

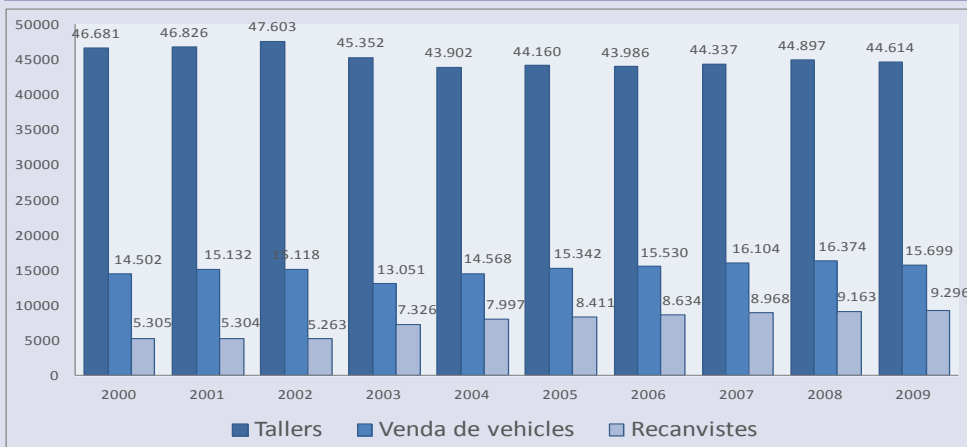
CONTEXT SECTORIAL

El sector de servicis d'automoció de la UE estava integrat l'any 2009 per quasi 730.000 empreses, les quals donaven treball a aproximadament 2.500.000 persones.

Per subsectors d'activitat, el de tallers de reparació va acaparar el 57,36% de les empreses del sector a la Unió Europea (UE), seguit pel de venda de vehicles (27,07%) i el de recanvistes (15,28%). En termes de treball generat, el subsector amb major importància a la UE va ser el de tallers, en el qual es va donar treball al 42,37% del personal empleat en el sector.

A Espanya, el subsector de tallers ha patit oscil·lacions des de l'any 2001 fins al 2009. Durant el 2002 es va produir una disminució del 4,73%, disminució que va continuar durant l'any següent, tot i que en menor proporció. L'any 2004 el nombre de tallers es recupera lleument, al igual que durant el 2006, amb un manteniment en termes considerablement estables durant el període 2007-2009, amb un lleuger repunt en els dos primers anys i un xicotet descens l'any 2009 (taxa de creixement igual a -0,63%).

Nombre d'empreses del sector de servicis d'automoció per subsectors, Espanya, 2000-2009 (unitats)



Font: Directori Central d'Empreses (DIRCE). Institut Nacional d'Estadística (INE)

DAFO

AMENACES	OPORTUNITATS
- Rapidesa del canvi en les tecnologies de l'automòbil - Forta competència i rivalitat	- Increment del parc automobilístic - Nou reglament de distribució de vehicles automòbils - Obligació per a tots els automòbils de passar la Inspecció Tècnica de Vehicles (ITV) - Aparició de nous nínxols de negoci - Incorporació de les noves tecnologies de la informació
PUNTS FORTS	PUNTS FEBLES
- Elevat associacionisme - Àmplia capacitat d'oferta de servicis - Possibilitat de fidelitzar mitjançant la variable servici - Flexibilitat i capacitat d'adequació a l'entorn	- Dificultat de trobar personal format - Pressió del factor tecnològic. - Dèficit en la implantació de polítiques empresarials (qualitat, màrqueting, recursos humans, etc.) - Carències en gestió i política comercial - Percepcions errònies sobre el sector

ANÀLISI DE LA DEMANDA

Dimensions del mercat

No existeixen dades publicades sobre les dimensions de mercat dels tallers de reparació d'automòbils des del punt de vista de la demanda, de manera que en el seu lloc s'analitzarà des del punt de vista de l'oferta.

Així, segons l'Institut Nacional d'Estadística (INE), l'any 2007 els tallers de reparació de vehicles d'Espanya van facturar 11.818,36 milions d'euros.

Una altra forma de valorar les dimensions de mercat és a partir del nombre d'automòbils existents, que segons l'Anuari Estadístic General de la Direcció General de Trànsit era a la Comunitat Valenciana de 3.330.288, dels quals el 71,58% corresponen a turismes, principals demandants dels teus servicis.

Clients

Es pot dir que un taller de reparació d'automòbils té tres tipus de clients potencials:

- Particulars que posseeixen un vehicle
- Empreses que disposen de flotes de vehicles (comercials, transport de mercaderia, etc.)
- Companyies d'assegurances que tenen concerts amb tallers pera recomanar-se'ls als seus assegurats.

ANÀLISI COMPETITIVA A LA COMUNITAT VALENCIANA

L'any 2009 la Comunitat Valenciana estava entre les primeres Comunitats Autònomes quant a nombre d'empreses en els diferents subsectors de l'automoció, només superada per Andalusia, Catalunya i Madrid.

Segons el Directori Central d'Empreses (DIRCE) de l'Institut Nacional d'Estadística (INE), l'any 2009 hi havia a la Comunitat Valenciana 4.974 tallers.

València és la província que ostenta un major nombre de tallers de reparació de vehicles, amb el 50,04% del total. Per darrere estan Alacant i Castelló amb el 37,70% i el 12,26% respectivament.

El taller tipus a la Comunitat Valenciana adopta principalment les formes jurídiques de Societat Limitada o Autònom, posseeix una facturació que oscil·la entre els 120.000 i els 144.000 euros, sol tindre una plantilla formada per menys de tres assalariats i el seu local té aproximadament uns 350 m2 de superfície.

QUINS SERVICIS PUC OFERIR ALS MEUS CLIENTS?

SERVICIS BÀSICS	SERVICIS/PRODUCTES COMPLEMENTARIS
- Reparacions mecàniques - Reparacions elèctriques - Reparació de carrosseries - Instal·lació de recanvis i accesoris - Reparació d'accessoris - Revisions ordinàries - Llavat, poliments, ruixada i pintura - Reparació, instal·lació i substitució de pneumàtics - Remolc i assistència en carretera	- Entregues urgents en determinades reparacions - Amplitud d'horari - Atenció sense cita prèvia - Servicis d'avís (recordatori de pròxima revisió reglamentària del vehicle, informació sobre la reparació: Import, data d'arreglada...) mitjançant les noves tecnologies: missatge de text o Internet

CARACTERÍSTIQUES BÀSIQUES DE L'EMPRESA TIPUS

CNAE 2009	4520
IAE	691.2.
Condicció jurídica	Societat Limitada / Autònom
Facturació mitjana	149.408 euros
Localització	Zones urbanes o industrials Cal que siguen zones ben comunicades, amb aparcament i facilitat d'accessos
Personal i estructura organitzativa	Dos emprenedors i un aprenent
Instal·lacions	Local de 350 m2 amb recepció, una xicoteta oficina, 200 m2 de xapa i pintura i 120 m2 de mecànica
Clients	Particulars i empreses
Ferramentes promocionals	Boca en boca, reclams publicitaris (encenedors, calendaris de butxaca, etc.), anuncis en directoris comercials i, en determinades ocasions, també patrocini d'equips esportius de la localitat
Valor de l'immobilitzat/inversió	131.900 euros
Import despeses anuals	140.615,10 euros
Resultat brut (%)	5,89%

RECOMANACIONS

A més de l'elecció dels servicis que conformaran l'oferta bàsica del teu taller, cal que pares atenció en tots aquells elements que generen valor afegit al teu producte (horari, atenció personalitzada, etc.) i que permeten incrementar els nivells de satisfacció i, per tant, de fidelitat dels teus clients.

Un dels aspectes més valorats pel client en este sector és el tracte personalitzat, de manera que cal realitzar un important esforç en esta matèria que t'ajudarà a incrementar la satisfacció dels clients.

El preu mitjà el marca el mercat o la teua competència, però pots fixar un altre si ofereix algun tipus de diferenciació en la teua oferta comercial.

A més dels sistemes de promoció de caràcter formal (imatge corporativa en targetes, directoris comercials, etc.), el boca en boca és la forma més efectiva per tal d'obtindre nous clients.

La prestació del servici es fa al taller mateix; per això és important la seua imatge, ja que és una forma de presentació al client.

ENLLAÇOS D'INTERÉS

www.adeauto.net
www.race.es

www.autoindustria.com
www.supermotor.com

www.autocity.com
www.dgt.es

www.micoche.com
www.idealauto.com

www.elmundomotor.com
www.ine.es