

El Mobile Commerce Congress culmina con éxito la celebración de su séptima edición

Más de 500 profesionales del sector y 50 ponentes tuvieron cabida en el mayor evento en España sobre mobile commerce y la omnicanalidad. Valentina, Mifarma y Mr Jeff, fueron los premiados de los M-Commerce Awards 2019 celebrados durante el evento

El pasado jueves 7 de noviembre tuvo lugar la VII Edición del Mobile Commerce Congress, evento que reunió a más de 500 profesionales y congregó a 50 ponentes expertos del sector que profundizaron sobre los retos y oportunidades que el sector retail y el ecommerce tendrán que hacer frente en un mundo en el que la omnicanalidad, la realidad virtual o el Big Data están provocando un cambio en las relaciones entre marcas y usuarios.

Durante el evento se trató el tema del Comercio Unificado, un reto que se presenta en el 2020, año que supondrá la apuesta por este tipo de comercio, un paso más allá de la omnicanalidad donde todos los canales y servicios deben estar unificados para una mejor experiencia del cliente. En este sentido Miguel Ángel Cuesta, director de clientes de Universal Pay, señaló que “las tendencias nos dirigen hacia un cliente más digital y omnicanal, y es por ello que resulta fundamental adaptar el modelo de negocio. No sólo se trata de tecnología, sino de toda una nueva cultura que las compañías deben asumir para brindar experiencias memorables a los compradores”.

Uno de los momentos más esperados fue la mesa redonda sobre los nuevos desafíos de los pagos digitales. En los últimos años, la tecnología en los sistemas de pagos ha evolucionado más que en el último siglo. La penetración imparable de los smartphones ha cambiado el paradigma del consumo. Además, el Blockchain, la Inteligencia Artificial y otras tecnologías están empezando a ser consideradas en las transacciones para hacer éstas más seguras y eficaces para el consumidor. Moderada por Marc Nieto, CEO de MP Services, contó con las intervenciones de Mastercard, Santander Merchant Services y Paypal. Para Javier Moreno, Head of Merchant Service de Paypal, “con una media de casi 100€ mensuales de gasto, el sector de la moda es el vertical donde más crecen las compras vía social medial, la seguridad de este tipo de transacciones es esencial y deben estar garantizadas”. Por otra parte, Alberto López, director de pagos digitales e innovación de Mastercard, explicó “una de las claves de esta seguridad es la tokenización, que no sólo incrementa la seguridad, sino que aporta una transparencia que aumenta la comodidad de uso tanto para comercios como para clientes”.

Mesa redonda: Del ON al OFF

A lo largo del evento se celebraron otras mesas redondas donde diferentes profesionales de las empresas del sector dieron su visión y aportaron su experiencia en los modelos que desde sus compañías se están aplicando. Cada vez son más los ecommerce que empiezan a dar su salto hacia el mundo físico desde el digital. En los últimos meses el ritmo de apertura de tiendas físicas se está acelerando en España, todos con el mismo discurso: conocer mejor a sus usuarios. La mesa “Del ON al OFF” liderada por Gemma Mencía, directora eCommerce & TPV de Banco Sabadell, contó con la presencia de DYSON, Valentina, Pompeii, Singularu y Alain Afflelou, empresas que comentaron la tecnología que están implementando y las sinergias para abordar la omnicanalidad. Para Ignacio

Parada, director de Marketing y Estrategia Digital de Alain Afflelou Group, “estamos en el redescubrimiento de lo físico, y es que los consumidores que van a la tienda física compran también de forma online allí”. Según Sergio Valero, CEO de Valentina, “actualmente ya no se debería separar lo que es on u off, todo es lo mismo. En nuestro caso, no hay diferencia entre ellos, nuestro modelo de negocio permite que las devoluciones se puedan hacer tanto online como en tienda, independientemente del método de compra y lo mismo ocurre con la venta de un producto”.

La jornada, que estuvo conducida por José Luis Ferrero, director de Negocio de vdSHOP, contó con la presencia de importantes empresas como Universal Pay, Telepizza, Aliexpress, Aplazame, Biocryptology, Banco Sabadell, Mr Jeff, Majorel, Adyen, Mastercard, Paypal, Celeritas, Juvasa, Mifarma, Grupo Ternua, Dyson, Singularu, MpServices, Tienda de Valentina, Just Eat, entre otras.

Mifarma, Mr Jeff y Valentina, ganadores de los M-Commerce Awards 2019

A lo largo de la celebración de la VII Edición del Mobile Commerce Congress, el único evento en España exclusivo sobre comercio electrónico y omnicanalidad, se dieron a conocer los galardones M-Commerce Awards, premios destinados a todas aquellas compañías cuyo modelo de ventas tenga como base el medio online o desarrollen una estrategia de integración mobile de sus canales de venta, reforzando los offline y aprovechando las posibilidades que los dispositivos móviles ofrecen. Los tres premios -M-Commerce Awards Pure Player, M-Commerce Awards Omnichannel y M-Commerce Awards Innovation- fueron entregados por Raúl Legaz, Business Development Manager de Biocryptology, sponsor Platinum del evento. El fallo del jurado, compuesto por la organización y representantes de los sponsors oficiales del evento, dieron su veredicto que recayeron en las siguientes empresas:

M-Commerce Awards: Pure Player

La empresa Mifarma.es, tienda online de venta de productos de farmacia, resultó ganadora del premio que reconoce al mejor PurePlayer en su estrategia mobile, seguida de la tienda Aliexpress y el ecommerce especializado en fitness, FitnessDigital.

M-Commerce Awards: Innovation

En la categoría innovación, la app de lavandería y tintorería a distancia Mr Jeff, se llevó el primer premio, con una notable diferencia, demostrando el buen trabajo que están realizando últimamente. En segundo puesto quedó el ecommerce de vehículos, Trive y en tercera lugar, el buscador de casas y pisos, Yaencontre.com.

M-Commerce Awards: Omnichannel

Finalmente, en la categoría Omnichannel, la tienda de moda y complementos, Valentina se hizo con el máximo galardón en esta edición, seguida de Cash Converters y la tienda de productos para el mundo del fútbol, Futbolemotion.

Datos de contacto:

Axicom
916 611 737

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

Categorías: [Nacional](#) [Telecomunicaciones](#) [Madrid](#) [Emprendedores](#) [E-Commerce](#) [Consumo](#) [Premios](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>