

21 Buttons cierra una ronda de financiación de 3 millones de euros

La inversión ha sido liderada por Samaipata Ventures y han participado 360 Capital Partners, Sabadell Venture Capital, Sputnik, VenturCap, Mediaset y Breega Capital

21 Buttons, el primer Social eCommerce especializado en moda que permite a los usuarios comprar los productos de las fotos compartidas en su red social, ha cerrado con éxito su segunda ronda de financiación (pre-Serie A) por valor de 3 millones de euros. La operación ha sido liderada por Samaipata Ventures, fondo liderado por el cofundador de La Nevera Roja, José del Barrio, y han intervenido otros importantes fondos de inversión dentro del ecosistema inversor europeo: 360 Capital Partners, Sabadell Venture Capital, Sputnik, VenturCap, Mediaset y Breega Capital. La startup ubicada en Barcelona consiguió levantar 500.000 euros en enero de 2016 gracias al apoyo de varios business angels.

El capital obtenido en esta ronda servirá a la compañía para consolidar su crecimiento en España e Italia, optimizar su tecnología y acelerar su expansión internacional en otros países

Marc Soler y Jaime Farrés, ex consultores de Mckinsey & Co., son los fundadores de esta startup que nació hace un año con el objetivo de conectar las redes sociales con las marcas de moda, ofreciendo la posibilidad de adquirir fácilmente aquellas prendas que comparten amigos o influencers (generadores de tendencias en internet). La app está disponible actualmente en App Store y Google Play y ha superado el millón de usuarios registrados en España e Italia.

21 Buttons se presenta como una herramienta de gran utilidad para las firmas de moda, al ofrecerles un nuevo canal de comunicación (sobre todo hacia los millennials, jóvenes nacidos en la era digital y difíciles de atraer por las grandes marcas), y para los usuarios, pues las ventas que se generen a través de las fotografías que suben a la red con sus estilismos les reportarán recompensas en forma de saldo que puede acumularse o reembolsarse en cualquier momento. Para ello, basta con compartir una foto y etiquetar de forma sencilla todas las prendas, sean de la marca que sean.

"Las redes sociales y el eCommerce son un tándem perfecto que aprovechamos para crear un modelo de negocio totalmente disruptivo en la industria de la moda", sostiene Marc Soler, cofundador y CEO de 21 Buttons. "Tanto los usuarios como las firmas del sector reconocen el gran valor que aporta 21 Buttons al combinar el poder de prescripción de las redes sociales con la posibilidad de dirigir tráfico a las tiendas online de las marcas y generar ventas".

Entrada en el mercado británico

Tras el éxito conseguido en su primer año de vida, el objetivo de 21 Buttons se centra ahora en la expansión internacional, apostando sobre todo por el mercado europeo con el fin de convertirse en el Social-Commerce de referencia en muchos países, como ya sucede en España e Italia.

Hoy mismo, la compañía anuncia su entrada en el país británico, un mercado de referencia para el sector de la moda online.

21 Buttons se ha convertido en una empresa sólida formada actualmente por un equipo de 30 personas, que cuenta con la presencia de los más destacados influencers, instagrammers y blogueras de moda del panorama internacional, tales como Dulceida, Jessica Goicoechea, Chiara Nasti, Cristina Musacchio y Sergio Carvajal, entre otros.

Datos de contacto:

Nuria

Nota de prensa publicada en: [Barcelona](#)

Categorías: [Internacional](#) [Nacional](#) [Finanzas](#) [Moda](#) [Emprendedores](#) [Recursos humanos](#) [Dispositivos móviles](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>