



**Antonio Mozas**

director  
de Asepa

amozas@asepa.es

# Talleres de V.I. autorizados versus independientes

**Los reparadores de vehículos industriales se enfrentan a sus particulares retos, como la relación con las marcas o su actualización y puesta al día. Todo ello en un contexto de reducción del parque (500.000 unidades) y del kilometraje medio anual (100.000 km) y con un cliente que busca abaratar la factura, repara lo imprescindible y demanda una mano de obra y unos recambios más económicos.**

**A diferencia de los turismos**, en el sector de la reparación de vehículos industriales, los talleres autorizados de marca son mucho más parecidos a los independientes de lo que se podría suponer a priori. El cliente de los camiones es mucho más práctico: quiere el servicio más rápido y de más confianza y normalmente no tiene prejuicios entre ambos tipos de talleres. Sin embargo, son estos mismos los que aprecian más las diferencias que hay entre ser un reparador autorizado de marca o uno independiente, con sus ventajas e inconvenientes.

Es cierto que en España los mayores talleres están ligados oficialmente a una marca. Es algo normal, pues las marcas siempre han buscado los mejores talleres y les han ofrecido incluso primas de fichaje para que dejaran de ser independientes o para robárselos a otra marca.

A partir de ahí, lo más importante de la relación marca-taller, en general con un concesionario de por medio, ha sido el soporte técnico, comercial y de gestión al que ha tenido la oportunidad de acceder el negocio de reparación. Por su parte, la marca consigue implantarse en una zona interesante para atender a sus clientes y lograr uno importante en el

**En España, una marca admite que la mayoría de la actividad de sus talleres autorizados sea con sus vehículos, pero en muchos casos este porcentaje no supera ni el 30%**

propio taller para venderle recambios. Si todo va bien, se establece una situación muy positiva para el trío marca-concesionario-taller, en la que todos ganan.

**EQUILIBRIO FUNDAMENTAL.** No es fácil mantener en todos los casos un buen equilibrio en esta relación. Son tres empresas diferentes y muchas veces con estrategias diversas en el mismo negocio, que exigen una mentalidad abierta de fondo que admita que todas ellas deban beneficiarse de la relación, porque si una de las tres no participara del beneficio común, el vínculo se rompería rápidamente.

Hoy en día, se ha avanzado mucho en esta relación con los talleres autorizados. Se ha pasado de una situación hace unos años en la que las marcas no sabían exactamente los centros que tenían en su red, a la actualidad, en que se da un trato preferencial a los reparadores, como debe ser. Y es así no sólo porque prestan servicio a los vehículos de la marca, sino por la relación comercial que se establece con las importantes compras de recambios que hacen los talleres y que comporta interesantes beneficios para la marca y para el concesionario.

Actualmente, con la vigente reglamentación europea que introduce el concepto de estándares cualitativos para las redes oficiales, las marcas han establecido un elenco de éstos que cubre los aspectos técnicos,



*El cliente del camión es práctico, quiere el servicio más rápido y de confianza y no tiene prejuicios entre talleres autorizados o independientes.*

comerciales y de gestión del taller. Estos benefician a todos, pero especialmente a los talleres, pues suponen unos objetivos a superar y muestran el camino a seguir para estar fuertes en el mercado de la reparación.

Por lo que respecta a los talleres independientes, son los más fuertes en su zona y con un fondo propio de comercio tan importante ante sus clientes que consiguen superar al respaldo que les pudiera dar una marca. También se dan en el caso de zonas con un parque de vehículos muy repartido entre todas las marcas y, sobre todo, si el dueño de ese taller no quiere someterse a lazos que coarten su convencia



Debe establecerse un equilibrio en la relación marca-concesionario-taller, en el que las tres partes ganen.

mentalidad de gestión independiente, sin querer dar cuentas a una marca y menos a un concesionario.

Pero, aparte de estos casos, los talleres independientes a veces corresponden a aquellos que se han quedado estancados en las reparaciones de frenos, de embragues...y poco más. Eso sí, ahora también tratan de aprovechar los mantenimientos y cambios de aceite que hace años se despreciaban.

En estos últimos casos, se aprecia la falta de soporte técnico, la obsolescencia de instalaciones o la insuficiente dotación de equipos de diagnosis. En definitiva, la falta de un futuro claro. Es verdad que, aunque los reglamentos europeos de la competencia les permiten disponer de la documentación técnica y de las herramientas específicas de las marcas, la realidad es que su coste lo hace inviable. Por otra parte, y a diferencia de los talleres independientes

## En los cinco años de crisis, el kilometraje medio anual de los camiones ha descendido de los 150.000 a los 100.000 km/año

para turismos, no se han conseguido lanzar con éxito redes de talleres de vehículos industriales asociados bajo un único logo.

**TODAS LAS MARCAS.** Hay algo en lo que coinciden los centros de reparación autorizados y los independientes: la orientación multimarca. Unos y otros atienden a todas las marcas, sin despreciar a ninguna, incluso cuando no escasea el trabajo.

Los talleres autorizados de una marca reparan los vehículos del resto, con la aquiescencia de ésta. En España, una marca se conforma con que la mayoría de la actividad del taller sea con sus vehículos, pero en muchos casos este porcentaje no supera ni el 30%. Se considera lo ideal si se pasa del 60% en nuestro país, pero en China he visto centros autorizados con menos del 10% de reparaciones de su marca.

En estos cinco años de crisis, ambos tipos de talleres la están soportando de forma similar y se siguen repartiendo el trabajo al 50% cada uno. Y eso que el sector de los vehículos industriales ha sido uno de los más afectados, con caídas de ventas del 90% y una reducción del parque hasta las 500.000 unidades. Además, los kilometrajes medios anuales de los camiones han descendido de 150.000 a 100.000 kilómetros. La crisis aumenta la edad media del parque, que está en torno a los diez años, y el 20% de los camiones ya tiene más de 15 años, lo que puede beneficiar a los talleres. ◀

Al servicio del instalador, todo lo necesario en recambios, componentes y accesorios para sus reparaciones

Desde 1978, firma propia en reconstrucción de embragues V.I., con amplio stock



<p><b>Embragues y transmisión</b></p>	<p><b>Dirección, Suspensión e Hidráulica</b></p>	<p><b>Frenos, Componentes, Ejes</b></p>
<p><b>Refrigeración y Climatización</b></p>	<p><b>Componentes de Motor</b></p>	<p><b>Sistemas neumáticos, Electroneumáticos</b></p>
<p><b>Cabina y Carrocería</b></p>	<p><b>Componentes, Equipamiento, Accesorios y Químicos</b></p>	<p><b>Sistema Eléctrico</b></p>

## Especialistas en Recambios para V.I.

Media Legua. Cañada de Lax • Complejo Industrial La Loma, Aptdo C93  
30585 Las Torres de Cotillas. Murcia • Tel. 968 387 043 • Fax 968 623 686  
Nueva delegación: P.I. Las Atalayas, C/ Chelín, 1 • 03114 Alicante • Tel. 965103885 • Fax 965113995



[www.grupopedreno.com](http://www.grupopedreno.com) • [info@grupopedreno.com](mailto:info@grupopedreno.com)

