

## EQUIPAMIENTO

# Orbea rebasa los 200 millones de euros y los 700 empleados en 2020 tras crecer un 22%

El fabricante vasco de bicicletas acumula seis años aumentando su cifra de negocio, tras comenzar en 2015 un plan de transformación para impulsar su marca.

P. Riaño  
21 abr 2021 - 04:57



Orbea saca partido del *boom* de la bicicleta tras la crisis del Covid-19 y del proceso de transformación de los últimos cinco años. La compañía vasca, propiedad de Cooperativa Mondragón, finalizó el ejercicio 2020 con una facturación de más de 200 millones de euros y una plantilla formada por 700 personas.

Según ha explicado esta mañana Jon Fernández, director general de Orbea, en el marco del ciclo de encuentros Matins Esade, organizado por la escuela de negocios Esade, la compañía cerró el ejercicio 2020 con un crecimiento del 22%. Este porcentaje se suma al 32% registrado en 2019 frente a 2018, cuando su cifra de negocio se situó en 127,5 millones de euros, según las últimas cifras comunicadas por la compañía.

Con el aumento de ventas registrado en 2020, la empresa, que en un año ha aumentado un 35% su plantilla, acumula seis años en crecimiento, con alzas del 29% en 2018 y del 19% en 2017. Las previsiones del ejecutivo para el ejercicio 2021 pasan por volver a repetir la tendencia positiva en 2021, con un alza del 30%.

Fernández, al frente de la compañía desde 2011 (aunque previamente había pasado por departamentos como recursos humanos, compras o comercial), ha destacado que “el crecimiento actual no viene dado por la pandemia y el *boom*” de la bicicleta y la movilidad eléctrica, sino que es fruto de la transformación que Orbea comenzó en 2015 centrándose en la apuesta por la marca.

## Orbea genera el 20% de su negocio en España y el 80% restante se concentra en Europa y EEUU

En 2015, cuando Orbea comenzó su proceso de transformación, la empresa facturaba alrededor de 70 millones de euros, aunque competía con marcas globales de más de mil millones de euros de facturación. “En aquel momento, éramos demasiado grandes para competir en el nicho y demasiado pequeños para los grandes -ha relatado el ejecutivo-; la decisión fue clara: ser grandes”.

Orbea, fundada en 1840, se ha centrado durante los últimos cinco años en el desarrollo de una estrategia basada en la reputación de marca y con un modelo de distribución omnicanal. “El *driver* de esta etapa ha pasado a ser la marca -ha afirmado Fernández-; hemos pasado a ser una *brand driven company*, porque estamos convencidos de que la marca genera elementos diferenciales”.

Del total del volumen de negocio de la empresa, sólo un 20% procede del mercado español. El 80% restante se concentra en Europa y en Estados Unidos, porque “Orbea necesita mercados maduros, con una clase social media amplia”, ha detallado el directivo, aunque ha precisado que “no sólo por el volumen de compra, sino también por valores”.

---

# PALCO23

---

Con sede central en Mallabia (Vizcaya), la empresa centraliza la fabricación de su marca propia en su plan del País Vasco y en Portugal, aunque algunos de los componentes proceden de Asia. La compañía apuesta por la integración vertical y controla procesos como montaje y pintura, si bien externaliza la producción de elementos como cuadros o llantas.

Aunque con una alta identificación con bicicleta de carretera, Orbea obtiene un 65% de su facturación de la montaña. La empresa también se ha subido a la ola de la movilidad eléctrica y a cierre de 2020 estos productos representaron ya el 30% del negocio total, porcentaje que se ha elevado hasta el 40% en el primer trimestre de 2021.