



Francisco Faura,
presidente de Cetraa

Aprovechar las oportunidades

El sector de la posventa en España está atravesando una grave crisis financiera que está cambiando, temporalmente, el mercado de la compraventa del automóvil. De ello resulta una oportunidad importante para que el taller de reparación se adecue a las expectativas de sus clientes.

A grandes rasgos, le recomiendo al taller que cuide al máximo la atención al cliente y que le ofrezca por escrito las garantías que pueda desear. En el orden interno, les digo a mis colegas que aprovechen todas las horas posibles para su formación técnica y traten de especializarse en alguna materia, porque nadie es capaz de realizar la inversión necesaria en equipos técnicos para atender a todo el parque.

Estos últimos años, se ha estado notando el desequilibrio entre oferta (mucha) y demanda (poca) de los servicios de posventa; empujadas por el consumismo y las aseguradoras con la aplicación de su vergonzoso (por ilícito) valor venal, las

reparaciones costosas eran el primer paso para achatar el vehículo. Ahora los clientes, más limitados en su capacidad de gasto, tienden a la reparación, si bien con ciertos límites económicos, pero exigiendo si cabe más calidad y garantías.

Por eso, el taller debe centrarse en conocer realmente su capacidad para conservar su clientela, dando

buen servicio a un coste muy ajustado. Y cuando digo buen servicio, no sólo me refiero a la amabilidad de trato, facilidad de gestión y rapidez de retorno del vehículo, sino también a la capacidad técnica de diagnóstico y aplicación de las mejores garantías que pueda aportar. Para eso, y ante la complicación tecnológica del automóvil, el taller debe especializarse con el apoyo de equipos técnicos específicos y cursos de formación para los responsables del taller y para los profesionales.

Para elegir qué especialidad seguir, el taller debe tener en cuenta el historial de sus clientes. Así, cabe revisar las facturas de los trabajos que le han encargado el último año y ver si las reparaciones las ha resuelto personalmente o ha debido acudir a los servicios de subcontratación que, aún siendo necesarios, si son muy frecuentes pueden desper-

sonalizar el servicio y la propia imagen del taller ante el cliente.

Además, el taller del siglo XXI debe tener la informática como aliada de base. El tan exigido acceso a la información técnica de los fabricantes de automóviles -y de recambios y componentes- pasa por una consecuente obligación, que es que el taller se adecue a los medios en que se puede facilitar. Y ese medio no es otro que la informática

Observo que muchos talleres, quizá porque sus responsables ya tienen cierta edad y no son duchos en la materia, cambian esa obligación profesional de estar al día por la práctica de subcontratar servicios con el taller de marca, que les facilita esa información conjuntamente con el recambio que le adquieren.

Obviamente, la colaboración con el taller de marca es muy necesaria y positiva, especialmente en los casos de cierta complicación técnica, donde nunca será rentable la inversión en tecnología que no pueda amortizarse en un plazo normal (cinco años) por la escasa demanda del servicio, pero lo ideal para el taller es que pueda resolver la gestión habitual de su cliente por sí mismo.

No me olvido de la organización económica. El taller debe ajustar su coste de producción (precio hora) al nivel óptimo, que le permita ser competitivo; no vale establecerlo en 38,00€ porque se ha visto que el vecino lo pone a 42,00€, ni ha de basarse en la compensación del gasto, aunque sólo facture la mitad de horas al día porque no tiene trabajo. Un índice correcto para calcularlo es una productividad del 80% del tiempo laboral previsto anualmente.

Una última petición: intégrese en su asociación provincial de talleres. Con ello, nos da más medios para defenderle eficazmente, sin los cuales quedamos al albur de lo que quieran los fabricantes de automóviles y los políticos a los que influyen. Sin una unión fuerte de los pequeños empresarios en un gremio y en Cetraa, el futuro de la independencia profesional es inviable, porque somos muy pequeños ante los que tienen intereses contrapuestos a nuestro colectivo. Tenemos una oportunidad de mayor competencia que va a pasar pronto; y debemos aprovecharla. ●

“El taller debe centrarse en conocer realmente su capacidad para conservar su clientela, dando buen servicio a un coste muy ajustado”