

Versys Posventa

de automoción.com



**RECAMBIOS
Y ACCESORIOS**

**NUESTROS
TALLERES**

**CHAPA Y
PINTURA**

XXXV CONGRESO DE ANCERA

Logística, concentración y rentabilidad, retos de la posventa de cara al futuro



"La posventa atraviesa un momento de cambio y deberá afrontar una importante reconversión, por lo que se impone diversificar"
Enrique S. de Lamadrid,
director general de
Amalie Petroquímica



Componentes

Objetivos cumplidos
y buenos pronósticos



Baterías

Mercado estable
y tendencia ascendente



Lubricantes

El ejercicio 2022
cerró en negativo



Sostenibilidad

¿Cómo y quién certifica
a los talleres en España?



Ancera apunta logística, concentración y rentabilidad como retos de futuro

Superó las expectativas y cerca de 320 asistentes acudieron al 35º Congreso de Ancera

Alrededor de 320 asistentes, el 23% más que el año pasado, se dieron cita este año en el 35º Congreso de Ancera, celebrado el pasado 8 de junio en el Auditorio Sur de Ifema Madrid, que tuvo como temas estrellas la logística, la rentabilidad y el proceso de concentración del sector.

» Texto Irene Díaz / Juan Luis Franco

Carlos Martín, secretario general de Ancera, inauguró el congreso y aprovechó la ocasión para anunciar la incorporación a la junta directiva de la asociación de Chema Rodríguez, director general de Recalvi. Martín aseguró que 2023 será un año clave en materia normativa para la posventa y una de las principales

preocupaciones de la asociación, como se lo ha trasladado tanto a Europa como a los organismos nacionales. A nivel europeo, afirmó, Ancera ha reforzado su mensaje de la mano de la Alianza por la Libertad en la Reparación de Vehículos (AFCAR), que está enfocándose en cuatro materias normativas: conectividad, información técnica,

reglamento de exención y cláusula de reparación. Comentó la renovación por 5 años más del Reglamento 461/2010, que regula el mercado de la posventa, y que ahora trabajan en mejorar peticiones no implementadas como se esperaban o que presentan ciertas ambigüedades. Sobre la Ley de Datos explicó que estaban

JOSÉ MANUEL LÓPEZ, DIRECTOR COMERCIAL DE MSI, DIBUJÓ UN PANORAMA DE MATRICULACIONES POSITIVO PARA 2023 Y SIGUIENTES

esperando su aprobación, si bien precisó que es necesario "una legislación específica que evite ambigüedades y nos aporte seguridad jurídica" y añadió que el SERMI será la puerta de acceso futura a la información técnica. También se refirió a la cláusula de reparación y apuntó que "en la hoja de ruta europea para la armonización del mercado puede producirse una amenaza a nuestra competitividad actual, tanto en la fabricación como en la distribución y en la instalación de estas piezas visibles". También tuvo su protagonismo la II edición del Global Mobility Call, que David Moneo, director de Ifema Movilidad, retrató como "un evento que está llamado a ser un referente único y que congregará a más de 9 sectores alrededor de la movilidad sostenible" y contará con una amplia presencia institucional nacional y europea, con el objetivo de impulsar la colaboración público-privada.

LA LOGÍSTICA, EN EL PUNTO DE MIRA

Sin duda, uno de los temas estrellas del congreso fue la logística. A ella se refirieron Rafael Aguilera, director general de UNO, y Miguel Ángel Jiménez, socio fundador de CDN Consultoría Logística, en sendas ponencias. Aguilera resumió la logística actual en cuatro palabras: innovación, estrategia, optimización y sostenibilidad, y aseguró que genera el 27% de las emisiones de gases de efecto invernadero y el 20% de la congestión en las grandes ciudades, si bien también es uno de los cuatro sectores que más empleo ha desarrollado desde la pandemia - emplea a más de un millón de trabajadores- y representa entre el 6 y el 8% del Producto Interior Bruto (PIB).

Tener una logística optimizada, eficiente y competitiva supone una ventaja y hace que un negocio se diferencie del resto. Explicó que la pandemia convirtió a la logística en actividad esencial y potenció el comercio electrónico, en el que todas las empresas ya están presentes, porque amplía el abanico de clientes y eleva la facturación. Asimismo, Aguilera indicó que el comercio electrónico ha cambiado la

operativa y forma de trabajar y trae retos empresariales y legislativos para cumplir con un modelo de negocio eficiente. Todo esto plantea una serie de dilemas en materia de sostenibilidad social y económica, por lo que las empresas deben digitalizarse. Habló de la gestión de rutas, que ayuda a la sostenibilidad y a la eficiencia y tiene dos puntos fuertes: la optimización de entregas y el seguimiento en tiempo real.

BOSCH, BREMBO, DAYCO, HELLA, INFOPRO DIGITAL Y MANN-FILTER, HOMENAJEADOS POR SUS MÁS DE 20 AÑOS DE APOYO A ANCERA Y A LA DISTRIBUCIÓN

Tras el congreso, Ancera homenajeó a 6 partners que han apoyado de forma incansable a la asociación desde hace más de dos décadas: Bosch, Brembo, Dayco, Hella, Infopro Digital Automotive y Mann-Filter. La entrega de los galardones corrió a cargo de Nines García de la Fuente, presidenta de la asociación y directora de Operaciones en GAUIB, y de dos de sus vicepresidentes, Roberto Aldea, presidente de Grupo Cartés, y Juan Carlos Martín, director general de AD Parts.

Durante el acto, Aldea aseguró que "no sé qué habría sido del sector si no hubiéramos ganado tantas veces haciendo lobby. Y no sé cómo lo hubiéramos hecho sin la colaboración de todos vosotros y también de aquellos que desde fuera nos han ayudado. Queremos agradecerlo a seis empresas que están aquí presentes". Y añadió que "el compromiso es mutuo y, desde la asociación, seguimos esforzándonos para que mantengáis vuestra propuesta por, al menos, veinte años más".

Nines García de la Fuente, por su parte, agradeció el apoyo "porque ese apoyo ha facilitado que Ancera pueda pelear y luchar por los intereses de la distribución y que hoy en día estemos todos aquí".



PEDRO PARRA, EX DIRECTOR GENERAL DE GRUPO VEMARE, RECIBIÓ LA INSIGNIA DE ANCERA

Merecido homenaje el que Ancera hizo a Pedro Parra, ex director general de Grupo Vemare, al que concedió la insignia de la asociación. Fue Juan Carlos Martín, vicepresidente de Ancera y director general de AD Parra, quien se la prendió en la solapa y agradeció a Parra su incansable trabajo por la posventa, reconociéndole como uno de los eslabones claves del sector. "Pedro, representas toda una vida de entrega a la distribución. Esta insignia, esperamos que encarne los inicios que tuviste, los sufrimientos, las victorias, la fuerza, el apoyo, los recuerdos... En ella queremos plasmar parte de tu legado. Te mereces este homenaje como nadie y me siento especialmente afortunado de entregártelo personalmente", afirmó Martín.

Pedro Parra, que agradeció el homenaje a Ancera, proveedores y familia, reflexionó a su vida profesional, dedicada en exclusiva a "este apasionante sector", en el que comenzó hace 70 años en Alcázar de San Juan. También quiso reconocer la labor del equipo humano de su compañía, que "son los que se han comprometido con nuestra empresa, con los valores para que no sólo importe cumplir objetivos, sino que se disfrute del camino que nos lleva a ellos".



ADELGAZAR LA POSVENTA

Por su parte, Miguel Ángel Jiménez aseguró que la logística bien gestionada ayuda a gozar de una buena salud empresarial y, entre sus conclusiones, una de las más llamativas fue que hay que 'adelgazar' la posventa. Insistió, como Aguilera, en el papel fundamental del comercio electrónico en la distribución, que ha transformado a todos los sectores y está obligando a que los distribuidores reaccionen, y aseguró que "la logística en la posventa hay que considerarla en términos

militares", entendiendo el mercado como el campo de batalla y el recambio independiente y la cadena de suministro como dos grandes ejércitos que luchan: "En este escenario, los talleres son los soldados, los auténticos héroes". Así pues, afirmó que "la logística de la posventa sería aquella parte de la distribución que se dedica al mantenimiento de los talleres en la guerra". Un mantenimiento que pasa por la consecución de tres objetivos: disponibilidad, rapidez y rentabilidad, y que engloban a tres departamentos: compras,

NO SE PUEDEN TENER LAS FURGONETAS VACÍAS PARA HACER MÁS RUTAS Y FUNCIONAR CASI COMO AMAZON, TRANSPORTANDO AIRE PARA SER MÁS ASERTIVO CON LOS CLIENTES

almacenes y transporte. Para que todo vaya rodado hay que fijarlos y tenerlos claros y, además, no hay que mezclarlos. Igualmente, Jiménez comentó que los recambistas son más que sabedores de la relevancia que tiene la logística, "porque venden por el servicio y les compran por el servicio; o lo que es lo mismo, venden por la logística y les compran por la logística, pero no dominan los datos de la logística". Seguidamente, apuntó que, para conseguir una mejor logística, lo primero es mejorar la disponibilidad del stock y advirtió: "Están ustedes gordos, están teniendo el doble de stock que necesitan, incluso el triple". Pero lo más preocupante es que esa tendencia del sobre stock se acentúa cada vez más y en los cuatro últimos años, según Factory Data, la distribución ha aumentado el 33% las referencias disponibles. Los distribuidores se tienen que poner a dieta. Si no lo hacen, dentro de cuatro años, cuando la cuota aumente otro 33%, vamos a ver muchos 'gorditos' con problemas". En este contexto, propuso 'La dieta del uno': cuando tengo un artículo que se vende una vez a la semana y el proveedor tarda tres o cuatro días en suministrármelo, el stock ideal es uno. Con esta fórmula es muy fácil calcular el stock, y como es un procedimiento matemático se puede automatizar". Y si se automatiza es muy sencillo llevar un registro de la frecuencia de pedidos, lo que facilita aún más los cálculos y evita la tendencia de tener referencias por sí acaso, que es lo que hace "engordar" al sector. Jiménez, por otra parte, refirió que es crucial establecer límites para el



cliente, porque no se puede vender todo, a todo el mundo, cuando lo pide y donde lo pide, son condiciones insostenibles.

LA FÓRMULA DE LA RENTABILIDAD

Otro de los temas candentes de la posventa es el de la rentabilidad y, también en este apartado, el ejecutivo de CDN Consultoría Logística ofreció su fórmula: "margen (precio de venta menos precio de compra -ganancias-), menos gastos dividido por inversión". En esta fórmula, que no es exacta, la inversión juega un papel fundamental y hay que examinarla con lupa, empezando por analizar en qué invierte la distribución, como el inventario o el tamaño de la nave: "El inventario se traduce en el tamaño de las estanterías y el tamaño de las estanterías en el de la nave. Si van al

doble de referencias de las que necesitan, imagínense el tamaño de la nave". A continuación, recordó que el 80% de los gastos son superfluos, tal y como señala una máxima de Toyota, y desmentía la idea de que "una pieza en el almacén no come. Esas piezas de más han sido compradas, transportadas, inventariadas... y no sirven para nada", aclaró. Asimismo, Jiménez se refirió a los tiempos improductivos del personal, a no evaluar la competencia de los recursos humanos, a la falta de medios de producción que dificultan llevar a cabo las tareas al personal o llevar a cabo operaciones innecesarias, sobreprocesando funciones, y dejó en el aire las palabras de San Francisco de Asís: "Comienza haciendo lo necesario, después lo posible y de repente estarás haciendo lo imposible".

ESPAÑA, A LA COLA DE LA CONCENTRACIÓN

Tras logística y rentabilidad, la tercera pata de la banqueta que más preocupa a la posventa de automoción es la concentración y consolidación del sector. Y, al respecto, giró la conferencia de Francisco Asís Gómez, Managing Partner de Clearwater International, quien explicó que la posventa

EL RENTING SE ESTÁ BENEFICIADO PORQUE MUCHOS PARTICULARES ESTÁN PASÁNDOSE A ESTA MODALIDAD

Europea tiende a concentrarse y, refiriéndose a la española, dijo está a la cola de la de los países nórdicos o anglosajones, que son más rápidos, innovadores y avanzados, lo que les permite ir por delante en los procesos, y de los centroeuropeos, como Alemania o Francia, que están posicionados siempre de forma intermedia. España, junto a Italia, Portugal y otros países del sur de Europa va "bastante por detrás", lo que no supone obstáculo alguno para concentrarse. Pero, antes de entrar propiamente en el tema, Asís Gómez radiografió la distribución española, que se caracteriza por no definir el servicio, el predominio de empresas familiares, la regionalización (poca densidad de población, salvo en Madrid, Barcelona y la costa) y determinadas barreras financieras. Sobre el primer punto, citó el fantástico y excelente servicio que la distribución presta al taller, que seguirá siendo así para no perder terreno respecto a los competidores, aunque no podrá sostenerse porque va en contra de la rentabilidad. Respecto al carácter familiar de las empresas, indicó que ofrece determinadas ventajas (mejor servicio y agilidad), pero dificulta la consolidación, ya que las compañías pequeñas envejecen al mismo ritmo que sus gestores. La solución puede estar en pasar el testigo a la siguiente generación, aunque siempre hay obstáculos en esta estrategia y lo recomendable es invertir en formación y en talento. En cuanto a la regionalización, señaló que, a excepción de la costa, de Madrid y de Barcelona, España es un país con muy poca densidad de población, lo contrario que en ciudades como Londres o París, que en seis kilómetros a la redonda tienen millones de habitantes.

CANTIZANO ARGUMENTÓ QUE HAY QUE VENDER SIN VENDER, QUE ES FUNDAMENTAL LA AGILIDAD MENTAL Y QUE, DURANTE LA VENTA, EL COMPRADOR RECUERDA MÁS LAS EMOCIONES QUE LOS ARGUMENTOS



Pilar del Castillo, diputada en el Parlamento Europeo desde 2004, miembro de la Comisión de Industria, Investigación y Energía, presidenta del European Internet Forum y copresidenta del Intergrupo parlamentario de Inteligencia Artificial y Digital, recibió de

HOMENAJE A LA EUROPARLAMENTARIA PILAR DEL CASTILLO POR SU DEFENSA DE LA LEY DE DATOS

manos de Nines García de la Fuente, presidenta de Ancera, una placa homenaje por su defensa en Bruselas de la posventa independiente en lo referente al acceso a los datos. Un acceso crucial para poder continuar con la reparación de los vehículos. Pilar del Castillo hizo hincapié en que a medida en la que se van a desarrollar medios de transporte conectados, no solo los automóviles, se van a generar una infinidad de datos, que van a permitir innovar y competir.

García de la Fuente explicó que "Pilar ha trabajado para tener una ley de conectividad que sea justa para todos los sectores o ecosistemas, de forma que el usuario no tenga restringidas sus posibilidades y tenga capacidad de elección sobre a quién cede sus datos. Y añadió que, aunque la ley sigue siendo ambigua y aún queda mucho por hacer, ya es mucho lo conseguido y, por eso, en Ancera tienen claro que la europarlamentaria merece un reconocimiento".

Pilar del Castillo agradeció el reconocimiento y también su labor al resto de los homenajeados, especialmente a Pedro Parra, quien afirmó que "representa el mejor espíritu de vida profesional. Ese espíritu ha hecho posible, después de mucho tiempo, que España haya caminado por una senda de desarrollo y bienestar para todos".

Sobre la conectividad indicó que tiene que ver también con otros tipos de transporte, y no solamente con el automóvil. "Es horizontal, porque todos los productos van a ser conectados y eso va a generar una cantidad infinita de datos", aclaró. "Para que se hagan una idea, la Comisión Europea calcula que el 80% de los datos industriales no se utilizan, lo cual, evidentemente, es una pérdida extraordinaria. Si se abren las puertas a este acceso del dato, ustedes van a tener la capacidad de gestionar mejor sus propios servicios, de innovar y de competir más", concluyó la europarlamentaria.

Sobre las barreras financieras, indicó que el acceso al capital es más caro y complejo en nuestro país, ya que los bancos e inversores consideran que las empresas pequeñas (predominantes en España), conllevan más riesgos, y advirtió que los márgenes brutos son menores y las empresas compran más caro. En este sentido, el sobre stock, que juicio de Asís Gómez se tiene por falta de digitalización y por miedo a fallar al cliente, no ayuda: "No se pueden tener las furgonetas vacías para hacer más rutas y funcionar casi como Amazon, transportando aire para ser más asertivo con los clientes".

CONCENTRACIÓN = RENTABILIDAD
Según Asís Gómez, las empresas de pequeño tamaño españolas no saben, o no quieren, acceder a los mercados de capitales, lo que deriva

en ausencia de propuestas de colaboración orientadas a la concentración. Y cuando las hay, resulta muy complicado conseguir una gestión real y eficiente que deje de lado personalismos, que sólo dificultan la consecución de los objetivos. Pese a la dificultad, "y aunque no es una regla, mercados concentrados, mercados más rentables". Y a la inversa: "Mercados menos concentrados, mercados menos rentables", simplificó. Así pues, aseguró, merece la pena luchar por esa concentración, sobre todo, teniendo en cuenta que las oportunidades de comercio en España aún existen. "Ahora tenemos un modelo con una capilaridad brutal y eso es una barrera de entrada para otros. Aprovechemos que es una barrera de entrada para hacerlo antes de que vengan. Porque cuando todo esté más concentrado lo van a

tener más difícil", y añadía que no es tarde del todo, "pero para que sea posible, tiene que surgir en aras del capital y el talento, podría haber un empresario que haga el Mercadona o el Zara de la distribución de recambios".

LA MATERIA PRIMA: EL PARQUE CIRCULANTE

No cabe ninguna duda de que el parque circulante de automóviles es la materia prima de la que se nutre la posventa y del análisis del mismo se ocupó José Manuel López, director Comercial de MSI. En lo que va de año, comentó, todos los canales de ventas de turismos y 4x4 subieron. Para 2023, el canal de particulares crecerá, lo mismo que el de empresas y el renting, este último beneficiado porque muchos particulares están pasando a esta modalidad, si bien el que mayor

MERECE LA PENA LUCHAR POR LA CONCENTRACIÓN, SOBRE TODO, TENIENDO EN CUENTA QUE LAS OPORTUNIDADES DE COMERCIO EN ESPAÑA AÚN EXISTEN

crecimiento registrará será el rent a car, que tiene que renovar todo lo que en años anteriores no pudieron a causa de la falta de vehículos y a las buenas previsiones del turismo en nuestro país. En vehículos comerciales, las previsiones de MSI señalan que Particulares mantendrá el tipo respecto al año anterior, Renting subirá, Tácticas bajarán ligeramente y Empresas y Rent a Car seguirán aumentando. En cuanto al mercado de motocicletas, López pronosticó nuevos incrementos, al ser una de las principales apuestas ante las restricciones al tráfico en la Zonas de Bajas Emisiones (ZBE), mientras que ciclomotores volverá a la senda del crecimiento, tras la caída de 2022 respecto a 2021, gracias al progreso de las flotas de sharing y alquiler. En cuanto a camiones y buses, los segundos empezarán a recuperar parte de lo perdido durante los años anteriores y alcanzarán matriculaciones similares a las de 2019, mientras que camiones, con buenos incrementos en 2022, seguirá la senda del crecimiento, si bien su gran obstáculo son las energías ecológicas, pues no pueden pasar directamente al eléctrico y están a la espera de la llegada del hidrógeno. Por primera vez, argumentó López, nos encontramos antes "una crisis inflacionista un tanto especial que no sabemos cómo va a parar, porque nadie quiere vender por menos y perder rentabilidad". Más a largo plazo, el representante de MSI auguró que el parque de turismos y 4x4 seguirá creciendo en los canales de Empresas y Renting y descenderá ligeramente el de Particulares y el de Renta a Car, de forma que, en los próximos años (2023-2025), el conjunto del parque seguirá creciendo entre el 1 y el 2%.

En Comerciales y dos ruedas, misma tendencia alcista con crecimiento en todos los canales, y en industriales, se esperan incrementos en los canales de Empresa y Rent a Car y un ligero descenso, entre 2023 y 2025, en el de Particulares.

DOMINIO DIÉSEL, PERO MENOS

Por tipos de propulsión, el parque de turismos y 4x4 en 2025 seguirán encabezado por los diésel, aunque con caída progresiva año tras año; seguidos de los gasolina, híbridos, mild hybrid, híbridos enchufables y eléctricos, estos últimos muy lejos de las estimaciones. José Manuel López comentó también el problema que la burocracia supone para la instalación de puntos de recarga eléctrica, si bien a partir del año que viene todas las gasolineras deberán contar con un punto de recarga eléctrico. En Comerciales, estimó que el diésel seguirá siendo el parque ganador y, en el parque de nuevos, es el que más vende. Sobre los eléctricos matizó que son, principalmente, comerciales de última milla y que seguirá progresando, aunque todavía no hay una alternativa clara. También subirán las ventas de gas, gasolina, GLP e híbridos. En dos ruedas, pronosticó un incremento progresivo para los próximos años, ya que la diferencia de precios entre eléctricas y de gasolina es escaso. Las previsiones para camiones y buses pasan, fundamentalmente, por el diésel, y reiteró que es muy difícil que pasen a ser eléctricos. Además, explicó que todo lo que sea tocar al camión, al transporte de mercancías, es tocar a la economía, y sube la inflación, porque el 80% de las mercancías que se reparten por España es transporte rodado.

VENDER SIN VENDER

Laura Cantizano, experta internacional en Neuroventas, motivación de equipos y desarrollo de talento, puso su granito de arena en técnicas de ventas y comunicación no verbal, emociones en las ventas, dominio de la comunicación y del vocabulario. Cantizano argumentó que hay que

vender sin vender, que es fundamental la agilidad mental y que, durante la venta, el comprador recuerda más las emociones que los argumentos, por lo que es imprescindible emocionar con el precio. Cantizano, que ofreció una clase magistral sobre cómo deben formarse los comerciales, finalizó señalando que el talento comercial se potencia analizando, corrigiendo, formándolo técnicamente y entrenado.

TODO SOMOS ANCERA

La presidenta de Ancera, Nines García de la Fuente, clausuró el congreso agradeciendo el apoyo de toda la distribución y los partners. "Al final, todos somos Ancera y sin vosotros no tendría sentido este proyecto. Trabajamos por y para la distribución, pero también por y para el conjunto del sector de automoción 'aftermarket independiente'. Y añadió que, "gracias a esta unidad, es por lo que podemos proyectar un futuro más optimista, a pesar de los baches, las dificultades y las incertidumbres que encontramos por el camino". A modo de resumen, Nines García de la Fuente afirmó que el 35º Congreso "ha tratado de encajar todas las piezas del puzzle de la distribución, recogiendo el guante de lo que nos pedisteis, de vuestras inquietudes, y estamos convencidos que con las extraordinarias ponencias hemos dado respuesta a estas inquietudes". Y aunque hay otros muchos temas no tratados durante el congreso, como ciberseguridad, talento, formación o volatilidad económica, García de la Fuente apeló a la unión y, aludiendo a un proverbio chino, aseveró que "si quieres ir rápido, ve solo, si quieres llegar más lejos, ve acompañado". Finalmente, invitó a todos a seguir participando y colaborando con Ancera y reconoció el gran trabajo del equipo de Ancera, "pequeño en número, pero muy grande en resultados, y a la vista está". Igualmente, dio las gracias al Consejo, señalando que Ancera no es presidencialista, "sino un equipo de trabajo que da pasos poco a poco en la dirección correcta". ●