

# Deporvillage fecha 2017 com 35 milhões de faturação

Um crescimento de 60% para a empresa de e-commerce, prestes a alcançar um milhão de pedidos

A Deporvillage, loja espanhola online de roupa e material desportivo, fechou 2017 com 35 milhões de euros em vendas, alcançando um crescimento de 60% no mesmo ano em que alcançou outros marcos como o lançamento da sua App, a ampliação do seu centro logístico e a implementação de um novo ERP. Com uma procura maioritária de artigos de ciclismo, corrida e outdoor, a plataforma está prestes a alcançar um milhão de pedidos muito proximamente.

A empresa mantém a sua trajetória ascendente, cumprindo com o plano de negócio realizado em 2010, ano em que nasceu. Após duplicar as vendas em 2016, o ano fiscal passado contou com 35 milhões de faturação, um crescimento de 60%, que para o CEO Xavier Pladellorens significa “a consolidação da nossa liderança em Espanha, e um crescimento importante a nível internacional, em que continuamos a aumentar a vendas”. Com sede em Barcelona e um investimento acumulado de 7 milhões de euros, a empresa conta com uma carteira de mais de 500.000 clientes, distribuídos por Espanha, Portugal, França e Itália, registando valores como 1500 pedidos por dia, ou cerca de 4 milhões de visitas mensais.

O ano fiscal passado representou para a Deporvillage um período determinante. Para melhorar a usabilidade, começou o ano com o lançamento da sua aplicação e com uma reformulação da página web. Além disso, o aumento significativo das suas operações levou a outros desenvolvimentos importantes, como a introdução de pagamentos a prestações, a implementação de um novo ERP, para otimizar o abastecimento e a ampliação das suas instalações, duplicando o espaço do seu escritório e o centro logístico em Sallent (Barcelona). O seu enorme armazém, agora com 6000m<sup>2</sup>, conta desde este ano com um novo mezanino de 3000m<sup>2</sup>. Em termos de comunicação, a empresa fez também um investimento relevante, com marcos como a criação de vários spots televisivos, emitidos até em França durante a Volta a França, e o patrocínio a La Vuelta, para a qual será o patrocínio oficial nas duas próximas edições.

Assim, as previsões da Deporvillage para este ano são claramente positivas, com expectativas de manter o crescimento a dois dígitos. Prestes a alcançar o milhão de pedidos, os objetivos da empresa incluem a consolidação da sua atividade nos países europeus em que está presente, bem como o desenvolvimento definitivo da sua própria marca.

## Sobre a Deporvillage

Fundada em 2010 por Xavier Pladellorens e Ángel Corcuera, a Deporvillage é uma loja online de material desportivo, líder em Espanha e uma referência na Europa. Especializada em ciclismo, corrida, triatlo, natação, fitness e desportos Outdoor, comercializa em Portugal, Espanha, França e Itália mais de 40.000 produtos, procedentes das 500 principais marcas de desporto de qualidade. Conta com cerca de 500.000 clientes e cerca de 4 milhões de visitas mensais. Desde a sua fundação, contou com o apoio da SeedRocket, representada por David Tomás da CyberClick e o investidor Cabiedes & Partners, e de importantes empresas de capital de risco, como a espanhola Samaipata e a italiana P101, assim como o Grupo Mediaset.

Para mais informações, consulte: [www.deporvillage.pt](http://www.deporvillage.pt)