

ÁREA DE LAVADO EN LA E.S. AÍDA, EN TORREJÓN DE ARDOZ, MADRID

APOSTAR SOBRE SEGURO

Desde hace años una estación de servicio es un circo de varias pistas en las que es necesario que todos los elementos generen ingresos. Aunque los clientes tienen a su alcance cada vez más servicios, el trío formado por la pista de repostaje, la tienda y el área de lavado continúa el de mayor peso en la facturación y en la generación de beneficios. Carlos Hernández, que con 42 años de edad acumula 22 de experiencia en el sector, ha recurrido a Lavarte para renovar su oferta de lavado en la estación de servicio Aída, ubicada en el número 167 de la Avenida de la Constitución de la ciudad madrileña de Torrejón de Ardoz.

Salva Bravo Nebot

Hernández hace un breve repaso de su recorrido profesional en el sector, en el que ha desarrollado su actividad en varias operadoras energéticas y, más recientemente, como propietario de estaciones de servicio. "He comprado, vendido y alquilado varias estaciones de servicio. Normalmente lo que hago es comprarlas y mejorarlas, 'ponerlas bonitas', darles más



valor. Habitualmente no las pongo a la venta, suele venir alguien interesado en comprarlas. Y si todo encaja, cerramos la operación”.

Dentro de esa tarea de incrementar el valor, y los ingresos, Hernández decidió actualizar el área de lavado existente en la estación de servicio que ocupa estas páginas, una de las dos que en la actualidad posee el empresario, que está integrado en la Asociación de Empresarios de Estaciones de Servicio Comunidad de Madrid, Aeescam y en la Asociación de Empresarios Gestores de Estaciones de Servicio (Ages), que a su vez forma parte de CEEES.

“Los anteriores equipos de lavado eran ya muy viejos y decidimos renovarlos. Hace ya tiempo detectamos que el cliente del área de lavado es especial, distinto al que viene a la gasolinera a llenar el depósito de su vehículo. Siempre hemos dedicado mucha atención al carburante, pero el lavado es una actividad muy rentable. Hay usuarios de nuestros boxes que quieren salir de aquí con su coche muy limpio, y ahora con los equipos de Lavarte es más sencillo que logren ese objetivo. Nos ha llamado la atención que desde que hemos puesto en marcha la instalación de Lavarte los clientes dedican más tiempo a lavar sus vehículos. Y también nos hemos percatado de que han llegado nuevos

clientes, supongo que animados por el boca a boca”, relata una nublada mañana de junio nuestro interlocutor.

Volviendo a ese circo de varias pistas, Hernández considera que “los empresarios llevamos ya unos cuantos años dedicando mucha atención a otras áreas de negocio distintas al carburante. Ahora”, continúa, “ya no vale una tienda cualquiera, ni unos boxes de lavado normales. Los clientes quieren tener a su disposición buenos equipos y, si queremos incrementar los ingresos y aumentar la frecuencia con la que los clientes acuden aquí a lavar sus coches, es necesario ofrecer algo distinto, algo nuevo y mejor para lograr ese objetivo”.





El empresario eligió los equipos del fabricante madrileño de soluciones de lavado, en primer lugar, "por la calidad de sus equipos, que, desde mi punto de vista, son muy superiores a las de otras marcas. Tienen unos motores y un cerramiento superiores. Pero, sobre todo, transmiten una profesionalidad, un saber hacer, muy profundo. Y todo ello con un precio muy competitivo. En segundo lugar", prosigue Hernández, "por su cercanía. Son casi vecinos. Y una de las prácticas que llevo a cabo siempre que he dirigido una estación de servicio es generar negocio en la localidad en la que se encuentra. Electricistas, fontaneros... son siempre de la localidad. Pero es que, además, siempre que he necesitado resolver una duda relacionada con los boxes de lavado lo han hecho de forma muy efectiva y rápida. No es necesario llamar a un 'call center' o a un 902 para que tomen nota de la incidencia. Les llamas y enseguida están aquí. Para mí esto es algo definitivo. Uno quiere ser bien tratado por su proveedor. Es cierto que la verdadera relación entre cliente y proveedor empieza cuando se adquiere un producto, pero tam-

bién es cierto que algunos proveedores, después de haber realizado la venta, no están a la altura. Por eso nosotros seguiremos contando con Lavarte para futuras renovaciones, porque nos han demostrado que están a la altura de lo que uno espera de una empresa con su prestigio".

La correcta señalización de las posibilidades que ofrecen los equipos es fundamental para maximizar los ingresos.

RADIOGRAFÍA DEL ÁREA DE LAVADO DE LA E.S. AÍDA, EN TORREJÓN DE ARDOZ, MADRID

Lavarte suministró un equipo Monoblock para cuatro pistas de lavado en régimen de autoservicio ubicado en un contenedor autoportante construido en acero inoxidable. Cuenta con varios programas opcionales:

1. Prelavado de llantas y mosquitos en todas las pistas de lavado con espuma activa Washfoam XXL, que cuenta con un gran poder desengrasante.
2. Lavado con programa de cepillos en dos de las pistas.
3. Programa de soplado para motos y bicis en una de las pistas.
4. Cerramiento Delta exclusivo de Lavarte en configuración de tres pistas cubiertas y una descubierta.
5. Equipo en autoservicio para el suministro de cuatro productos de limpieza: limpia salpicaderos, perfume, abrillantado de neumáticos y limpia cristales.
6. Dos aspiradores en régimen de autoservicio con un programa adicional de soplado para lograr una limpieza profunda del interior de los vehículos.
7. Compresor en sala técnica para asegurar el funcionamiento del programa de espuma y soplado.

Incorporar aditamentos para lavar bicicletas permite ofrecer prestaciones específicas a los ciclistas.



MÁS DE DOS DÉCADAS DE CAMBIOS

Preguntado sobre los cambios que se han producido en el sector desde que entrara en él, Hernández responde que “el negocio ha cambiado mucho. Antes había muchas menos gasolineras. Tras los cambios legislativos aprobados en 2013 que impulsaron la puesta en marcha de gasolineras desatendidas, todo se ha facilitado, pero sacrificando la seguridad de las gasolineras y la atención a los clientes. A las estaciones de servicio atendidas se les exigen mayores requisitos que a las desatendidas, y eso es un contrastado. Pero es evidente que este es un fenómeno que llegó para quedarse, así que debemos competir con ellas”, afirma con convicción. “Hay que tener en cuenta otro factor: las ventas de carburante en cada gasolinera se han reducido, y eso está llevando a muchas de ellas a entrar en una situación, desde el punto de vista contable, delicada. Eso es un fenómeno que está sucediendo tanto en las estaciones de servicio con personal como en las gasolineras desatendidas”, apunta.

En este escenario “nosotros tenemos muy claro que ante esta situación debemos ofrecer calidad y ampliar los productos y servicios que un usuario puede encontrar en nuestro negocio. Nuestra batalla no es el precio, es el servicio y la calidad”, apostilla.

“El problema es que algunas gasolineras desatendidas no logran cuadrar sus números y terminan cometiendo delitos adquiriendo productos adulterados que, además, pueden provocar daños a los vehículos que repostan en estas gasolineras. De hecho, hace unos días se descubrió una red que comercializaba gasóleo adulterado y de la que presuntamente participaban treinta gasolineras repartidas en varias provincias españolas. Desde mi punto de vista, estas prácticas delictivas se están perpetrando porque muchos de los planes de negocio que se diseñaron de forma muy poco realista no se están cumpliendo”, mantiene Hernández.

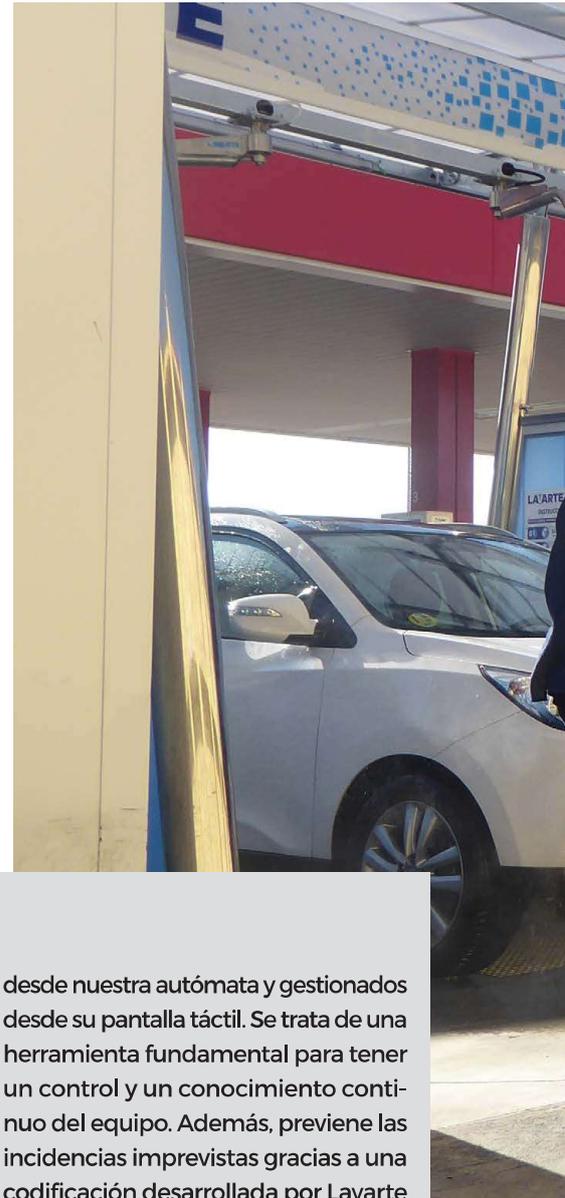
En esa búsqueda de la calidad y la excelencia, el área de lavado suministrada por Lavarte juega un papel



Los periféricos comercializados por Lavarte son otro elemento de fidelización de clientes.



Los motoristas también son tenidos en cuenta por Lavarte en el diseño de sus equipos de lavado a presión.



UN TRABAJO DE PRINCIPIO A FIN

El director comercial de Lavarte Car, Ángel Carabaña, explica que Carlos Hernández quería un cambio radical de sus antiguas instalaciones de lavado, ya muy desfasadas y con muchos años de funcionamiento y que sólo contaban con programas básicos. Él es consciente que el negocio del lavado está creciendo en su zona de influencia, en la que habáin aparecido nuevos competidores. Y quería actualizar la imagen de la instalación no solo para mantener a sus clientes, sino para incrementarlos. La estación de servicio, además, está situada en una de las principales y más comerciales avenidas de Torrejón de Ardoz. Como es habitual nuestro Departamento de Desarrollo evaluamos los pros y los contras de los accesos y las salidas de los vehículos de la zona de lavado, sin olvidar que los vehículos que acceden a la pista de reportaje puedan salir con comodidad de la misma. Para lograrlo, y tras consultarlo

a la propiedad de la estación, decidimos trasladar la sala de máquinas a un lateral en un espacio poco aprovechado hasta entonces. Este cambio nos permitió ganar espacio y facilitar los flujos de los vehículos por la estación”, explica Carabaña, quien añade que “esta modificación, además, permitió añadir un cuarto box en lugar de los tres existentes con anterioridad”. Otro punto que destaca el director comercial de Lavarte es el cerramiento Delta, que crea un espacio “ligero a la vez que muy robusto, generando una amplitud y transmitiendo una elevada luminosidad, tanto de día como de noche, en este caso gracias al diseño exclusivo de su marquesina interior que ofrece las características que este tipo de negocio precisa: espacio, limpieza y comodidad”. Carabaña continúa. “No solo nos diferencia la imagen, también la disposición de los componentes de nuestros equipos, que pueden ser controlados

desde nuestra automática y gestionados desde su pantalla táctil. Se trata de una herramienta fundamental para tener un control y un conocimiento continuo del equipo. Además, previene las incidencias imprevistas gracias a una codificación desarrollada por Lavarte que detecta anomalías y permite que, mediante una llamada telefónica a nuestro Servicio de Asistencia Técnica, la mayoría de ellas puedan ser solucionadas telemáticamente. La pantalla es el cerebro de los equipos y ofrece datos como en qué momento deben realizarse los mantenimientos de las bombas o cuándo deben ser sustituido el aceite de las mismas”. “El automático también permite el acceso a la contabilidad de lavados, y permite diseñar programas de lavado específicos para jornadas o tramos horarios especiales. Y todo ello desde una pantalla táctil que es muy intuitiva y sencilla de utilizar”, concluye Carabaña.

Una mañana de junio en la estación de servicio Aída.



decisivo. A pesar de que del citado trío el lavado es el área que menos factura, es la que ofrece una mayor rentabilidad por operación. “En nuestro caso, más del 80% de la facturación proviene de la gasolinera. A continuación, la tienda es la segunda actividad que mayor facturación aporta al total, mientras que el lavado ocupa el tercer lugar. En cambio, los ingresos por operación son opuestos: es más rentable un lavado que una venta en la tienda y que un repostaje, aunque el volumen de unas actividades y otras es muy diferente”. En opinión de Hernández, la rentabilidad que ofrece una bien surtida área de lavado remarca la importancia de cuidar esta actividad.

“Llevamos unos veinte días con el área de lavado abierta y los clientes se sorprenden por la calidad del lavado. Muchos han destacado la efectividad de la espuma XXL. Se trata de un prelavado muy eficaz que resulta muy llamativo por los colores de la espuma. Nosotros hemos decidido que cada uno de los boxes suministre una espuma de distinto color. Lo hemos decidido asesorados por Lavarte, pero nos hemos dado cuenta de que la gente vive la limpieza de su coche como una gran experiencia”, constata el empresario, propietario de otra estación de servicio con la misma bandera ubicada en el número 225 de la misma avenida.

“Seguiremos contando con Lavarte para futuras renovaciones, porque nos han demostrado que están a la altura de lo que uno espera de una empresa con su prestigio”



El cerramiento Delta de Lavarte ofrece una imagen muy reconocible.

EL VALOR APORTADO POR LA PLANTILLA

Ambas estaciones de servicio cuentan con una plantilla total de quince empleados, que son los ojos y los oídos de Hernández tanto en la pista de repostaje como en la tienda y en el área de lavado. “Los protagonistas son ellos, porque tener una plantilla es fundamental en una estación de servicio. La plantilla es clave. Más aún con tantas gasolineras desatendidas, porque como he comentado, el precio no es nuestra batalla. Y el servicio lo ofrecen nuestros trabajadores, que son la imagen de la estación, quienes conocen a nuestros clientes por su nombre, quienes saben qué necesita cada uno de ellos... Ellos son el alma de la estación. Y eso nosotros lo tenemos claro”, remarca.

En cuanto a los planes de futuro, “tenemos pensado actualizar nuestra oferta

de lavado en la otra estación de servicio y para ello volveremos a contar con Lavarte. Estamos muy contentos de cómo han hecho las cosas, cómo han respetado los plazos que nos anunciaron, las gestiones que han realizado a todos los niveles. Y luego está la calidad de los equipos, lo satisfechos que están los clientes. Es evidente que hemos acertado”.

Por lo que respecta al futuro multienergético que se está abriendo paso en el sector, Hernández estima que la movilidad eléctrica “va a crecer mucho, pero eso es algo lógico teniendo en cuenta la penetración que los vehículos eléctricos tienen en el actual parque rodante. Aún quedan años para que la movilidad eléctrica sea una opción mayoritaria. Y hay muchas dudas sobre la sostenibilidad de las baterías, de cómo se reutilizarán, de las materias primas que son nece-

sarias para su construcción... En mi opinión”, agrega, “aunque la movilidad eléctrica crecerá, todavía quedan muchos años para que adquiera el peso de los vehículos alimentados con derivados del petróleo”.

“Además”, añade el empresario, “hay muchas limitaciones prácticas que limitarán el desarrollo de la movilidad eléctrica, desde el tiempo que habrá que dedicar a recargar las baterías hasta la escasez de puntos de recarga. Para nosotros, por ejemplo, poner en marcha un buen cargador exige contar con una instalación eléctrica que genera unos costes fijos elevadísimos para hacer frente a una demanda casi inexistente. La transformación de las estaciones de servicio en puntos de recarga de vehículos eléctricos será muy lenta, porque es una opción totalmente deficitaria”, subraya. ■

LAVARTE®

boxes de lavado



INNOVACIÓN Y DISEÑO

Fabricación Propia Cerramientos a Medida Mantenimiento Integral Tecnología Autoservicio Alta Rentabilidad

www.lavarte.com

