

## NUEVOS NEGOCIOS:

# La *startup* chilena de moda circular que levanta recursos para expandirse en México

MARISA COMINETTI

Con más de un millón de prendas reutilizadas a la fecha y ventas en 2024 por sobre US\$ 4 millones, Vestuá es una de las *fashion-tech* con mayor impacto en moda circular de la región. Con operaciones en Chile y a punto de iniciar su expansión por el mercado mexicano —al que aterrizó hace un año y medio en fase de exploración—, la *startup* fundada por Joaquín Zavala y Santiago Valdés acaba de cerrar una ronda por US\$ 2,1 millones. La serie A fue liderada por Manutara Ventures, fondo de *venture capital* chileno con operaciones en Miami, y contó con el grupo sueco H&M como coinversor.

Joaquín Zavala, también CEO de Vestuá, señala que los nuevos fondos apuntan a conseguir un objetivo triple: por un lado, ampliar su base de clientes (compradoras y vendedoras); por otro, triplicar la capacidad de procesamiento de prendas, alcanzando las 300 mil unidades mensuales, y finalmente, desarrollar más tecnologías para escalar el negocio, incluyendo mejoras en la recién lanzada aplicación móvil de Vestuá App.

En México, agrega, aplicarán el mismo modelo: “Comenzar *online* y luego buscar alianzas físicas, aunque son pocos los *retailers* de marcas de segunda mano”.

Nacida en 2018, el negocio de Vestuá se basa en un servicio integral: desde retirar la ropa en el domicilio, hasta revisar, clasificar, fotografiar, subir, vender, despachar y pagar las ganancias a las vendedoras, a cambio de una comisión. Si no pueden vender un artículo, lo donan o lo devuelven. La comerciali-

Vestuá cerró una ronda por US\$ 2,1 millones, la cual fue liderada por Manutara Ventures, mientras que la sueca H&M Group participó como coinversor de esta serie A.

zación la hacen a través de su tienda *online*, la *app* y en puntos físicos, con *corners* en *retailers* como Paris, Falabella, Corona, más tiendas de ropa. Y también en un local Vestuá en el MUT.

“Vender ropa usada es un negocio muy bonito y romántico, pero es más viejo que el hilo negro, la gracia está en la tecnología, porque sin esta es imposible escalar”, dice.

Actualmente, tienen 175 mil prendas en Chile en una bodega en Quilicura y otras 45 mil en México. En el canal *online* publican de 2.000 a 2.500 prendas nuevas todos los días, mientras que en los

puntos físicos renuevan entre el 30% y 40% de las vitrinas semanalmente. “Cada prenda es ‘trackeada’, y sabemos cuántos días demora en salir”, dice.

### Los inversionistas

“Esta ronda confirma el potencial de Vestuá para liderar la reutilización de moda en América Latina”, dice Zavala. Mientras que Cristián Olea, *managing partner* de Manutara, destaca que la fortaleza de la firma es que resuelve un problema cotidiano, con un enfoque innovador y sustentable.

Para H&M Group esta es su primera inversión en una ronda de una *startup* latinoamericana, pues si bien ya participaba en Vestuá desde 2022, su ingreso fue tras una compra secundaria a inversionistas iniciales.

Entre los que han aportado capital a la *startup*, lanzada en 2018, y se mantienen hasta hoy, están Pablo Turner, exgerente de Falabella; el grupo Prisma, de la familia Claro; Alan Farcas; el grupo Oropel (ligado a la familia Aresti), entre otros.



Joaquín Zavala y Santiago Valdés, fundadores de Vestuá, junto a Santiago Larraín (a la izquierda), quien se sumó después como cofundador.