

EQUIPAMIENTO

Bicimarket desafía al Covid-19: dos aperturas en julio y crecerá hasta 15 millones en 2020

La cadena de tiendas especializadas en ciclismo inaugurará dos puntos de venta en Granada sur y la Sierra de Gredos, dos enclaves estratégicos para esta modalidad. Además, prevé un crecimiento de entre el 50% y el 70% este año entre asociados y matriz.

Álvaro Carretero
12 jun 2020 - 05:00



Bicimarket, de nuevo a contracorriente. La cadena catalana especializada en ciclismo no sólo aguantará el impacto del Covid-19, sino que prevé salir reforzada de la pandemia. Las ventas online han crecido un 250% durante los meses de confinamiento y entre junio y julio la empresa dirigida por Sergi Serra abrirá dos nuevos puntos de venta en Granada sur y Gredos, dos enclaves estratégicos para el sector de la bicicleta. Además, mientras otras compañías ajustan sus previsiones para 2020, Bicimarket crecerá entre un 50% y un 70% este año, hasta 15 millones de euros, entre matriz y asociados.

“La previsión es alcanzar un volumen de negocio en torno a los 15 millones, aunque en

función de los objetivos en la segunda mitad del año, de las ventas y otras aperturas, podríamos alcanzar los 17 millones”, detalla Serra a *Palco23*. Entre el 70% y el 75% del total lo generan las tiendas asociadas a su red, que han ganado peso en los ingresos totales del grupo.

El año pasado las tiendas asociadas aportaban el 60% del volumen de negocio, es decir, entre diez y quince puntos porcentuales menos que este año. ¿El motivo? Desde que finalizó 2019 Bicimarket suma ocho tiendas más. Es decir, que la matriz, pese a que también seguirá aumentando su facturación y prevé cerrar 2020 con ventas por 3,7 millones de euros, perderá peso en el volumen de negocio total.

El Covid-19 no ha detenido los planes de Bicimarket, que ha aprovechado la parálisis de grandes superficies

Con las dos aperturas proyectadas, Bicimarket superará la frontera de los 60 puntos de venta en España y Serra no descarta continuar su expansión este año: “Hemos recibido un interés enorme por abrir más tiendas estos meses y cada vez va a más”, destaca. Sus locales no se concentran en una única región, sino que están repartidas por toda la geografía española, especialmente en ciudades pequeñas y medianas.

Entre los objetivos a corto y medio plazo está “tener más presencia en Castilla y León y Castilla-La Mancha”, indica Serra. Su modelo de negocio es un híbrido entre tiendas asociadas y franquiciadas, que operan bajo su marca. Tanto los dos nuevos proyectos en Gredos y Granada como los futuros planes de expansión pasan por encontrar nuevos socios o conceder más licencias a los actuales.

“Muchas de las tiendas con las que ya operamos nos han trasladado su interés en dar un paso más en la implantación de estrategias multicanal, de diversificar las fuentes de suministro y mejorar los servicios que ofrecen a los clientes”, afirma Serra. El fuerte aumento de la demanda, unido al despegue de las ventas online, ha acelerado la transformación de su red de puntos de venta, que han detectado una gran oportunidad en la situación actual.

Bicimarket apunta a Castilla y León y Castilla-La

Mancha para expandir su red de puntos de venta

El crecimiento, de hecho, no sólo se ha producido en los canales digitales, sino también en los tradicionales. “En la reapertura, la tienda que menos ha crecido lo ha hecho en un 60% respecto a los mismos meses del año anterior”, subraya. El *boom* de la venta de bicicletas y artículos para esta disciplina durante el confinamiento ha impulsado al sector, que aún espera una segunda oleada de demanda cuando se aprueben las ayudas públicas a la compra de vehículos eléctricos urbanos.

Aun así, el directivo se muestra cauteloso respecto a mantener este ritmo de crecimiento: “Hasta ahora no hemos tenido la competencia de las grandes superficies de consumo, ni de otras tiendas de gran tamaño y los grandes *players* online son contados en ciclismo”, destaca. El reto, por tanto, será “alcanzar un punto medio” y que quede “un sustrato de crecimiento estable, pero no el pico actual, que corresponde a una situación excepcional”, matiza.

Bicimarket, que comenzó a operar en 2006 como un *pure player* online, dio el salto a las calles en 2012. Desde entonces, se ha convertido en uno de los operadores con mayor presencia en España y, tras apostar inicialmente por un modelo de franquiciados, volvió a dar un giro a su negocio para consolidar su actual formato de asociados.

Bicimarket comenzó como un *pure player* online y actualmente cuenta con una red de más de 60 tiendas

La empresa comercializa más de 200 marcas, con acceso ilimitado a una gran parte de ellas, facilitando que pequeños y medianos comercios se adhieran a la red. “Se trata de tiendas que, seguramente, no podrían tener esos productos y que, además, tienen libre acceso no sólo a las referencias, sino a las condiciones de la venta”, explica Serra.

De hecho, a diferencia de las principales marcas y *retailers* del sector, que han encontrado en la internacionalización la principal vía de crecimiento, Bicimarket ha apostado por consolidarse en España. “La puerta para dar el salto a otros países sigue abierta, pero no es prioritario a corto plazo”, incide. El reto para la empresa, que comenzó con un *showroom* en Barcelona, aún es distanciarse del pelotón español.