

RETAIL

RENACEN LAS SASTRERÍAS

Los negocios peruanos de ternos y trajes a medida están capitalizando el creciente interés masculino por la moda y el estilo personal. Hoy, las empresas más importantes del rubro empiezan a expandirse y apuntan al extranjero, motivadas por los resultados positivos en su facturación.

“De 2023 a 2024, los ingresos crecieron 90%”, detalla el director y fundador de Sastrería Firenze, Jorge Bravo. El desempeño del negocio se ha traducido en planes concretos de expansión, como la próxima presencia de la marca en Casacor Perú y la apertura, en junio, de su tercera sede en Miraflores, dentro del bar Sastrería Martínez. “También queremos abrir una tienda en el extranjero con telas originales del Perú”, agrega Bravo.

El *ticket* promedio de un terno confeccionado con telas de alta gama ronda los US\$1,500. El precio no ha sido obstáculo para que Luis García, fundador de la sastrería que lleva su nombre, incremente la facturación de su negocio en 70% entre 2023 y 2024. “Vienen clientes de Japón y Estados Unidos. Una chaqueta con tela Loro Piana –una de las más exclusivas del mercado– puede costarles aquí la mitad de lo que les cuesta en su país”, explica García.

La sastrería peruana también está explorando oportunidades en un segmento más casual. Por ejemplo, la marca Sastre no sólo confecciona ternos, sino también pantalones, polos y camisas a medida, y ha encontrado con este mercado oportunidades internacionales. “Hoy estamos en Nueva York, pero queremos llegar a Asia, con materias primas de alta calidad como la alpaca, el algodón peruano y la shirringa”, cuenta el fundador de la marca, Sebastián Granda. (EAA)



Valorización
US\$16,000,000

TECNOLOGÍA

En la mira ZeroQ

Con más de una década en el mercado, la *startup* chilena inició su expansión el año pasado e inició operaciones en Perú y Colombia. La compañía busca profundizar su presencia en estos países y potenciar su línea de negocio apalancada en IA. (CGC)



Ernesto Erdmann,
Gerente General & Co-founder



Xania Pantoja,
Gerente Comercial & Co-founder

MODELO DE NEGOCIO

ZeroQ desarrolló un *software* que brinda soluciones de atención al público – tanto a nivel presencial como remoto– destinadas al aumento de la productividad. Sus servicios incluyen *queue management*, sistemas de autoatención y autopago, sistemas de coordinación remota entre sucursales, entre otros. Atienden a más de 360 clientes como bancos, clínicas, cajas de pago, notarías y municipios. Entre las principales empresas locales destacan Clínica Stella Maris, Win y Jardines de la Paz.

EXPANSIÓN

El 2024 fue un año clave para ZeroQ, ya que internacionalizaron sus operaciones y llegaron al mercado peruano y colombiano. El financiamiento fue obtenido mediante una IPO en ScaleX, mercado alternativo de la Bolsa de Santiago que ofrece financiamiento para *startups* (ver gráfico). La llegada a nuevos mercados le permitió alcanzar ingresos por más de US\$2.5 millones, un incremento de 20% frente a 2023. Además, lanzaron soluciones de preatención y atención de clientes basadas en inteligencia artificial. Esperan que en cinco años esta sea la principal línea de negocio.

Rondas de inversión

En US\$

Capital semilla	2015	50,000
Fondos de la Corporación de Fomento de la Producción*	2017	200,000
Apertura a la Bolsa de Santiago**	2023	3'000,000

*Agencia del Gobierno de Chile.

** Venta del 18,75% de su propiedad, equivalente a 130.687 acciones valoradas en CLP \$18.365 cada una.

Fuente: ZeroQ

PLANES

ZeroQ descarta nuevas expansiones en el corto plazo, ya que tendrá como principal prioridad aumentar su presencia en los mercados a los que acaba de ingresar. Perú y Colombia todavía representan un pequeño porcentaje en las métricas de la *startup*: representan el 6% de los clientes y el 5% de los ingresos totales. El objetivo es que ambos países representen este año el 25% de las ventas nuevas, superando así el 13% de 2024. “En un par de años los mercados extranjeros superarán a Chile en facturación”, resalta su Gerente General y Cofundador, Ernesto Erdmann.