

¿Qué potencial tiene el ciclismo urbano en España?



ACOBIS Paco Pastor

Cuando hace más de 10 años se creó el grupo de compras y servicios, Acobis, uno de nuestros primeros anuncios fue con un acuerdo con Macario que se publicó con una bicicleta "urbana".

Ya entonces estaba convencido de que en España, el gran hueco del mercado estaba en ese segmento. Las razones eran (y son) obvias: ecologismo, reducción de humos, salud-deporte, y evitar y reducir atascos, aparcamiento, estrés por conducir, gasto de gasolina, mantenimiento.

Hace unos días escuché que un alto funcionario de la embajada italiana se desplazaba habitualmente en bicicleta - con su traje - a la embajada de Italia en Madrid.

Todos, políticos a todos los niveles, empresarios a todos los niveles, distribuidores, mayoristas y minoristas y cada uno de nosotros podemos hacer ciudades mucho más humanas con este gesto, desplazarnos en bicicleta.

AVANTUM

Carlos-Henrique Bengtsson

A día de hoy, el único segmento dentro del sector ciclismo que tiene un potencial de crecimiento en porcentajes de 2 dígitos es el urbano/paseo. Bien sea bicicletas de ciudad, olandesas, híbridas, cruiser, plegables o eléctricas. El crecimiento en este segmento viene del usuario que utiliza la bicicleta para fines deportivos, ya que estos usuarios no han aumentado, sino más bien de usuarios nuevos, en muchos casos, compran su primera bicicleta como adultos. Estamos ante un cambio de actitud, y las razones pueden ser varias: por un lado, nos estamos haciendo más europeos (pensar en Amsterdam o Copenhague); por el otro lado, el alto precio de la gasolina. También inciden los problemas de aparcamiento en los centros urbanos, así como las preocupaciones por el Medio Ambiente y un intento de llevar una vida más sana realizando ejercicio a diario.

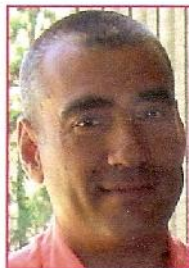
El segmento urbano/paseo sigue siendo pequeño en España, pero en la actual coyuntura de mercado tiene un gran potencial de crecimiento. En Avantum llevamos ya 6 años apostando 100% por este segmento del sector. Año tras año vemos como cada vez más personas buscan alternativas a la bicicleta de montaña. Entre las 8 marcas de bicicletas que distribuimos en exclusiva para España ofrecemos modelos desde los 339 eur hasta los 2.699 eur (PVP Recomendado por el fabricante). Lo curioso es que incluso en estos tiempos de crisis hay compradores para los modelos más caros.

Sin embargo hay algunos obstáculos por el camino, tanto para el distribuidor como para el detallista. Por un lado, el consumidor quiere opciones, desea poder elegir entre diseños, modelos y colores. Por otro lado, el

usuario de la bicicleta urbana no necesariamente es cliente de una tienda de bicicletas, que además, en muchos casos sólo ofrece bicicletas de montaña. Por ello hay que atraer al cliente de alguna manera y animarle a entrar en las tiendas de bicicletas. La gran superficie tiene la ventaja de tener los precios más competitivos, pero no puede satisfacer al cliente que busca calidad, diseño, buenos consejos y un servicio postventa.

Incluso a nivel internacional, el segmento "comfort" (como lo llaman los anglosajones) es el que tira del sector. En España tardaremos unos años en cambiar de actitud, por que es un proceso de varios años, pero el segmento urbano terminará por implantarse también en nuestro país. El gran potencial de este segmento urbano está en el hecho de que el mercado potencial se amplía. El consumidor potencial no es sólo el ciclista de siempre, sino cualquier consumidor con el deseo de utilizar una bicicleta para pasear o para realizar desplazamientos diarios. No olvidemos que el conjunto de consumidores potenciales para una bicicleta urbana/paseo no se limite al hombre; incluye también a la mujer.

De golpe, las ventas se han visto afectadas por la crisis y por un invierno frío. Sin embargo, el ciclismo urbano ofrece una gran oportunidad de atraer a un cliente nuevo. Un cliente que anteriormente no ha comprado una bicicleta. Un cliente que necesitará repuestos y mantenimiento. Un cliente que dentro de unos años necesitará una bicicleta nueva.



BICICLETAS MONTY Joan Vila

En el mercado actual, la bicicleta urbana es el segmento con mayor crecimiento y el que tiene un mayor número de nuevos clientes que se incorporan al mundo de la bicicleta. Asimismo, en la situación económica actual la bicicleta es una solución de transporte saludable, económica y no contaminante y, por tanto, un muy buen potencial de negocio para el detallista.

CICLOS BENAVENT Enrique Benavent

En mi opinión, el ciclismo urbano aun es muy minoritario excepto en ciudades muy concretas, Barcelona y alguna más. En la Comunidad Valenciana es muy poca la gente que usa la bici como vehículo de transporte. De este modo, aunque se trata de un mercado creciente, la evolución de ese crecimiento es muy pequeña. Ello puede derivarse de las pocas infraestructuras que tenemos para poder desplazarnos en bici, tales como carriles y sitios donde poder dejar la bici con seguridad. No en vano, por aquí he visto, incluso, aparcamientos municipa-

les donde se prohíbe expresamente con una señal la entrada de bicicletas.

Dada la coyuntura económica del momento, debería aumentar mucho más el uso, pero curiosamente la bici sigue siendo usada como recreo o deporte, y a pesar de la crisis muy poca gente toma como opción más económica el uso de la bici.

Por geografía y temperatura nuestra comunidad debería ser mucho mayor el porcentaje de gente que usa la bici como transporte.

Con todo esto opino que va a ser un mercado creciente pero por falta de mentalización política aun nos quedan algunos años para que sea un mercado fuerte.



MACARIO LLORENTE

Eduardo Roldán

Bajo mi punto de vista, el ciclismo urbano es nuestro futuro. Hoy por hoy, con una utilización de la bicicleta mayoritariamente deportiva, nuestro producto queda reducido a un segmento potencial de consumidores ciertamente limitado. La proliferación de los carriles bici, la progresiva concienciación de la bicicleta como un medio de transporte ecológico y eficaz en las ciudades, así como la creciente corriente a favor de la movilidad sostenible por parte de las autoridades locales, acerca la bicicleta al ciudadano.

En aquellas ciudades que, como Barcelona, han desarrollado un modelo de movilidad sostenible, la bicicleta es algo cercano a una gran mayoría de ciudadanos que hacen de la bicicleta parte de su día a día. Ello genera riqueza y negocio para todos los que rodeamos al sector.

Es por ello importante que todos aportemos nuestro granito de arena para desarrollar el ciclismo urbano, cada uno desde su puesto y en su día a día, porque acercando la bicicleta al ciudadano haremos que la industria de la bicicleta crezca exponencialmente, de lo que sin duda, nos beneficiaremos todos.



MERIDA JAVIER LÓPEZ

El potencial de negocio es importante. Ahora bien, para el detallista dependerá en gran parte de la actuación de las entidades públicas en cada una de las localidades. Es decir, allá donde el servicio público ofrezca bicicletas urbanas con empresas externas al sector, el negocio para el detallista no será tan importante, como en aquellas zonas donde sean los propios detallistas, con el apoyo de las entidades, los encargados de desarrollar y potenciar el ciclismo urbano.

QUER Marcos Serer

El potencial de negocio de los baños depende del uso que se le da a las bicicletas como medio de transporte. Es igual que nuestros vecinos de otros países, hace décadas, en muchas zonas, donde el clima, carriles bici, apoyo del ayuntamiento o, incluso, en los jóvenes Erasmus, que lo promueven es adquirir una bici para ir a nuestras ciudades todo un año, es decir, una serie de circunstancias que dan a la bicicleta un toque de un toque que la aparta del pensamiento de su uso exclusivamente

VELIMSA Luis Pérez

Desde hace muchos años y en Velimsa creíamos que la 'siguiente revolución' en el mundo de la bicicleta era este tipo de bicis. Creo que, dicha 'revolución' se va cumpliendo con matices. Por una parte, está en las áreas geográficas adecuadamente grandes en cuanto a los desplazamientos en bici, ahorro en tiempo con respecto al coche. En otras zonas donde no es de ventaja, las tiendas no notarán. A su vez, las zonas propicias para ir por la bici creando infraestructuras, carriles bici, aparcamientos, sistemas de alquiler, menor permisividad con la bicicleta, etc. Pienso que, a medio-largo plazo, el incremento será notable. En general, mucha distancia de mercados como el de Centroeuropa, donde la gran mayoría de bicis que se venden corresponden al segmento urbano. Para nosotros, el mercado de la bici deportiva sigue siendo el principal con diferencia salvo excepciones son nuestros principales competidores, por cierto. Son las tiendas que están en el lugar adecuado, que han entendido como nosotros y que han apostado, por él. La bici plegable, bien, tiene un potencial innegable como pasa con todo lo que funciona, el mercado se está inundando de calidad pobre. Lo mismo pasará con la bici eléctrica, quedó enterrado el producto por falta de calidad. Además, que supone el peso y el precio de las ventas sean muy limitadas.

Para mí muy difícil resumir lo que este mercado dentro del mercado de las bicicletas, son muchos los factores que hacen que la gente se interese por el ciclismo urbano como la conciencia medioambiental, el estilo de vida sano, etc. que ahora ya no se vea al ciclista urbano como un ser despreciable por ir en coche 'como Dios manda', sino como algo habitual, normal e, incluso, como un símbolo de estatus. El ciclista urbano demandará productos más especializados que no las tiendas deberemos poder abastecer a un largo camino para eso aunque ahora hace tiempo. □