

EQUIPAMIENTO

El 'marketplace' Runnics prepara una ronda de financiación de 300.000 euros

Guillermo G. Recio
6 abr 2017 - 04:58

Durante los últimos años se han fundado distintas compañías que han utilizado Internet para vender productos deportivos creciendo a ritmos frenéticos. En el mundo del *running*, un mercado ya maduro, todavía no está todo adjudicado. Ejemplo de ello es el *marketplace* Runnics, que nació hace tan sólo un año.

Su impulsor y consejero delegado, Eduardo Berrocal, explica a *Palco23* que tras facturar 500.000 euros desde abril a diciembre de 2016, esperan triplicar sus ventas para 2017 y cerrar el año con una facturación de 1,5 millones de euros. Ello, gracias al impulso de una ronda de financiación que espera cerrar en los próximos meses.

Runnics pretende captar entre 300.000 euros y 400.000 euros para seguir creciendo y abrir mercado en otros países, como Portugal, donde ya están desembarcando, Alemania y Francia. La idea es expandirse por otros mercados y contar con una o dos personas que lideren la estrategia en ese país. Actualmente, hay nueve personas trabajando en el proyecto.

Desde sus inicios, han conseguido 300.000 euros de inversión procedentes de PlugandPlay, Danka Capital, Blossom y Civeta, aunque Berrocal empezó este proyecto junto con inversores privados con experiencia en proyectos de Internet como La Nevera Roja, Acierto.com y Job&Talent.

Su modelo de negocio se basa en llevarse una comisión de todas las operaciones realizadas a través de su página web, un tráfico que esperan aumentar con la mejora de su posicionamiento en los buscadores. Para ello, su estrategia es tener un blog sin preferencias hacia ninguna marca y con consejos para los corredores.

El emprendedor destaca el hecho de no tener *stock* y contar con más de veinte *partners*, entre los que figuran cadenas de distribución como Wiggle, Deporr y Keller Sports. Además, cuentan con un recomendador de zapatillas en base a siete preguntas que determinan el producto adecuado.

Otra de las iniciativas que esperan impulsar es el *cross selling*. Esta semana, por ejemplo, han lanzado una acción junto al agregador de gimnasios Gym For Less.

PALCO23

Los clientes de ambas plataformas podrán disfrutar de acciones, descuentos y promociones exclusivas de accesos puntuales a los gimnasios y de descuentos en los artículos deportivos.

El *marketplace* Runnics nació en abril de 2016 con la compra de un comparador de zapatillas por Internet con el mismo nombre. Actualmente cuentan con un catálogo de más de 1.500 modelos de zapatillas de *running*. Desde noviembre también comercializan artículos deportivos de *fitness* y de moda deportiva, como *sneakers*.