

EQUIPAMIENTO

Berria Bike sigue en fuga y apunta a 16 millones de euros en 2022

La compañía española de ciclismo cerrará el ejercicio 2020-2021 con una facturación de 9,5 millones de euros lo que supone un aumento del 90% de su negocio.

Miquel López-Egea
10 jun 2021 - 05:00



Berria Bike, en fuga. La compañía española de ciclismo cerrará el ejercicio 2020-2021 el próximo 30 de junio con una facturación de 9,5 millones, lo que supone un aumento del 90% de su negocio en tan sólo un año. Para el siguiente ejercicio, la empresa espera mantener la tendencia, por lo que estima que la facturación se situará entre 15 millones y 16 millones de euros.

La empresa, fundada en 2011 por los hermanos David y José Vitoria, actuales accionistas, tiene 30 empleados y sede en Villarrobledo (Albacete). La compañía se ha especializado en la fabricación de bicicletas tanto para competición como para aficionados al ciclismo, aunque, sobre todo, ha puesto el foco en la *mountain bike*. En España, compite contra gigantes como BH y Orbea.

Actualmente, la empresa tiene presencia en 180 puntos de venta en España y 70 en el extranjero. "En España estamos bien, lo más importante es tener buenos puntos de venta en los que crecer y tener una relación constante, debemos tener hacer un buen

trabajo de distribución”, señala José Vitoria, cofundador de la compañía, a Palco23. “Las novedades que tenemos en la hoja de ruta impulsarán el crecimiento, pero no duplicaremos como este año”, añade.

La empresa espera terminar el curso habiendo fabricado alrededor de 6.000 bicicletas frente a las entre 3.500 unidades y 4.000 del año anterior. “Ha subido el ticket medio gracias a la bicicleta eléctrica”, aclara el directivo.

Berria Bike cerrará el curso con 6.000 bicicletas fabricadas

Berria Bike cerrará este ejercicio y el siguiente en beneficios y nunca ha recurrido a financiación externa. “La empresa es sana y todo el crecimiento se ha hecho vendiendo bicis”, remarca Vitoria.

Actualmente, el 10% de las ventas corresponden a la bicicleta eléctrica, porcentaje que quiere aumentar en 2023, mientras que el resto se corresponde a las bicicletas convencionales de montaña y carretera. Para el próximo ejercicio “el objetivo es entregar las bicicletas de la forma más cualitativa posible, saltar las desavenencias y hacer un gran trabajo de preparación para 2023”. Asimismo, no descarta apostar por una bicicleta urbana a causa del aumento de la demanda en este tipo de movilidad.

“Vamos a arrancar una gama más económica de aluminio porque hasta ahora hemos trabajado con un producto muy elitista y la mayor parte de las ventas han sido bicicletas rígidas de *mountain-bike*”, explica. Con el aumento de la demanda de ciclismo “todo se ha disparado, pero, en proporción, para nosotros, ha sido la carreta donde el sector está más monopolizada y no hay alternativas de componentes, aunque hemos tenido un crecimiento, como en todas las familias, pero hubiera subido si no hubiera sido por esta falta de componentes”.

La empresa enfoca su crecimiento en la bicicleta eléctrica y en el mercado latinoamericano

Berria tiene actualmente presencia en mercados extranjeros con gran tradición ciclista como Italia, Países Bajos, Alemania, Colombia, México o Estados Unido y actualmente las ventas fuera de España suponen un 10% del negocio total

. “El crecimiento pasa por Latinoamérica: tenemos un mercado sin explotar”, afirma, recordando que “estamos hablando con más países para tener distribuidores o agentes comerciales”.

Excepto la construcción del cuadro de carbono, todos los procesos se realizan en Villarrobledo (Albacete), donde la empresa tiene sus oficinas y su fábrica. “Es donde hacemos el diseño, el estudio y pintamos y montamos el cuadro, que viaja en bruto a España, y lo comercializamos; en Asia tenemos una persona que trabaja para nosotros que hace los controles y hace el seguimiento de la producción”, explica el directivo. “En el país tenemos el control del stock, la logística y el almacenaje, todo está conectado y la estructura es muy flexible, por lo que nos hemos podido adaptar ante un cambio en el mercado”, aclara.

La empresa crecerá hasta 40 trabajadores. “Este crecimiento se produce a causa de una reorganización interna de la fábrica para adaptarnos al nivel que nos exige la demanda”, afirma. Actualmente las instalaciones cuentan con 2.500 metros cuadrados de infraestructura y prevé poder tener una producción de más de 10.000 bicicletas anuales. “Cuando lo superemos, habrá que tomar medidas”, avisa.

Berria Bike ampliará sus trabajadores hasta 40 empleados en el próximo curso

Con la pandemia “se ha duplicado la capacidad de pintura y hemos mejorado el montaje, además de mejorar el aprovechamiento del almacén; estamos ampliando las oficinas porque necesitamos más personal ya que hemos potenciado el área de compras y la administrativa”. “En España controlamos la mayor parte de los procesos por lo que hemos podido tomar decisiones rápidamente y este cambio no nos ha pillado desprevenidos, hemos reaccionado rápido”, comenta.

“La falta de stock se afronta anticipando mucho y alargando las previsiones y las planificaciones de compra; ahora hemos terminado la campaña de 2023 y estamos trabajando en proyectos de 2024”, avanza. “Hay alguna referencia que se ha escapado y nos daban hasta 570 días de espera, por lo que hemos tenido que buscar alternativas rápidamente, por esto hay que hacer previsiones a largo plazo y revisarlas continuamente, controlando todas las desviaciones que haya en el mercado, aunque no tenemos una varita mágica”, explica.

José Vitoria estima que 2023 será “la primera campaña normal”

Por otro lado, el directivo cree que “el ciclismo lleva en *boom* desde hace 30 años, desde las primeras bicicletas de montaña hasta las de carretera, el *gravel*, las urbanas o las eléctricas; siempre se ha mejorado porque el mérito está en la bicicleta misma”. “Ha habido un cambio en el aspecto social, cultural y medioambiental y con la pandemia, se ha acelerado más por lo que va a ser imparable, porque le queda mucho por mejorar, evolucionar y crecer”, asegura. Asimismo, augura que “a partir de verano de 2023 será la primera campaña normal” y que “dentro de un año se empezará a estabilizar”.

“Puede ser que veamos Wallapop inundado de bicicletas en un futuro, esto no dependerá de nosotros, pero sí que sabemos que habrá un posible decrecimiento en 2024; en nuestro caso lo combinaremos ampliando gama y con novedades; además hemos ampliado la red nacional”, recuerda. “Sólo tenemos diez años de vida, por lo que nos falta por crecer en el extranjero, creo que el mercado seguirá con buena salud, pero no con los actuales crecimientos disparatados”, asegura.