

# LA DISTRIBUCIÓN EN ESPAÑA

## ALGUNAS CIFRAS CLAVE DE LA DISTRIBUCIÓN DE RECAMBIOS

- **2.855** son los negocios dedicados a la distribución de recambios para el automóvil.
- Unas **400 tiendas** de recambios han desaparecido en los últimos 10 años.
- **12% menos** de tiendas de recambios operan en 2022 en comparación con 2012.
- **60%** de los distribuidores/tiendas pertenecen a un grupo **mayorista** y el **40%** son **independientes** en 2022.
- **62%** de los envíos se suministran, como mucho, en 1 hora.
- **2 horas 28 minutos** es el tiempo medio de las entregas a los talleres.
- En el **82% de las tiendas independientes** el 100% es propiedad de la familia.

Fuente: GiPA.

- En el **75% de las tiendas agrupadas** el 100% es propiedad de la familia.
- En el **79% de las empresas familiares** de distribución la familia tiene el 100% de la propiedad.
- En el **6%** de las empresas familiares de distribución la familia tiene entre el 50% y el 99% de la propiedad.
- En el **18%** de las empresas familiares de distribución la familia tiene menos del 50% de la propiedad.
- El **62%** de las empresas familiares de distribución están dirigidas por la primera generación.
- El **37%** de las empresas familiares de distribución están dirigidas por la segunda generación.
- El **1% de las empresas familiares** de distribución están dirigidas por la tercera generación.

### LA OPINIÓN DE LAS ENTIDADES

## Creciendo

Carlos Martín, Secretario General de ANCERA

La distribución de recambios ha finalizado el primer trimestre de 2023 con un crecimiento del 15% respecto al mismo período del año anterior. Las previsiones para finalizar el año están en torno al 8%. Además, a medida que avanzan los meses los datos son más optimistas. Eso sí, sin perder de vista la inflación interanual, que impacta en estos datos de forma directa.

En este sentido, este ejercicio nuestros retos están principalmente ligados a la rentabilidad. Los márgenes, costes y gastos. Incluso cómo trasladar todo esto al mercado. Por supuesto, unido al crecimiento, otra de las cuestiones que más preocupan al sector. Es decir, vender más, desarrollar nuevas líneas de producto o incluso otras áreas de mercado, como VI o moto. Es precisamente aquí donde nos topamos con los procesos, donde la digitalización, inventario o transporte también suponen un desafío. Un conjunto de cuestiones que en definitiva enfocamos a la fidelización y satisfacción de nuestros clientes, donde ponemos el foco de nuestro trabajo. En cuanto a preocupaciones, de nuevo la rentabilidad, con los costes e inflación, salarios, cambio de tarifas y márgenes como protagonistas. El mercado también, en torno al parque circulante, su antigüedad y tecnología futura, por supuesto.

La concentración, el suministro y las estrategias OEM son otras de nuestras principales inquietudes. Y, por supuesto, la incertidumbre, relativa a la economía, el poder adquisitivo, la inflación, la movilidad futura, política... Y, en muchos casos, el futuro de nuestros negocios: relevo, jubilación, etc. Nuestra misión principal en ANCERA es defender y representar los intereses de nuestros asociados. En este sentido, nuestros ejes institucional y normativo son fundamentales. También tratamos de dar servicios de



**“LAS PREVISIONES PARA FINALIZAR EL AÑO ESTÁN EN TORNO AL 8%. ADEMÁS, A MEDIDA QUE AVANZAN LOS MESES LOS DATOS SON MÁS OPTIMISTAS.”**

valor añadido, a partir del eje de comunicación y del operativo. Ofrecer información relevante, desarrollar informes que ayuden a tomar mejores decisiones, ofrecer medios que ayuden a la gestión... Entre otros muchos servicios que implementamos en pro del recambista.

El último, por ejemplo, ha sido un servicio de búsqueda de licitaciones. Queremos facilitar a nuestros socios la información sobre aquellas subvenciones a las que puedan optar. Además de formaciones, bolsa de empleo, la conversión del bastidor en matrícula o la distribución de etiquetas medioambientales.

### MEDIA DE NIVEL DE CUMPLIMENTACIÓN DE PEDIDOS DE LA DISTRIBUCIÓN

2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2021	2022
64%	65%	64%	65%	65%	66%	67%	64%	65%	64%

Fuente: GiPA.

□ Este porcentaje es la respuesta a la pregunta siguiente. De todo lo que le pide al taller, **¿cuánto se tiene en la estantería para el suministro inmediato?** Las cifras, muy estables en los últimos 10 años constatan que el nivel de stock es muy aceptable y que, tal como concluye la consultora GiPA, la mayoría de tiendas y distribuidores de recambios están haciendo “encaje de bolillos” para poder seguir atendiendo los pedidos con una buena tasa de cumplimentación. Por último, apuntar que no hay registros del año 2020 porque fue totalmente anómalo por culpa de la pandemia.

### ENTREGAS A LOS TALLERES EN 1 HORA COMO MÁXIMO

2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2021	2022
83%	80%	82%	75%	76%	69%	70%	64%	64%	62%

Fuente: GiPA.

□ El gráfico muestra como se **ha pasado del 82% de entregas realizadas en 1 hora como máximo en 2014 al 62% al año pasado.** Este descenso confirma que la distribución ha racionalizado los envíos. Como consecuencia de ello, el tiempo medio de entrega en 2014 era de 1 hora y 43 minutos y **en 2022, de 2 horas y 28 minutos.**

### NÚMERO DE TIENDAS DE RECAMBIOS / DISTRIBUIDORES

2012	2013	2014	2015	2016	2017
3.241	3.244	3.226	3.221	3.172	3.194
2018	2019	2020	2021	2022	
3.124	3.049	3.006	2.928	2.855	

Fuente: GiPA.

□ Este cuadro refleja como **en los últimos 10 años han cerrado cerca de 400 tiendas** de recambios por lo que en 2022 operan un 12% menos que en 2012. Entre 2021 y 2022 el saldo fue un -2,5%, el 0,9% fueron nuevas aperturas y 3,4% cierres.

### EN UNA ESCALA DEL 1 AL 10, ¿CÓMO VALORA LA DISTRIBUCIÓN ESPAÑOLA LA FORTALEZA DE SU NEGOCIO EN CUANTO A SU CONTINUIDAD EN EL FUTURO?

	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1	MEDIA
Tienda independiente		22%	53%	21%				3%			7,4
Tienda agrupada		40%	46%	11%				3%			8,1
TOTAL TIENDAS		33%	49%	15%				3%			7,8

10-9 totalmente confiado / 3-2-1 nada confiado.

Fuente: GiPA.

□ Los datos que reúne GiPA constatan que las empresas de la distribución de recambios muestran bastante confianza en la continuidad de su negocio a corto y medio plazo. Este optimismo aún es mayor en las tiendas agrupadas.

### LA OPINIÓN DE LAS ENTIDADES

## Modelo global

Paco Hernández, presidente de AEACA

Es evidente que cada vez la influencia de los grupos de compras es mayor en nuestro país vecino y se está generando un contexto ibérico pero, por otro lado, esto también está modificando nuestro estilo de distribución hasta el punto que no sería descabellado decir que en España se está imponiendo el modo portugués, cada vez más mayoristas que venden a tiendas e incluso tiendas que prefieren trabajar con dichos mayoristas, ya que su rentabilidad aumenta, tanto por las condiciones como por la logística.

Me atrevería a decir que en Portugal empieza a funcionar el antiguo “modo español”, más recambistas que trabajan directamente con fabricantes. La pregunta es si seguirán funcionando dos modelos (‘portugués’ y ‘español’) o solamente el modelo global que cada día se impone más en España. Particularmente, desde AEACA, creemos que será este último el que se acabe imponiendo si es que no lo ha hecho ya.



**“LA PREGUNTA ES SI SEGUIRÁN FUNCIONANDO DOS MODELOS (‘PORTUGUÉS’ Y ‘ESPAÑOL’) O SOLAMENTE EL MODELO GLOBAL QUE CADA DÍA SE IMPONE MÁS EN ESPAÑA.”**