

EQUIPAMIENTO

Bicimarket cierra 2020 con un volumen de negocio de 12,5 millones y prevé crecer a doble dígito en 2021

La empresa ha concluido el ejercicio con un aumento de las ventas del 25% respecto a las previsiones realizadas en noviembre del año pasado.

Miquel López-Egea
16 jun 2021 - 05:00



Bicimarket rompe las previsiones. La empresa de distribución de artículos de ciclismo cerró 2020 con 12,5 millones de volumen de negocio y una facturación directa de 5,6 millones de euros. Esta cifra supone haber cerrado con un incremento del 25% sobre las previsiones hechas en noviembre en cuanto a volumen de negocio y un 12% en cuanto a facturación directa. En 2019, la compañía tuvo un volumen de negocio de 7,5 millones y una facturación directa de 3,4 millones de euros.

La empresa estima que cerrará 2021 con un crecimiento del 10% tanto en volumen de negocio como en facturación directa. "Hemos enfocado el año con varios escenarios por la incertidumbre en cuanto a oferta y demanda y la previsión es difícil, pero si vemos el crecimiento que tenemos hasta ahora, esperamos crecer a doble dígito", señala Sergi Serra,

máximo accionista y fundador de la empresa, a Palco23. “Esperamos cerrar habiendo superado el negocio del año pasado y, por el momento, vamos por este camino, pero somos prudentes”, aclara.

La empresa cerró en beneficios en 2020 y lo hará también en 2021. “Irás en la misma línea, pero también estamos realizando inversiones importantes para que el proyecto siga creciendo”, añade.

Bicimarket actualmente cuenta con 103 tiendas y talleres adheridos

La empresa actualmente cuenta con 103 tiendas y talleres adheridos, por lo que ha superado la barrera marcada: el objetivo en 2021 era superar la cifra de cien puntos de venta. “Ahora no nos marcamos un objetivo cuantitativo sino cualitativo, lo que queremos es reforzar nuestra propuesta de valor, con puntos de venta que den un buen servicio y entiendan las prestaciones de la red”, añade. “La realidad es que tenemos una demanda continua y terminaremos el año con más tiendas, pero queremos que tengan sentido, porque si dijéramos que sí a todo duplicaríamos el número y no todas las propuestas cumplen los requisitos”, señala.

La compañía ha tenido un crecimiento exponencial durante la pandemia y tras alcanzar el centenar de tiendas, Bicimarket se ha convertido en el mayor operador multicanal ciclista en España, doblando los puntos de venta en estos dos últimos años y superando los 12.000 metros cuadrados de superficie conjunta.

“Tener más de cien puntos de venta es significativo, pero ahora buscamos que entiendan que somos un servicio en el sentido más multicanal, enfocado al cliente, favoreciendo la experiencia, sacando partido a la exposición pública y a la promoción de la red y de la central”, reitera.

La empresa apuesta por un crecimiento cualitativo y por la inversión tecnológica

Por lo tanto, el crecimiento de Bicimarket pasa por seguir profundizando con el multicanal: “trabajamos el online y el offline con la misma intensidad, igual que el B2B y el B2C”. Además también quiere “seguir manteniendo una propuesta comercial que tenga sentido”. “Una parte pasa por asegurar el suministro de los asociados y los

clientes finales y también en cuanto a inversiones, porque hemos hecho un cambio de plataforma y tenemos un plan de inversión en tecnología”.

“Normalmente la tienda se adhiere porque entiende que la podemos ayudar tanto a vender como a comprar; pero es verdad que en el último año esto ha pasado por nuestra capacidad de poder asegurar el suministro”, reconoce el directivo, quien asegura que “volvemos a tener tiendas que se adhieren para tener más promoción y captar más clientes, por nuestra doble vertiente tanto como central de compras como red comercial, porque una red quiere comprar pero también ayuda para vender”, señala. La empresa cuenta con 30 empleados directos y tiene sede en Barcelona, cerca de donde tiene su única tienda propia. También tiene un almacén logístico en Vilafranca del Penedès (Barcelona).

Sergi Serra considera que sigue faltando stock de bicicletas eléctricas

Los puntos de venta pueden acceder y ofrecer el amplio catálogo de productos de Bicimarket con más de 40.000 referencias de 200 marcas sin obligaciones de compra, reciben el soporte de la enseña en acciones de marketing y comunicación tanto online como offline y participan en el programa Click&Collect.

En este contexto, el directivo asegura que “el año empezó muy fuerte en cuanto a demanda, pero ahora se está aplanando, por lo que se está volviendo a una cierta normalidad”. “En conjunto, el sector continúa siendo muy potente, pero con el fin del estado de alarma hay más oferta de consumo complementaria a la bici; estamos en un punto de resaca del *boom*, pero sí es verdad que habrá más clientes”, manifiesta. “Ha habido un crecimiento importante en nuevos usuarios y en gamas de iniciación: hay una franja de usuarios que se quedará y otra que usará la bicicleta de manera más ocasional”, augura.

Asimismo, el directivo revela que en los últimos meses “el cliente más activo ha sido el ciclista, asiduo, técnico, de gama media y alta” y que “sigue habiendo problemas de suministro en cuanto a las bicicletas eléctricas, por la demanda se ha mantenido alta pero la oferta más baja”. “Ha habido discontinuidad en cuanto a las entregas y las programaciones pero el producto llega, hemos hecho planificaciones y tenemos calendarios bastante significativos; no hay una rotura de stock absoluta”, explica.