

Kippel⁰¹

EMPRESA

Mediaset entra en el capital de 21 Buttons en pleno desembarco de la 'start up' en Reino Unido

El dueño de Telecinco se incorpora al accionariado de la compañía en una ronda de financiación de 3 millones de euros liderada por el fondo del cofundador de La Nevera Roja, José del Barrio.

23 FEB 2017 — 04:57

POR JORDI VELERT



Mediaset se incorpora al accionariado de **21 Buttons**. La *start up* catalana ha incorporado al dueño de **Telecinco** y **Cuatro** a su capital en una ronda de financiación de tres millones de euros, según ha adelantado la compañía a Modaes.es. La ronda ha sido liderada por **Samaipata Ventures**, el fondo de inversión del cofundador de **La Nevera Roja**, **José del Barrio**, y ha coincidido con la entrada de **21 Buttons** en el mercado británico.

Junto al grupo audiovisual, se han sumado al capital de la compañía, especializada en conectar a consumidores con marcas, los fondos **360 Capital Partners**, **Sabadell Venture Capital**, **Sputnik**, **VenturCap** y **Breega Capital**.

21 Buttons se fundó hace un año de la mano de **Jaime Farrés** y **Marc Soler**, dos ex consultores de McKinsey que lanzaron una herramienta que facilita a los usuarios rentabilizar las fotografías que suben a la red con sus estilismos, ofreciendo la posibilidad de adquirir las prendas y percibir una recompensa por cada compra.

1/2

<https://www.kippel01.com/empresa/mediaset-entra-en-el-capital-de-21-buttons-en-pleno-desembarco-de-la-start-up-en-reino-unido.html>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Ripley Gestora de Contenidos, SL, sociedad editora de Kippel01.com (www.kippel01.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Kippel⁰¹

EMPRESA

De cada compra que un usuario de la red social hace a través de una foto, **21 Buttons** cobra una comisión a la marca de entre el 9% y el 12% de la prenda. De este porcentaje, el usuario recibe una parte por haber contribuido a la venta.

“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”, ha señalado **Marc Soler**, consejero delegado de la empresa.

La ronda de financiación tiene como objetivo consolidar el crecimiento en España e Italia

La ronda cerrada por la *start up* tiene como objetivo consolidar el crecimiento en España e Italia, donde ha alcanzado un millón de usuarios registrados, así como optimizar su tecnología y acelerar su expansión internacional en otros países como Gran Bretaña, donde acaba de desembarcar la compañía.

La inyección de capital recibida por **21 Buttons** es la segunda en su breve trayectoria. En enero de 2016 la *start up* ubicada en Barcelona levantó 500.000 euros de *business angels* del sector y de consultoras como **Deloitte** o **McKinsey**.

El objetivo de **21 Buttons** es convertirse en el *socialcommerce* de referencia en otros países de Europa, más allá de los mercados español e italiano. La plantilla de la empresa está formada por 30 personas, entre las cuales tres de los principales *influencers* como **Dulceida**, **Jessica Goicoechea** o **Sergio Carvajal**, que protagonizan el primer spot de la herramienta.

El anuncio, en el que estos *influencers* pasean desnudos por las calles de Barcelona, se ha emitido en los canales de **Mediaset**. La alianza de **21 Buttons** con el grupo audiovisual se enmarca en la tendencia de las *start ups* de moda de unir fuerzas con empresas de medios de comunicación.

En esta línea, la red social **Vudoir** cerró en septiembre un acuerdo de *media for equity* con **Grupo Zeta**, editor de *El Periódico de Catalunya* o *Interviú*. Esta fórmula de financiación consiste en ceder una participación al inversor a cambio de un espacio publicitario. **Mediaset ha empleado este sistema con Moddo** y La Nevera Roja, mientras que **Atresmedia** ha hecho lo propio en *start ups* como **Wallapop**, **Groupalia** o **El Armario de la Tele**.