

■ Con los recursos, la startup chilena busca escalar su operación en México. También planea abrir nuevos puntos físicos en Chile y reforzar su tecnología.

POR RENATO OLMO

Para profundizar y escalar su modelo de venta de ropa de segunda mano, la startup chilena Vestuá cerró una serie A de US\$ 2,1 millones, liderada por H&M Group Ventures y con participación de Manutara Ventures e inversionistas ángeles.

Vestuá es la única startup en la región que ha captado recursos de H&M y se trata de la segunda inversión que realiza la multinacional de moda sueca en la chilena.

La firma fue creada por los ingenieros Joaquín Zavala y Santiago Valdés, y luego se sumó Santiago Larrain al equipo fundador.

Opera como un marketplace e intermediario de venta de ropa de segunda mano, donde el uso de la tecnología y la inteligencia artificial (IA) es clave para las ventas. Solo en 2024 facturaron US\$ 4 millones y comercializaron 30 mil prendas mensuales.

Desde Ciudad de México, donde reside, Zavala (CEO) contó que para llegar a esos números tuvieron que reestructurarse. Hace ocho años partieron con la empresa Sensacional, de venta de todo tipo de productos usados en línea, a los que buscaban "dar una segunda vida" en lugar de que estuvieran en una bodega acumulando polvo. Pero cuando sumaron la categoría decohogar "el negocio se complicó por la logística".

No obstante, antes abrieron el segmento de moda. "Y fue un boom", aseguró Zavala. "Era infinitamente más fácil, las prendas rotaban mejor y había mucha más gente disponible para comprar ropa".

Ese interés los llevó a hacer un cambio de marca fuerte y apostar todo a la moda. En 2018 nació Vestuá, que hoy definen como una *fashion tech* de ropa de segunda mano. Funciona en una bodega de 3 mil metros cuadrados en la comuna de Quilicura, en Santiago, en la que reciben 45 mil prendas cada mes.

Zavala dijo que la tecnología es "fundamental" para su negocio, debido al volumen de productos que tienen que procesar, ordenar, fotografiar, publicar y vender.

Explicó que son intensivos en el uso de inteligencia artificial, donde combinan modelos propios y de terceros. Por ejemplo, utilizan algoritmos para establecer



Santiago Valdés, Joaquín Zavala y Santiago Larrain, fundadores de Vestuá.

Vestuá cierra ronda liderada por H&M para consolidar su modelo de venta de ropa de segunda mano

los precios de productos en base a variables como la cantidad de visitas que tuvo.

También usan IA para las fotografías, que reemplaza el uso de personas que posan con la ropa. "Publicamos unas 1.200 prendas al día, entonces el modelo de IA se va entrenando", explicó.

Las ropa la compran directamente a las personas y la retiran a domicilio. Luego la inspeccionan y, tras el visto bueno, la comercializan en su plataforma.

Por cada venta, en promedio, se quedan con 60% del monto y el vendedor (a) original tiene dos opciones: una transferencia bancaria o sumar créditos con su usuario en la plataforma para canjearlos por otras prendas. "Así fomentamos la circularidad", dijo.

Si bien su foco es la venta en línea,

luego de la pandemia del Covid-19 abrieron puntos de venta o esquinas en alianza con minoristas como Falabella, Paris, Corona y Walmart.

Entra H&M

En 2021 Santiago Valdés decidió escribirle a la ejecutiva a cargo de H&M Group Ventures. En principio no buscaban una inversión, sino explorar vías de colaboración, como una alianza comercial.

"Yo era bien incrédulo, pero Santiago insistió", comentó Zavala.

Tuvieron respuesta y les mostraron qué hacían y en qué estaban. Todo sin mayores expectativas.

"Un día estábamos en México con Santiago y nos citaron a una llamada. La tomamos desde un café y nos dicen que les interesaba, pero no una alianza, sino que invertir. No lo podíamos creer", contó.

Luego de más comunicaciones y un *due diligence* (auditoría contable) de los suecos, a mediados de 2022 sellaron su inversión mediante secundarias, es decir, comprando participación a inversionistas individuales que entraron al inicio.

"Nos han apoyado mucho y permitido continuar y trabajar con 100% de autonomía. Uno de sus ejecutivos se sumó a nuestro directorio", comentó.

Tres años después, la multinacional sueca volvió a apostar por Vestuá. Esta vez liderando la serie A.

"Hace tiempo veníamos hablando de levantar otra ronda, pero había harto que entender", dijo Zavala. Los nuevos recursos los destinarán principalmente a México donde proyectan crecer entre tres y cinco veces.

"Vemos una oportunidad muy grande. Estamos creciendo mucho, pero hay harto espacio porque es un mercado siete veces más grande que el chileno y con desafíos mayores en logística", señaló Zavala.

Detalló que invertirán en contratar equipos de marketing -para dar a conocer la marca y encontrar más vendedoras-, en operación y en tecnología. Para esto último, sumaron dos nuevos integrantes que se instalan en México.

Zavala comentó que hoy tienen nueve puntos de venta en tiendas físicas en el país y el plan es duplicar ese número con aperturas en Chile y México.

US\$ 2,1
MILLONES
LEVANTÓ EN SU SERIE A.