LITORALPRESS

Fecha: 17-08-2025
Medio: Diario Financiero
Supl. : Diario Financiero - DF Mas
Tipo: Noticia general
Título: FUNDADORA DE CULOTTE AHORA VA POR LA MENOPAUSIA Y LEVANTA US$ 563 MIL CON FONDOS INTERNACIONALES

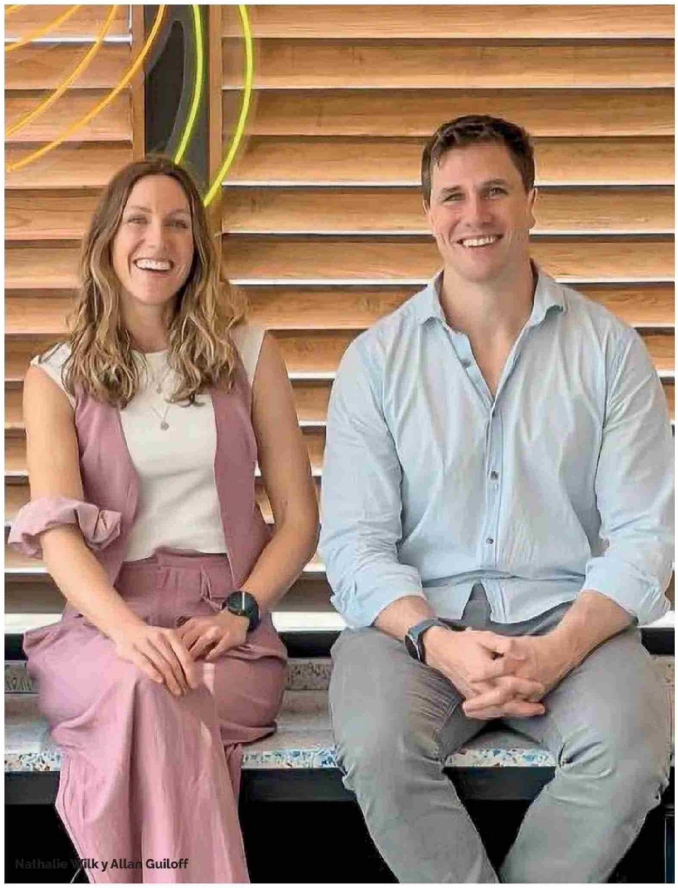
Pág. : 16
Cm2: 691,5

Tiraje: 16.150
Lectoría: 48.450
Favorabilidad: No Definida

POR CATALINA VICUÑA

FUNDADORA DE CULOTTE AHORA VA POR LA MENOPAUSIA Y LEVANTA US$ 563 MIL CON FONDOS INTERNACIONALES

Tras vender Culotte al unicornio mexicano Merama, la alemana radicada en Chile Nathalie Wilk volvió a emprender. Junto al ex Shipit, Allan Guiloff, creó Neopausia, una femtech que busca derribar el tabú de la menopausia y que acaba de cerrar una ronda por US$ 563 mil con inversionistas de Estados Unidos, Alemania y México.


Nathalie Wilk y Allan Guiloff

Su conexión con el universo de la salud femenina viene de su mamá, ginecóloga de profesión. Nathalie Wilk es de origen alemán, pero habla español a la perfección, incluso usa modismos chilenos. Con estudios en administración de empresas, Wilk llegó a Chile en 2015 como estudiante de intercambio en la PUC. Como le gustó el país, decidió quedarse y radicada ya en Chile, en 2020 fundó Culotte: un emprendimiento de calzones menstruales reutilizables que en 2022 vendió al unicornio mexicano Merama.

Tras su venta, y dejar por completo la compañía, Wilk pensó en tomarse un break del mundo emprendedor: dedicarse a hacer kitesurf, ir a la playa, o hacer consultoría. Pero esa calma duró tres meses. En 2024 lanzó un nuevo emprendimiento junto al fundador de Shipit, Allan Guiloff. Se trata de Neopausia, una femtech que ofrece "un acompañamiento en un viaje completo que puede durar hoy en día 40 años y más", explica su fundadora. Esto incluye un canal digital que entrega información completa sobre la menopausia, gestiona una red de consultas médicas con profesionales expertas y ofrece un acompañamiento integral post atención médica. Hoy tienen disponible un test gratuito para detectar la presencia de alguno de los más de 34 síntomas que presenta la menopausia, que a la fecha ha sido completado por más de 90.000 mujeres, asegura Wilk.

Ahora, la emprendedora alemana va por más: acaba de cerrar una ronda por US$ 563 mil en la que participaron fondos de Estados Unidos, Alemania y México.

El socio

La idea de atender la menopausia la tuvo mientras trabajaba en Culotte. "Nos preguntaban mucho si el calzón que vendíamos servía para incontinencia o para problemas con el piso pélvico, que son síntomas que aparecen mucho en esa etapa +40", dice Wilk. En estos casos, rememora la emprendedora, las mujeres siempre decían que preguntaban en nombre de "una tía o una abuelita". Entonces, la alemana detectó un tabú "quizás aun peor que el de la menstruación".

El tema le interesó y acudió a su mamá para "entrevistarla". "Y, según lo que me contaba, se notaba que muy pocas mujeres se informan, llegan a soluciones concretas o a especialistas en el tema", cuenta.

Entonces, Wilk identificó una nueva oportunidad para emprender, pero le faltaba un socio. Cuenta que con Culotte, "encontré muy bueno emprender sola durante la pandemia. Quería avanzar a mi ritmo y darle no más. Pero cuando ya maduró la empresa, fue muy pesado tomar todas las decisiones yo sola, y con el tema de la venta fue bastante difícil también... Uno es muy solitario como CEO", reflexiona.

En enero de 2024, se reencontró con Allan Guiloff –que había trabajado para Culotte como proveedor desde Shipit– en un evento de emprendimiento de MDA. Para ese entonces, cuenta Wilk, ambos formaban parte del grupo de WhatsApp "Masters of eCommerce" en Chile. Guiloff había regresado recién a Chile desde México, tras un fallido proceso de expansión de Shipit.

Allí Nathalie le contó acerca de la investigación que llevaba desde hacía un mes. "Me dijo: 'Si buscas un socio, avísame'", cuenta. A la semana siguiente, se juntaron en el Mall Casa Costanera -su "Lucky Place", lo llama Wilk-. "y Allan se había leído absolutamente todo. Llegó al almuerzo habiendo entrevistado a tres mujeres sobre su menopausia", rememora.

Ese día, como anécdota, la alemana cuenta que el chileno les sacó una selfie: le dijo que podía ser el comienzo de algo.

Primer prototipo

El verano de 2024 consistió en hacer entrevistas a mujeres y doctoras para preparar un prototipo de producto. Conversando con ellas, la dupla identificó un patrón común: había desinformación y falta de soluciones a los síntomas "que estaban tomando control de sus vidas", dice Wilk. En ese proceso de investigación, vieron también lo que se estaba haciendo afuera con temas similares y se toparon con el modelo de negocio *vertically integrated micro provided*, "que es alguien que se hace cargo de un viaje completo de un nicho", explica. Tomaron como referencia a la empresa norteamericana His & Hers, que hoy atiende problemas de erección y caída de pelo en hombres.

En marzo de 2024 lanzaron su primer piloto y a través de Instagram promocionaron un test de síntomas en formato digital que fue respondido por 500 usuarios. Adicionalmente, durante 14 días ofrecieron acompañamiento educativo vía WhatsApp a mujeres y, con ese sistema, vendieron cerca de 200 cupos de taller con profesionales. "Ahí nos dimos cuenta de que había interés por la información, pero faltaba la atención posterior con una ginecóloga... Entonces ahí empezamos a armar las piezas de lego", rememora.

Entra Platanus Ventures

La iniciativa entró al batch 2 de Platanus Ventures en 2024. Pese a que ambos ya tenían experiencia en el mundo startup, Wilk asegura que su negocio anterior era completamente diferente en términos de operación y, por lo mismo, sintió que necesitaba apoyo para empezar a funcionar. "Si yo compraba un calzón a equis dólares, lo vendía en 20 y había un margen bastante claro. Compré 100, vendí 100; compré 200 y vendí 200, *and so on*. Era un negocio que desde el minuto uno produjo ingresos. Y Neoplasia tiene una dinámica distinta: requería una etapa larga en investigación, de no sacar mucho margen de las doctoras y no pagarnos mucho sueldo", explica. De ese batch, rememora, fueron los únicos que lograron ingresar sin un CTO, cargo que más tarde entró a ocupar el argentino Matías Martínez.

Instalados en el programa de aceleración, apareció un personaje clave en Neopausia: la doctora María de los Ángeles Larrain, quien, coincidentemente, era mamá de otro startupero en Platanus. "Ella justo estaba en una etapa de querer cambiar su carrera y calzó perfecto con este rol que estábamos buscando de querer educar", dice Wilk. Con Larrain como socia, desde Neopausia comenzaron a atender clientas en agosto pasado. A la fecha -con el trabajo conjunto de otras seis doctoras freelance-, Neopausia ha atendido a 1.700 pacientes en Chile, México, Argentina, Estados Unidos, Canadá, Australia y Bulgaria. ¿El valor por consulta? $ 49.990.

¿México y EE.UU?

En febrero de 2025, Neopausia abrió una ronda preseed, que cerró el viernes pasado. "Creo que ha sido de las cosas más difíciles que he logrado últimamente", dice Wilk. "No somos el típico SaaS B2B con AI, que creo que pertenece al tipo de empresas que hoy, en gran porcentaje, recibe financiamiento. Y hoy el mercado de inversión de startups está complejo", añade. Además, la menopausia no es un tema sencillo de pitchear. "Así que fue un proceso donde recibimos muchos 'no', pero recibimos los 'sí' precisos", dice la alemana.

De la ronda participaron Ganas Ventures, fondo de Estados Unidos; CDTM Ventures Fund, de Alemania; Semilla Venture, de México; y otros cinco inversionistas ángeles. El monto total fue de US$ 563 mil.

Con ese capital, la startup tiene puesto el foco en expandirse localmente y trabajar en el desarrollo de producto para entrar en otros mercados como México y Estados Unidos.

"Hoy las mujeres se pueden atender con doctoras chilenas. Entonces, lo que falta sería ajustarlo a otros sistemas: que te receten los remedios locales, que te reembolse el seguro de tu país, etc. Pero ya lo iremos probando con este producto mínimo variable que tenemos hoy", dice.

www.litoralpress.cl