

EQUIPAMIENTO

Bicimarket aprovecha el 'boom' del ciclismo y busca los cien asociados en 2021

La cadena prevé llegar a los diez millones en volumen de negocio este año y cerrará el curso con una facturación directa de cinco millones de euros gracias al auge del ciclismo durante la pandemia del Covid.

Miquel López-Egea
20 nov 2020 - 04:52



Bicimarket aprovecha el *boom* del ciclismo. La cadena de ciclismo acelera para llegar a los cien puntos de venta en España en 2021. Actualmente, la empresa cuenta con 67 puntos, pero prevé cerrar el año con setenta establecimientos asociados. En Barcelona cuenta con tienda propia, mientras que el resto son asociados. Bicimarket, fundada en 2006, cuya única tienda propia se encuentra en Barcelona, está especializado en la distribución de bicicletas, un segmento que se ha desarrollado con la pandemia.

La empresa prevé superar los diez millones de euros en volumen de negocio en 2020, mientras que en facturación directa alcanzará cinco millones de euros. El año pasado, la compañía tuvo un volumen de negocio de 7,5 millones y una facturación directa de

3,4 millones de euros. Bicimarket cerrará el año en beneficios. “Prevemos mantener el crecimiento, pero porcentualmente no será tan importante como este año”, señala Sergi Serra, fundador, máximo accionista y consejero delegado de la empresa.

“Después del confinamiento hubo un crecimiento fuerte, aunque ahora el *boom* se ha ido matizando y suavizando, pero ha quedado un punto por encima de cómo estaba la demanda antes de la pandemia”, comenta Serra. “La exposición pública y los nuevos usuarios se notan”, sentencia.

Bicimarket prevé que la situación de falta de stock se alargue unos meses

Como el resto del sector, Bicimarket ha tenido que hacer frente a la falta de stock. “La situación se alargará durante unos meses, el nombre de referencias es menor, pero nos anticipamos a la situación y trabajamos nuestros aprovisionamientos”, remarca. “Tenemos unos niveles de stock que nos garantizan el producto, nos afecta menos que a otros operadores”, reitera.

Por otro lado, en la tienda online, la empresa está batiendo récords de tráfico, pero “la conversión se limita por el stock disponible”. En este sentido, la demanda se ha concentrado en las gamas iniciales de aluminio: “este segmento ha sido difícil de cubrir”, dice. Además, “los rodillos y el *home training* han funcionado muy bien, aunque vemos una evolución natural de otras categorías como la bicicleta eléctrica y el *gravel*”, añade.

De hecho, la demanda de los rodillos “se está manteniendo, ha quedado por encima de la demanda que había previamente”. “Para el año que viene trabajamos en diversos escenarios, somos optimistas porque los nuevos usuarios contribuirán a una inercia positiva a corto y medio plazo”, analiza.