

Look

Decoratio: el 'cruce' de Instagram e Ikea cierra su primera ronda y da entrada a Cabiedes

La plataforma echó a andar en 2017 y está especializada en la venta de artículos de decoración a través de la Red.

S. CASAS
26 mar 2019 - 05:00

Decoratio: el 'cruce' de Instagram e Ikea cierra su primera ronda y da entrada a Cabiedes

Tres *clicks* para seducir al capital. Decoratio, una plataforma especializada en la venta online de artículos de decoración “en sólo tres *clicks*” ha cerrado su primera ronda de inversión dos años después de su nacimiento. La ronda ha estado liderada por el fondo de inversión Cabiedes&Partners, junto con otros *business angels* cuya identidad no ha trascendido. La compañía tampoco ha comunicado el importe de la operación.

Decoratio es una plataforma especializada en la venta de artículos de diseño y arquitectura La plataforma, con un formato similar al de Instagram, permite a los consumidores y a las marcas compartir imágenes de los productos relacionados con el diseño y poder etiquetarlas para que, posteriormente, el cliente tenga un acceso directo a las tiendas.

En la plataforma online están presentes compañías como Gancedo, Sklum, Becara o Kave Home y la compañía ya está ultimando colaboraciones con empresas como Ikea, Maison du Monde o El Corte Inglés.

Decoratio trabaja con marcas como Gancedo,

Modaes

Sklum, Becara o Kave Home

Aunque la compañía nació como *pure player* y continúa operando únicamente online, el objetivo de Decoratio es acercarse progresivamente a la calle para ganar visibilidad. “no queremos centrarnos solamente en el online, sino también realizar eventos con *influencers* o marcas y dar un salto más”, explica Carlos Seoane, cofundador de la empresa.

El emprendedor explica que la marca nació con el objetivo de simplificar el proceso de compra de mobiliario. **“Hace unos años, los consumidores de decoración tocaban los muebles, ahora ya no”, explica Seoane**, vinculándolo al mismo proceso que ha llevado a cabo la moda. En este sentido Decoratio permite hacer una compra en sólo tres *clicks*.

Mercado en fase de rodaje

Seoane asegura que el sector tiene todavía mucho recorrido porque “sólo el 2% de la población en España compra decoración online”. Por este motivo, la empresa quiere establecer contactos con las marcas para poder hacer colaboraciones en puntos de venta físicos y también darse a conocer a través de *influencers*. De momento, los esfuerzos de

Decoratio están volcados en conocer bien al usuario y fidelizar a los mil usuarios que tiene para “cambiar su hábito de compra”.

Además, hace dos semanas la compañía lanzó la aplicación para el móvil con el objetivo de ganar volumen y llegar a un público más amplio. La empresa, que echó a andar cuando Seoane y su esposa se mudaron juntos, no revela su cifra de facturación.

Cabiedes cuenta en su cartera con varias inversiones en marcas de moda con un alto componente digital. El fondo ha invertido, entre otras, en *start ups* como Green Cornerss (impulsada por la youtuber Verdeliss), Laagam y We Are Knitters.