

TALLER MECÁNICO

Una buena ubicación y una adecuada especialización son las claves del negocio

1. El negocio

Según datos del INE, en España existen unos 45.000 establecimientos dedicados al mantenimiento y reparación de vehículos de motor. Evidentemente un gran número de los talleres de reparación existentes son propiedad de los concesionarios de las marcas comercializadoras de vehículos. Este tipo de talleres están especializados en los vehículos de su propia marca, constituyendo su reparación y mantenimientos más del 95% del total de intervenciones. En este sentido, parece difícil competir con estos talleres debido a su especialización en una determinada marca, pero también es cierto que suelen tener unos precios más elevados que los talleres independientes.

Dentro de la variada tipología de intervenciones que se realizan sobre los vehículos, las averías mecánicas son las más frecuentes, por lo que los talleres dedicados a ello son más numerosos que otros. Sin embargo, por la misma razón, habitualmente no son los más rentables debido a la gran competencia con la cuentan. Otras posibilidades son la especialización en carrocería, neumáticos, electromecánica, mantenimientos, etc. Lógicamente, de todos modos, un emprendedor que quiera abrir un taller lo debe hacer teniendo en consideración su formación. Uno de los pilares del éxito del negocio va a ser la ubicación escogida pues es constatable la existencia de oportunidades reales de negocio para abrir talleres de reparación de vehículos en determinadas zonas en los que una demanda de estos servicios no es cubierta por una oferta adecuada.

2. El local

La decisión de comprar o alquilar el local para el taller resulta de gran trascendencia. En caso de adquirir el local, la inversión se elevaría de forma considerable. Si se opta por alquilar, será importante negociar la renta mensual en función de la habitual de la zona. La mayor parte de los asesores recomienda en principio el alquiler para evitar problemas de tesorería, no descartando la compra en un futuro. En todo caso, tanto esta decisión como la que se refiere a la dimensión del local dependerán de las posibilidades y los riesgos que se estén dispuestos a asumir.

A la hora de escoger el local se debe tener en cuenta factores como el tamaño (un mínimo de 200 m²) y el espacio disponible, la iluminación, la ventilación, la facilidad de acceso y salida de los automóviles, etc., pues son aspectos que van a condicionar las posibilidades del negocio, las condiciones del trabajo y las posibles ampliaciones futuras. Así mismo, resulta conveniente escoger una ubicación en zonas transitadas, para darse a conocer mejor. Es habitual que los locales situados en las zonas urbanas se encuentren en los bajos de los edificios de viviendas, siendo común que existan columnas y otros elementos arquitectónicos que pueden condicionar negativamente la actividad del taller o la movilidad de los vehículos, por lo que escoger un local con una adecuada distribución tiene mucha importancia.



Otro aspecto importante en este sentido es la valoración de las reformas a realizar para llevar a cabo el acondicionamiento del local conforme a los requerimientos del negocio (espacio interior, puertas amplias, vados, fosos, etc.) y a la viabilidad económica de los presupuestos ofrecidos, así como a la legislación vigente.

3. Equipamiento y plantilla

El equipamiento que debe proporcionarse a un taller de reparación de automóviles varía sustancialmente en función de la actividad que lleven a cabo y de los servicios que se pretenda ofrecer. En lo que respecta al equipo básico de herramientas y máquinas que cada taller ha de poseer, según su especialidad, hay que seguir la normativa promulgada por el Ministerio de Industria en donde se regula el equipo mínimo exigible para conseguir legalizar el taller y poder inscribirse en el Registro Especial de Talleres de Reparación. La inversión inicial que supone la dotación de equipamiento (útiles y herramientas, prensa hidráulica, elevadores, bancos de trabajo y carrillos de transporte, dispositivos electrónicos, etc.), así como el acondicionamiento de un local como taller de reparación de automóviles (fosos, oficina, almacén, zonas de recepción, estacionamiento, espera, reparación, etc.) puede rondar los 60.000 € para un taller de pequeño tamaño.

Un taller pequeño puede ser gestionado en exclusividad por su propietario, sobre todo los especializados en algún segmento del mercado (neumáticos, frenos, direcciones, etc.). No obstante, este tipo de negocio, dependiendo de su tamaño, suele requerir del trabajo de otros mecánicos y de diverso personal de apoyo. En todo caso conviene tener claro que la calidad del servicio que va a ofrecer el taller y la consiguiente fidelización de los clientes van a depender directamente de la formación de todos los que en trabajan en el mismo, por lo que ésta tiene que ser continua y adecuada. La cantidad de profesionales mecánicos es bastante abundante y no suele haber problemas para contratar personal, por lo que es labor fundamental escoger de forma adecuada a los empleados y mantener a los mejores, aún a costa de elevarles los salarios.

4. La competencia

La composición de la competencia de un taller de reparación de automóviles viene conformada no sólo por el conjunto de otros talleres independientes, de mayor o menor tamaño, sino también por los talleres pertenecientes a los concesionarios oficiales de los fabricantes de vehículos, los cuales suelen contar con mejores infraestructuras y maquinaria y herramientas más modernas y actualizadas. Por el contra, un taller independiente compite mejor en precio, pues estos habitualmente son más ajustados.

De todos modos, la existencia de una oferta bastante amplia en este sector, hace que, para poder competir mejor, sea habitual la apuesta por la especialización, tanto en determinadas marcas de automóvil como en la tipología de reparación que se oferta (chapa y pintura, neumáticos, frenos y direcciones, cambios de aceite y otros mantenimientos, etc.)

Otras maneras de competir pasan por diferenciarse de alguna manera de otros talleres ampliando los horarios de apertura (en respuesta a las necesidades de los clientes) o incorporando nuevos servicios (venta de productos y accesorios, seguimiento personalizado de clientes y vehículos, colaboración con otros profesionales, etc.).

5. Estrategias

Una ventaja competitiva permite tener una mejor posición que los rivales para asegurar a los clientes. Existen muchas fuentes de ventajas competitivas (ofrecer el servicio con mayor calidad, lograr menores costes que los rivales, tener una mejor ubicación, etc.). La estrategia competitiva consiste en el modo en que la empresa obtiene una ventaja. Los tres tipos genéricos de estrategia competitiva son:

- **Liderazgo en Costes.** El taller tiene unos costes menores que sus competidores, por lo que puede ofrecer sus servicios más baratos.
- **Diferenciación.** El taller de reparación oferta un servicio que se diferencia de algún modo de los de la competencia (mayor calidad, mayor número de servicios, mayor flexibilidad de horarios, una atención personalizada, etc.).
- **Especialización o segmentación.** Consiste en centrarse en un nicho de mercado, de modo que el taller puede atender más eficientemente al conjunto de potenciales clientes (p.e. carrocería, mecánica, mantenimientos, cambio de neumáticos, etc.).

FICHA TÉCNICA

- **Negocio:** Empresa cuya actividad es la reparación y realización de labores de mantenimiento de vehículos.
- **Sector:** Servicios.
- **Requisitos administrativos generales:** Declaración censal de alta de obligaciones fiscales (IAE, IVA, IRPF...), de Seguridad Social y laborales. Licencias municipales (ambiental, obras y comunicación de inicio de actividad).
- **Inversión:** A partir de 60.000 euros se puede financiar la reforma del local más el equipamiento y los primeros gastos.
- **Personal mínimo:** El número de personal mínimo para un taller pequeño será de una persona, variando en función del tamaño, las horas de apertura y los servicios ofrecidos.
- **Formación requerida:** Conocimientos de mecánica del automóvil y formación actualizada y continua sobre los servicios que se ofrecen.
- **Superficie:** Se puede montar un taller de reparación en locales desde 200 m².

TRÁMITES A LLEVAR A CABO

1. Los generales para todas las empresas de nueva creación. Ver Ficha de negocio 1 (formas jurídicas).
2. Comunicación de Inicio o Puesta en Marcha de Actividad en el Ayuntamiento.
3. Elaboración del Proyecto Técnico de la Instalación.
4. Inscripción en el Registro Industrial.
5. Inscripción en el Registro Especial de Talleres de Automóviles.
6. Inscripción en el Registro de Pequeños Productores de Residuos Peligrosos en la Consejería de Medio Ambiente de la Comunidad Autónoma y contrato con una empresa autorizada para la retirada de residuos peligrosos.
7. Informe de Valoración de Suelos.
8. Cumplimiento de la L.O.P.D. (protección de datos), si se van a manejar datos de carácter personal.