

EQUIPAMIENTO

Brompton busca llevar sus bicis eléctricas a Madrid tras facturar 48 millones a nivel global

El fabricante británico de bicicletas eléctricas busca mayor presencia en España, donde cuenta con 68 tiendas, tras crecer un 12,5% el años pasado.

Álvaro Carretero
12 mar 2019 - 04:58

El fabricante británico de bicicletas eléctricas busca mayor presencia en España, donde

Bicicleta versus patinete. La movilidad urbana vive su particular *batalla eléctrica* en las calles de las grandes ciudades españolas, en las que Brompton espera tener mayor presencia después de facturar 36 millones de libras (42 millones de euros) en 2018, un crecimiento del 12,5% en relación al año anterior. Aunque no hay datos concretos acerca del crecimiento en España, la compañía aumentó sus ventas en Europa un 25%, hasta 12 millones de libras (14 millones de euros).

El fabricante británico está presente en 68 tiendas en territorio español y sólo el año pasado, vendieron 2.500 bicicletas en España en 2018, una cantidad similar a la del año anterior, aunque “nuestra bicicleta eléctrica ha tenido una mejor acogida y ha crecido un 21% durante los últimos doce meses”, explica Will Butler Adams, consejero delegado de Brompton. Cada una cuesta entre 1.000 euros y 3000 euros, en el caso de las *e-bikes*, por lo que su negocio en el país rondaría los 5 millones de euros, haciendo una media.

España está entre los diez primeros territorios por volumen de ventas de entre los 46 en los que opera la compañía. “Cada mercado es distinto, pero la tendencia es de un claro crecimiento”, afirma Adams, quien espera comenzar a operar en Madrid a mediodelazo con una tienda exclusiva de Brompton, como las dos de Barcelona y la de Valencia, pertenecientes a Brompton Junction, aunque ya cuenta con puntos de venta que distribuyen sus bicicletas. “Queremos expandirnos a la capital española, pero aún es inviable, ya que estamos abriendo nuestra segunda tienda en Londres, otra en San Francisco y una más en Singapur”, avanza el directivo.

Brompton cuenta con 68 puntos de venta en España y abrirá nuevas tiendas en Londres, San Francisco y Singapur en 2019

En los últimos años, especialmente en las grandes ciudades españolas, se han encontrado un cambio de tendencia que puede perjudicar a sus ventas, aunque Adams afirma que “más que el *scouter*, la verdadera competencia es el metro, porque fomenta la movilidad urbana recorriendo mayores distancias”.

Sin embargo, las nuevas políticas anticontaminación y los servicios públicos de bicicletas eléctricas “nos benefician, porque permite a los ciudadanos familiarizarse con ellas, con la ciudad... Llega un punto en el que querrán su propia bici, no una pesada y usada que además no pueden dejar donde quieran, y es ahí donde llegan a nosotros”, analiza el empresario.

Para 2019, Brompton espera poner en el mercado más de 50.000 bicicletas, el doble desde que echasen a rodar hace dieciocho años en Reino Unido. Lo que no se plantean en la compañía es analizar algún tipo de patrocinio deportivo que aumente su visibilidad; al contrario, su estrategia pasa por el marketing en la calle y empresarial, es decir, “alcanzar acuerdos con compañías que quieran fomentar la movilidad sostenible”, confirma Adams.

En el mercado británico han logrado financiar *e-bikes* para 50 empresas, personalizándolas para cada una de ellas, de forma que sus empleados puedan usarlas como un vehículo compartido. Según el directivo, “en España queremos empezar a lanzar este tipo de iniciativas, hay un enorme campo de oportunidades, porque no hay nadie que se enfoque en este sector”.