

Informe de The Hub presentado con motivo de la constitución del Club Privilege

Los talleres españoles mantienen y reparan más de un millón de vehículos a la semana

Casi seis de cada diez intervenciones que efectúan los talleres españoles de coches son mantenimientos preventivos. La gran mayoría de ellas, realizadas en establecimientos de confianza del automovilista, un consumidor de servicios de taller poco dado a cambiar de proveedor y apenas interesado en conocer la calidad del recambio que emplea el reparador para la puesta a punto de su coche. Estas son algunas de las principales conclusiones recogidas en el “Informe de actividad de los talleres españoles de automóviles” realizado por la consultora de investigación de mercados The Hub Automotive Insights con motivo de la constitución del “Club Privilege”, que reúne a fabricantes de primeras marcas de recambio.



Los 40.247 talleres multimarca y autorizados de marca de la red secundaria existentes en nuestro país gestionan 1.062.000 órdenes de trabajo cada semana. De ellas, 579.000, el 54,5%, se corresponden con operaciones de mantenimiento del vehículo; 445.000, el 41,9%, tienen su origen en averías; y apenas 38.000, el 3,6%, son la consecuencia de un siniestro. Estos datos están

recogidos en el “Informe de actividad de los talleres españoles de automóviles” presentado en Zaragoza por The Hub Automotive Insights durante la constitución del Club Privilege. La iniciativa persigue aportar datos fiables acerca de las dimensiones del mercado español de la posventa de automoción y de los hábitos de consumo de recambios en los talleres de vehículos.

Para elaborar el estudio se han realizado un total de 2.006 entrevistas presenciales a gerentes de talleres multimarca y autorizados de marca de la red secundaria de toda España. La muestra, científicamente representativa del universo de los 40.247 talleres multimarca y servicios oficiales existentes en nuestro país, tanto por tipología (electromecánicos puros y electromecánicos que trabajan chapa y pintura) como por distribución geográfica, proporciona a la investigación una fiabilidad que se concreta en un margen de error del $\pm 2,13\%$ para el conjunto de talleres que componen el universo estudiado, con una $p=q=0,5$ y un grado de confianza del 95,5%.

“El volumen de negocio, medido en órdenes de trabajo, de los talleres estudiados refleja un primer síntoma de recuperación de la actividad de los empresarios españoles del mantenimiento y reparación de vehículos; si bien es cierto que aún no

podemos hablar de recuperación estable, el dato de más de un millón de intervenciones semanales para el conjunto del universo de talleres contemplado, parece indicar que el sector puede encontrarse en el inicio de un cambio de tendencia”, asegura **Enrique Gómez**, responsable de este estudio y socio director de **The Hub Automotive Insights**.

Según el informe, los particulares son los clientes que encargan la mayor parte de las intervenciones realizadas semanalmente en los talleres españoles, exactamente 863.000, el 81,3% del total. Las flotas de empresa, por su parte, representan el 12,8% de los mantenimientos y reparaciones contratados cada semana, esto es, algo más de 136.000 operaciones.

Finalmente, compañías aseguradoras y de renting generan unas 63.000 órdenes de reparación, equivalentes al 5,9% del conjunto de las semanales.

Perfil de los talleres en España

Actividad

Distribución por actividad

Actividad	Porcentaje	Número Estimado
Mecánica general y electricidad	31,5	12.688
Mecánica	47,9	19.298
Integral	20,5	8.260
Total	100,0	40.247

Distribución de los talleres de cada área y tipología, según su actividad

Área	Actividad			Total
	Mecánica y electricidad	Mecánica	Integral	
Noreste	23,1%	62,7%	14,1%	100,0%
Levante	64,5%	27,3%	8,2%	100,0%
Sur	30,3%	46,3%	23,4%	100,0%
Centro	34,7%	40,7%	24,5%	100,0%
Noroeste	18,3%	44,2%	37,5%	100,0%
Norte	27,4%	59,5%	13,1%	100,0%

Actividad		Marquista no concesionario	Multimarca en red	Independiente
		Mecánica y electricidad	36,4%	28,7%
Mecánica		20,5%	46,9%	46,6%
Integral		43,2%	24,4%	16,5%
Total		100%	100%	100%

Años de experiencia

Distribución de los talleres según los años de experiencia

Experiencia	Porcentaje
hasta 5 años	13,3
de 6 a 10	17,5
de 11 a 15	18,7
de 16 a 20	19,1
21 y más	26,1
NS/NC	5,4
Total	100,0

Número medio de años de experiencia, según área y actividad del taller

Área geográfica	Media
Noreste	14,69
Levante	17,14
Sur	16,91
Centro	16,13
Noroeste	17,19
Norte	16,78
Total	16,23

Actividad	Media
Mecánica y electricidad	15,90
Mecánica	16,10
Integral	17,03
Total	16,23

Volumen de negocio

Distribución de los talleres según número de órdenes de trabajo realizadas semanalmente

Nº de OTs	Porcentaje
Hasta 10	21,6
de 11 a 20	34,6
De 21 a 30	18,4
Más de 30	21,7
NS/NC	3,6
Total	100,0

Número medio de órdenes de trabajo realizadas por semana, según área, actividad y tipología del taller

Área geográfica	Media
Noreste	33,18
Levante	21,49
Sur	27,03
Centro	23,46
Noroeste	21,73
Norte	23,81
Total	26,43

Actividad	Media
Mecánica y electricidad	20,21
Mecánica	29,56
Integral	28,45
Total	26,43

Tipología	Media
Marquista no concesionario	30,01
Multimarca en red	37,54
Independiente	19,06
Total	25,45

Tamaño

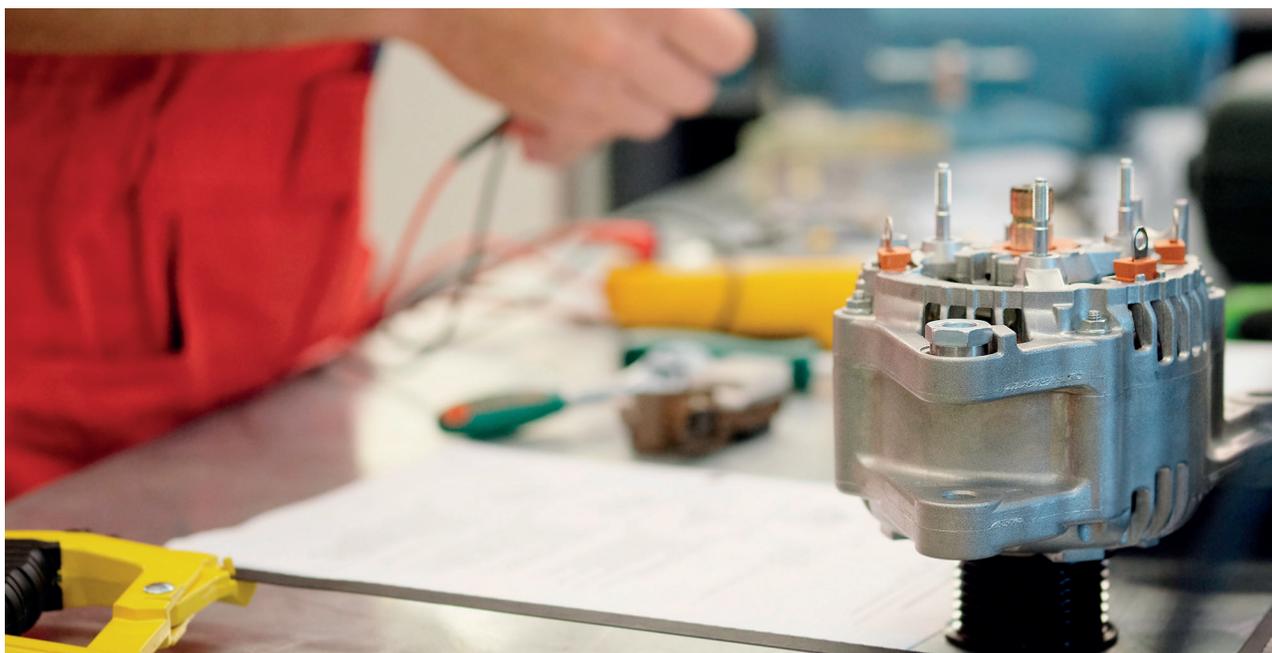
Distribución de los talleres según número de profesionales que trabajan en él (cualquier actividad)

Nº de profesionales	Porcentaje
1	12,2
2 y 3	50,2
4 y 5	21,9
6 y más	14,7
NS/NC	1,1
Total	100,0

Actividad	Nº total de profesionales
Mecánica y electricidad	2,71
Mecánica	3,45
Integral	5,43

Área geográfica	Nº de profesionales
Noreste	3,76
Levante	3,01
Sur	3,45
Centro	3,79
Noroeste	3,99
Norte	3,51
Total	3,62

Tipología	Nº total de profesionales
Marquista no concesionario	5,88
Multimarca en red	4,86
Independiente	2,83



En cuanto al tipo de recambio utilizado más frecuentemente en los mantenimientos y reparaciones, y para el conjunto de los talleres entrevistados, destaca el de calidad equivalente, aunque existe una mayor predisposición a emplear recambio original entre los talleres autorizados de marca de la red secundaria. Curiosamente, tanto en un caso como en otro, en los últimos dos años ha aumentado la predisposición a montar recambio usado procedente de desguace, generalmente debido a una petición expresa del cliente del taller o por la necesidad de abaratar el coste de la intervención. Las compras on line de recambio también han experimentado un crecimiento: algo más del 15% de los talleres declaran haber adquirido repuestos a través de Internet durante el último mes. Con todo, la calidad es el primer criterio utilizado por los reparadores a la hora de decidir sus compras de recambio. Le siguen precio y garantía.

Dimensionamiento del mercado

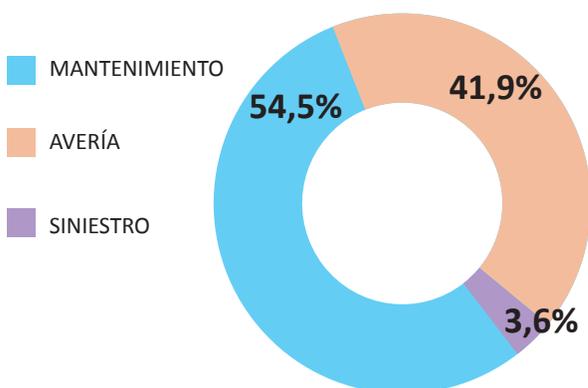
Actividad

Número estimado de órdenes de trabajo realizadas por semana, porcentaje de OTs y coeficiente OT/N según área, actividad y tipología del taller

Área	Nº estimado	OTs	%OTs	% N Coefic. OT/N
Noreste	341.000	32,06	25,53	1,26
Levante	95.000	8,89	10,93	0,81
Sur	237.000	22,26	21,76	1,02
Centro	204.000	19,20	21,63	0,89
Noroeste	104.000	9,76	11,86	0,82
Norte	81.000	7,57	8,40	0,90
TOTAL	1.062.000	100,00	100,00	

Actividad	Nº estimado	OTs	%OTs	% N Coefic. OT/N
Mecánica y electricidad	257.000	24,16	31,5	0,77
Mecánica	570.000	3,63	47,95	1,12
Integral	235.000	22,09	20,52	1,08

Distribución de las OTs, según su naturaleza



Distribución de las OTs, según su naturaleza, por área geográfica

Área	% OTs mantenimiento	% OTs avería	% OTs siniestro	Total
Noreste	48,05	50,25	1,70	100,0
Levante	62,94	33,69	3,37	100,0
Sur	54,50	42,91	2,59	100,0
Centro	60,50	32,84	6,66	100,0
Noroeste	51,07	42,74	6,19	100,0
Norte	65,81	30,40	3,79	100,0

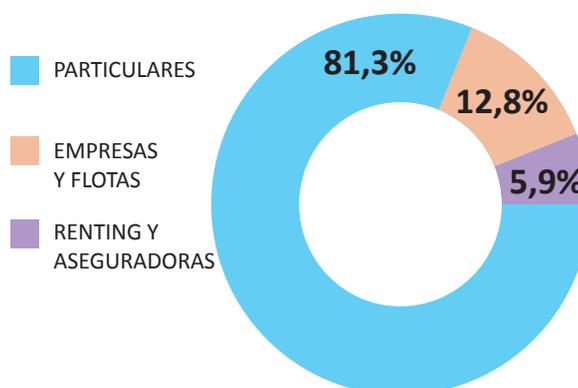
Distribución de las OTs, según su naturaleza, por actividad del taller

Actividad	% OTs mantenimiento	% OTs avería	% OTs siniestro	Total
Mecánica y electricidad	63,14	34,15	2,71	100,0
Mecánica	52,08	46,55	1,37	100,0
Integral	50,99	39,00	10,01	100,0

Distribución de las OTs, según su naturaleza, por tipología de taller

Tipo	% OTs mantenimiento	% OTs avería	% OTs siniestro	Total
Marquista no concesionario	51,66	40,11	8,23	100,0
Multimarca en red	54,61	41,60	3,79	100,0
Independiente	54,68	42,13	3,17	100,0

Distribución de las OTs, según tipo de cliente



Distribución de las OTs, según tipo de cliente, por área geográfica

Área	Particulares	Empresas/flotas	Aseguradoras/renting	Total
Noreste	75,83	18,07	6,10	100,0
Levante	88,82	6,10	5,08	100,0
Sur	83,45	12,67	3,88	100,0
Centro	83,21	8,56	8,23	100,0
Noroeste	80,52	12,02	7,46	100,0
Norte	88,11	7,87	4,02	100,0

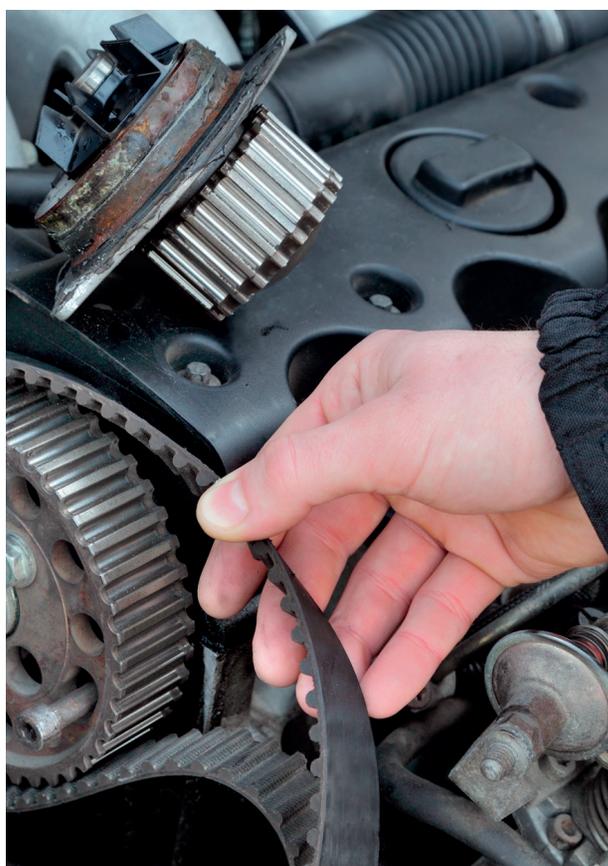
Distribución de las OTs, según tipo de cliente, por actividad del taller

Actividad	Particulares	Empresas/ flotas	Aseguradoras/ renting	Total
Mecánica y electricidad	87,49	9,25	3,25	100,0
Mecánica	81,45	14,50	4,05	100,0
Integral	75,02	12,59	12,39	100,0

Distribución de las OTs, según tipo de cliente, por tipología de taller

Tipo	Particulares	Empresas/ flotas	Aseguradoras/ renting	Total
Marquista no concesionario	71,96	12,43	15,60	100,0
Multimarca en red	78,18	14,33	7,48	100,0
Independiente	86,21	9,15	4,64	100,0

Los consumidores españoles de servicios de mantenimiento y reparación de vehículos son bastante fieles a sus talleres de confianza. Según el estudio realizado por The Hub para el Club Privilege, el 77,4% de los clientes de las empresas de reparación son habituales, un 14,1% poco frecuentes y apenas un 8,5% esporádicos. Cuestión distinta es el interés expreso de estos consumidores por la calidad del recambio utilizado en la reparación de sus vehículos: más de la mitad no mostraron ningún interés o muy poco interés acerca de la misma a la hora de encargar el mantenimiento o arreglo de su automóvil.



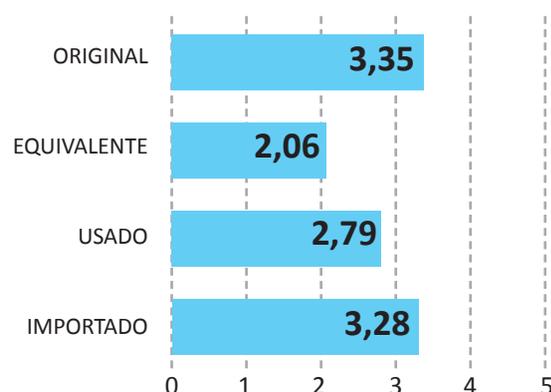
Hábitos de compra y uso de recambios

Evolución de uso de distintos tipos de recambio

¿Cómo ha evolucionado el uso de cada tipo de recambio, en general, en su taller en los dos últimos años?

	Original	Equivalente	Usado	Importado
Bastante incremento	7,8	32,8	7,0	0,8
Incremento	10,2	26,6	17,3	4,0
Igual	30,4	24,7	25,1	20,0
Disminuye	23,8	2,8	6,1	2,3
Disminuye bastante	16,4	2,5	6,1	6,3
Nunca lo hemos usado	1,7	0,1	4,7	9,0
Ns/nc	9,7	10,5	33,6	57,7
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Grado medio de evolución de uso de distintos tipos de recambio en los dos últimos años



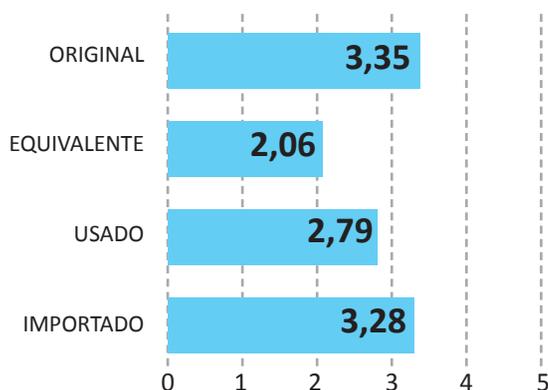
Cuanto más cercano a 1,00 sea el valor medio obtenido, mayor incremento en el uso de ese tipo de recambio; cuanto más cercano a 5,00 mayor disminución de uso.

Previsión de uso de distintos tipos de recambio

¿Cómo prevé que evolucionará el uso de cada tipo de recambio, en general, en su taller en los dos próximos años?

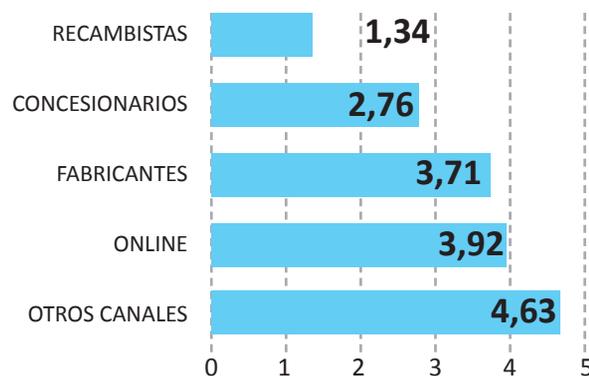
	Original	Equivalente	Usado	Importado
Se incrementará bastante	7,3	27,4	9,0	4,1
Se incrementará	11,6	25,3	17,5	5,8
Igual	27,9	27,7	24,9	17,5
Disminuirá	20,2	2,6	4,9	2,8
Disminuirá bastante	14,5	2,4	7,4	5,8
Nunca lo hemos usado	1,7	0,1	4,7	9,0
Ns/nc	16,7	14,6	31,6	55,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Grado medio de previsión de uso de distintos tipos de recambio en los dos próximos años



Cuanto más cercano a 1,00 sea el valor medio obtenido, **mayor** previsión de incremento en el uso de ese tipo de recambio; cuanto más cercano a 5,00 mayor previsión de disminución de uso.

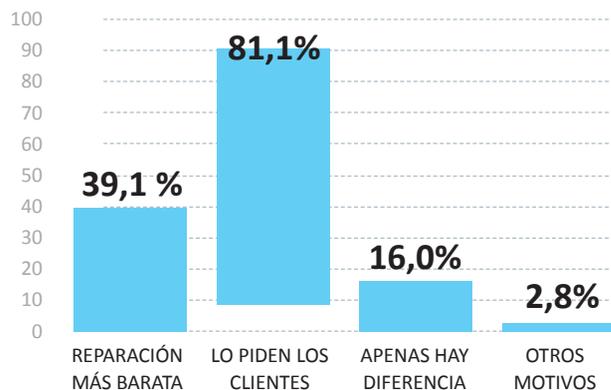
Frecuencia media de compra a distintos proveedores



Cuanto más cercano a 1,00 sea el valor **mayor** frecuencia de compra, cuanto más cercano a 5,00 menor frecuencia de compra.

Causas de uso de recambio usado e importado

Porcentaje de talleres que utilizan recambio usado o importado por distintos motivos, sobre el total de talleres que han utilizado este tipo de recambio



Frecuencia de compra a distintos proveedores

Distribución de los talleres objeto de estudio, según la frecuencia con que compran recambios a los distintos proveedores

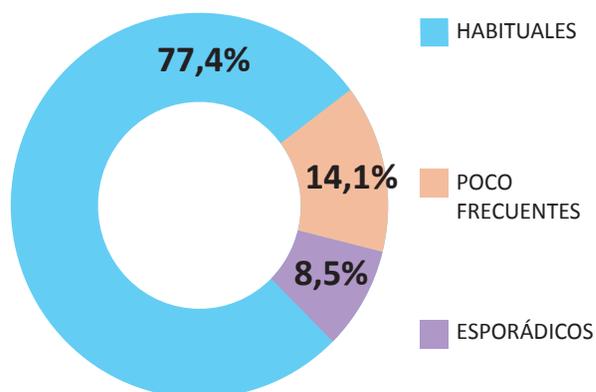
	Recambistas	Concesionarios	Fabricantes	Online	Desguaces	Otros canales
Cada semana	82,0	28,2	10,6	3,8	4,8	1,0
Quincenalmente	4,0	15,5	5,0	2,4	6,8	1,4
Mensualmente	5,2	10,5	11,3	2,6	6,3	,3
Con menor frecuencia	5,0	26,7	28,4	24,1	31,5	4,5
Nunca he comprado	,9	11,4	28,8	46,5	28,3	29,5
Ns/nc	3,0	7,7	16,0	20,7	22,4	63,2
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0



Cultura de compra del cliente particular

Fidelidad del cliente particular al taller

Porcentaje medio de clientes habituales, poco frecuentes y esporádicos, entre los clientes particulares de los talleres



Porcentaje medio de clientes habituales, poco frecuentes y esporádicos, entre los clientes particulares de los talleres de cada área geográfica

Área geográfica	Habituales	Poco frecuentes	Esporádicos
Noreste	76,05	15,03	8,92
Levante	75,04	16,26	8,69
Sur	80,55	12,05	7,41
Centro	73,71	15,61	10,69
Noroeste	82,73	10,81	6,45
Norte	77,80	14,65	7,56

Fidelidad del cliente particular al taller

Porcentaje de talleres, sobre el total, a los que sus clientes particulares les solicitaron información sobre el tipo de recambio utilizado en la OT



Porcentaje de talleres, sobre el total, a los que sus clientes particulares les solicitaron información sobre el tipo de recambio utilizado en la OT, según área geográfica, actividad y tipología del taller

	Ninguno	Muy pocos	Alguno que otro	Bastantes o muchos	Total	
Área geográfica	Noreste	29,3%	28,4%	40,4%	1,9%	100%
	Levante	13,0%	15,7%	50,0%	21,3%	100%
	Sur	40,1%	36,8%	16,0%	7,1%	100%
	Centro	16,8%	37,1%	33,2%	11,9%	100%
	Noroeste	37,4%	23,5%	20,0%	19,1%	100%
	Norte	30,0%	28,3%	30,0%	11,7%	100%
Actividad	Mecánica y electricidad	26,1%	28,8%	33,4%	11,7%	100%
	Mecánica	27,8%	30,9%	37,7%	7,7%	100%
	Integral	32,4%	30,9%	21,3%	15,4%	100%
Tipología	Marquista no concesionario	24,3%	40,5%	32,4%	2,7%	100%
	Multimarca en red	29,2%	36,1%	27,9%	6,9%	100%
	Independiente	32,5%	26,5%	28,6%	12,4%	100%

“THE HUB AUTOMOTIVE INSIGHTS, ESPECIALISTA EN ESTUDIOS DE MERCADO PARA LA AUTOMOCIÓN

The Hub Automotive Insights es una empresa independiente, joven e innovadora, especializada en investigación de mercados en el sector de la automoción.

Su propuesta de valor se concreta en el suministro de información actual y precisa, del dato útil que describe y explica el comportamiento de los distintos agentes del mercado en cualquier ámbito de la producción, distribución, venta y posventa de automoción.

Su misión es reducir la incertidumbre en la toma de decisiones, proporcionando una clara ventaja competitiva, el plus de la eficiencia de que disfrutaron los profesionales y empresarios que deciden desde el conocimiento. The Hub Automotive Insights fabrica información, genera conocimiento.



Más información en www.thehubautomotive.com