

Deporvillage alcança os 45 milhões de euros em 2018 e obtém retorno de investimento

Cresce cerca de 30%, superando as 550 000 encomendas anuais e expande-se a nível mundial

A Deporvillage, loja de e-commerce desportiva líder em Espanha, alcançou os 45 milhões de faturação em 2018, o que supõe um crescimento de 28,57% em relação aos 35 do ano anterior. 2018 foi o ano em que a Deporvillage se converteu numa empresa lucrativa, depois de vários anos de expansão, dedicados à execução do seu ambicioso plano de negócio. A empresa, que lançou a sua primeira marca própria, encontra-se em plena expansão, para satisfazer a demanda de todos os países do mundo, e conseguiu mais de meio milhão de encomendas, de um catálogo de mais de 60 000 artigos. Enfrenta 2019 com os objetivos de continuar a crescer e lançar novas marcas próprias.

Com cerca de 400.000 clientes a realizar pelo menos uma compra durante 2018, a Deporvillage abriu, a meio do ano, a comercialização a nível mundial, um importante impulso para a empresa. Segundo comenta o CEO Xavier Pladellorens, “Com a entrada dos nossos investidores, traçámos um ambicioso plano de negócio que conseguimos realizar e que culminou numa posição de liderança e rentabilidade para a empresa, depois de importantes investimentos em marketing, equipa e infraestruturas. Podemos dizer que foi um caso de êxito em execução, com a intenção de continuar a crescer ao mesmo tempo”, assegura.

Assim, a Deporvillage fecha 2018 a bater, uma vez mais, todos os seus recordes, alcançado números como as 550 000 encomendas anuais ou as 4 000 000 visitas por mês. Alguns marcos importantes do ano passado foram a celebração da encomenda número 1 milhão, em fevereiro; o lançamento da primeira marca própria durante a passada primavera; o patrocínio à Volta à Espanha, tendo sido, pelo segundo ano consecutivo, o patrocinador oficial; a criação das versões inglesa (deporvillage.net) e alemã (deporvillage.de) da sua página web, e o pagamento multi-moeda.

Posicionada no ranking FT1000 do Financial Times como a loja desportiva online que mais cresceu na Europa, a Deporvillage enfrenta 2019 com o objetivo de manter o ritmo de crescimento de que tem gozado desde o seu nascimento, há 8 anos. Nisso confia o seu cofundador, Àngel Corcuera, para quem “é satisfatório olhar para trás e ver até onde chegámos. Mas também é importante olhar para a frente e não deixar de evoluir. Este ano, implementámos diversas mudanças que já estão a começar a dar resultado e que nos ajudarão a continuar a crescer”.

Sobre a Deporvillage

Fundada em 2010 por Xavier Pladellorens e Àngel 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, atualmente comercializa em todo o mundo mais de 60.000 produtos, procedentes das 560 principais marcas de desporto de qualidade. Conta com cerca de 800.000 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, Cabiedes & Partners, e 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