

Privalia, de start-up a multinacional

Un poco de historia...

El **outlet de moda online líder**, nace en Barcelona en 2006 de la mano de Lucas Carné y José Manuel Villanueva, ofreciendo ventas diarias de primeras marcas a precios excepcionales y en exclusiva para sus clientes.

La compañía tiene actualmente **28 millones de clientes** en todo el mundo y es líder en cada uno de los mercados donde opera como Privalia (España, Italia, Brasil y México), lo que la convierte en un referente internacional para el sector.

Los datos ofrecidos por ComScore, la principal plataforma de medición de tráfico web, sobre el mercado de moda outlet online sitúan a Privalia como compañía líder en tráfico en España en 2012, 2013 y 2014.

La compañía fue reconocida como **Mejor Website de Compras** en España por los usuarios dentro del certamen Website del Año en las ediciones **2012** y **2013**, **Mejor Webshop Mobile** en los Ecommerce Awards **2014** y **Website de Compras más Popular** en la edición Website del Año 2015.

Privalia destaca por su estrategia de **innovación eficiente**, con iniciativas pioneras en **redes sociales** y por su apuesta por las ventas a través del **canal móvil**. Uno de los ejemplos más notables es el de Fan Shop, un concepto creado exclusivamente para la página de Privalia en Facebook, en la que, a diferencia de otras aplicaciones existentes en la red social, Privalia ofrece la posibilidad de comprar por anticipado y acceder a campañas exclusivas para fans. Con acciones como éstas, Privalia ha llegado a superar los 5.5 millones de fans en Facebook a nivel mundial y ha sobrepasado los 13 millones de descargas de su aplicación para iPhone, iPad, Android, Windows Phone y BlackBerry.

Nuestros valores

- Somos buena gente
- Abrazamos el cambio
- Todo es teoría si no conseguimos los resultados
- Decimos las cosas como son
- Work hard, play hard

Nuestro compromiso "Future for Children":

Privalia colabora con UNICEF Comité Español desde diciembre de 2012, con UNICEF Italia Onlus desde 2013, y desde marzo de este año lo hace también a nivel internacional con UNICEF Brasil y México. Con la firma de un acuerdo multipaís, Privalia ha adquirido un mayor compromiso con UNICEF y focaliza su esfuerzo en programas locales a favor de la educación de los niños y niñas, dentro de la promoción de los derechos de la infancia. Parte de ese compromiso se plasma en donaciones corporativas por las que **Privalia dona a UNICEF el 1% de todas las ventas de su categoría Baby&Kids en todos sus países.**

Actualmente, a través de varias iniciativas, ya se ha logrado movilizar **más de 500.000EUR** para distintos proyectos de UNICEF **a favor de la educación infantil.**