

# Tradeinn de Celrà creix un 33% el 2014 i entra en el sector de la moda

El grup de venda de material esportiu va facturar 32 milions d'euros l'any passat, el 85 per cent dels quals en mercats internacionals



David Martín lidera la companyia amb seu a Celrà.

## CELRÀ | ORIOL PUIG

Tradeinn, amb seu a Celrà i dedicat a la venda per Internet de material esportiu, no frena la seva progressió. La companyia va tancar el 2014 amb una facturació de 32 milions d'euros, un 33% més que l'any anterior. Per al 2015, la companyia s'ha fixat l'ambiciós objectiu d'arribar als 40 milions de volum de negoci. Per fer-ho, impulsarà dues noves botigues en línia, una d'elles dedicada

a la venda de roba casual, abandonant per primer cop el seu tradicional nítxo de mercat -material per a la pràctica de l'esport-

En només un any, l'empresa, en ha passat dels 600.000 als 900.000 clients a tot el món, i ha incrementat el seu nombre de referències a la venda en més de 400.000, superant el mig milió d'articles. En l'actualitat gestiona una mitjana de més de 2.000 comandes diàries (només en la campanya de Nadal va tramitar més de 2.500 comandes al dia). Tradeinn, distribuïdor oficial de més de 750 marques, ven des de les seves 11 botigues en línia a 220 països.

D'aquesta manera, el grup liderat per David Martín es manté com un dels grups de comerç electrònic de referència del país, tant pel seu volum de vendes com pel seu creixement. Segons explica el fundador de Tradeinn, "mantenir increments en la facturació superiors al 30, 40 i fins i tot al 60% durant tants anys, i en el pitjor de la crisi econòmica, confirmen l'estabilitat del grup i la seva consolidació en molts dels mercats en els quals venem".

Tradeinn té plans ambiciosos per aquest 2015. Aquest mateix mes posaran en funcionament dues noves botigues en línia: Traininn i Dressinn. La primera, vendrà material per a esports de gimnàs, i la segona suposa l'entrada del grup gironí en el món de la moda, el que representa una aposta per un segment que mou un elevat volum de negoci, però també amb molta competència. Inicialment, vendran peces de roba i complement de marques relacionades amb el món de l'esport, però en aquest mateix semestre esperen començar a comercialitzar roba i complements de moda urbana de firmes com Desigual o Diesel.

"Tenim una clientela fidelitzada, que a part de vestir-se per fer esport, també vesteix per anar pel carrer i a treballar. Creiem que tenim una oportunitat de creixement en l'àmbit de la moda", explica David Martín.

El 85% de les vendes de Tradeinn tenen els països europeus com a destí (Espanya representa menys del 15% del negoci), i la resta va a mercats com els EUA, Austràlia i el Japó.

"Internet ens permet pensar en global i actuar de forma local. Tenim la seu a Girona, però volem ser una empresa local per a un client francès o britànic, que veu la web en el seu idioma i que quan truca per alguna incidència ho fa un número local on l'atenen en la seva llengua", comenta el CEO de la companyia.

L'any passat Tradeinn va estrenar noves instal·lacions, si bé no es va moure del polígon de Celrà. Amb una plantilla de 120 treballadors, Tradeinn és resultat de l'evolució de Scubastore, una botiga de venda de material de submarinisme per Internet fundada l'any 1997. El grup està participat per David Martín i Didac Lee (controlen el 70% de l'accionariat) i pel fons Venture-cap.

Font del document:

[http://www.diaridegirona.cat/economia/2015/02/05/tradeinn-celra-creix-33-2014/708784.html?utm\\_source=rss](http://www.diaridegirona.cat/economia/2015/02/05/tradeinn-celra-creix-33-2014/708784.html?utm_source=rss)