

---

# Modaes

---

Empresa

## Privalia concluye 2013 con un beneficio bruto de 17 millones de euros

---

3 abr 2014 - 11:10



El grupo de distribución online de moda **Privalia** alcanza números negros. La compañía ha concluido el ejercicio 2013 con un beneficio bruto de explotación (ebitda) de 16,6 millones de euros, “entrando por primera vez en beneficio consolidado”, ha señalado la empresa a través de un comunicado. **Privalia** no ha facilitado la evolución de su resultado neto ni de sus ventas en el ejercicio 2013.

“Durante el pasado ejercicio, **Privalia** ha estado principalmente centrada en aumentar la rentabilidad en sus mercados maduros como los europeos y en mejorar la eficiencia del resto de países, logrando cifras de ebitda recurrente positivo en su *core business*”

---

1/2

<https://www.modaes.com/empresa/privalia-concluye-2013-con-un-beneficio-bruto-de-17-millones-de-euros>

---

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

---

---

# Modaes

---

”, sostiene el grupo.

**Privalia**, que concluyó el ejercicio 2012 con unas ventas de 422 millones de euros, se ha centrado en 2013 en “reducir los costes operativos e imprimir una cultura de eficiencia”, según **Miguel Giribet**, director general de **Privalia** en España. “No obstante, aunque el objetivo principal de 2013 era la rentabilidad, ha sido también un muy buen año a nivel de ventas, con un crecimiento en España superior al 15%, añade Giribet.

La empresa ha dado un giro a su estrategia y ha dejado atrás la diversificación para volver a centrarse en moda. “**Privalia** está reforzando su enfoque estratégico en la oferta de productos de moda y diseño”, sostiene la empresa, que cuenta con más de 3.000 marcas a nivel global. “De hecho, este mayor foco en moda ha sido también uno de los motores que han contribuido al aumento del ebitda de la compañía”, señala **Privalia**.

Según **Lucas Carné**, cofundador de **Privalia**, “el formato outlet es más competitivo en la categoría de moda que en otros verticales como pueden ser los productos gourmet, *local deals*, ticketing o los viajes. La venta outlet diaria de moda y diseño nos proporciona hoy en día una buena rentabilidad operativa, por lo que en los próximos años va a seguir siendo nuestra apuesta estratégica”.

Fundada en Barcelona en 2006, **Privalia** tiene 18 millones de socios en todo el mundo y cuenta con plataformas en España, Italia, Brasil y México. El accionariado de la empresa está compuesto por Caixa Capital Risc, Nauta Capital, Highland Capital Partners, General Atlantic, Insight Venture Partners, Index Ventures, Sofina, los fundadores de Dress-for-less (Mirco Schultis y Holger Hengstler) y José Manuel Villanueva y Lucas Carné, ambos cofundadores de Privalia.