

LA NECESARIA ADAPTACIÓN DE LOS TALLERES INDEPENDIENTES

Juan Carlos Pérez Castellanos
Director General de VALEO SERVICE
División España.



El mercado posventa español ha experimentado profundas transformaciones en los últimos años que están condicionando el futuro de la reparación multimarca independiente. Cada día más exigente, este mercado requiere de una extraordinaria capacidad de adaptación porque son numerosos los cambios que en él se están produciendo.

Varias son las causas que están en el origen de esta nueva realidad :

- La evolución tecnológica que, con la incorporación de la electrónica ha modificado, profundamente, la forma de diagnosticar y de reparar los vehículos.
- El aumento de la fiabilidad de los componentes y el evidente rejuvenecimiento del parque en los últimos años que ha provocado una disminución del número medio de visitas a talleres.
- El nivel de equipamiento de los vehículos que cada día incorporan de serie un mayor número, de lo que antes llamábamos opciones.
- La “dieselización” del parque provocada no sólo por el aumento de la demanda de profesionales, sino también por factores demográficos como la migración hacia los extra-radios de las grandes ciudades como consecuencia directa del encarecimiento de la vivienda.
- La segmentación de la oferta de reparación y mantenimiento y, como consecuencia de ella, el desarrollo de diferentes formatos que aumentan la capacidad de elección de los automovilistas
- El consumidor cada día más informado y, en consecuencia, más exigente.
- La legislación que afecta a la organización del taller desde diversos ámbitos : medioambiental, protección del consumidor, reglamento 1400/2002. En cualquier caso, hay que relativizar los efectos de los cambios legales porque si bien es cierto que el legislador puede influir al definir las reglas del juego, la única sentencia irrevocable es la que dicta el automovilista cuando escoge el lugar para la reparación o mantenimiento de su vehículo.

A los pesimistas les sobran argumentos para explicar y justificar su situación, cada día más degradada en términos de clientes y facturación. Afortunadamente son muchos más los optimistas que saben interpretar correctamente las evoluciones del mercado, identificando las indudables oportunidades que éste ofrece y actuando de forma decidida para intentar capturar el mayor número posible.

No existe una receta mágica que permita afrontar este nuevo entorno de mercado con total garantía; no obstante, existen orientaciones que pueden ayudar en la toma de decisiones al taller multimarca independiente :

- Considerar que el taller es una empresa y que como tal debe ser gestionado.
- Orientar la empresa hacia el cliente y a través de una permanente escucha activa, entender y satisfacer sus necesidades y expectativas.
- Asumir que la realidad de su negocio y su auténtico valor añadido es la prestación de un servicio y, por consiguiente, que la mano de obra debe ser la fuente mayoritaria de sus ingresos.
- Invertir en el capital humano de la empresa como factor clave de diferenciación.
- Adecuar su oferta producto/servicio/precio a las expectativas de sus clientes.
- Potenciar una actividad de generación de tráfico en el taller a través de propuestas comerciales atractivas para los automovilistas.