manifestó **Pedro Campo**, presidente de la CEC en la jornada, debe **“dejar de ser una asignatura pendiente para los pequeños negocios y pasar a aprovechar las oportunidades que les ofrece”**. Y es que las pymes de comercio aún encuentran importantes barreras para la transformación digital: en 2017 tan solo el 29,8% de las empresas de menos de 10 empleados disponía de su propia web corporativa, frente al 77,7% de las compañías de mayor tamaño.

Una visión que también comparten desde ANKOMER tal y como señaló **Edurne Parro**, **directora gerente de la Federación** alavesa durante la apertura de la jornada, donde señaló **la digitalización como condición sine qua non para la necesaria adaptación del comercio tradicional a los nuevos hábitos de compra del consumidor, permitiendo la coexistencia y complementación del comercio online y la tienda física.**

Cinco ponentes especialistas pusieron sobre la mesa diferentes pautas y propuestas tecnológicas para que los negocios emprendan su proceso de transformación digital desde diferentes áreas (financiación, ventas y pagos online, *marketplaces*, logística y distribución, etc.).

La primera ponencia corrió a cargo de **Marta Ríos**, Directora Regional de Bizkaia Oeste, Álava y Cantabria de Banco Sabadell; **Elena Jiménez**, Directora de Segmento Empresas de Banco Sabadell y **Dulce Iturri**, Directora de TPV y e-Comerce de la Territorial Norte de Banco Sabadell. En esta primera intervención las ponentes hicieron un repaso sobre los distintos productos financieros tanto para el corto plazo y su gestión diaria de

pagos e ingresos, como para necesidades de inversión a largo plazo. Trataron, asimismo, el ámbito del **comercio electrónico y explicaron las diferentes soluciones digitales para pymes con las que cuenta la entidad bancaria** y que se adaptan a los nuevos tiempos y formas de cobro y pago.

En la segunda ponencia, **Concha Olivera**, Manager [de Zentrada & Somoscompra](#) España, expuso herramientas de compras al por mayor, que permiten a los pequeños comercios mantenerse y crecer en un entorno cada vez más competitivo, como es el caso de “Somoscompra” y “Zentrada”, la plataforma online para compras al por mayor del comercio minorista líder en Europa desde hace 20 años. Tal y como señaló Olivera, “si hay un sector al que muchas veces le cuesta afrontar cambios, es el del comercio minorista; en muchos casos debido a que no cuentan con los recursos necesarios o simplemente porque llevan muchos años trabajando de la misma forma”. “Una de las mejores fórmulas para renovarse y crecer – continuó - es **unirse al futuro de las compras al por mayor online**; aprender a comprar y vender, ofrecer gamas de productos diferenciadas de la competencia con precios más competitivos, incrementar los márgenes de beneficio y por consiguiente evitar el cierre o la caída de muchos pequeños negocios por desinformación y desconocimiento de cómo afrontar esa transformación digital” concluyó .

Por último y tras analizar las soluciones de financiación de las pymes del comercio y cómo comprar al por mayor de forma online, la jornada concluyó abordando las posibilidades para aumentar el flujo de potenciales clientes en el punto de venta. **Gabriel Di Lodovico**, ParcelShop Manager en GLS, habló de **la tendencia, muy en auge, de los comercios de convertirse en puntos de envío y recogida de paquetes online**, con lo que además de conseguir ingresos adicionales por cada operación logística, “se fomenta un acercamiento del cliente digital al comercio de barrio, se incrementa el cross – selling y se aporta un valor diferencial”, tal y como señaló Di Ludovico.