



Ramón Marcos

presidente de Conepa (Federación Española de Empresarios Profesionales de Automoción)

conepa@conepa.org

El mantenimiento responsable va calando

Tras unos años en los que la crisis económica, fundamentalmente, ha ido reduciendo las visitas al taller para poner a punto el coche, parece que en 2015 se está invirtiendo esta tendencia y se está registrando cierta mejoría. Los mensajes a favor del mantenimiento responsable van calando entre los automovilistas españoles.

Es un placer escribir este artículo, resumido en el título que lo precede. Llevamos más de cinco años difundiendo, a través de diferentes acciones, la necesaria recuperación de la cultura del mantenimiento responsable que llevaba a los automovilistas del último tercio del siglo XX a acudir a los establecimientos de reparación, al menos, una vez al año, y siempre en la época de las vacaciones estivales, con la única finalidad de poner el coche a punto.

empezamos a salir, acabaron con esa sana costumbre que pasó a ser eso, un hábito, pero antiguo y superado.

Los talleres alertamos de que el estado del parque se iba deteriorando por momentos. Los datos de las ITV demostraron que teníamos razón... pero los usuarios seguían sin venir a nuestras instalaciones porque tenían otras prioridades en las que emplear sus limitados recursos.

Pese a eso, o precisamente por eso, desde Conepa seguimos considerando el mantenimiento



Los talleres han asumido su papel de asesores del automovilista.

Durante la primera mitad del año 2015 las operaciones realizadas en el sector han crecido

responsable entre nuestras principales prioridades. Estábamos seguros de que los esfuerzos realizados tendrían su fruto. Y ahora las cifras nos dan la razón: durante la primera mitad del año 2015 las operaciones realizadas en el sector han crecido y lo han hecho fundamentalmente porque ha habido más usuarios que han llevado su coche al taller, no porque una avería se lo exigiera, sino con el objetivo de revisar sus componentes para ponerlos a punto. Nuestra federación considera éste el dato más positivo que puede ofrecer al sector después de tantos años de crisis.

LABOR DE CONCIENCIACIÓN. Y, como es de justicia, tenemos que dar las gracias desde Conepa a los que nos han apoyado en esta labor de

concienciación, basada en dos puntales. Por una parte, la prensa. Gracias a ella, el concepto de 'cultura del mantenimiento responsable' difundido por nuestra federación ya es hoy un término genérico, utilizado ampliamente.

Por otra parte, los propios talleres que, siguiendo nuestros consejos, han decidido hacer suya esa misma comunicación y emplearla para intensificar las relaciones personales con sus clientes, asumiendo así su papel de asesores de los automovilistas y tomando confianza para desarrollar su propia política de marketing, algo que parecía imposible hace tan sólo unos años para la mayoría de las pymes del sector. ◀