

EQUIPAMIENTO

Inverse roza los cinco millones en 2020 al calor de la 'bici' y las mascarillas

La compañía de equipamiento para ciclismo y triatlón elevó sus ventas un 5% en el pasado ejercicio, pudiendo capitalizar la demanda de mascarillas y batas. Este año, la empresa prevé alcanzar los cinco millones.

Laura Juanes
28 ene 2021 - 04:56



A río revuelto, ganancia de pescadores. Inverse, compañía especializada en equipamiento para ciclismo y triatlón, elevó sus ventas un 5% en el ejercicio 2020, hasta 4,8 millones de euros. La empresa pudo capitalizar no sólo el auge del ciclismo, sino también la demanda de equipos de protección individual (EPI), adaptando su fábrica para producir mascarillas y batas.

Durante los primeros meses de la pandemia, una vez decretado ya el primer estado de alarma, España atravesaba una crisis de suministro. Inverse, que se dedica a la producción de textil deportivo, se adaptó al contexto y reinventó su negocio. “Nos pusimos a fabricar mascarillas y batas, y esto nos hizo resurgir”, explica Juan Sabaté, director comercial de la compañía, señalando además que “gracias a que somos fabricantes, pudimos salir adelante”.

Una vez el país superó la crisis de material sanitario, Inverse siguió capitalizando otro **boom**, esta vez del ciclismo, uno de los deportes que más se ha visto reforzado a raíz del Covid-19. Sabaté, hijo del fundador de la empresa, asegura que “supimos readaptarnos, y entre el ciclismo y las mascarillas y las batas, nosotros superamos las ventas de 2019”.

Inverse prevé mantener el ritmo de crecimiento en 2021 y alcanzar los cinco millones de facturación

Fundada en 1969 de la mano de Joaquín Sabaté, Inverse empezó fabricando ropa de ciclismo. Poco después de su nacimiento, la compañía amplió su línea de producto con natación y *running*, y hace ocho años, volvió a incorporar una nueva categoría, esta vez el *trail*. Con sede en Mollèt del Vallès (Barcelona), la empresa cuenta actualmente con dos naves industriales, en las que concentra toda su producción.

En el pasado ejercicio, y contrariamente a lo que han experimentado otros operadores del sector, la compañía pudo dar respuesta a la demanda existente, “normalmente en cuatro semanas”. Sabaté argumenta que “nosotros, que estamos especializados en textil, pudimos hacer acopio de material y servir”, algo que no pudieron hacer, por ejemplo, los fabricantes de bicicletas, porque “la mayoría vienen de Asia”.

Dada la buena evolución en 2020, el ejecutivo prevé mantener el ritmo de crecimiento y elevar sus ventas otro 5% este año, hasta alcanzar los cinco millones de euros de facturación. Aun así, Sabaté señala que “2021 va a ser difícil, porque la crisis no acabó el año pasado y vamos a seguir arrastrándola”. Pese a esto, Inverse ha puesto en marcha un plan de crecimiento centrado, esencialmente, en el canal online y en el mercado exterior.

La compañía planea reforzarse en el canal online y seguir creciendo en el mercado internacional

Inverse distribuye sus artículos a través de establecimientos multimarca y de su ecommerce, que copa el 25% del total. “Las ventas online son bastante inferiores a las que querríamos”, explica Sabaté. Por ello, la compañía planea reforzarse en la Red y lanzará el próximo marzo una versión mejorada de su página web. “También queremos potenciar el canal offline, porque nos interesa vender en tiendas”, matiza el director comercial.

La compañía vende a más de veinte países, entre los cuales Francia, Reino Unido, Irlanda y Finlandia son los más importantes para la empresa. Como parte de su plan de expansión, Inverse planea reforzarse en Estados Unidos y Latinoamérica, donde recientemente se ha abierto en México, Chile y Costa Rica.