

Nines García de la Fuente,  
presidenta de ANCERA.

**“NUESTRO IDEAL  
ES QUE CONTINÚE EL  
ACERCAMIENTO A LA  
NORMALIDAD, MEDIANTE  
UN CRECIMIENTO  
RACIONAL Y SOSTENIDO.”**

Quisimos que la actual presidenta de la asociación que representa a los distribuidores españoles nos diera su visión del sector, de la distribución española, además de comentar aspectos de evolución y de visión internacional.

**N**ines García de la Fuente lleva medio año al frente de la entidad que representa a los recambistas de nuestro país y a todos acoge: “ANCERA representa a la distribución independiente de recambios. En este sentido, cualquier distribuidor independiente es bienvenido. Entendiendo, por supuesto, que sus intereses estén alineados con los globales de la distribución, que son los nuestros.” Quisimos que compartiera con nosotros cuál es su sensación respecto a la marcha de la actividad sector de la Distribución en España, más allá de las cifras que se manejan tanto en el Observatorio como las que han ido dando a conocer las compañías de Inteligencia de mercado.

#### LA DISTRIBUCIÓN HACE SUS DEBERES

Le preguntamos sobre la situación del sector, y por las incidencias que ha habido tras el conflicto bélico Rusia-Ucrania, pero su visión de la realidad actual es positiva: “A consecuencia de la situación económica y política vivida en los últimos meses la distribución se ha visto forzada a incrementar sus stocks. La situación así lo requería para ser capaces de ofrecer el nivel de servicio adecuado. Además, se suman las diversas subidas de precios que hemos experimentado. Se compra más caro. Debemos prestar atención a la rentabilidad que sacamos por pieza y a que haya rotación minimizando el tiempo que la misma se quede en el almacén. No obstante, hay que tener en cuenta, que el impacto de estas subidas de precios en las piezas, en algunos casos, ha tenido un efecto positivo en nuestra rentabilidad. En términos generales, esta situación parece estabilizada y no se esperan ni incrementos de stocks, y unas subidas de precios muy moderadas o nulas.”

Y nos cuenta la gran labor que ha realizado la Distribución: “La distribución está haciendo los deberes. Con un parque envejecido, las matriculaciones estancadas (aunque parece que se recuperan discretamente), a tan sólo 3 años de una pandemia

**“LA PREVISIÓN PARA ESTE EJERCICIO  
ES CRECER EN TORNO A UN 8%.  
DE HECHO, EN EL PRIMER TRIMESTRE  
DEL AÑO LA PROGRESIÓN HA SIDO  
DE UN +15%.”**

mundial, pasando por una crisis logística y de transporte, problemas de suministro, inflación y con un futuro muy enfocado en la sostenibilidad y en la digitalización... El recorrido está siendo productivo. Así lo atestiguan las cifras que se manejan en distintos estudios, incluido el que realizamos desde ANCERA. La previsión para este ejercicio es crecer en torno a un 8%. De hecho, en el primer trimestre del año la progresión ha sido de un +15%. Eso sí, como apostillamos siempre, sin perder de vista la inflación interanual que impacta en estos datos (afectando a facturación y costes) de forma directa.”

Respecto a los que nos depara el futuro, nos explicaba “las preocupaciones siguen existiendo. Y aunque hemos iniciado el año con buenos resultados, somos conscientes de que son cifras que han de interpretarse con cautela. La rentabilidad, la inestabilidad de los precios, la incertidumbre, el suministro... Siguen siendo grandes inquietudes del sector a las que se suman otras como las ventas, la digitalización y gestión de stock, la disponibilidad de créditos o las matriculaciones. Y, con probabilidad, estas cuestiones serán las que quíen la transición a 2024. No obstante, aún es pronto para predicciones. Nuestro ideal es que continúe este acercamiento a la normalidad, mediante un crecimiento racional y sostenido, como venía siendo habitual en la distribución. Y, sobre todo, centrándonos en las oportunidades y no en las amenazas.”



Le pedimos definir al Distribuidor español: "En el momento de cambio que nos está tocando vivir, de transición hacia un futuro sostenible y digital, el perfil del profesional multimarca está en plena evolución. Históricamente somos un sector resiliente, con gran capacidad de trabajo, liderazgo y adaptación. También muy marcado por la formación, al convivir con un progreso tecnológico constante y significativo. Nuestros profesionales deben dotarse de nuevas habilidades técnicas, en todos los eslabones de la cadena de valor de la posventa. Como bien decía Darwin: 'No es la especie más fuerte, ni la más inteligente, la que sobrevive. Si no la que mejor responde al cambio'. Y aquí creo que siempre hemos estado a la altura: buscando, atrayendo y reteniendo talento para desarrollar nuestras estrategias-sector a largo plazo. Por otro lado, somos un sector un tanto endogámico, lo cual implica una familiaridad y cercanía que nos permite desarrollar el trabajo de manera ágil y unida. Con gran capacidad de aclimatación. Necesitamos atraer talento externo que aporte una visión diferente y mayor grado de flexibilidad."

#### CAMBIOS A LA VISTA

Una constante en el Sector (y en la vida) es el cambio; principalmente tecnológico, pero también de modelo de distribución por lo que le preguntamos por la evolución que se espera, en ese sentido, desde ANCERA en los almacenes de los Distribuidores, tanto a nivel de operativa, tamaño, tipos de productos, y tipos de clientes y explica: "Los almacenes y el stock evolucionarán al ritmo que marquen la digitalización, los nuevos sistemas de optimización, así como la sostenibilidad. Nuestra logística está viviendo cambios de calado impulsados precisamente por este progreso. Al final, todos estos movimientos

#### "NECESITAMOS ATRAER TALENTO EXTERNO QUE APORTE UNA VISIÓN DIFERENTE Y MAYOR GRADO DE FLEXIBILIDAD."

conllevan nuevas oportunidades de negocio, por lo que debemos 'subir al tren' para poder realizar una gestión optimizada y regulada de nuestros almacenes. El modelo de distribución deberá ser capaz de segmentar las diferentes tipologías de clientes y adaptarse a las necesidades de cada uno, como por ejemplo las aseguradoras o flotas. Por supuesto implicando directamente a los talleres en este proceso. Respecto a los productos, considero que habrá nuevas gamas derivadas de las nuevas tecnologías de propulsión que encontraremos en el parque circulante." Termina diciendo que es importante hacer un aprendizaje, informándose y comparando cómo se enfoca en otros países, e incluso, en otros sectores.

De entre esos cambios, los de la concentración y el peso específico de las direcciones generales de los ITG suponen un elemento a considerar en la operativa de los Grupos y sus socios; sobre ello, nos da su visión "Hablamos de una transformación cultural y empresarial en el sector de la distribución de recambios. Como tantas otras vividas y las que han de venir. Con todo, España es un mercado en muchos aspectos diferenciado del resto

# INNOVATION IS IN OUR DNA



## LA ESENCIA DE NUESTRAS FIBRAS.

Investigación, innovación y desarrollo de nuevos materiales filtrantes son la marca genética de UFI Filters. Nuestras fibras, producidas internamente, ofrecen la máxima protección y rendimiento del motor, tanto en el Equipo Original como en el Aftermarket.





**“EL MODELO DE DISTRIBUCIÓN DEBERÁ SER CAPAZ DE SEGMENTAR LAS DIFERENTES TIPOLOGÍAS DE CLIENTES Y ADAPTARSE A LAS NECESIDADES DE CADA UNO, COMO POR EJEMPLO LAS ASEGURADORAS O FLOTAS.”**

**TRABAJANDO EN FIGIEFA** Su posición le hace reunirse con el resto de profesionales del sector de la distribución a nivel internacional en FIGIEFA, por lo que le pedimos que nos diera su opinión sobre el sector y sus profesionales, comparándolos con el resto de colegas de profesión del resto del mundo, y nos decía: “La distribución española tiene características propias y diferenciadoras. Existe gran atomización de la facturación y con muchos actores tanto en la distribución como en la reparación, talleres, lo que implica que algunos de ellos cuentan con estructuras pequeñas. Todo ello además de un elevado nivel de servicio que debemos ofrecer a nuestros clientes, que no se suele ver, ni en muchos casos comprender, en Europa.”

Justamente, ese trabajo europeo hace que se puedan mantener pulsos importantes a la hora de defender los intereses del sector y quisimos que nos los comentara: “FIGIEFA y sus organizaciones miembros se coordinan en la defensa de los intereses del sector. En los diferentes países europeos se trabaja de forma individual para que a Europa llegue una posición común. Para ello, las reuniones e interlocución con los ministerios, así como con FIGIEFA, son fundamentales.

Este 2023 tenemos fijada una hoja de ruta muy amplia e intensa:

- \* El reglamento 461/2010, que ha sido renovado durante otros 5 años, para el que se hace imprescindible la interpretación. Trabajamos en aras de que su aplicación práctica en el mercado nos permita ser competitivos.
- \* La aplicación del SERMI en agosto, para acceder de forma estándar a la información técnica de nivel 2.
- \* La conectividad, clave para que podamos ser competitivos. Infiere además en muchas normativas y sectores.
- \* Por último, la armonización de las piezas visibles mediante la cláusula de reparación. Una disposición clave para que el sector independiente pueda fabricar, vender e instalar este tipo de piezas.”

Terminaba explicando que “ANCERA, trabaja día a día con FIGIEFA. A modo de ejemplo, tuvimos una petición hace unas semanas para exponer en Europa la excesiva carga normativa a la que nos estamos enfrentando.”

muchos operadores y muy competitivo. En este sentido, la planificación, los flujos de distribución productivos, establecimiento de rutas, outsourcing cuando sea preciso y otras medidas al respecto son imprescindibles.”

Para poder tener una buena rentabilidad debemos hacerlo desde diversos ejes: creciendo en facturación, controlando los gastos, optimizando los recursos, gestión eficiente de nuestro inventario... utilizando la tecnología adecuada.

Como cierre, le preguntamos los grandes puntos clave que los distribuidores deberán afrontar; y señala: “Información, formación, digitalización y optimización de los procesos serán claves para poder continuar creciendo como sector.”

de Europa. Con un nivel de servicio muy por encima de la media y una cuota multimarca importante respecto al canal marquista. El negocio de la distribución va más allá de la mera venta de recambios. Somos una red de logística en un mercado maduro y consolidado. Hasta ahora nos hemos caracterizado por ser un sector atomizado con una cifra de negocio muy repartida. Para tener una magnitud de lo que estamos hablando en términos de atomización, muy pocos actores de nuestro sector cuentan con una cuota de mercado del 5% del global y estos son los más grandes. Los grupos de compra son ya de por sí un modelo de concentración. Los pasos en este sentido son cautelosos, aunque no hay que restarles trascendencia. La unión aporta fortaleza. A todos los niveles. Y para ser competitivos, la tendencia será a converger. Pero qué duda cabe que el engranaje tendrá sus dificultades.”

### RENTABILIDAD, EL FACTOR CLAVE

La rentabilidad es una cuestión que cada vez se está viendo más comprometida en la Distribución, habida cuenta de los tremendos gastos que las empresas deben afrontar en factores como (especialmente en España) la logística de servicio al Taller, de hecho, el Congreso focaliza sus contenidos en esa temática y Nines lo ve así: “La distribución española se caracteriza por una profunda y arraigada cultura de servicio y de atención al cliente. Es uno de los principales retos que enfrentamos año tras año y lo que convierte a la distribución de recambios independiente en la más competitiva en términos de nivel de servicio. Como empresarios, nuestra labor es garantizar la rentabilidad de nuestros negocios, sin impactar en el nivel de servicio, y apoyar a los talleres en la suya y sus procesos. Esto, permitirá asegurar y optimizar la calidad del servicio de los talleres al cliente final, lo que se traduce directamente en generar riqueza: beneficios; pero también fidelización, a través de una positiva experiencia de usuario dando un servicio ágil y profesional. Y no sólo eso, empleo de calidad, valor añadido... Es fundamental para ello la optimización de todos los procesos de una logística integral. Nos encontramos en un sector maduro, con

# ¡JUNTOS HACIA LA VICTORIA!



## LUBRICANTES CHAMPION Y TEAM WRT UNEN SUS FUERZAS

La excelencia es una forma de pensar. Y, en nuestra alianza con Team WRT, la excelencia nace en Bélgica, ¡la tierra de los valientes! Team WRT es un equipo de competición profesional belga compuesto por 90 ingenieros, técnicos y pilotos apasionados por las carreras. Entre ellos se encuentra Valentino Rossi, uno de los mayores héroes de los deportes de motor de todos los tiempos. Ahora el equipo está preparado para liberar todo su potencial y volver a alcanzar la gloria!

DESARROLLADOS PARA MANTENERTE EN MARCHA.  
DESCUBRE MÁS EN [WWW.CHAMPIONLUBES.COM](http://WWW.CHAMPIONLUBES.COM)

