

Llega Multimarkts: una nueva tecnológica que transformará el eCommerce mundial

Durante el primer mes, más de 2.000 influencers han abierto sus propias tiendas Multimarkts, con las que hacer negocio a partir del contenido que suben a sus redes sociales. El proyecto cuenta con una inversión acumulada de 21 millones de euros durante los últimos tres años, principalmente en desarrollos tecnológicos y en preparar su lanzamiento a nivel global

El mundo de los creadores de contenido ha sido uno de los que más ha despuntado en los últimos 10 años: lo que empezó como el pasatiempo de algunos, se ha convertido en la aspiración de muchos que han venido después. Pese a ello, más del 95% de los perfiles son, todavía, micros o nanos. Cuentan con menos de 100.000 seguidores en aplicaciones como Instagram o TikTok, pero invierten incontables horas generando contenido y explotando su creatividad, lo que los hace capaces de crear un retorno de la inversión 11 veces mayor que el de los anuncios tradicionales y 2 veces superior al de las celebrities. A pesar de eso, la mayoría no son capaces de vivir de ello dada la elevada fragmentación de su mercado.

De hecho, el colectivo global de influencers representa posiblemente el mayor mercado fragmentado que todavía existe hoy en día. De la oportunidad de consolidar este espacio liderando la revolución del social commerce nace la plataforma Multimarkts, que propone ayudar a los creadores a monetizar su contenido y trabajo diario en redes, sin importar su tamaño. Esta nueva tecnología para los creadores de contenido facilita, a su vez, una forma sencilla y rápida por la que los seguidores de las influencers pueden descubrir y adquirir productos inspirados en los de sus perfiles favoritos entre un catálogo que incluye ya más de 60 millones de referencias de primeras marcas.

La propuesta disruptiva que liderará el e-commerce del futuro plantea un nuevo paradigma en la relación entre creadores y marcas

En Multimarkts la tecnología juega un papel decisivo. La solución tecnológica de la plataforma, ideada en España y pionera a nivel global, integra un sistema que a través de Inteligencia Artificial (IA) permite a cualquier creador de contenido lanzar automáticamente su propia tienda online en menos de dos minutos. A través de sus tiendas, los creadores pueden monetizar su estilo, creatividad y trabajo diario en redes y recibir un porcentaje de cada venta de forma rápida y efectiva.

Más de 2.000 influencers, entre las que se encuentran algunas de las creadoras más destacadas de España, como Rocío Osorno, Sofía Suescun, Cris Cerqueiras y Ona Gonfaus, se han unido ya a Multimarkts, abriendo el camino para descubrir un modelo de negocio accesible a cualquier usuario. Solo en los primeros 30 días de actividad se han abierto 2.000 tiendas, confirmando el éxito inicial del lanzamiento y poniendo de manifiesto el gran potencial de Multimarkts.

Así, la compañía nace dispuesta a liderar el e-commerce del futuro, donde los usuarios podrán descubrir y adquirir productos similares a los que exponen sus creadores de contenido favoritos. Sin las limitaciones de buscar referencias exactas y extendiendo el periodo de monetización, el modelo de

IA de Multimarkts se encarga de proponer una amplia variedad de precios, colores y marcas que se adaptan a las diversas necesidades de los compradores.

Las herramientas de inteligencia artificial que Multimarkts ha desarrollado permiten la creación de múltiples tiendas alineadas con el estilo de cada uno de sus promotores, los influencers, lo que permite a marcas y agencias globales utilizar los escaparates virtuales de cada tienda para llevar a cabo campañas en un nuevo canal universal, masivo y segmentable. Un nuevo universo con el que impactar a los followers que visitan las tiendas de cada uno de los creadores de contenidos que crean su espacio en la plataforma, abriendo las puertas a un nuevo universo al que impactar. Así, Multimarkts se convierte también en un nuevo entorno de exposición para estos anunciantes, posicionándose como una alternativa a otros soportes publicitarios más tradicionales o a los grandes del mundo digital, como Google, Meta, Amazon o TikTok.

Multimarkts aspira a estructurar un mercado fragmentado y lleno de posibilidades, gracias a un modelo hiperescalable

Promovida por el Grupo Next Chance, venture builder perteneciente a Nicolás Luca de Tena, Multimarkts quiere redefinir el futuro de la creación de valor entre agencias globales, marcas, influencers y shoppers, dándoles una oportunidad única para generar nuevo negocio. Next Chance posee una larga experiencia en este tipo de mercados, como acredita su trayectoria con la puesta en marcha de diferentes proyectos, con una valoración total de mercado en el momento de venta de más de 500?M€.

Multimarkts ha desarrollado un modelo de negocio hiperescalable, con el desafío de convertirse en la mayor cadena de tiendas virtuales del mundo. La compañía mantiene un objetivo de contar con 20.000 creadores de contenido con su propia tienda virtual al cierre de 2024 (un 70% en España, y el resto en el exterior), empezando por el sector de la moda. De cara al próximo año 2025, Multimarkts incorporará verticales como la belleza, decoración y deportes, y espera cerrar el ejercicio con más de 250.000 tiendas virtuales.

Datos de contacto:

Havas PR
Havas PR
914 56 90 00

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

Categorías: [Finanzas](#) [Inteligencia Artificial y Robótica](#) [Emprendedores](#) [E-Commerce](#) [Consumo](#) [Industria](#) [Téxtil](#) [Innovación Tecnológica](#) [Digital](#) [Actualidad](#) [Empresarial](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>