



ANTICIPAN SEGUNDO LEVANTAMIENTO DE CAPITAL:

Market People se certifica como Empresa B y prepara una app

Las creadoras de la plataforma que vende prendas, objetos y accesorios de lujo de segunda mano buscan poder traccionar más clientes y además eficientar su sistema de logística para seguir creciendo. **SOFÍA MALUENDA**

Las fundadoras de Market People, plataforma que vende prendas, objetos y accesorios de lujo de segunda mano, están contentas. Entre otras cosas, acaban de recibir la certificación de Empresa B, que, según afirma Stephanie Truan, cofundadora y CEO de la startup, las posiciona en el rubro "como la primera empresa de reventa en Chile que tiene esta certificación mundial y que valida el negocio de sustentabilidad, donde ningún recurso es gastado, sino que recirculamos clósets o productos que ya estaban en el mercado, sin generar un gasto adicional, más las políticas de ética y responsabilidad social que tenemos en la empresa".

Sumado al hito anterior, Truan también menciona las dos nuevas tiendas en Falabella, "lo cual nos hace democratizar aún más este tipo de productos a un segmento de mayor escala". Además, inauguraron la categoría de relojes de lujo, con una certificación externa que valida la autenticidad de estos artículos y lanzaron su podcast donde buscan explicar a las personas negocios detrás de la moda, casos exitosos y cómo valorizar productos en el tiempo.

QUÉ SE VIENE

Y las novedades no paran ahí. Sobre qué se viene para Market People, María Ignacia Cartoni, cofundadora y CPO, cuenta que en este momento están elaborando una app de Market People, "que permitirá tener un mejor *user experience* y la posibilidad de poder traccionar una mayor cantidad de clientes". Asimismo, están elaborando un sistema de logística a través de un WMS (*warehouse management system*) propio, que les va a permitir eficientar los tiempos de almacenaje y devolución de productos. Y, por otra parte, un proyec-

to de "White Label" (marca blanca), "donde le vamos a otorgar nuestra plataforma a marcas para que ellas mismas puedan hacer sus servicios de reventa", adelanta la diseñadora gráfica.

Hoy están en Alonso de Córdova (Vitacura) en un espacio de más de 450 m². "Convertimos este punto de venta en algo súper atractivo, de pasar a ser una oficina comercial, bodegaje y una tienda, donde las personas se sienten viajando cuando vienen a nuestra oficina", señala. "Hoy nuestra casa matriz representa un 50% de las ventas y con un *ticket* promedio sumamente alto y atractivo para poder seguir creciendo", sostiene Cartoni.

Truan, quien es ingeniera comercial mención Economía, cuenta que el año pasado tuvieron ventas sobre los \$1.000 millones y este año esperan traspasar la frontera de los \$1.500 millones y poder aumentar el número de productos publicados. "El año pasado consignamos más de 30.000 productos y este año vamos a una velocidad el primer semestre ya de 30.000 productos consignados", indica. Este año también están duplicando el tráfico web que tienen en la página.

"Otro crecimiento importante se ve en el equipo: tenemos una gerencia mucho más consolidada donde levantamos talentos de grandes del *retail* y estamos optimizando la logística y sistema de inventario, que eso es como el gran *software* y desarrollo que estamos haciendo hoy. Eso no se va a plasmar de cara hacia las clientas, pero sí por detrás, para eficientar los costos de almacenaje y consignación del producto", comenta.

A fin de año, a su vez, esperan hacer un segundo levantamiento capital con el fin de expandir el negocio tanto en Chile como a otros países de la región a través de la app.