



Madrid, 29 de mayo de 2018

ASOCIACION TIENDAS ESPECIALISTAS DE BICICLETAS

• Los 3 principales **Objetivos** de ATEBI:

1. Representar y defender los intereses de los comercios especialistas de ciclismo ante los organismos públicos y los diferentes actores sectoriales: Actuando como “Lobby”.
2. Fomentar la práctica deportiva y el uso de la bicicleta en todas sus vertientes.
3. Potenciar la profesionalidad y la eficiencia de sus miembros Asociados.

La asociación quiere dotar a todos sus Asociados de un sello representativo: Marca de garantía de calidad, de buena reputación, de confianza para los proveedores y consumidores.

OBJETIVOS DE CALIDAD NO DE CANTIDAD

Se antepondrán aspectos como la calidad, la profesionalidad, el rigor y que se respeten unas reglas de juego en las que se defiendan los **intereses conjuntos** de las tiendas de ciclismo.

ATEBI debe agrupar a las tiendas más representativas avaladas por su trayectoria/experiencia y por su nivel profesional.

ALCANZAR LAS ‘100 TIENDAS TOP’ DE ESPAÑA (ya somos más de 50 puntos de venta)



Principales acciones inmediatas

- Captación de tiendas asociadas que compartan los criterios de ATEBI.
- Elaboración de un Estudio de Mercado que refleje la situación actual de las empresas/tiendas especializadas del sector de la bicicleta, accesorios y componentes, para poder tomar las medidas oportunas internamente y también de cara a nuestros proveedores, con datos reales y concretos.
- Interlocución y dialogo con las marcas y proveedores.
- Fomentar y potenciar la formación de los profesionales del sector.
- Trabajar la unificación de los epígrafes ahora existentes en nuestro sector (impuesto sobre actividad empresarial). Estudiar la correcta aplicación de los convenios colectivos, que regulan las condiciones laborales de los trabajadores del sector.

Porqué necesito Asociarme

"Estoy bien como estoy y para qué necesito una asociación que me represente y me respalde"

Nunca habíamos llegado al actual nivel de degradación en el margen de explotación de nuestros negocios.

Está claro que, el canal de venta, como lo conocemos hasta ahora está cambiando....Venta directa de marcas y distribuidores, venta de Internet e igualmente habrá cambios en los horarios comerciales, hábitos de consumo, tendencias y modas, etc.

La pregunta es:

¿Queremos seguir como hasta ahora y quedar a la espera que los acontecimientos nos vayan llegando e incluso que nos sobrepasen, o **queremos formar parte activa de este cambio**, inevitable y predecible y unificar aptitudes y criterios frente al deseo unilateral de nuestras marcas y distribuidores habituales?

Solo podremos intentar conseguirlo unidos desde una Asociación de Tiendas fuerte



PUNTOS FUERTES

- Somos sus clientes finales y los prescriptores de las marcas que queremos vender.
- Tenemos el contacto directo con el cliente, consumidor, comprador.
- El BIKE está de MODA, en auge y con proyección de futuro.
- El cliente, todavía necesita y quiere desplazarse, ver, tocar y probar el producto.
- Disponemos del servicio técnico, imprescindible para el mantenimiento del producto final.
- Tenemos los locales comerciales, puntos de venta físicos repartidos por todo el país.

PUNTOS DÉBILES

- Nula interlocución colectiva con las Marcas
- La demanda está creada, las bicis se venden y eso puede hacer cambiar el modo en el que se llega al cliente final.
- Funcionamos en muchos casos de forma desorganizada (campañas, eventos, etc.).
- Recelo de nuestra competencia.
- Falta de previsión.
- En algunos casos poca profesionalización y adaptación a las nuevas tecnologías.

Hoja de Ruta de ATEBI 2017-2019

Año 2017 / 2018

- Estudio sectorial/asociativo de viabilidad.
- Constitución de la asociación y redacción de sus estatutos por parte de los promotores.
- Elección de la Junta Directiva y sus cargos de representación.
- Régimen económico

Ahora estamos aquí

- Estudio y captación a nivel nacional de asociados potenciales.
- Definición de objetivos y valores que aportan los asociados
- Recursos Humanos
- Logo, imagen, redes sociales y página web de la Asociación
- Organización y celebración de la 1ª. Asamblea General (Contacto con posibles patrocinadores)

Hoja de Ruta de ATEBI 2017-2019

Año 2018 / 2019

- Diagnóstico de la situación del sector.
- Análisis fortalezas / debilidades; amenazas y oportunidades
- Líneas estratégicas de actuación: asociados, clientes, otros agentes sectoriales, administración pública, medios de comunicación y sociedad.
- Decálogo de principios de actuación.

Año 2019 y ss.

- Estudio para la implantación de un sello de calidad.
- Unificación de un epígrafe sectorial.
- Estudio de un posible convenio colectivo propio (que incluya la titulación de mecánico de taller de bicicletas).
- Interlocución con otras asociaciones internacionales.

CONCLUSIONES FINALES

- ATEBI debe ser el interlocutor y única voz que represente al sector.
- ATEBI debe priorizar los intereses comunes y buscar las ventajas que favorezcan al colectivo.
- Debemos potenciar la relación con las marcas y proveedores, buscando sinergias que mejoren en calidad y cantidad el mercado del comercio minorista de venta de Bicicletas y Accesorios.
- Realizar un estudio sectorial que nos sitúe e identifique en el mercado del “Bike” para beneficiarnos del mismo a nivel interno y poder utilizarlo de cara al exterior.
- Hoy por hoy el canal de venta de bicicletas y accesorios sigue siendo la tienda especializada y debemos mantener y fortalecer esta situación mediante acciones que generen confianza.
- Entablar relación con la Administración Pública, para participar en la toma de decisiones que atañen a nuestro sector y colaborar en el fomento del uso de la bicicleta.

GRACIAS POR VUESTRA ATENCIÓN !!!!

