

Bicis Plegables: de 'bicho raro' a tipología de ciclo que puede reinar en las ciudades

■ Tras las críticas iniciales a esta modalidad, afirman que sus características responden a una serie de demandas crecientes

■ Critican la masificación de la oferta, así como la proliferación de tiendas en internet que las venden sin casi servicio postventa

■ Valencia y Zaragoza se erigen como las urbes con más demanda tras la proliferación del Bicing en Barcelona

Mario Luzón

Molins de Rei

Tras unos inicios difíciles, las ventas de bicicletas plegables empiezan a destacar, dentro de un segmento como el de la bici urbana, que goza de un crecimiento sostenido desde hace más de un lustro.

Una portabilidad cada vez más fácil y cómoda, al reducir peso, perfeccionar el plegado/cerrado y facilitar la ergonomía de su transporte y disfrute, es la principal causa aportada por los tres proveedores consultados para lograr ese éxito, que auguran duradero.

La ecuación es simple: si cada vez se utiliza más la bici en ciudad, y las viviendas y comunidades de vecinos no disponen de un espacio adecuado o suficiente para guardarla cómodamente, aumenta también la necesidad y demanda de una bicicleta que pueda ubicarse en el mínimo espacio posible, y es ahí donde entran de lleno las plegables.

Inicios complejos

Los comienzos de este tipo de bici fueron complicados, ya que casi nadie apostaba por ella, tal y como manifiesta **Carlos E. Bengtsson**, Director de Marketing de Avantum: "vendemos bicis plegables desde nuestros inicios, hace siete años. Al principio incluso éramos vistos como 'bichos raros'". **Luis Pérez de San Román**, Propietario de Velimsa, Distribuidora de Dahon, explica sobre ello que "cuando empezamos, se nos miraba mal, pensando: 'ya están estos, como siempre, con cosas raras... es algo ya inventado y pasado de moda', etc. Desde luego, pocos confiaban en ellas hasta el 'boom', que empezó en Barcelona en 2003".

Por su parte, **Koos Kroon**, fundador de Bike Tech, distribuidora de Brompton, asegura que "apostamos por la firma en un momento en el que no había ninguna otra marca de plegables en España. Ahora, todo el mundo se ha apuntado a este artículo, y lanzado sus modelos".

Los entrevistados comentan que, si al principio era difícil conseguir volumen de ventas y crecer, por la falta de usuarios, ahora tampoco

es fácil, por lo contrario: se ha masificado la oferta, algo que siempre va acompañado a de un descenso de la calidad, y de la proliferación de tiendas virtuales, con un servicio postventa prácticamente nulo que perjudica la imagen del segmento.

Bengtsson destaca varias marcas entre las que componen su cartera: "las plegables que más vendemos son las de Beixo, gracias a su transmisión por cardán, mucho más limpia y estética que la tradicional; seguida de Bike in a Bag, la primera que incluyó una bolsa de transporte; y de Blanch Marine, cuya fortaleza permite que aumentar el peso máximo del usuario a 120 kilos".

La bici urbana, en general, y la plegable en particular, es vista como una gran oportunidad de mercado entre los consultados, al haber pasado de ser una moda a ca-



El modelo Compacto de Beixo plegado.

imagen del ciclista, pasando del 'ecologista marginado' de hace años al 'ciudadano 'cool'', sano y concienciado de ahora.

La tipología de bicicleta urbana por excelencia

"Dentro de todos los tipos de bicis, la plegable va a ser, si no lo es ya, la urbana por excelencia", afirma el interlocutor de Brompton, mientras que el Director de Marketing de Avantum cree que "se trata de un artículo que tiene una connotación de ocio y de transporte, más que deportiva, y eso ayuda a que cada vez se diversifique más la tipología de sus usuarios, y, lógicamente, aumente su demanda".

La portabilidad también para las eléctricas

■ La portabilidad frente al mínimo esfuerzo, ese es el dilema de las plegables eléctricas. El mero hecho de incorporar un motor hace que el peso de la bici se incremente de manera sustancial, y por tanto pierda atractivo ante los usuarios que tienen que llevarla a mano, cosa que no ocurre para los que disponen de un lugar donde guardarla y la transportan en coche, que sí pueden valorar la posibilidad de pasear sin cansarse tanto.

Desde Dahon aseguran que "estamos esperando a que ese nicho de mercado evolucione un poco más. Actualmente tenemos disponible un nuevo modelo con tecnología japonesa muy novedosa, de 3 velocidades, bastante alta de gama y de precio, pero no nos hemos atrevido a volver a hacer de 'conejiillo de indias', aunque seguro que acabaremos teniendo esta tipología en nuestro catálogo. El peso y la batería están en continuo perfeccionamiento".

Por su parte, en Avantum comentan que "todavía no tenemos bicis eléctricas en nuestra oferta. Creo que tienen futuro, y que hay mucha gente interesada en ellas, pero todavía no se ha dado el boom que movilice a todos, tiendas y clientes. Por ello es un segmento que está evolucionando más despacio que el resto. Además, requiere una mayor infraestructura para su mantenimiento, más laborioso que el del resto". □

si una necesidad. Los motivos son los ya conocidos: sensibilización ecológica, densidad del tráfico, coste del combustible, preocupación por la salud, etc. Todo ello ha llegado a cambiar la

La actual situación del mercado es calificada en general como 'de crecimiento sostenido', con distintas opiniones sobre el impacto del Bicing, aunque todos coinciden en que el futuro es halagüeño. **Kroon** indica que "el pasado año tuvimos que bajar los precios de Brompton para promocionar las ventas, tras un 2008 complicado, y ha funcionado, ya que ahora mismo la demanda supera a la fabricación".

Pérez de San Román considera que "el mercado de las plegables va hacia arriba, pero últimamente el crecimiento se ha concentrado en ciudades como Valencia y Zaragoza, ya que Barcelona y otras han caído por el Bicing. El crecimiento va a continuar, pero no multiplicando por cinco, sino con posibilidades de subir un 40%, que no está mal, pero aplicando mucho esfuerzo y teniendo acierto". En este sentido, **Bengtsson** comenta que "se van a ampliar los perfiles del usuario urbano, un público potencial que abarca al 100% de los que viven en la ciudad".

Innovaciones tecnológicas adaptadas a la demanda

En lo referente a las mejoras técnicas, estéticas y ergonómicas, **Luis Pérez de San Román** opina que "antes las bicis 'flexaban' más, pero ahora son más rígidas. El cambio de marchas de cassette ha sido una buena incorporación, ya que antes quedaba muy cerca del suelo. También ha mejorado la calidad de los cierres, la rigidez del cuadro y la dirección, y las transmisiones adaptadas, que ayudan a incrementar el rendimiento, en todos estos ámbitos, nuestra marca Dahon obtiene muy buenas notas".

Según concluye, finalmente, **Carlos E. Bengtsson**, "las marcas de calidad no tenían muchos problemas de rigidez y portabilidad. Actualmente, es importante la aparición de manillares ajustables en altura, que permiten una posición más recta, incluso en las plegables de rueda pequeña. En cuanto al peso, creo que no se puede bajar de los 11 kilos, puesto que cualquier disminución iría en menoscabo de la comodidad, algo que priorizo frente a la tecnicidad". □