



**UPS EUROPA**  
**CASO PRÁCTICO: CHIE MIHARA**

---

**Expansión del eCommerce**

Cómo una marca española de calzado se inició con éxito en las ventas internacionales de eCommerce con la ayuda de UPS





A principios de la década del 2000, Chie Mihara, diseñadora de moda de origen japonés y brasileño, creó su marca de calzado homónima cuando Carrie Bradshaw, protagonista de *Sexo en Nueva York*, declaró su devoción por los zapatos. Junto a su marido, puso en marcha su negocio en Elda (Alicante), el corazón de la industria del calzado en España. Desde entonces, los diseños de calzado femeninos, atrevidos y únicos de Chie han llegado a los armarios de las amantes de los zapatos en España y en todo el mundo.

Al inicio de su aventura, los productos de Chie Mihara se vendían principalmente a grandes almacenes y boutiques independientes de todo el mundo. Alrededor de 2006, la empresa decidió explorar el eCommerce B2C para llegar a nuevos clientes, no solo en España, sino en todo el mundo.

Como pioneros de una estrategia online de venta directa al consumidor, pudieron tantear el terreno y averiguar qué métodos funcionaban mejor.

Un aspecto clave a la hora de crear su tienda online fue la elección de un socio rápido y fiable para realizar envíos que respaldaran su operativa, al mismo tiempo que seguían teniendo siempre en cuenta las necesidades de sus clientes. Decidieron asociarse con el operador logístico internacional UPS por sus opciones de servicio de entrega rápida y para que les ayudara a cumplir sus objetivos de expansión internacional.

Esta es la historia de cómo una marca de calzado de diseño en España se convirtió en una historia de éxito internacional.

## Entregas para amantes de los zapatos

Dieciséis años después de que Chie Mihara accediera por primera vez al mundo de las compras online B2C en el sector de la moda, parece que esta tendencia sigue en boga. Tras el auge del eCommerce debido a la pandemia de coronavirus, una encuesta reciente reveló que el 50% de las mujeres piensa seguir comprando calzado en Internet. Sin embargo, no todo es sencillo cuando se trata de zapatos, ya que los clientes son muy exigentes:

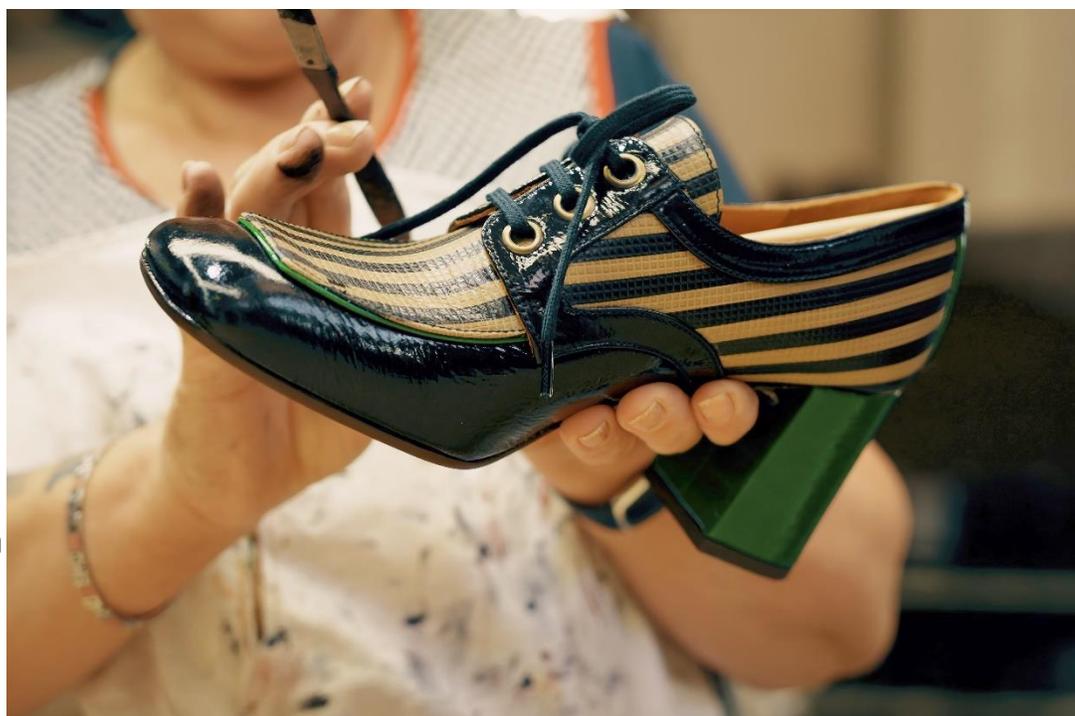
**«La venta online de calzado es una transacción complicada»,** comenta María Elías, directora de desarrollo empresarial de Chie Mihara. **«No solo por las tallas, sino también por las preferencias personales y la urgencia. Los zapatos suelen ser lo último que se compra al pensar en un conjunto de ropa, por lo que nuestros clientes necesitan una entrega rápida.**

**A veces, los clientes no pueden ir a una tienda tradicional para comprar otro par de zapatos».**

Como marca de calzado de primera calidad, Chie Mihara sabía que era fundamental ofrecer a sus clientes opciones de entrega internacional más rápidas para que su plan de crecimiento de eCommerce fuera un éxito. Hoy en día, el 90% de sus ventas provienen de ventas online B2C gracias a que ofrecen a sus clientes las distintas opciones de entrega de UPS, a diferentes velocidades.

**«Cuando empezamos a vender en Internet, solo realizábamos envíos dentro de España. Pero quedó bastante claro que nuestros clientes internacionales también querían disfrutar de la comodidad de recibir los zapatos en su domicilio. UPS nos permitió realizar envíos internacionales tan solo unos meses después de crear nuestra tienda online»**

María Elías, directora de desarrollo empresarial.



<sup>1</sup> FDA, 2022

## Visibilidad desde la fábrica hasta el armario

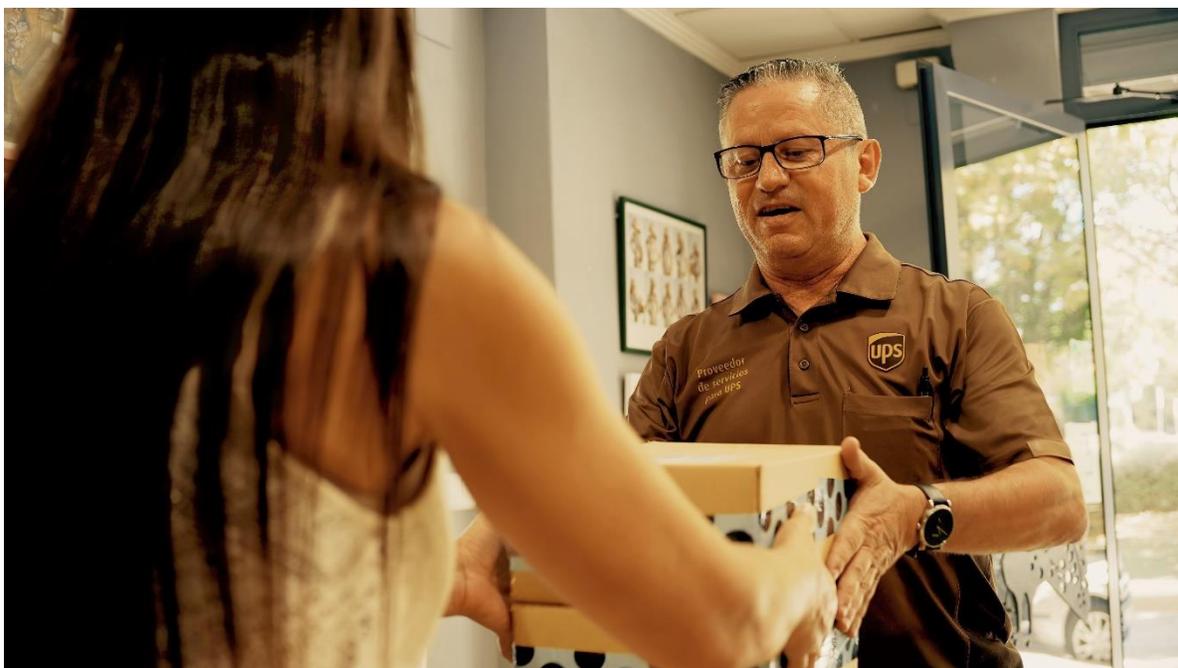
Los zapatos de Chie Mihara se diseñan y elaboran en Elda (Alicante), el corazón de la industria española del calzado, y se exportan directamente desde su sede central al resto del mundo. Necesitaban gestionar de forma eficaz todas sus operaciones, desde la fábrica hasta el cliente. Era esencial contar con una solución eficiente, rápida y fácil de usar para garantizar que sus zapatos llegaran rápidamente a sus clientes.

«UPS nos ha acompañado desde el principio y ha podido proporcionarnos herramientas empresariales eficaces que nos permiten llegar a nuestros clientes en todo el mundo»

María Elías, directora de desarrollo empresarial.

El uso de la interfaz de programación de aplicaciones (API) de envío, una herramienta online personalizable con la que los remitentes pueden integrar sus opciones de envío con sus aplicaciones internas, permite a Chie Mihara optimizar sus sistemas de forma eficiente y mejorar sus procesos de eCommerce. Esta herramienta les permite crear etiquetas y procesar pedidos el mismo día, lo que garantiza que sus clientes reciban sus zapatos a tiempo.

Otra herramienta importante que implementaron en su proceso de entrega es la API UPS Quantum View. Se trata de una herramienta online que ofrece a Chie Mihara información sobre los envíos, actualizaciones y alertas de sus envíos entrantes y salientes. Esta mayor visibilidad les ha permitido realizar un seguimiento de sus paquetes internacionales desde España hasta el resto del mundo, lo que, a su vez, les permite mantener informados a sus clientes y equipos y desarrollar su negocio en mercados internacionales como Estados Unidos, Canadá y Japón.



## Mejoramos la satisfacción del cliente

Según recientes estudios, el 62% de los clientes online desea recibir información actualizada sobre el estado de su envío por correo electrónico. Para Chie Mihara, una manera excelente de mantener a sus clientes informados acerca de sus paquetes consiste en ofrecer notificaciones automáticas de entrega un día antes, lo que puede hacer gracias a UPS.

De este modo, se puede realizar un seguimiento de los zapatos Chie Mihara, o «chies» como se conocen cariñosamente, desde el momento en que salen del almacén. Esto no solo reduce las quejas y las solicitudes de estado de seguimiento, sino que también ofrece a los clientes más opciones para gestionar su entrega de última milla.

«Confiamos en UPS para que entregue nuestros «chies» con cuidado y a tiempo. Estamos sumamente encantados con la entrega puntual y fiable de UPS. Esto nos ayuda a ganarnos la confianza y el compromiso de nuestros clientes, así como a desarrollar nuestro negocio a nivel internacional»

María Elías, Business Development Manager.

---

Los destinatarios reciben un correo electrónico el día anterior a la entrega con una franja horaria de entrega estimada. Para maximizar su comodidad, también pueden cambiar la fecha o la ubicación de entrega de su paquete si lo necesitan. Pueden optar por redirigir su paquete a la ubicación UPS Access Point más cercana, lo que supone una alternativa flexible y segura a la entrega a domicilio, con más de 45.000 ubicaciones en todo el mundo, o elegir la hora de entrega que más les convenga.

<sup>2</sup> Estudio USP Pulse of the Online Shopper, 2019





Chie Mihara también está trabajando en la simplificación de su proceso de devoluciones internacionales integrando UPS Paperless Invoice en su proceso de envío, con objeto de ayudar a que los procedimientos de despacho de aduanas sean más rápidos y eficientes para sus clientes de fuera de la Unión Europea.

«Nuestros clientes necesitan que la entrega de sus zapatos sea rápida y, en la mayoría de nuestras ventas, UPS puede entregar nuestros productos en 1 o 2 días laborables. Observamos inmediatamente un gran aumento de los comentarios positivos, tanto relacionados con las entregas como con las devoluciones, y eso ha marcado la diferencia con nuestros clientes».

«A medida que va creciendo la demanda de nuestros productos, tenemos previsto aumentar los países incluidos en nuestro listado de envíos. Porque realmente creemos que en cualquier parte del mundo hay una mujer apasionada y creativa que también es muy singular (demasiado singular para la oferta actual del mercado) que quiere encontrar a Chie Mihara. Así que solo necesitamos encontrar a esa mujer», María Elías, directora de desarrollo empresarial.

