

Carlos Azofra

Editor de InfoCap

Las 10 razones del taller optimista

El importante crecimiento del parque automovilístico, la revitalización del mercado de segunda mano y el aumento de la media anual de kilómetros recorridos por vehículo son factores objetivos que juegan a favor del taller. Aunque no se pueda negar la existencia de condicionantes que frenan en parte su actividad, el mercado arroja datos para la esperanza y ofrece oportunidades a los mejor adaptados.

El taller español puede y debe afrontar su futuro con optimismo. Existen factores que juegan claramente a su favor, aunque ya no todo sea tan sencillo como ponerse a esperar a que los clientes hagan cola en la puerta. Por eso, el taller debe hacer una segunda lectura del contexto en el que se desenvuelve su actividad para identificar las áreas de crecimiento y conformar una oferta de servicios que esté a la altura de lo que demandan los usuarios.

1. AUMENTA LA MATERIA PRIMA: EL AUTOMÓVIL. Se calcula que en los últimos cinco años el parque de automóviles ha crecido cerca del

20%, a razón de medio millón de vehículos por año, un dato espectacular en comparación con otros países europeos. A más parque rodante, más "pacientes" que atender en el futuro, a pesar de que la mayor fiabilidad de éstos juegue en contra.

2. CRECE EL MERCADO DE VEHÍCULOS USADOS. La llegada masiva de inmigrantes es una de las principales causas –aunque no la única– del florecimiento del mercado de vehículos de segunda mano. El incremento del peso de las hipotecas en el gasto de las familias ha reducido la renta disponible para la adquisición de vehículos nuevos (VN), que en algunas regiones ya arroja cifras inferiores a la de

Se calcula que en los últimos cinco años el parque español de automóviles ha crecido cerca del 20%, a razón de medio millón de vehículos por año

V.O. No es de extrañar que los expertos prevean que en 2007 se consolidará la caída de matriculaciones registrada en 2006 (1%), tendencia que según parece se mantendrá durante al menos una década. Si la edad media del parque español es de sólo 7 años, lo que implica la existencia de muchos coches en período de garantía –base del negocio de las redes de marca–, en la medida en que se alargue la vida útil del automóvil, antes de su paso por el desguace, el sector de la posventa será el gran beneficiado.

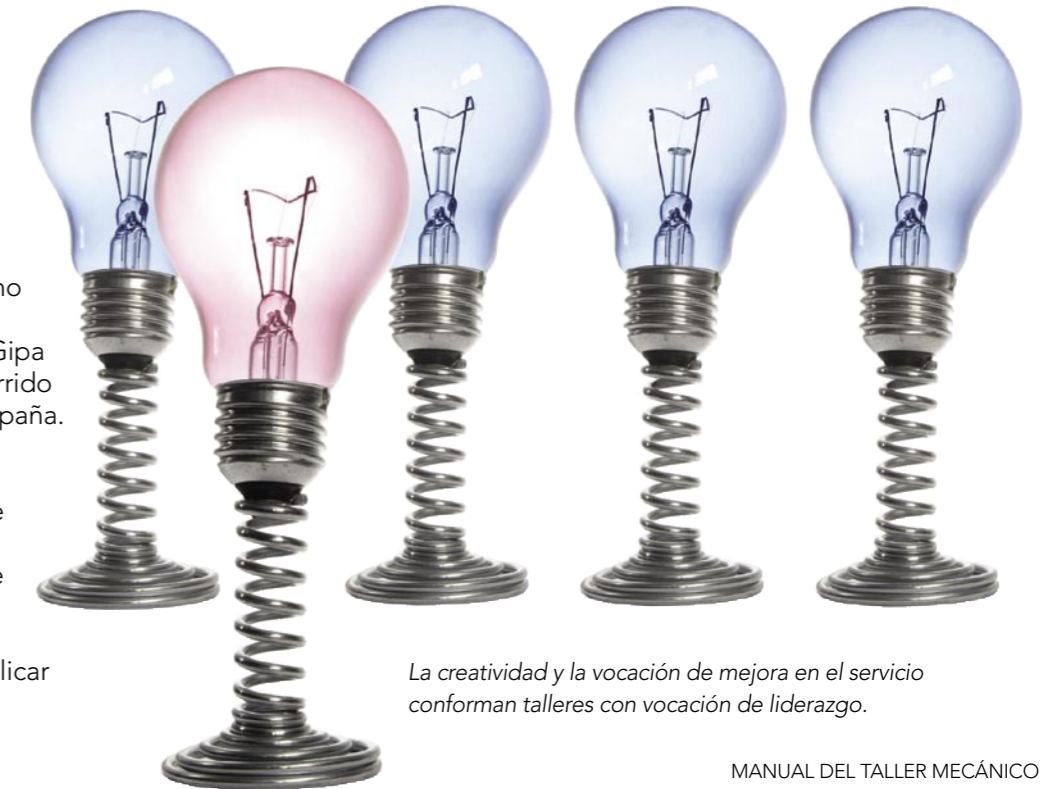
3. A MÁS KILÓMETROS RECORRIDOS, MÁS TRABAJO. El "efecto ladrillo" ha potenciado el desarrollo de nuevas áreas urbanas cada vez más alejadas del centro de las ciudades, en general inasequible para economías medias y el segmento más joven de la población. Aunque de forma paulatina mejoran las redes públicas de transporte para cubrir las demandas de los nuevos barrios periféricos, este fenómeno ha multiplicado el kilometraje recorrido y el número de vehículos en el núcleo familiar. Gipa ha establecido en 13.240 kilómetros el recorrido medio anual que realiza un automóvil en España.

4. AUMENTA EL PARQUE DIÉSEL. Sigue la tendencia hacia la dieselización de parque automovilístico. Una buena noticia para el taller, según los expertos, dado que el vehículo diésel realiza por lo general más kilómetros y sus reparaciones y operaciones de mantenimiento suelen implicar un gasto superior a la media.

5. BAJA EL PESO DE LAS MARCAS CLÁSICAS.

En un mundo cada día más globalizado, el peso de las marcas clásicas del mercado español está descendiendo, sobre todo a favor de las gamas de origen asiático, que ya suponen, en concreto, el 12% del parque. Estas "nuevas" marcas no cuentan con una red de concesionarios tan extensa, lo que implica buenas oportunidades de posventa para el resto de reparadores, ya sean de marca o independientes.

6. LA CLIMATIZACIÓN, EN AUGE. Casi el 80% del parque español de automóviles posee sistemas de climatización, porcentaje que habrá de crecer, puesto que el 99% de los vehículos ya lo incluye en su equipamiento original. El aire acondicionado implica un negocio creciente, no limitado a operaciones de carga, sino referido a las operaciones de diagnóstico y sustitución de componentes.



La creatividad y la vocación de mejora en el servicio conforman talleres con vocación de liderazgo.

TALLERES MULTIMARCA, CON TODAS LAS DE LA LEY

Después de tantos años de desprestigio, costará un tiempo hasta que cambie en el automovilista la idea de que, para conservar la garantía, sólo puede reparar u mantener su vehículo en la red oficial de la marca.

El Reglamento de Distribución del Automóvil 1400/2002 permite a cualquier taller realizar cualquier operación de posventa sin menoscabo de la garantía otorgada a su cliente por el constructor de vehículos. Aunque su efecto en el mercado ha sido mínimo, dado que la población desconoce sus derechos en la materia, a medio o largo plazo el taller multimarca se verá beneficiado por la legitimación que supone esta normativa, que obliga además a las marcas de automóviles a proporcionarle la información técnica necesaria para reparar sus modelos.

A este respecto, DaimlerChrysler, Toyota, Fiat y General Motors se han comprometido recientemente a transferir a los talleres independientes toda clase de informaciones sobre los coches que fabrican, de manera que éstos estén en las mismas condiciones de repararlos que sus concesionarios. A cambio, la Comisión Europea ha clausurado la investigación que seguía sobre dichas marcas por limitar la competencia. Dicho organismo comunitario condidera que la posición de los talleres multimarca "está siendo erosionada" y que por eso son "menos capaces de ejercer una presión competitiva sobre las redes de reparación de los propios fabricantes de coches". Buena noticia para el taller multimarca.

7. EL BOOM DEL NEUMÁTICO. El neumático es el único elemento en contacto con el asfalto. Aunque su calidad va en aumento, su duración no se ha visto especialmente alargada, en claro contraste con el aceite, cuyos cambios ya pueden planificarse en muchos casos cada 30.000 kms... El mayor kilometraje recorrido y el aumento del parque rodante, que cada vez requiere referencias de mayores prestaciones, han cimentado un negocio floreciente para los reparadores especialistas. Al no ser un producto complejo, la sustitución de cubiertas es una vía de desarrollo del negocio relativamente accesible. El cambio de neumáticos acapara el 20% del dinero que mueve el sector del mantenimiento y la reparación. Renunciar a uno de cada cinco euros del presupuesto de los clientes parece, de entrada, poco razonable, sobre todo si se tiene en cuenta que, en comparación con otras especialidades, no se requieren grandes inversiones.

8. OTRAS OPERACIONES QUE SUBEN. Como tendencia subyacente, ha bajado la tasa de

sustitución de algunos elementos, si bien, de forma paralela, crece el coste de los mismos. El más vivo ejemplo está en el aceite: al alargarse el período de sustitución, ha bajado su volumen en litros, aunque el precio medio ha aumentado espectacularmente gracias a las gamas sintéticas. Mientras sigue la caída en recambios como el escape y el amortiguador, otros suben paulatinamente: a la mayor demanda de referencias para vehículo diésel y artículos de naturaleza electrónica, se le une el crecimiento de los filtros para habitáculo, catalizadores y productos para el repintado, entre otros.

9. EL PRECIO NO ES DECISIVO. Aunque siempre habrá operadores que opten por diferenciarse vía precio, éste no supone hoy, en general, una variable decisiva. La cercanía al domicilio del automovilista, la rapidez de servicio, el asesoramiento profesional, la transparencia y la fiabilidad son variables muy valoradas por éste. El automóvil es una herramienta diaria de vital importancia y, en muchas ocasiones, no hay tiempo para comparar precios. El taller deberá, a su vez, valorar esta circunstancia en relación a sus compras y asegurarse de contar con distribuidores de

El taller debe apostar escrupulosamente con todos los requisitos legales, como dar al cliente una hoja de recibí o una factura convenientemente desglosada

recambios que estén a la altura del servicio que demandan sus clientes. A veces buscar el mejor precio no significa ganar más si se pierde tiempo de reacción. Ganarse la confianza y la fidelidad del usuario no tiene precio.

10. FUNDAMENTAL EN LA SEGURIDAD

VIAL. La seguridad vial está de moda. Hasta el momento, la clase política gobernante ha hecho hincapié sobre todo en la responsabilidad del automovilista, que debe moderar la velocidad o limitar la ingestión de bebidas alcohólicas, además de insistir en el uso del cinturón. Y poco más. Trasladar al ciudadano toda la responsabilidad de la existencia de víctimas del tráfico puede valer durante un tiempo, mientras se consolida el efecto del carnet por puntos y la instalación de radares por las carreteras. Sin embargo, la responsabilidad del Gobierno sigue siendo muy alta. A la Administración le corresponderá invertir en la eliminación de puntos negros, a través de la mejora de la red de carreteras, y endurecer su exigencia para que los vehículos circulen en perfectas condiciones mecánicas.

El papel del profesional de la reparación es tan importante en la seguridad vial como el del médico de cabecera o el farmacéutico en la salud de la



El taller debe explotar sus ventajas competitivas para asentar un negocio próspero.

población. El papel de éstos últimos cada vez está más reconocido. Sin embargo, el profesional del taller está lejos de alcanzar un mínimo reconocimiento social, reconocimiento que han conseguido los mismísimos desguaces con su nueva condición de Centros Autorizados de Recuperación y Descontaminación (CARD). A medio y largo plazo, se hará necesario que la clase gobernante muestre voluntad política para incidir sobre las causas reales de los accidentes, por lo que es de esperar que el papel de las ITV sea cada día más importante, para detectar con mayor rigor y severidad, por ejemplo, el riesgo que plantea la existencia de amortiguadores desgastados. Los coches se salen de la carretera por algo. Y no sólo por una velocidad inadecuada o las razones de siempre. ◀