

PROCESO ADMINISTRATIVO DEL TALLER.



La recepción del vehículo en el taller y atención al cliente, el análisis del vehículo para la correcta realización del presupuesto, la previsión de repuestos y materiales necesarios, la reparación y entrega del vehículo, componen entre otras las acciones que el taller debe de gestionar. La reparación, mantenimiento o sustitución de elementos del vehículo no puede entenderse sin toda la actividad paralela que se genera, actividad que podemos englobarla en un gran grupo denominado proceso administrativo del taller de reparación, que no deja de ser una denominación que separa lo que sería estrictamente la actividad directa de la reparación, o intervención sobre el vehículo.

Las funciones que generan la actividad de la reparación son independientes del tamaño del taller y de su volumen de trabajo, la diferencia entre unos y otros estri-

ba en la asunción de estas funciones por un número u otro de responsables, adecuando el volumen de trabajo a las posibilidades de las personas. No obstante la experiencia demuestra que los procesos administrativos y procedimientos organizativos gozan de una menor atención cuando el taller pertenece a una estructura pequeña.

Si los procedimientos técnicos aplicados en una reparación son determinantes para que ésta pueda considerarse técnicamente correcta y con un nivel de calidad aceptable, los procedimientos administrativos inciden de una forma directa en los resultados económicos del taller. Su importancia debería hacer que tales procedimientos formaran parte de la documentación escrita del taller y que fuera aceptada por los responsables de llevarlos a cabo.

La Recepción en el taller puede englobar la función

de atención al cliente y la de venta de la reparación. El recepcionista es la persona que da la bienvenida y junto con el aspecto general, orden y limpieza del taller contribuyen a transmitir al cliente la primera imagen y la confianza necesaria para que la reparación se lleve a cabo. "La primera impresión es la que cuenta".



Además de atender al cliente, es en esta fase inicial donde pueden ponerse en práctica algunas estrategias que mejoran la gestión y organización, y denotan un determinado nivel en los servicios prestados:

- Confección de una ficha del cliente como parte esencial de la base de datos del taller, directamente vinculado al vehículo o vehículos de su propiedad.
- Entrega al cliente de algún formulario del que extraer información sobre como a conocido nuestro taller, preocupaciones que pueda tener a cerca de la reparación de su vehículo, (el precio del servicio, la calidad de la reparación, el tiempo de estancia, etc.), quien va ha hacerse cargo de la reparación (compañía de seguros o él mismo) o incluso sobre el número de presupuestos que ha solicitado hasta llegar a nosotros.
- En esta fase la experiencia debe contribuir a estudiar al cliente, decidiendo en algunas ocasiones sobre el interés del trabajo.
- Puesta a disposición del cliente de un vehículo de sustitución o del servicio de traslado a su domicilio dependiendo de la ubicación del taller.

El cliente puede solicitar la reparación directamente o bien un presupuesto previo. Salvo que el golpe sea leve y no intervenga perito de compañía aseguradora, el vehículo quedará en depósito esperando la ejecución del

presupuesto, la peritación, y la reparación si fuese aceptado el presupuesto.

En todos los casos en que el vehículo quede depositado en el taller, tanto para la elaboración de un presupuesto como para llevar a cabo una reparación previamente aceptada, el taller entregará al usuario un resguardo acreditativo del depósito del vehículo, llamada hoja de recepción o resguardo de depósito. En los casos en que exista presupuesto, éste, debidamente firmado por el taller y el usuario, hará las veces de resguardo de depósito.

El usuario podrá desistir del encargo realizado en cualquier momento, abonando al taller el importe por los trabajos efectuados hasta la retirada del vehículo.

El encargo de la reparación sin un presupuesto previo no significa que se reduzca la gestión del taller, significa únicamente que tiene autorización del cliente para llevar a cabo la reparación. Independientemente de la solicitud del presupuesto por el cliente, siempre debe realizarse una perfecta previsión de todos los trabajos, repuestos y materiales necesarios para la intervención sobre el vehículo, esta previsión se documentará por escrito y será la herramienta fundamental para:

- La programación de producción y ejecución de la orden de reparación.
- El presupuesto o documento para el cierre de la venta al cliente (en su caso).
- La correcta relación de los pedidos de repuestos y materiales.
- El correcto análisis de los costes de la reparación.

Las ventas y presupuestos es una actividad administrativa esencialmente importante y por tanto puede ser objeto de estudio y seguimiento para conseguir mayor productividad de las personas encargadas de estas funciones. Este seguimiento puede hacerse a través del **porcentaje de ventas cerradas**.

$$\% \text{ ventas cerradas} = \frac{\text{Importe presupuestos aceptados}}{\text{Importe presupuestos realizados}}$$

PRESUPUESTOS (Importe en €)					
ORDEN	REALIZADOS	ACUMULADO	ACEPTADOS (VENTAS CERRADAS)	ACUMULADO	% VENTAS CERRADAS
1	600	600	0	0	0
2	1.500	2.100	1.500	1.500	71
3	84	2.184	84	1.500	69
4	1.235	3.419	0	1.500	44
5	2.000	5.419	2.000	3.500	64
120		78.000		39.000	50%

El ejemplo de la tabla podría referirse a la actividad presupuestaria de un taller durante el periodo de un mes. Supongamos el mes con 22 días laborables.

120 presupuestos : 22 días = 5,45 presupuestos por día

Suponiendo 30 minutos el tiempo de duración medio para la ejecución de un presupuesto, el tiempo invertido en presupuestos correspondientes a ventas perdidas se puede estimar en $5,45 \times 0,5 = 2,72$ horas / día.

$2,72 \times 22$ días laborables /mes = 59,8 horas/mes

Es decir 1,5 semanas correspondientes a ese mes fueron invertidas en presupuestos correspondientes a ventas perdidas.

Una forma de mejorar el porcentaje de ventas cerradas es el estudio del cliente en la fase inicial de recepción, la experiencia en ocasiones ayuda a determinar sobre el interés o no de realizar el presupuesto para un determinado cliente.

El presupuesto debe recoger la mayor información posible sobre la reparación. Los siguientes ejemplos ilustran dos formas distintas de entender la descripción de conceptos.

	Descripción	Tiempo (h)		Coste (€)	Coste total (€)
		Chapa	Pintura		
Chapa	Reparar lateral derecho	3	3	25	75
	Repuestos	-----		100	100
Pintura	Pintado lateral		2	25	50
	Material			50	50
	Total				275

	Descripción	Tiempo (h)		Coste (€)	Coste total (€)
		m.o.Chapa	m.o.Pintura		
Chapa	Sustituir aleta delantera dcha.	1		25	
	Reparar puerta delantera dcha.	1		25	
	Reparar pilar delantero dcho.	1		25	
	Total m.o. chapa	3		25	75
	Aleta delantera dcha			100	75
	Total repuestos	-----		25	100
Pintura	Pintado lateral		2	25	
	Total m.o. pintura		2	25	50
	Material			50	50
	Total				275

Las dos relaciones reflejan el mismo número de horas pero la segunda resulta más útil a la hora de analizar los resultados obtenidos sobre los realmente previstos. Otra ventaja más de un presupuesto descriptivo es que facilita el acuerdo entre el taller y la compañía aseguradora, haciendo más pequeños los desacuerdos que puedan existir.



Beneficios de la reparación.

Todas las partes de la reparación deben aportar determinados beneficios, estos deben ser conocidos por los responsables, con objeto de mantenerlos cuando sean aceptables y plantear objetivos de mejora cuando así se desee. La estructura de un presupuesto desglosado determinará las posibilidades posteriores del análisis económico.

Por último la persona responsable de la función de ventas, tiene como misión importante, explicar perfectamente la reparación y hacer que sea entendida por el cliente, en esta relación debe **“venderse” la reparación**, poniendo de relieve la capacidad técnica del taller y de su personal. ■

Funciones destacadas en la recepción y/o ventas

Trato amable, disposición a ayudar. Propiciar una buena imagen del taller

Obtención de la ficha de datos del cliente y su vehículo

Obtención de información específica sobre el cliente. Cuestionarios

Decidir sobre el interés del trabajo (mejora del % de ventas cerradas)

Elaboración de presupuestos descriptivos

Explicar la reparación al cliente. Vender el trabajo

Servicios al cliente. Vehículos de sustitución. Servicio de traslado