

## **BrandHero apuesta por dos nuevas micromarcas para alcanzar su objetivo de ser referente en e-commerce**

**BrandHero es una empresa de comercio electrónico que busca adquirir y desarrollar micromarcas de origen digital con alto potencial de crecimiento. Su objetivo es comprar y escalar micronegocios con ingresos inferiores a 1 millón de euros para optimizarlos**

La transformación digital ha supuesto una revolución, sobre todo para el comercio minorista, que ha encontrado en el mundo digital una plataforma eficaz para aumentar sus ventas y ampliar su cartera de clientes. Así, en 2021, los españoles gastaron una media de 2.336 euros en compras online, un incremento del 11% respecto a 2020, según datos del Observatorio Cetelem de ecommerce 2021 y, de acuerdo con la agencia EXE, se prevé que este mercado crezca entre un 30% y un 50% durante 2022.

El e-commerce se ha convertido en el futuro del comercio al por menor. De hecho, según la última encuesta del INE sobre el uso de las TIC, el comercio digital representa ya más de un 19% de las ventas en España. En este sentido, un factor que está ayudando a este crecimiento son los mercados de terceros, incluidos Amazon, Alibaba, eBay, entre otros, así como el boom de los agregadores, un tipo de empresa con el foco puesto en la compra de marcas de éxito con fuerte proyección que contaron en 2021 con una inversión de 4.424 millones de euros en Europa, según datos de Crunchbase.

El fenómeno de los agregadores de Amazon está viviendo su mejor momento, los mercados han facilitado más que nunca el lanzamiento de una primera marca digital, pero el proceso de hacer llegar los productos a los consumidores nunca ha sido tan complejo por los desafíos y complejidades constantes que presentan los retos de la cadena de suministro. BrandHero es diferente. Su principal ventaja competitiva es que son verdaderos operadores. A diferencia de un agregador convencional, no solo se centra en comprar y escalar micronegocios, sino que ofrece múltiples opciones y propuestas adaptadas a las necesidades de los propietarios. Además, su metodología de trabajo basada en la optimización les permite adquirir micromarcas con ingresos inferiores o cercanos a 1 millón de euros que suelen ser descartadas e ignoradas por el resto de agregadores.

De emprendedores para emprendedores

La forma de trabajar de BrandHero, es lo que les ha permitido sumar dos nuevas marcas insignia: Tech Therapeutics y Home Icon. Dentro de cada una de estas marcas, se identificó un área de enfoque principal específico en cada caso, que se convirtió en la prioridad de su estrategia para facilitar el crecimiento futuro de la manera más eficiente.

Tech Therapeutics, la marca de fitness italiana que vende correctores de postura, obtuvo en 2021 una ventas globales de 850.000€ de euros. Ahora, bajo la dirección de BrandHero, la pieza central de la estrategia de crecimiento de esta marca será expandirse a mercados más grandes, como EE. UU. y el Reino Unido, para aumentar de forma considerable la base de clientes potenciales que les permite

tener una proyección de 2.500.000€ para fines de 2022, un aumento estimado del 242 % en el primer año.

“Vimos un gran potencial en la marca, la categoría y las formas de optimizar su posicionamiento actual para los clientes, pero lo que es más importante, un gran potencial de mejora en la ubicación del inventario, los niveles de existencias y, en general, reducir los costos de transporte de carga. Una relación tamaño/peso versus precio bajo es una excelente receta para las ventas en línea”, declara Lucas Villanueva, cofundador y director de operaciones de BrandHero.

Por su parte, Home Icon es una marca de utensilios de cocina de origen británico elegida por Amazon debido a sus materiales antiadherentes de cobre y que tuvo unos ingresos por valor de 500.000 € en 2021 solo en Reino Unido. Desde que BrandHero respalda a la marca, pone el eje principal de la estrategia de crecimiento en torno a la optimización de la cadena de suministro y el aprovechamiento de los beneficios de escalabilidad de ser un agregador de comercio electrónico, en lugar de un operador individual, las proyecciones son aumentar las ventas en más del 100 % hasta 1.200.000 € para fines de 2022.

“Algunas marcas o productos son más difíciles de operar y no muchos agregadores están dispuestos a correr el riesgo. Creemos que eso es lo que nos hace diferentes, ya que nos sentimos cómodos asumiendo ciertos desafíos desde la perspectiva de la cadena de suministro, pero sabemos que, a largo plazo, solo unos pocos players podrán gestionar las operaciones diarias y tener éxito”. afirma Carsten Bang Jensen, CEO y cofundador de BrandHero.

Además de las áreas de enfoque específicas para cada marca, BrandHero también trabaja en optimizaciones más generales actualizado las creatividades de la marca, las etiquetas de título de SEO para cumplir con Amazon TOD y aumentando la inversión en publicidad.

Respecto a las opciones de crecer bajo marcas optimizadas, Joaquín Otamedi, CMO de BrandHero y Co-founder & Managing Director de Amazing Agency afirma que “elegimos marcas en categorías con potencial según el análisis del comportamiento de los usuarios. Son financieramente sólidas, con un buen catálogo de productos que, con nuestra experiencia en las diferentes palancas de marketing, podemos llevarlas al siguiente nivel y con ello, conseguir economías de escala que impulsen la rentabilidad de las marcas para beneficiar al usuario final optimizando el binomio calidad-precio”.

Las previsiones de futuro de la compañía son muy positivas y, para fines de 2022, estiman alcanzar alrededor de 40 marcas de diferentes categorías con el objetivo de convertirse en el operador de referencia del comercio electrónico.

**Datos de contacto:**

Redacción  
648183184

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

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

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>