

► Un distribuidor madrileño que prioriza criterio, servicio y especialización urbana

Moto Urban se presenta como un distribuidor especializado que ha construido su identidad desde criterio, selección de producto y una relación cercana con el cliente urbano.

Criterio urbano

Hablamos con Antonio Moreno para entender cómo Moto Urban ha construido un modelo sólido basado en criterio, especialización urbana y servicio cercano, combinando marcas de referencia, selección honesta y una relación con su clientela madrileña.

Desde hace más de una década, Moto Urban ha construido su identidad a partir de una idea muy clara, basada en vender equipamiento con criterio, conocimiento real del producto y una relación honesta con el cliente, sin artificios ni discursos impostados. Al frente del proyecto está Antonio Moreno, fundador y responsable del negocio, que trasladó al mundo de la moto todo lo aprendido durante años en la gran distribución, pero adaptándolo a una escala mucho más personal. **“Aquí no soy un asalariado, aquí me juego mi dinero y eso te obliga a pensar muy bien cada decisión”**, explica.

De la idea al espacio

El proyecto arrancó en 2011 en un local más pequeño, situado a pocos metros del actual, con una ambición clara pero sin prisas. El crecimiento fue constante y el espacio pronto empezó a quedarse corto, lo que llevó al traslado a la ubicación actual, con más de 200 metros cuadrados a pie de calle y una distribución amplia y muy abierta. **“Yo necesitaba un sitio donde el producto respirara, donde pudiera**

tener stock sin que el cliente se sintiera agobiado”, recuerda Antonio, consciente de que una buena exposición también es parte del servicio. Ese espacio permite hoy trabajar con profundidad categorías clave como el casco, donde conviven marcas de referencia como Arai, Shoei, LS2, HJC o Momo Design, gestionadas con una política de stock muy medida.

Urbana por convicción

El posicionamiento de Moto Urban se ha mantenido fiel desde el inicio y gira alrededor del equipamiento urbano entendido en sentido amplio, con distintas gamas de precio y un estándar de calidad muy definido. No se busca cubrirlo todo, sino hacerlo bien. **“No somos una tienda de circuito ni queremos serlo, nuestro cliente es urbano y sabe lo que quiere”**, afirma Antonio. Ese cliente, habitualmente de perfil medio alto y con experiencia, valora tanto el diseño como la durabilidad, y no compra por impulso. Al mismo tiempo, una parte importante combina el uso diario con motos trail de gran cilindrada, lo que explica una selección contenida de ropa trail. **“No es**

“Moto Urban es un distribuidor que demuestra que especializarse, seleccionar bien y escuchar al cliente sigue siendo la mejor estrategia comercial.

nuestra especialidad, pero si el cliente confía en nosotros, tenemos que darle una respuesta coherente también cuando sale de viaje”.

Selección con sentido

Ese criterio se traslada de forma natural a la ropa y al calzado. Junto a una presencia muy visible de Belstaff, la tienda trabaja con marcas que encajan en el uso urbano real, como Tucano Urbano, Alpinestars o Spidi, combi-



Marcas premium como Belstaff adquieren un papel relevante, entendidas como una inversión a largo plazo con prendas atemporales.



Un claro ejemplo de esa vocación de servicio a su cliente es la de este expositor que concentra equipamiento para proteger a los más pequeños de casa.



El proyecto nace en 2011, impulsado por la experiencia previa de Antonio Moreno en gran distribución y su voluntad de aplicar ese aprendizaje al mundo moto.



El casco constituye uno de los pilares del negocio, gestionado con stock racional y marcas de referencia adaptadas a distintos estilos, usos y presupuestos reales.



La tienda mantiene coherencia incorporando una selección limitada de equipamiento trail, pensada para clientes que combinan uso urbano habitual con viajes puntuales.

El valor del servicio

Más allá del equipamiento principal, los accesorios tienen un papel claramente complementario dentro del negocio, pensados para completar la compra y resolver necesidades concretas del día a día. Candados, soportes o trajes de agua forman parte de esa oferta secundaria que acompaña al producto principal sin desviar el foco. En paralelo, el airbag ha ido ganando peso de forma progresiva, especialmente en un entorno urbano donde la simplicidad es clave. **“Esto es seguridad y no puede fallar ni complicarle la vida al cliente”**, defiende Antonio, que apuesta por sistemas fiables y fáciles de usar.

Esa filosofía se extiende al servicio, entendido como una parte esencial del negocio que tam-

El vaquero, una revolución silenciosa

Durante años, el pantalón vaquero para moto fue un producto incómodo, mal ajustado y poco adaptado a la fisonomía y al uso real del motorista urbano. Hoy, esa percepción ha cambiado por completo gracias a una evolución técnica muy clara en tejidos, cortes y homologaciones, hasta convertirlo en una prenda clave del equipamiento diario.

En Moto Urban trabajan este producto desde marcas que han sabido interpretar esa transición, como By City o Spidi, con vaqueros que combinan estética de calle, elasticidad y una protección impensable hace poco. Las fibras técnicas, como aramida o Cordura, ya no aparecen en capas rígidas, sino integradas en un único tejido, mejorando confort y libertad de movimiento. Las homologaciones AA, antes reservadas a productos mucho más caros, se han normalizado, y los cortes se adaptan mejor a la silueta, evitando protecciones mal colocadas. **“Ahora es un pantalón que te puedes poner todo el día, sin pensar que vas protegido”**, sentencia Moreno.



El diseño del espacio forma parte del servicio, ya que facilita una experiencia de compra cómoda, ordenada y coherente incluso con un stock elevado y muy diverso.

bién cuenta con un potente portal de venta online. **“Yo quiero que el cliente se vaya satisfecho; si una marca me da problemas, sale de la tienda”**, afirma. Desde la venta por internet hasta gestos poco habituales, como entregar personalmente un pedido en el aeropuerto, Moto Urban ha construido su reputación sobre la confianza y el trato directo. 📍

www.motourban.es