

Llega Juni a España, la nueva fintech que revoluciona la financiación del ecommerce y del marketing digital

Impulsada tras superar su fase beta, Juni lanza nueva marca, funcionalidades de producto e integraciones a medida para los emprendedores de ecommerce y marketing digital. Con su programa de cashback, Juni se ha fijado el ambicioso plan de alcanzar los 10 millones de euros en cashback en el próximo año para ayudar a sus clientes a crecer y escalar

Juni, el compañero financiero de los emprendedores de ecommerce y profesionales del marketing digital, ha anunciado hoy su paso a la siguiente fase de crecimiento empresarial. Después de haber duplicado tanto su número de clientes como los gastos por uso de tarjetas en cada trimestre durante el último año, y de haber aumentado su equipo en un 644% en 2021, Juni sigue yendo viento en popa. Este lanzamiento incluye nuevas características e integraciones de producto, y un cambio de marca, así como la ampliación de sus servicios a España y en todo el Espacio Económico Europeo (EEE).

Menos de un año después de su lanzamiento, la plataforma de Juni ha finalizado su fase beta. Aunando tarjetas físicas y virtuales, tarjetas de crédito, contabilidad, analíticas y plataformas de publicidad digital, permite a los empresarios tener una visión clara y holística de todas sus finanzas. Con las ventas del comercio electrónico alcanzando los 7,4 billones de dólares para 2025[1], existen en el mercado enormes oportunidades de crecimiento y una clara necesidad de una solución a medida que ayude a que las empresas tengan la posibilidad de escalar.

Fundada en junio de 2020 en Gotemburgo (Suecia), los cofundadores Samir El-Sabini (CEO), Jonathan Sanders (COO) y Anders Orsedal (CTO) aportan, entre todos, una exitosa combinación de experiencia en el ámbito del comercio electrónico, la compra de medios, el martech, el fintech y el desarrollo técnico. Como parte de la misión de Juni de ayudar a las empresas de comercio electrónico a crecer más rápido, los clientes pueden acceder ahora al futuro de los productos financieros.

Con motivo del lanzamiento, Juni presenta:

Además de en euros y libras esterlinas, Juni contará desde ahora con cuentas y tarjetas en dólares estadounidenses, que es una de las opciones más solicitadas por los clientes actuales. Con las cuentas en dólares de Juni, los emprendedores de ecommerce y profesionales del marketing pueden ahora optimizar aún más sus inversiones, incluyendo tantas tarjetas virtuales Mastercard en dólares como necesiten.

Una nueva integración con Google Ads, que proporciona una experiencia sin fricciones que ahorrará tiempo y molestias. Esta integración permite realizar un seguimiento en tiempo real de los gastos de Google Ads, así como extraer automáticamente las facturas de las líneas de crédito y generar y comparar los recibos de los umbrales de pago.

Una nueva marca con una identidad visual audaz, nueva página web, nuevo logotipo y paleta de colores para establecer la identidad de marca de Juni y garantizar que se distingue del resto. Además, Juni está lanzando "Bye bye bank", una campaña creativa que da vida a las frustraciones cotidianas de los emprendedores de ecommerce y profesionales del marketing cuando tratan con los bancos tradicionales a través de una serie de anuncios online, publicidad exterior de gran impacto (OOH) y anuncios impresos en lugares clave de Europa.

Juni se integra con más de 2000 bancos, pasarelas de pago, software de contabilidad online y redes publicitarias para que las empresas puedan obtener esta visión holística dentro de la plataforma de Juni. En España, Juni integra en su plataforma a entidades bancarias como BBVA, Banco Sabadell, CaixaBank, Santander y otras 75.

Con su cashback en todos los gastos, Juni ya ha abonado más de 1 millón de euros en total y tiene el ambicioso plan de alcanzar los 10 millones de euros en cashback en el próximo año para ayudar a que las empresas puedan crecer y escalar.

"Conocemos los retos y los puntos frágiles a los que se enfrentan los empresarios del comercio electrónico porque nosotros mismos hemos experimentado los mismos dolores de cabeza", dice Samir El-Sabini, cofundador y director general de Juni. "Por eso fundamos Juni. Hemos recogido esos problemas y los hemos convertido en características del producto. Nos apasiona crear un nuevo enfoque de las finanzas. Queremos ofrecer a nuestros clientes las integraciones, las funciones y los conocimientos adecuados que les ayudarán a tomar mejores decisiones empresariales y a escalar. Este lanzamiento es un momento increíblemente orgulloso para nosotros y estamos emocionados de continuar nuestro crecimiento junto a nuestros increíbles clientes."

Jason Fields, director general de la compañía del retail online británica Outlet Group, expresa que "Juni es realmente único en su oferta. Desde el momento en el que empezamos a utilizar la plataforma de Juni en enero de 2022, la presión de gestionar nuestras finanzas disminuyó drásticamente. El panel de control ofrece una visión realmente clara para controlar y hacer un seguimiento de nuestros gastos. Además, la oferta de devolución de dinero es una gran recompensa adicional. Tener un gestor de cuentas dedicado que realmente se preocupa por ti también marca la diferencia. Si necesitamos contactar con alguien, recibimos una respuesta inmediata. Si te tomas en serio la ampliación de tu negocio de comercio electrónico, apuesta por Juni".

Con su solución "todo en uno" adaptada a las necesidades específicas del sector del comercio electrónico y el marketing digital, que crece rápidamente, Juni ha recibido más de 76 millones de dólares de financiación hasta la fecha. Los principales inversores son EQT, socios de DST Global, Felix Capital y Cherry Ventures, junto a otros business angels de alto perfil y miembros de consejos de administración de fintechs y empresas de comercio electrónico de gran éxito como iZettle, Klarna y NA-KD. Además, Juni ha seguido aumentando su plantilla, convirtiéndola en la startup fintech de más rápido crecimiento en Europa en 2021. En la actualidad, sus trabajadores están repartidos en 30 países, y a medida que Juni continúa en su viaje de crecimiento, el objetivo es aumentar su plantilla en un 200 % de manera interanual, contratando a más de 140 empleados adicionales en 2022.

Descubrir más sobre la oferta de Juni aquí.

[1] <https://www.statista.com/statistics/379046/worldwide-retail-e-commerce-sales>

Datos de contacto:

Axicom para Juni
916611737

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

Categorías: [Nacional Finanzas Comunicación Marketing E-Commerce Software](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>