

Miswear, el eCommerce "Made in Spain" capta la atención de inversores y se expande en Asia

[Multimedia](#)

La plataforma de comercio electrónico de calzado "Made in Spain", celebra su cuarto aniversario con un crecimiento significativo que ha captado la atención de inversores y ha permitido consolidar su presencia en Asia. La apertura de un almacén en Hong Kong marca un paso estratégico para abordar los mercados de China, Taiwán, Corea del Sur y Japón

En un mundo cada vez más interconectado, el comercio electrónico ha experimentado un crecimiento exponencial, abriendo oportunidades para empresas de todos los sectores. En este contexto, [Miswear](#), la plataforma de eCommerce especializada en calzado "Made in Spain", ha ido ganando cuota de mercado dentro del sector del calzado español, liderando la expansión internacional y conquistando los mercados asiáticos. Su trayectoria impresionante en los últimos cuatro años ha consolidado su posición como un referente en la exportación de calzado español en Oriente.

Desde su fundación en 2019 por Ecommedia, una consultoría especializada en estrategia internacional y [marketing digital](#), Miswear ha experimentado un crecimiento exponencial a pesar de las dificultades encontradas en la pandemia global. En 2022 la empresa duplicó sus ventas respecto al año anterior, alcanzando una facturación acumulada de 2.43 millones de euros desde el inicio del proyecto piloto. Si bien, esta cifra podría parecer modesta en comparación con proyectos de gran envergadura, representa un hito significativo para un proyecto de comercio electrónico financiado con fondos propios y en un mercado tan lejano, con las dificultades que conlleva las diferencias culturales e idiomáticas. Estos resultados han atraído la atención de inversores especializados en el sector del calzado, que han adquirido el 50% de la empresa, con una inyección significativa de capital, que ha permitido a la plataforma expandirse, estableciendo una filial en Hong Kong, estratégicamente ubicada para abordar los mercados de China Continental, Taiwán, Corea del Sur y Japón.

La decisión de Miswear de enfocarse en los mercados asiáticos no es casualidad. El crecimiento del comercio electrónico en Asia está alcanzando cifras impresionantes, posicionándose como la región de mayor crecimiento en el mundo. Según datos de 2022, el eCommerce en Asia ha experimentado un increíble aumento del 51%, superando con creces a Estados Unidos y Europa con un 35% y 42%, respectivamente. En cuanto al calzado español en Asia, este sector ha experimentado un crecimiento significativo, especialmente en la República Popular de China, donde las ventas en valor han registrado un impresionante aumento del 114.5%, dejando patente el incremento de la demanda de calzado de mayor calidad por parte de los consumidores del gigante

asiático. A pesar del crecimiento experimentado en China, Japón continúa liderando la clasificación en Asia, con un aumento del 48.4% en pares y un 25.6% en valor en las exportaciones de calzado español. Esta expansión acelerada en Oriente presenta una oportunidad única para empresas como Miswear, que buscan capitalizar el auge del eCommerce y llevar el calzado español a los mercados asiáticos en rápido crecimiento.

El desarrollo de la plataforma se atribuye en gran medida a la trayectoria profesional de sus fundadores. Por un lado, Andrés Rodes, especialista en comercio internacional con una amplia experiencia en Asia, ha desempeñado un papel fundamental en la planificación comercial estratégica e implementación en el lejano oriente. Por otro lado, Francisco Galindo cuenta con una amplia experiencia en el sector de las tecnologías y el marketing digital, siendo el fundador de uno de los principales portales verticales de calzado en España. Una vez establecidas las bases del proyecto, los fundadores, en un movimiento estratégico para impulsar la expansión de Miswear, anunciaron el éxito obtenido en las rondas de financiación que ha atraído la inversión de destacados actores especializados en el sector del calzado, como Idia Trust & Investment, S.L., Joloca Holding, S.L., Pca31 Kapital, S.L., y Outsiders Investments, S.L., demostrando su confianza en la visión y el potencial de la plataforma al aportar recursos financieros significativos.

Andrés Rodes ha expresado su entusiasmo por la expansión del proyecto, afirmando: "La apertura de nuestro nuevo almacén logístico en Hong Kong marca un emocionante capítulo en nuestra historia. Desde el principio, nos hemos comprometido a llevar el calzado español a nuevos horizontes y conectar con consumidores internacionales. Esta nueva ubicación estratégica en Asia nos permitirá atender de manera más eficiente a los mercados de China, Taiwán, Corea del Sur y Japón, brindando una experiencia de compra excepcional y ampliando nuestro impacto en el mercado global".

José Plana, representante de los inversores, compartió su entusiasmo por esta inversión estratégica : "Hemos decidido respaldar el proyecto debido a su trayectoria y su enfoque único en conectar marcas de moda españolas con los consumidores asiáticos. Vemos un inmenso potencial de crecimiento en esta colaboración y estamos emocionados por la oportunidad de ser parte de este emocionante viaje".

En definitiva, las nuevas tecnologías juegan un papel clave en el proceso de transformación de la economía mundial y, en este contexto, Miswear es un ejemplo destacado de cómo utilizar el eCommerce como estrategia de internacionalización y abrir nuevas oportunidades en mercados internacionales sin necesidad de grandes inversiones. Una vez más se demuestra la importancia de adaptarse a las nuevas tendencias y aprovechar las oportunidades que ofrece el comercio electrónico para expandir horizontes, promoviendo el crecimiento económico y fortaleciendo la presencia de la moda española a nivel mundial.

Ecommedia

Ecommedia es una consultoría en estrategia internacional, creatividad y marketing digital, se especializa en impulsar marcas de moda españolas en mercados globales. Con una trayectoria sólida y un equipo altamente calificado,

ofrecen soluciones integrales desde el desarrollo de la imagen corporativa, estrategia de mercado hasta la implementación de proyectos eCommerce. La agencia destaca por su capacidad para superar barreras culturales y lingüísticas, con un enfoque en la innovación constante y se posiciona como agencia especializada en la internacionalización del eCommerce.

Miswear

Miswear, una marca e innovador proyecto de eCommerce desarrollado como puente estratégico que une las marcas de calzado español con los mercados asiáticos. Su enfoque de proyecto localizado en los principales mercados asiáticos permite a las marcas comunicar sus historias y valores de marca en el idioma local, proporcionando una exposición auténtica y efectiva en estos mercados. Además, Miswear facilita el acceso a canales de venta en Marketplace del Lejano Oriente, brindando a las empresas locales la capacidad de tener presencia sin necesidad de realizar una gran inversión. Este proyecto representa una oportunidad única para las marcas de calzado españolas que buscan expandir su presencia en el lejano oriente, un mercado desafiante y en constante crecimiento.
