

EQUIPAMIENTO

¿Quién da más?: StockX, de la primera bolsa de valores de ‘sneakers’ al último unicornio de la moda

La compañía echó a andar en 2016 y, el pasado julio, alcanzó la valoración de mil millones de dólares con su última ronda de inversión. La empresa se define como “un mercado de valores para cosas”.

Iria P. Gestal
5 nov 2019 - 04:55



“¿A cuánto están hoy las *Jordan*?” “¿Has visto el *rally* de las *Yeezy*?” Quienes hablan no son dos corredores de bolsa hablando de los últimos fenómenos de Silicon Valley, sino dos compradores, jóvenes o no tanto, de *sneakers* de segunda mano por Internet. El último unicornio de la moda es StockX, una plataforma que se define como “la bolsa de valores de las cosas”.

La compañía echó a andar en febrero de 2016 de la mano de Josh Luber, Greg Schwartz y Dan Gilbert, propietario del equipo de baloncesto Cleveland Cavaliers y presidente de la compañía de préstamos hipotecarios Quicken Loans.

Los emprendedores copiaron el modelo de la bolsa, el mismo con el que durante siglos se han vendido desde valores hasta *commodities* como el oro o el algodón, y lo trasladaron al activo más en alza de la moda: las *sneakers*.

StockX levantó 110 millones de dólares el pasado julio

El momento fue óptimo: por un lado, las *sneakers* vivían su época dorada al calor del *athleisure*; por otro, la tendencia de la venta de segunda mano, con operadores como Rent the Runway o The Real Real, se encontraba en plena expansión.

Lo disruptivo del modelo de StockX fue la transparencia. Mientras que en otras plataformas de venta de segunda mano los precios los fijan el vendedor o la propia compañía, StockX emplea un modelo similar al de los mercados de valores, haciendo un seguimiento de ventas pasadas para tratar de dar un valor ajustado a los productos en base a la oferta y la demanda.

En 2017, la compañía diversificó su oferta con el lanzamiento de relojes y bolsos, así como de nuevos verticales de moda urbana, con marcas como Supreme o Fear of God, o juguetes de colección. Además, la empresa también ha comenzado a testar el canal físico con establecimientos en Los Ángeles, Nueva York y Londres para entregar productos para la venta.

La empresa ha comenzado a implantar un nuevo modelo: ofertas públicas de venta

El pasado julio, la compañía cerró una nueva ronda de financiación de 110 millones de dólares que la elevó a categoría de unicornio, con una valoración de más de mil millones de euros. Tras la operación, StockX incorporó a Scott Cutler como nuevo consejero delegado y fichó a su empleado número mil.

¿El siguiente paso? Ofertas públicas de venta (opv). Siguiendo el paralelismo con la bolsa, la empresa comenzó en 2016 a testar un nuevo modelo para el lanzamiento de nuevos modelos de *sneakers*.

Los usuarios realizan pujas a ciegas y los ganadores pueden elegir recibir el producto a domicilio o revenderlo directamente en la misma plataforma. En octubre, Adidas se convirtió en la primera marca de calzado en aliarse con StockX para su proyecto MarkerLab. La compañía fichó a tres diseñadores para rediseñar el modelo Campus 80, y los diseños se lanzaron exclusivamente a través de la plataforma.