

# COMERCIO DE BICICLETAS CON TALLER

**Los contactos favorecerán la atracción de clientes.  
 Su destreza los retendrá**

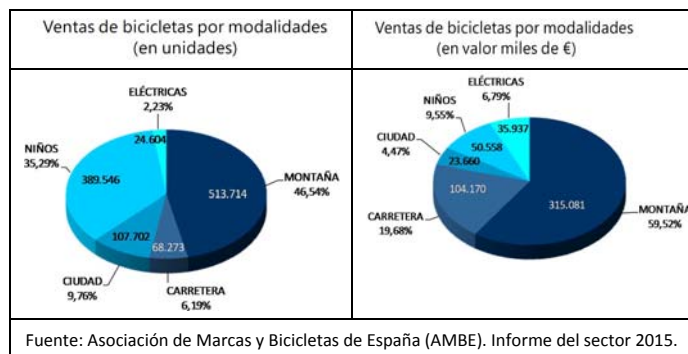


## 1. El negocio

Este proyecto describe un negocio dedicado a la venta bicicletas, componentes (recambios) y accesorios (textil, calzado, cascos, electrónica y otros). Al mismo tiempo, ofrecería servicios para su reparación y mantenimiento. En función de las preferencias del emprendedor o de las características del entorno, la orientación de este negocio podría adoptar ciertos matices. En este sentido, podría especializarse en ciclismo de montaña o de carretera, aunque lo más usual es comercializar ambos tipos. Asimismo, en cuanto al primer tipo de bicicleta, también conviene exponer que existen diferencias en virtud del uso. Por lo que se encuentran bicicletas de montaña para *trail*, descenso, *rally* o *XC*, y *enduro*. También merece comentar que existen bicicletas para niños, para uso en ciudad y eléctricas. Como servicio complementario, algunos negocios de este tipo también disponen de bicicletas destinadas a su alquiler.

La Asociación de Marcas y Bicicletas de España (AMBE), presentó en el año 2015 su segundo estudio de mercado sobre *El Sector de la Bicicleta en España*. Uno de los aspectos tratados en el informe hace referencia a la escasa madurez del sector, por lo que han surgido nuevas marcas nacionales y ha aumentado la presencia de marcas extranjeras en el mercado. A pesar de la situación económica actual, la facturación del sector, tanto en la venta de bicicletas como de componentes y accesorios, se ha incrementado en los últimos años. Igualmente, el número de negocios que comercializan productos de ciclismo se incrementó en un 8,74% durante el año 2015.

Según dicho estudio, “de las 1.103.839 bicicletas vendidas en España en 2015, un 46,54% correspondieron a la modalidad de Montaña, mientras que un 35,29% las concentró la categoría Niño”. En términos de valor, las bicicletas de montaña aportan al sector “el 59,52% de las ventas totales”, las bicicletas de carretera el 19,68%, las bicicletas de niño el 9,55%; las eléctricas alcanzan casi el 7% del mercado; y las de ciudad no alcanzan el 5%.



A lo anterior hay que añadir los factores políticos y sociales que favorecen la venta de bicicletas. Entre otros, las administraciones públicas están adaptando sus ciudades al tránsito de este tipo de vehículos; gracias a la influencia de otros países europeos, las bicicletas son observadas como un medio de transporte alternativo, esto es, más respetuoso con el medioambiente y más económico en su uso y mantenimiento que los vehículos a motor; los estilos de vida saludable se están extendiendo en Europa, y el ciclismo puede complementar su adopción por parte de los individuos.

## 2. El local

En cuanto a la ubicación del local, es preferible que se encuentre en un espacio geográfico con gran afluencia. El horario de apertura al público en el sector suele ser entre 9.00-14.00 y 17.00-20.00 de lunes a viernes, y sábados de 9.00-14.00. No obstante, se pueden ver modificados según las necesidades del cliente.

La ubicación de este negocio es un fuerte condicionante para captar a los clientes en su zona más próxima, ya que normalmente son de ámbito local o, como mucho, provincial. Otro factor importante en la captación de nuevos clientes es el boca a boca, la experiencia en la zona, la calidad y la garantía ofrecidas.

El local poseerá una superficie mínima de 80 m<sup>2</sup> distribuidos en: tienda (30 m<sup>2</sup>); almacén (15 m<sup>2</sup>); taller (30 m<sup>2</sup>); y aseo (5 m<sup>2</sup>). En cualquier caso, habría que decidir entre alquilar o comprar el establecimiento. Para este último, la inversión inicial se elevaría de forma considerable. Si se opta por el alquiler, será importante negociar la renta mensual en función de la zona. La mayor parte de los asesores recomienda, en principio, esta elección para evitar problemas de liquidez, sin descartar la compra en un futuro. En todo caso, esta decisión dependerá de las posibilidades del emprendedor y de los riesgos que se estén dispuestos a asumir.

## 3. Equipamiento y plantilla

Para adecuar el local a un uso de máxima funcionalidad y habitabilidad, al tiempo que se cuidan todos los detalles estéticos que transmitan imagen de calidad, es necesario incurrir en un coste de acondicionamiento del local, interno y externo, que dependerá del estado en que se encuentre. A ello se añadirían los costes relativos a la licencia de obra y los costes del proyecto. El importe total podría estimarse entre 5.000 y 15.000 euros, en virtud de si el local necesita una remodelación completa o tan solo una obra de mejora. Adicionalmente, se deberá disponer de las correspondientes licencias municipales y cumplir con las condiciones higiénicas y de seguridad exigidas por la legislación vigente. Finalmente, es habitual tener que abonar una fianza de dos meses en caso de alquilar el local.

Será necesaria una mínima inversión inicial en existencias que permita disponer de cierta variedad de productos (10.000 euros), así como de catálogos que permitan compras bajo encargo. A ello se añadiría el mobiliario necesario y utensilios de taller (4.000 euros). Además, conviene tener un equipo informático completo (PC con conexión a Internet, impresora, escáner, software básico) cuyo coste puede suponer 2.500 euros brutos.

Por último, se recomienda hacer una previsión de primeros gastos de la actividad. Estos comprenderían el alquiler, los suministros, los costes de personal (calculado para dos autónomos a percibir 1.000 euros netos al mes cada uno), otros gastos comerciales y de servicios externos. Para un mes podrían alcanzar los 3.500 euros. En consecuencia, durante los primeros tres meses interesa un fondo económico que permita sufragarlos (10.500 euros), en caso de que la actividad precise de un periodo de tiempo para generar los ingresos necesarios.

## 4. La competencia

En el análisis de la competencia hay que distinguir algunos tipos de competidores:

- Tiendas de bicicletas. Se trata de competidores con similares características de producto, tamaño y oferta de servicios. Aquellos a los que conviene prestar especial atención serán los situados en la misma zona de influencia. Por tanto, se recomienda estudiar la ubicación para saber qué hace la competencia ya establecida y buscar una diferenciación.
- Cadenas multideporte (Decathlon, Forum Sport, Sport Zone, Sprinter, etc.) y grandes superficies (El Corte Inglés, Carrefour, etc.). Estos competidores comercializan marcas generalistas y marcas propias a precios económicos. Además, suelen ofrecer servicio de reparación y taller.
- Aquellos portales de Internet que ofrecen la posibilidad de adquirir los productos de este sector vía *online* están ganando relevancia. Algunos de los competidores anteriores también pueden disponer de esta modalidad.

A la hora de competir es fundamental ofrecer un buen trato, calidad y garantía al cliente, así como cumplir con los plazos establecidos. Lograr una buena reputación puede suponer la mayor ventaja competitiva.

Igualmente, disponer de un buen servicio de taller y de reparaciones, puede generar una significativa ventaja en diferenciación.

## 5. Estrategias

El desarrollo de una estrategia busca la consecución de una ventaja competitiva que permita una mejor posición en el mercado y fidelizar a los clientes. Los tres tipos genéricos de estrategia competitiva son:

- **Liderazgo en Costes.** Afrontar menores costes que los competidores permitirá ofrecer servicios más baratos, o al mismo precio y conseguir mayor margen de beneficio. Ajustar los costes del local y del personal ayudaría en esta estrategia.
- **Diferenciación.** El negocio puede poseer una singularidad difícil de encontrar en sus competidores (asesoramiento, precios, calidad, rapidez, etc.).
- **Especialización o Segmentación.** Consiste en atender las necesidades particulares de una modalidad ciclista concreta (p.e. de carretera, de montaña, de paseo, infantil, etc.). De este modo, la empresa puede atender más eficientemente a su nicho de mercado.

### NORMATIVA APLICABLE

- [Ordenanza Municipal Reguladora de la Publicidad Exterior mediante carteles, carteleros o vallas publicitarias.](#)
- [Ordenanzas Reguladoras de Tributos y Otros Ingresos.](#)
- [Orden PAT 1452/2004, de 3 de septiembre, por la que se regula el Libro de Sugerencias y Quejas de la Administración de la Comunidad de Castilla y León.](#)
- [Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias.](#)
- [Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal.](#)
- [Decreto 109/2004, de 14 de octubre, por el que se regulan las Hojas de Reclamaciones de los Consumidores y Usuarios.](#)
- [Ley 7/1996, de 15 de enero, de ordenación del comercio minorista.](#)
- [Ley 31/1995, de 8 de noviembre, de prevención de Riesgos Laborales.](#)

### TRÁMITES A LLEVAR A CABO

- Los generales para todas las empresas de nueva creación. Ver Ficha de negocio 1 (formas jurídicas).
- Comunicación de Inicio o Puesta en Marcha de Actividad en el Ayuntamiento.
- Solicitud de Licencia de Obras al Ayuntamiento, si procede.
- Cambio de titularidad de la licencia, cuando se alquile un local que así lo requiera.
- Medidas contra incendios, acceso de minusválidos, insonorización, espacios reservados, etc.
- Solicitud de cartel identificativo.
- Cumplir normativa aplicable, especialmente en cuanto a condiciones y garantía de seguridad e higiene, accesibilidad, protección contra incendios, protección acústica y vibraciones, e instalaciones técnicas y fontanería.

### FICHA TÉCNICA

- **Negocio:** dedicado a la reparación y comercio de bicicletas, sus componentes y accesorios.
- **Sector:** servicios (comercio).
- **Requisitos administrativos generales:** libro de visitas, solicitud de CIF, alta en el IAE, en IVA, IS o IRPF, legalización de libros (en caso de constituir sociedad), inscripción en Seguridad Social.
- **Inversión:** a partir de 42.000 euros se puede financiar la reforma del local, las existencias iniciales, la infraestructura y los primeros gastos.
- **Personal mínimo:** una o dos personas.
- **Formación requerida:** conocimientos básicos del sector y del ciclismo.
- **Superficie:** un establecimiento con superficie a partir de 80 m<sup>2</sup>.