

EQUIPAMIENTO

Xavier Pladellorens (Deporvillage): “En Internet, o eres líder o no existes”

El cofundador y consejero delegado de la plataforma de ecommerce, especializada en moda y equipamiento deportivo, reflexionó sobre emprendeduría, la elección de socios y el media for equity en First Tuesday.

Raquel Cerrudos
4 nov 2020 - 04:52



“El deporte ha sido de las más beneficiadas por el confinamiento”. Así ha expresado Xavier Pladellorens, cofundador y consejero delegado de Deporvillage, a través de una entrevista online en el First Tuesday.

A pesar de estar viviendo un año excepcional, como el propio Xavier Pladellorens ha explicado, Deporvillage va a cerrar el año con unas ventas entre los 110 millones 115 millones de euros y un resultado bruto de explotación (ebitda) positivo. Este era el objetivo previsto por la compañía para 2022. “Hemos duplicado los pedidos, entre julio, agosto y septiembre, y se han multiplicado ventas” ha justificado el consejero delegado.

“Hay que digerir este crecimiento, poniendo infraestructuras posibles y no hay que

olvidar que nuestro negocio es enviar paquetes y cuando doblas ventas hay que tener más capacidad” ha explicado Pladellorens.

A raíz de esto, la empresa se ha tenido que plantear adaptarse a ese nivel de pedidos y aumentar sus proveedores, ya que del almacén salen alrededor de 4.000 pedidos al día, sobre todo de ciclismo y *outdoor*.

Del almacén de Deporvillage salen alrededor de 4.000 pedidos al día

“Hemos captado más clientes, pero no por emplear más marketing, sino por el mercado”. El cofundador no achaca su nivel de crecimiento a un incremento de su marketing, sino a la transformación que ha sufrido el mercado con la llegada del Covid-19. “El share de clientes nuevos y antiguos sigue siendo el mismo”, ha comentado.

Para Pladellorens, el aumento de las ventas es porque el Covid-19 ha acelerado la penetración del ecommerce, tanto para las empresas 100% online como las que no. “El deporte ha sido de las más beneficiadas, porque la gente ha tenido más tiempo para pensar y meditar algunas decisiones que no tomas en el día a día”, comenta.

“En Internet, o eres líder o no existes”. En esta línea, el fundador de Deporvillage considera que en Internet han resistido aquellas empresas fuertes, como Edreams, donde trabajó hasta que comenzó con Deporvillage.

“Deporvillage va tan bien que no hay prisa en vender o malvender”, ha asegurado el fundador. Según Pladellorens, todas las empresas están en venta, y la opción que más les interesaría sería *private equity*. Sin embargo, él se ve en Deporvillage de aquí a diez años.