EQUIPAMIENTO

Tradeinn lanza un portal de material deportivo infantil y pone rumbo a 160 millones de facturación

El ecommerce prevé crecer un 23% durante 2019 gracias a la apuesta por la diversificación de verticales y su presencia en más de 150 países. Además, remodelará su tienda física en Girona y crecerá en capacidad logística.

Marc Menchén
26 abr 2019 - 05:00

Tradeinn lanza un portal de material deportivo infantil y pone rumbo a 160 millones de facturación

Tradeinn profundiza en su estrategia de diversificación. El ecommerce de artículos deportivos ha decidido ir un paso más allá con el lanzamiento de Kidinn, el primer vertical especializado en un segmento de edad específico, el de la moda y artículos deportivos infantiles, según explican fuentes de la compañía a *Palco23*. Es el único lanzamiento previsto para 2019, un ejercicio en el que la compañía se ha marcado el objetivo de facturar un 20% más y alcanzar los 160 millones de euros. En 2018, la empresa creció en torno a un 10% e ingresó más de 130 millones.

La creación de Kidinn aspira a cubrir un segmento de la población en el que el conjunto de la industria considera que se necesitan medidas que fomenten la práctica deportiva escolar. De momento, en este nuevo vertical han conseguido la presencia de prácticamente una treintena de marcas, entre las que destacan Nike, Adidas, Columbia, The North Face, Salomon o Timberland.

El portal cubre los principales deportes de equipo, pero también se han creado departamentos para el segmento de modalidades acuáticas, el excursionismo y el calzado deportivo, tanto para *running* como para el día a día. En este sentido, la apuesta por el *athleisure* es clara con una sección específica de ropa infantil que no sólo sirve para realizar actividad física, pues hay pijamas, jerséis y polos, entre otros artículos.

Tradeinn prevé crecer un 20% en 2019 y alcanzar unas ventas de 160 millones de euros

No es la primera vez que la compañía catalana apuesta por ir más allá del deporte, pues desde hace más de cuatro años opera Dressin, especializado en moda para adultos y que pretende ser un complemento para la comunidad de usuarios que han construido a través de quince verticales de ecommerce especializados en las disciplinas que consideran que más potencial de crecimiento tienen a través de las ventas online.

El universo está formado por Diveinn, especializada en material de buceo y submarinismo; Trekkinn, de artículos *outdoor*; Bikeinn, de ciclismo; Smashinn, de raqueta; Snowinn, de esquí; Swiminn, de natación; Motardinn, dirigida a motoristas; Waveinn, para náutica y pesca deportiva; Runnerinn, especializada en *running*; Goalinn, de fútbol y deportes de equipo; Dressinn, especializada en moda, Traininn, para el sector del *fitness*, Xtremeinn, de deportes extremos, y el outlet deportivo Outletinn.

El crecimiento de la compañía, que en tres años prácticamente ha triplicado su facturación, ha sido posible gracias a las sucesivas ampliaciones de su centro logístico. El complejo, situado en Celrà (Girona), dobló su tamaño en 2017 hasta 15.000 metros cuadrados, y ahora trabajan en un aumento de la capacidad de actividad. “No vamos a ganar metros cuadrados, pero sí estamos creciendo en capacidad logística hacia arriba”, señalan fuentes de la compañía, en referencia a la instalación de cada vez más estanterías metálicas de mayor altura. Actualmente, tienen más de un millón de artículos referenciados de un centenar de marcas.

La actividad de Tradeinn ha crecido a ritmo de doble dígito año a año, y sólo en los últimos meses ha pasado de 7.000 a 10.000 pedidos diarios en gestión. Una de las razones es que no sólo vende en España, sino que desde el primer día apostaron por disponer de versiones de sus ecommerce en 18 idiomas distintos y tiene capacidad de venta en 150 países.

Tradeinn lanza un portal de material deportivo infantil y pone rumbo a 160 millones de facturación

Image not found or type unknown

Durante 2017, Tradeinn amplió el centro logístico que tienen en su sede de Girona, hasta 15.000 metros cuadrados.

La compañía asegura contar con cuatro millones de clientes, una parte de los cuales acuden a la tienda física que en su día se inauguró junto a la sede de Celrà. El espacio dispone de un área comercial de 100 metros cuadrados, para el que se ha planificado una remodelación próxima con el objetivo de mejorar la experiencia. Además, la compañía gestiona un establecimiento de The North Face en el centro de Girona.

“El proyecto va creciendo en facturación y en solidez del modelo de negocio”, defienden fuentes de la compañía fundada por Dídac Lee y David Martín, que a su vez ejerce las funciones de director general y es quien está en el día a día. Fundada en

1998, la compañía emplea a 200 personas y ha vivido su mayor fase de crecimiento desde 2015, cuando dio entrada al fondo de capital de riesgo Suma Capital, que se hizo con el 30% del capital. Desde entonces, las ventas han pasado de 50 millones al objetivo de 160 millones para 2019.

Tradeinn continúa creciendo a un ritmo de doble dígito. El portal de comercio electrónico especializado en deportes cerrará 2018 con unas ventas aproximadas de 140 millones de euros, lo que supondría un crecimiento del 17% en comparación con el año pasado. Se trata de un ritmo de avance más moderado que el de 2017, cuando sus ventas se dispararon un 60% gracias al lanzamiento de nuevos verticales.

El objetivo inicial de la compañía era alcanzar los 150 millones de euros de facturación, según explicó el pasado mes de febrero su cofundador y director general, David Martín. Alcanzar esa meta dependerá en buena parte de la campaña de Navidad, y el precedente que tienen es positivo. En la semana de promociones conocida como **Black Week** vendieron un 50% más que el año pasado, con 7,5 millones de euros.

Tradeinn vende en 193 países y suma más de 2,5 millones de clientes

La empresa explica en un comunicado que gestionó 80.000 pedidos entre el lunes 19 y el domingo 25 de noviembre, un volumen de actividad que ayuda a entender por qué durante 2017 se amplió el centro logístico que tienen en su sede de Girona, hasta 15.000 metros cuadrados. Allí también está el grueso de la plantilla, formada por más de 200 personas.

Tradeinn opera en la actualidad con catorce tiendas online especializadas en distintas disciplinas, a través de las que vende en 193 países de todo el mundo y que suman más de 2,5 millones de clientes. Además, la empresa cuenta con dos establecimientos físicos: uno en Celrà (Girona), de cien metros cuadrados de superficie, y otro ubicado en la tienda de The North Face en Girona.

Durante 2016, la compañía puso en marcha una nueva plataforma llamada Xperience para combatir la distancia entre sus páginas webs y sus usuarios. El objetivo es crear una comunidad online de ámbito internacional para amantes del deporte y la naturaleza donde se pueda compartir información, experiencias y novedades relacionadas con el mundo del deporte y el material para practicarlos.