

CARLOS H. BENGTTSSON
GERENTE DE AVANTUM BRANDS

“La facilidad para vender bicis urbanas está aumentando”

Tras finalizar sus estudios de MBA en Estados Unidos, **Carlos-Henrique Bengtsson** (Malmö-Suecia, 1961) inició una carrera profesional que le ha llevado a la gerencia de Avantum, tras pasar por nueve empresas de doce ciudades de cinco países (Suecia, EEUU, Panamá, Costa Rica, y ahora España), siempre dentro del ámbito de las ventas y el marketing. Este sueco de madre española ha practicado el tenis, squash, badminton, hockey hielo, fútbol, esquí, y ¿cómo no? ciclismo. El punto fuerte de Avantum es la bicicleta urbana, un segmento del que el directivo opina que “pese a que tardemos 20 años en ser ‘un Amsterdam’, ha llegado para quedarse”.

Mario Luzón

Madrid

¿Están en alza las bicicletas urbanas?

El consumidor va por delante de las tiendas y de los ayuntamientos, con alguna excepción como Barcelona, donde se está apostando hace tiempo por el bicibici y los carriles bici. Ese auge se ha debido a tres motivos fundamentales. El primero, que los españoles viajan cada vez más por Europa y ven cómo se utiliza la bici allí. En segundo lugar, que desde hace unos pocos años ha empezado a cambiarse por aparcar en todos los centros urbanos. Por último, la subida del precio del combustible. Otro motivo, no tan relevante, es la creciente sensibilidad social por el medio ambiente.

El tema urbano es más fácil ahora que cuando empezamos, pero seguimos estando en pañales: todavía existen muchas ciudades y muchas tiendas que no se están suiciando al carro de la bici urbana. Puede que no crean en ello pensando que, si la bici de montaña les ha funcionado durante 20 años, ¿por qué cambiar? No obstante, lo cierto es que cada año es más fácil vender una bici urbana.

Avantum comercializa ciclos urbanos con look vanguardista y otros con look holandés ¿Qué tipo es el más demandado?

Las de look holandés. Aunque

visto en otros países. En Avantum somos de los pocos que traemos este tipo de bicis a España, un segmento en el que fuimos pioneros. Las utiliza un perfil de consumidor más maduro y con un nivel social medio-alto. Las marcas de esta gama son: Pilen, Kronan, Retrovelo, y Velorbis. El cliente que pide las gamas modernas es algo más joven, que está interesado en el diseño y los gadgets. A este tipo pertenecen: Beixo, Biomega y Kross.

Distribuimos trece marcas de bicis y accesorios, desglosadas en 6 de paseo, 3 plegables y 4 de accesorios. Dentro de las urbanas, tenemos 4 de diseño clásico, una de línea vanguardista, y una reciente, como Kross, que al ser una de las firmas más grandes de Europa, tiene de todo, incluso trekking y MTB.

¿Por qué no acaba de despejar el mercado de las e-bikes?

Creo que la principal razón es el servicio post-venta. Hay demanda, pero pocas tiendas que apuesten por las bicis eléctricas. Como tienen poca visibilidad en los comercios, el post venta lo frena. Hace un tiempo, el problema era el precio, pero en los últimos dos años éste ha bajado, la calidad ha subido, y ha menguado su peso, que ha bajado más de diez kilos, hasta prácticamente llegar a su límite, sobre los veintipocos kilos.

Según los detallistas consul-

crecimiento. ¿Por qué? ¿Ese auge va a ser coyuntural?

Creo que ese aumento va a ser sostenido, como lo viene siendo desde hace 3 o 4 años. Históricamente, en España la bici se ha utilizado para hacer deporte los domingos, y por ello el 90% de los usuarios han sido hombres. Para ir por la ciudad, a trabajar, de paseo, etc. no es necesario ser deportista, y al utilizarse la bici cada vez más con ese fin, el número de usuarias aumenta. El público femenino busca fundamentalmente comodidad y diseño, y está claro que es mucho más cómoda una de ciudad que una de montaña. Es un grupo de consumidores nuevo que se está apuntando a la bicicleta, y que no tiene por qué ser ciclista, aunque también está aumentando la cifra de chicas deportistas.

El canal ciclista ha obtenido el mejor sell out del tercer trimestre de todo el sector deportivo ¿Por qué cree que está dejando de lado la crisis? ¿La ha salvado definitivamente?

Considero que se combinan varias cosas. Seguramente la crisis económica influye bastante, pero también que mucha gente desee empezar a utilizar la bici en el entorno urbano. En los próximos años, el segmento de bicis urbanas es el que va a tirar del sector y conseguir que aumenten las ventas. Opino que ya hemos esquivado lo pe-

■ “En unos pocos años, los ciclos urbanos van a ser los que de verdad tirarán del sell out”

■ “La demanda de ciclos de look holandés está creciendo”

■ “Opino que ya hemos superado lo peor de la crisis”

mentos los niveles de venta, estoy seguro de que éstos se van a mantener sin problemas.

Los detallistas reconocen que su principal problema actual es la guerra de precios. ¿Quién es el responsable? ¿Podrían hacer más los distribuidores?

En el fondo, el responsable es el propio detallista, porque seguramente él mismo es quien podría hacer que se siguieran mejor las políticas de precios. Como distribuidor, cuanto más imagen de marca tienes, más tienes que cuidar los precios. No obstante, hay muchas firmas demasiado enfocadas al volumen, para las que el objetivo es vender a toda costa.

Es sano que haya competencia,

Trece marcas

■ ¿Cuántos años hace que se fundó Avantum?
En el año 2003.

¿Qué marcas (con qué tipo de productos) comercializan ustedes en España?

Kronan (Bicicletas clásicas con diseño original de los años cuarenta). Pilen (bicis clásicas). Retrovelo (ciclos clásicos a la carta). Velorbis (bicicletas clásicas de estilo holandés). Kross (Gama completa de bicis). Biomega (ciclos con diseño vanguardista). Beixo (bicis plegables con diseño vanguardista con transmisión por cardán). Bike in a Bag (bicicletas plegables). Blanco Marine (ciclos plegables). Old Man Mountain (transportines para bicis dobles y frenos de disco). Carradice (alforjas para cicloturismo y ciudad). Pedalite (pedales con luz sin batería ecológica y seguridad para ciclista). Bicygnals (luces indicadores y luces para bicicleta (seguridad del ciclista).

¿Qué facturación alcanzará su empresa al final de este 2009?

Pensamos que el año terminará con una facturación, en Euros, un 10% por encima de la de 2008.

¿Cuántas bicicletas calcula que venderá?

A principios de 2009 se vendían menos bicis, pero de gama más alta. En la segunda mitad se han vendido bien todas las gamas. Vamos a superar el 2009, pero todavía no sabemos en qué magnitud. □

un lado, hay tiendas de cierto tamaño que llevan una gestión profesional, y por otra parte está el que el sector ciclista, para bien o mal, tiene una mayoría de tiendas pequeñas, un entorno donde, si tienes bicis en exposición, y se venden en catálogo, es más fácil que se inicie una guerra de precios.

Otro tema que inquieta a los detallistas es la venta a través de internet. ¿Cómo lo afronta Avantum?

Vendemos principalmente a través de tiendas, aunque, como todavía no tenemos cobertura nacional al por cien, sí que ofrecemos entrega a domicilio, pero solo a clientes finales que no tengan una tienda cerca con la que trabajemos. Si vendemos a dos o tres tiendas a la vez, y para ellas tienen que