



### Cecilia Fernández

client manager de Postventa  
del sector Auto de TNS

cecilia.fernandez@tnsglobal.com

# Posventa, escenario marcado por la competitividad

En los últimos años se está configurando un nuevo escenario en el mercado de la posventa del automóvil en España, debido principalmente a la crisis económica, que produce un incremento de la competencia entre canales y un reajuste de las políticas de servicios y promociones.

**El nuevo escenario de la posventa** está caracterizado fundamentalmente por una fuerte caída en las ventas, la previsión de un descenso importante del parque automovilístico, la disminución de la tasa de retención de las redes oficiales y la búsqueda intensiva de ahorro por parte del automovilista. Estos aspectos, que analizaremos a continuación con más detenimiento, tienen como principal consecuencia un fuerte incremento en la competencia entre canales y un importante reajuste de las políticas de servicios y promociones de los próximos años.

En relación al descenso del parque automovilístico, la posventa tiene frente a sí, y a corto plazo, un parque considerablemente menor y más envejecido. Centrándonos en los turismos de hasta diez años (el parque más activo en posventa) nos encontramos con que, en 2012, este parque en España será de 12 millones de turismos, lo que supone dos millones menos de los que había en 2007. Además, en 2007 se incorporaron 1,4 millones de turismos al mercado mientras que, en 2010, las ventas fueron de medio millón menos. De esta manera, la caída de las ventas de los últimos años influye claramente en la posventa, ya que incorpora cada vez menos vehículos "nuevos" al mercado.



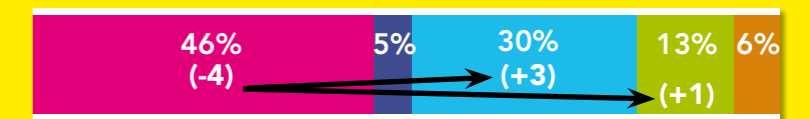
La caída del parque de turismos influirá inevitablemente a la posventa en los próximos años.

**CONSUMIDOR AHORRATIVO.** Sin embargo, no es este el único elemento que va a transformar el escenario de la posventa. Como consecuencia de la crisis, los automovilistas, además de reducir la compra de vehículos, incorporan comportamientos de ahorro en la posventa.

Así, el 40% está intentando ahorrar en el mantenimiento y reparación de su vehículo. Las principales vías de ahorro utilizadas son el retraso de las reparaciones y la búsqueda de talleres más baratos. A lo largo de 2010 observamos evoluciones diferentes en estas dos opciones. En un primer momento, el automovilista retrasa al máximo la intervención, pero esta opción no puede alargarse indefinidamente y la búsqueda de un taller más

## PARTICIPACIÓN DE LAS INTERVENCIONES POR CANAL (PARQUE A 10 AÑOS)

Red oficial Otras redes oficiales Talleres independientes  
Cadenas especializadas Automantenimiento



El taller independiente gana posiciones frente al concesionario

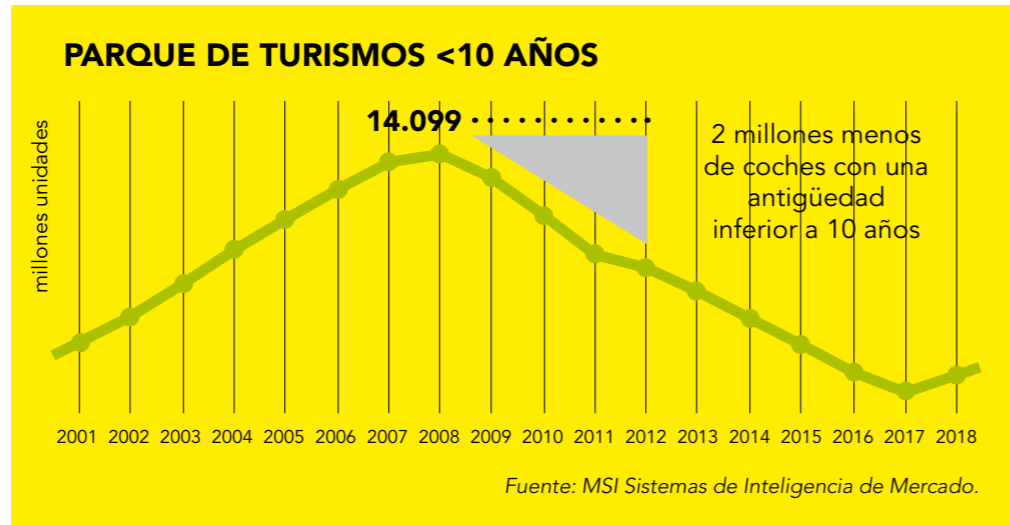
Fuente: TNS.

En 2012, el parque de turismos de hasta diez años en España alcanzará los 12 millones de unidades, dos menos que en 2007

barato es la opción que se consolida e intensifica. Esto provoca una fuerte competencia entre canales por ofrecer un servicio posventa al menor precio.

¿Qué ocurre en esta coyuntura con las redes oficiales de las marcas? El aumento de la competitividad genera una situación complicada para el taller oficial, que ha perdido en los dos últimos años ocho puntos en su tasa de retención o porcentaje de intervenciones realizadas en el parque a diez años. Esto significa que, de 2008 a 2010, las redes oficiales han asistido a un millón de coches menos,

De 2008 a 2010, las redes oficiales han asistido a un millón de coches menos, aunque existen importantes diferencias por marcas



encontrándose importantes diferencias por marcas. Esta tasa de retención se ve principalmente afectada a partir del tercer año de antigüedad del vehículo, momento de ruptura en el que finaliza la garantía para la mayoría de marcas y en el que la red oficial reduce su porcentaje de intervenciones hasta el 57%.

**REPARTO DEL MERCADO.** De esta manera, nos encontramos con que las redes oficiales cuentan con la mayor cuota de mercado en posventa (el 46% en 2010) pero se ven seriamente amenazadas por el crecimiento del taller independiente, que actualmente cuenta con una cuota del 30%. Este competidor no sólo es fuerte en términos cuantitativos frente a la red oficial (absorbe tres de los cuatro puntos que ha caído ésta), sino que además cuenta con una estructura de intervenciones con un perfil generalista muy similar al de la red oficial. Por el contrario, el tercer actor del mercado de posventa, la cadena especializada, cuenta con una participación bastante menor (el 13% en 2010) y además tiene un

perfil claramente enfocado al cambio o reparación de neumáticos.

En definitiva, los agentes que intervienen en la posventa, ya sean redes oficiales, talleres independientes o cadenas especializadas, deben tener en consideración que se presenta frente a ellos un escenario muy diferente al actual, al que tendrán que adaptarse si quieren salir reforzados.

Si ya el Reglamento 461/2010 y, sobre todo, la caída de las ventas, erosionó fuertemente el mercado cautivo del taller oficial en los dos primeros años, ahora encontramos un importante descenso del parque previsto a corto plazo y fuertes medidas de ahorro entre los automovilistas, que generan una situación de gran competitividad.

Ante esta situación, cabe preguntarse quién será el agente que saldrá reforzado y qué estrategias tendrá que utilizar para ello. Lo que no cabe duda es que el mayor beneficiado será el usuario del servicio de posventa, el automovilista. ◀

# Programa de Iluminación Bosch. Dé luz verde a su negocio

125 Años **Bosch**  
1886-2011



**Todo el programa del mismo proveedor.** Faros principales, luces traseras, faros adicionales, lámparas, faros de trabajo y faros giratorios. Para su taller, la comodidad de disponer de un programa completo y para su cliente, la satisfacción de poderle ofrecer la respuesta técnica Bosch más innovadora a cualquier necesidad.  
**Diagnosis y Componentes: sólo es posible con Bosch.**

**BOSCH**  
Innovación para tu vida