Contenido del estudio e informe del Taller

1. **CARACTERÍSTICAS DEL TALLER**

    a. Tipo de taller y servicios de reparación o venta que oferta
    b. Superficies, Configuración y Distribución del taller y puestos de trabajo
    c. Herramientas y Equipamientos de los puestos de trabajo
    d. Servicios al Cliente
    e. Sistema DMS que utiliza el Taller

2. **TIEMPOS Y COSTES DE PRODUCCIÓN**

    a. Tiempos y Capacidad productiva y del periodo
    b. Costes de Producción
    c. Operaciones y Precios de Hora Facturados
    d. Cálculo del Coste de Hora Teórico y Real del periodo analizado

3. **IMPORTES FACTURADOS, COSTES Y RENDIMIENTOS DEL PERIODO**

    a. Rendimiento Total del periodo – Facturación y Costes
    b. Importes medios por operación
    c. Importes facturados desglosados por conceptos, Costes y Rendimientos
        i. Materiales y repuestos reparación
        ii. Materiales de Pintura
        iii. Mano de Obra
        iv. Mano de Obra de Pintura
        v. Descuentos aplicados por concepto y su influencia en la rentabilidad

4. **INDICADORES GENERALES DE PRODUCTIVIDAD**

    a. Tiempos Productivos
        i. Horas contratadas
        ii. Horas vendidas
        iii. Horas empleadas
        iv. Horas improductivas contratadas
        v. Horas sin vender
        vi. Horas sin trabajar
    b. Productividad Global
    c. Eficacia – Horas Ganadas
    d. Costes de Hora y Cálculo del PVP Hora para rendimiento óptimo.

5. **INDICADORES DE PRODUCTIVIDAD Y RENTABILIDAD POR EMPLEADO PRODUCTIVO**

6. **CÁLCULO DEL POTENCIAL DE PRODUCTIVIDAD Y RENDIMIENTO DEL TALLER EN LAS CONDICIONES ACTUALES**

    a. Productividad Potencial
    b. Rendimiento Neto y Rentabilidad Potencial

7. **ESTUDIO DE COSTES Y GASTOS OPERATIVOS Y DE SERVICIO**

    a. Costes de energía, consumos y huella de carbono del taller
    b. Costes desglosados de los servicios prestados al cliente y vehículos de sustitución
    c. Costes y gastos generados por administración del taller

8. **ANÁLISIS DEL POSICIONAMIENTO WEB, ACCIONES DE MARKETING Y PUBLICIDAD DEL TALLER**

    a. Estadísticas WEB, Posicionamiento y Reconocimiento del Taller en WEB y RRSS.
    b. Análisis SEO, estructura y cumplimiento de aspectos legales de la WEB
    c. Propuestas de mejoras, diseño, ampliación de los servicios al cliente y acciones de marketing para le WEB

9. ANÁLISIS DE LOS PROCEDIMIENTOS EN EL TALLER

a. Cita con clientes
b. Recepción de vehículos
    i. Aspectos comerciales y venta de servicios
    ii. Aspectos técnicos y económicos
    iii. Determinación orientativa de los tiempos de reparación y estancias del vehículo en el taller
    iv. Análisis de la capacidad y la calidad de presupuestación del taller. Herramientas utilizadas y el cuso que se hacen de ellas, GTEstimate, Audatex, Dates, Sol, Infovia, … y de los baremos de puntura.
c. Distribución de trabajos en el Taller.
d. Proceso de reparación, repaso y verificación final
e. Entrega del vehículo al cliente

10. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO Y ANÁLISIS DEL TALLER

a. Conclusiones desglosadas por cada aspecto analizado en el Informe
b. Propuestas de mejoras y acciones que el taller requiere o podría emprender
c. Estudio de los costes y rendimientos económico potencial de las acciones de mejora propuestas
d. Reunión con los responsables del taller y exposición del Informe