

EQUIPAMIENTO

Sportalius, a liquidación: cierra el intento de 'marketplace' para clubes

David Sabadell, fundador del *marketplace*, ha liquidado la sociedad tras dejar en *stand by* el portal.

Álvaro Carretero
17 ene 2020 - 04:56



Sportalius baja la persiana. El *marketplace* deportivo ha presentado concurso voluntario de acreedores para liquidar la sociedad que gestionaba la compañía, que no tenía actividad desde diciembre de 2018 y anunció el cese de sus operaciones en otoño. Su fundador y administrador único, David Sabadell, se había incorporado a la empresa de alimentación Simat como director general en octubre 2019.

La compañía fue fundada en 2015 por Sabadell, en la que era su primera experiencia dentro del ecommerce deportivo. Hasta entonces, había trabajado como director de la cadena de suministro de Carrefour, desde donde dio el salto a Grupo Vips. En la cadena de restauración comenzó liderando la expansión de su negocio en Asia, antes de asumir el cargo de director de operaciones en España.

El objetivo de Sportalius era captar el 1,5% del mercado deportivo español entre 2018 y 2021, ya que Sabadell consideraba que el modelo era “escalable, con futuro y

rentable". Sin embargo, esta meta nunca llegó a cumplirse, y el despegue de otros *pure players* como Deporvillage y Tradeinn, así como la decisión de las grandes marcas de concentrar su distribución en sus propios ecommerce y en una lista cada vez más reducida de cadenas, pudo lastrar las perspectivas.

El objetivo de Sportalius era captar el 1,5% del mercado deportivo español entre 2018 y 2021

La previsión para 2017 era facturar 620.000 euros, según reconoció Sabadell a *Palco23*. A medio plazo, la meta era rebasar la barrera de los diez millones de euros y competir con otros comercios electrónicos deportivos. Ese fue el principal motivo por el que a principios de 2016 la empresa abrió una ronda de financiación, con la que esperaba captar 160.000 euros, aunque nunca llegó a inscribirse en el Registro Mercantil.

En mayo de 2018 se realizó una última ampliación de capital de 12.275 euros, equivalente al 14,7% del total, para financiar el último empujón de su negocio. Finalmente, este dejaría de estar operativo a finales de septiembre de este año.

Tras más de un año de inactividad y después de incorporarse a su nuevo puesto en octubre de 2019, Sabadell ha decidido liquidar la sociedad que gestionaba la compañía, que había logrado integrar más de 3.000 referencias de marcas como Joma, Umbro, Acerbis y Powergym, entre otras.

En España, el ecommerce deportivo y de entretenimiento movió 952,3 millones de euros durante los primeros seis meses de 2019, según los últimos datos suministrados por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (Cnmc), un 17% más que en el mismo período del año anterior. El ticket medio, sin embargo, disminuyó un 4% y se situó en 54 euros; es decir, que el consumidor realiza más compras, pero de menor importe.