

Diversificar para seguir adelante

La oferta de servicios más allá de la reparación se convierte cada vez más en una alternativa de futuro para los talleres, especialmente aquellos situados en los centros de las grandes ciudades. Sacar partido a unas instalaciones bien ubicadas es una estrategia que permite a estos reparadores diversificar ingresos y rentabilizar más su negocio.

El panorama para los talleres ubicados en los centros de las grandes ciudades no es muy alentador. Las autoridades los consideran un foco de contaminación, por lo que la presión sobre estos negocios es cada día mayor. Además, las restricciones del tráfico de ciertos vehículos por las zonas más céntricas irán en aumento en los próximos años, lo que supondrá una menor afluencia de vehículos por los alrededores de estas empresas.

Por otro lado, los modelos de negocio nacidos al calor de internet y las nuevas formas de movilidad pueden representar una interesante oportunidad para aquellos talleres que cuenten con un local bien situado en áreas del centro de las grandes urbes. Se trata de una ventaja que cada vez más empresas buscan para desarrollar su modelo de negocio y ofrecer sus servicios a los numerosos clientes que habitan estas zonas.

En este contexto, diversificar los ingresos más allá de la actividad principal de reparación y mantenimiento

Las instalaciones de los talleres urbanos pueden utilizarse para recargar coches eléctricos.



CAPTACIÓN Y FIDELIZACIÓN

Las nuevas formas de diversificación de ingresos para talleres deben contemplarse no sólo en su vertiente más directa, es decir, en la **obtención de dinero extra** por prestar un servicio adicional. También tienen que considerarse como posibilidades de **obtener beneficios indirectos** derivados de la captación de nuevos usuarios y la fidelización de los clientes que ya han acudido alguna vez al taller. Por ejemplo, en el caso de que **un taller se convierta en punto de entrega de paquetería**, contará con la oportunidad de recibir en sus instalaciones a nuevos clientes que, de otro modo, sería más difícil que pasaran por allí. También puede resultar un **buen servicio complementario** que ofrecer a sus usuarios habituales, que podrán contar con su **centro reparador de confianza** para prestarles un servicio que les facilitará considerablemente la vida.

Las alternativas de movilidad eléctrica permiten a los talleres establecerse como puntos de recarga de vehículos eléctricos

de vehículos es una interesante estrategia que cada vez más talleres contemplan con buenos ojos, especialmente aquellos con una visión empresarial más desarrollada, que fijan la mirada en el medio y largo plazo.

ENCHUFES MUY RENTABLES. Rentabilizar las instalaciones que ocupan los talleres urbanos es posible, gracias al surgimiento de nuevos modelos de negocio que han nacido para contrarrestar los efectos de las restricciones al tráfico rodado en algunas áreas.

En el caso de Madrid, los altos índices de contaminación ya han obligado a prohibir el estacionamiento en la almendra central a los coches propiedad de no residentes. Eso sí, este tipo de restricciones no aplica para vehículos de cero emisiones. Por este motivo, han surgido alternativas que ofrecen el pago por uso de coches eléctricos en la zona centro.

Una de estas empresas, Qem, trabaja en el desembarco del proyecto WISHI-Life en Madrid,

un servicio multiusuario de vehículos eléctricos que opera en Madrid que se paga por uso y se contrata a través del teléfono móvil. La necesidad de recargar estos vehículos les ha llevado a ponerse en contacto con la patronal de talleres de Madrid, Asetra, con el fin de buscar la colaboración de talleres situados en el centro y norte de la ciudad que puedan estar interesados en actuar como puntos de recarga.

El negocio para los talleres vendría de la mano no sólo de la tarifa que cobrarían por cada recarga, sino también por el mantenimiento y la reparación de estos vehículos, así como su limpieza y lavado para que se encuentren en perfectas condiciones cuando un usuario vaya a conducir uno de ellos. Además, les permitiría ofrecer un servicio de movilidad a sus propios clientes y rentabilizar horas en las que las instalaciones permanecen inactivas, como por ejemplo las nocturnas.

Respecto a la inversión que requiere poner en marcha este nuevo servicio, desde Asetra explican que se trata sobre todo de instalar las conexiones eléctricas necesarias para efectuar las recargas e incorporar personal que se encargue de recoger los vehículos en la calle y llevarlos a las instalaciones del taller para rellenar sus baterías a cualquier hora los siete días de la semana.

Este tipo de negocio también requiere adaptar los flujos de trabajo en el taller, que se pueden ver afectados por esta actividad. Asimismo, es necesario disponer de los metros cuadrados necesarios para que la recarga de vehículos eléctricos se pueda efectuar con comodidad y que no afecte a la actividad principal del taller, es decir, la reparación y el mantenimiento de vehículos.



El auge del ecommerce ha favorecido que surjan nuevas fórmulas de recogida de paquetes.

Por el momento, los negocios de reparación más interesados en participar en este negocio se corresponden con grupos de concesionarios que gestionan talleres de distintas marcas, así como cadenas de mecánica rápida con varios puntos de servicio en el centro de la ciudad. Sin embargo, es muy posible que el resto de actores les siga una vez que haya visto en funcionamiento el sistema y las ventajas que puede aportar a sus negocios.

PUNTOS DE RECOGIDA. Además de los servicios que requieren dedicación 24/7, existen otras posibilidades para los negocios situados en los centros de las ciudades que se pueden explotar en horario comercial. Se trata de actuar como soporte para una tendencia que crece exponencialmente: el

comercio electrónico puramente online, que carece de puntos de contacto físico con sus clientes.

Aunque una gran parte de los pedidos realizados a tiendas online se entrega en el domicilio del cliente mediante mensajería, cada vez más tiendas online promueven la logística de pedidos a través de tiendas de conveniencia. Para ello, existen varias empresas que se encargan de entregar los paquetes en establecimientos que elige el cliente, el cual la mayoría de las veces no se encuentra en casa cuando llega el mensajero y necesita poder recoger su pedido fuera de su horario laboral en un punto cercano.

Los talleres situados en los centros de las ciudades tienen en empresas como Kiala, Mondial Relay o



Punto de recarga de un vehículo eléctrico.

La entrega de paquetes en puntos de conveniencia es otra alternativa para que los talleres logren ingresos extra

Celeritas una oportunidad para acceder a este tipo de servicios complementarios a su actividad principal. En este caso, los puntos de recogida de paquetes suelen cobrar una tarifa por paquete entregado.

Aunque la gestión de un local en el centro de una ciudad acarrea ciertos inconvenientes para los negocios de reparación de vehículos, es indudable que esa situación supone también una serie de ventajas competitivas importantes. Como la afluencia de posibles clientes podría descender en el futuro debido a las restricciones de tráfico, no está de más explorar nuevas maneras de rentabilizar las fortalezas derivadas de contar con unas instalaciones en pleno centro. ◀