

La "burbuja" de las bicicletas se pinchó: las ventas y los precios se derrumban

Con el fin de la pandemia, la demanda cayó hasta 50%. Un modelo que costaba \$ 100.000 en 2021 hoy se lo consigue en 65.000.

El furor por las bicicletas decayó con el fin de las restricciones del Covid 19.



02/08/2023 16:57

- [Clarín.com](https://www.clarin.com)
- Economía

Fueron furor durante la pandemia. A tal punto que había que reservar con mucho tiempo de anticipación para conseguir un modelo, o incluso algún repuesto. Pero con el fin de las restricciones, **la burbuja de las bicicletas llegó a su fin.**

Fabricantes, distribuidores y comercios aseguran que **las ventas se desplomaron hasta 50% con respecto a 2020 y 2021**, y que los precios se contrajeron drásticamente en comparación con aquellos años felices para el sector.

El distribuidor y empresario Nicolás Muszkat llama a este reacomodamiento abrupto del mercado como **un "efecto látigo"**. Históricamente, en el país se despachaban entre 800.000 y 1 millón de unidades al año. **En la pandemia se alcanzó el récord de 1,3 millones.** "Para este año se estima que se colocarán **alrededor de 600.000**", grafica. Por este motivo y por necesidad de liquidar stocks,

los precios cayeron fuerte. **"En Europa y los Estados Unidos, las rematan"**, añade Muszkat.

La industria de las bicicletas es muy diversa y fragmentada. Está compuesta por 25 grandes armaduras, entre ellas Dalsanto (Raleigh y KTM), Vairo, Osfrei (Zenith y Pivot), La Emilia (Motomel), Aurora, Olmo, Newsan, Peretti (SLP), Enrique, Tomaselli, Walher, Karabitian (Venzo), Pereyra (Sars) y López (Topmega). Y una extensa red mayoristas, distribuidores y **alrededor de 5.000 pequeños talleres y bicicleterías de barrio.**

La fiebre de las bicicletas atrajo nuevos jugadores al mercado: supermercados, fabricantes de electrónicos, de motos y hasta algunos comercios **se animaron a lanzar franquicias** (Golden Bike, Bike Club, Bora Bikes y Planet Bike, entre otras). Hoy el negocio, en esta "nueva normalidad", afronta el desafío de recuperar el interés de la gente, **que masivamente volvió a usar el transporte público.**

"En la pandemia, andar en bicicleta era una de las pocas actividades permitidas. Y también como medio de transporte. **Ahora compite con otras actividades recreativas**, como los deportes grupales", señala Estrella Pereyra, dueña de una empresa radicada en Santiago del Estero, que fabrica y distribuye bicipartes en el interior del país.

La empresaria aclara que la caída de la demanda no fue generalizada. **"El segmento más afectado son las de gama baja, es decir, las más baratas"**, asegura. En Los precios de los modelos de entrada parten de los \$ 60.000; las de media gama cuestan entre \$ 200.000 y \$ 400.000; y las premium oscilan **entre los \$ 1,5 millones y pueden trepar hasta los \$ 5 millones.** Un párrafo aparte para las eléctricas, cuyos valores oscilan entre los \$ 500.000 y los US\$ 10.000.

"El mercado hoy está por debajo de los niveles de la prepandemia. **Pero las ventas cayeron en todo el mundo**, y en algunos países, en forma muy pronunciada", explica Fernando Ferreira, titular en la Argentina de la marca americana Specialized, una de las más reconocidas a nivel global

El ejecutivo sostiene que las proyecciones que se barajaban en la industria estaban errados, y que el bajón "agarró a todos, fabricantes y comercios, **con mucho stock**

de insumos y bicicletas". Ferreira ejemplifica que en Dubai, **"una marca de altísima gama lanzó una promoción de 2 x 1**, es decir, comprate una y llevate otra de regalo".

La gran novedad es que se suman otras empresas al negocio. Al igual que el fabricante de motos La Emilia (Motomel, Benelli, Suzuki), el grupo Iraola acaba de incursionar en el mercado de bicicletas con su marca de bandera: Corven. En pocos días más sumará a Zanella al catálogo, con la idea de competir en la gama media y alta. El responsable del área, Felipe Luongo, sostiene que **las ventas en la Argentina cayeron mucho más que en otros países de la región**, como Colombia, Ecuador, Uruguay y Chile.

"Lo que ocurrió es muy raro. **Hoy estamos un 15% por debajo de los niveles de la prepandemia**. Antes había alta demanda pero no teníamos mercadería. Actualmente ocurre todo lo contrario: hay mercadería pero sin demanda", comenta. El cambio de tendencia se tradujo en una caída muy fuerte en los precios. Luongo subraya que **"el mismo modelo que en 2021 costaba \$ 100.000, hoy se consigue en \$ 65.000**. Esto incluyendo la inflación acumulada en el período", sorprende.