

EQUIPAMIENTO

El 'e-commerce' Santafixie lanzará su propia marca de bicicletas tras facturar tres millones en 2017

El portal de comercio electrónico, especializado en bicicletas urbanas, empezará a producir sus propios artículos desde la planta de más de 1.000 metros cuadrados que tiene en Barcelona.

Guillermo G. Recio
5 dic 2017 - 05:00

Santafixie ingresará tres millones de euros en 2017, un 20% más que en el año anterior, cuando facturó 2,5 millones

Meses más tarde de cerrar una ronda de financiación por 500.000 euros, Santafixie empieza a *pedalear* hacia nuevos proyectos. El portal de venta online, especializado en bicicletas urbanas, prepara el lanzamiento de su propia marca de bici para 2018, según ha podido saber *Palco23*.

Su consejero delegado, Xavi Clavería, explica a este diario que "la idea surge del *feedback* de los clientes" para crear una marca "de buena calidad y con precios asequibles". Los componentes llegarán a las instalaciones de Santafixie en el barrio de La Verneda de Barcelona, donde cuentan con 1.000 metros cuadrados para montarlas.

El objetivo de la compañía, fundada en 2011, es que la marca propia sea el *core business* y no un complemento a la venta de otras marcas. Aunque por el momento se centrarán en vender esta nueva colección en España, la intención es también comercializarla en el resto del mundo. Actualmente, el 70% de las ventas de Santafixie están en los 25 países del extranjero donde opera, según Clavería.

Santafixie ingresará tres millones de euros en 2017, un 20% más que en el año anterior, cuando facturó 2,5 millones

De hecho, Francia es el país número uno en facturación, con más peso que España. Este 2017, la empresa barcelonesa cerrará su ejercicio fiscal con una cifra de negocio de tres millones de euros, un 20% más respecto al año anterior. El directivo explica que poco a poco también irán incrementando la plantilla, hoy formada por 15 personas.

Hace unos meses, la compañía cerró una ronda de financiación de 500.000 euros entre varios inversores, entre los que se encuentra Axon Partners Group. Estos recursos están permitiendo, además de la creación de la marca propia, mejorar la experiencia del usuario.

A finales de 2013 se lanzó el portal especializado en bicicletas para niños, Newbornriders, y a comienzos de 2014, se creó una tercera tienda online dedicada a la comercialización de modelos de paseo, *vintage* y urbanas llamada Volavelo. A día de hoy cuentan con más de 25.000 clientes de todo el mundo.