

Carlos Olmo / Madrid

Nines García lleva seis meses al frente de la asociación que representa a los recambistas y sabe cuáles son las áreas en las que debe evolucionar la agrupación que lidera y el sector en sí. Pone sobre la mesa el debate de la digitalización y la mejora de la rentabilidad, un concepto amplio, pero en el que desgana las tareas a mejorar en los próximos años como son la logística y la optimización de los viajes, así como un mejor control del stock de los almacenes. Y lo hace dando cifras, hablando de los recambios que apenas tienen rotación y la necesidad de optimizar los viajes de cada uno de los repartos.

PREGUNTA — ¿Cómo valora sus primeros meses al frente de Ancera?

RESPUESTA — De forma muy positiva. Ha sido un aprendizaje, sí, pero también he tenido muy buenos compañeros de viaje con los que he trabajado de forma muy estrecha. Puedo destacar a Carlos —Martín, secretario general de la asociación—, a Paula —Aldea, directora de comunicación— y a Marta —Rodríguez, secretaria técnica—, a aparte del Consejo. La estrategia ya la teníamos marcada, seguimos la inercia de la anterior Junta de la que yo era partícipe y conocedora.

En lo personal, ha sido intenso porque lo tengo que compatibilizar con mi trabajo y eso supone que he de destinar parte de mi tiempo libre a sacar adelante temas en los que me puedan necesitar. Pero el balance es positivo. Estoy muy satisfecha y muy contenta.

P — El mandato es anual, ¿hay intención de continuar?

R — Ya veremos. No puedo avanzar nada. Lo vamos a ir viendo.

P — ¿Qué puede comentar de los resultados económicos del año, teniendo en cuenta que la mejora de la facturación de los seis primeros meses ha sido del 13%, cuando se esperaban cinco puntos menos, y que para el final del curso la previsión se eleva al 8%, cuando se confiaba en llegar al 7%?

R — Estamos teniendo unos resultados muy positivos, pero tampoco debemos olvidar la inflación reflejada en estas cifras. Somos un sector prudente y, además, hemos vivido una situación con la que no teníamos parangón y eso, lógicamente, ha hecho que las previsiones siempre hayan ido por debajo de lo que luego hemos alcanzado.

Las expectativas a fin de año son mejores, en torno a ese 8%.

P — Queda claro que en este incremento de facturación incluye la importante inflación vivida, pero, ¿ha habido más actividad?

R — Sí, ha habido más actividad, y eso es realmente bueno. Pero cuando hablamos de crecimiento a doble dígito, hay que tener en cuenta la inflación.

P — A pesar de sus previsiones, ¿cómo les afectará la situación económica europea, en la que se intuye la recesión de algunas de las principales economías como la de Alemania, aunque para España se prevé un crecimiento del 2%?

R — Es verdad que los mercados son cada vez más globales y que existe el efecto mariposa. Está claro que nos puede repercutir, pero, de momento, no tenemos un conocimiento claro de que esto pueda impactarnos a nosotros. Solo hemos visto una desaceleración en el crecimiento, seguimos mejorando. Continuamos estando influidos por esos costes elevados que nos van a seguir afectando.

A partir de aquí, hay que mantener la actividad empresarial y ver cómo evoluciona la tasa de crecimiento. Seguiremos haciendo nuestro trabajo de la mejor manera posible.

P — En los últimos meses se ha producido el cierre de algunas de las principales compañías del sector, como Cecauro o Impormóvil. ¿Se puede esperar la caída de nuevos actores? ¿Cuáles son las principales dificultades que ha de afrontar el sector?

R — Puede haber nuevas caídas, pero eso es algo que no podemos diagnosticar. El sector está afrontando retos muy diversos. ¿Cuáles son los más recurrentes? La rentabilidad es uno de los que siempre tenemos más en mente y nuestro objetivo, lógicamente, es trabajar en pos de incrementarla en todos los aspectos.

Otro tema que es muy importante es la logística, tanta que nos afecta a nosotros como la que le damos a los talleres. Hacerlo de una manera eficiente tiene su impacto. También hay que tener en cuenta la nueva movilidad, estamos viendo nuevas formas de transporte personal, al mismo tiempo que el parque circulante está muy envejecido. Tiene más de 13 años de media y una parte muy relevante supera los 20 años. Esto, para nosotros, es un reto, porque la inversión en estos vehículos es menor. Solo hay que fijarse en que en 2022, las ventas de VO fue el doble que las de VN.

Por su parte, también estaría la falta de profesionales cualificados, las nuevas líneas de producto derivadas de nuevas tendencias tecnológicas.

P — ¿En qué modo les perjudica el envejecimiento del parque? La lógica indica que, mientras más veteranos, más atenciones necesitan y más frecuentes.

R — Nuestro segmento está, por término medio, en los modelos que parten de cuatro o cinco años y por debajo de los 15, que es donde más rentabilidad se saca. A partir de entonces puede haber más visitas al taller, pero el importe de la factura es menor.

P — Se ha puesto el foco en el stock en los almacenes, con importantes casos de exceso de este y de falta de reposición, ¿cómo se debería supervisar este y hasta qué punto es importante el análisis de estos datos?

R — En el congreso ya le dedicamos un apartado específico y recién-

NINES GARCÍA PRESIDENTA DE ANCERA

«Hemos crecido más de lo previsto, en parte por la inflación, pero también hemos tenido más actividad»



temente hemos realizado un estudio junto con CDN en el que hemos visto que casi un 14% de las 33.000 referencias de media de los almacenes no han recibido ningún pedido, lo que es una barbaridad. Y, otro también interesante es que del 12% de los productos, se han vendido 50 unidades o menos. Estos datos nos hacen reflexionar y nos hacen darnos cuenta de que es necesario optimizar las existencias.

Desde Ancera trabajamos en facilitar este tipo de estudios que ayuden a nuestra distribución a desarrollar su trabajo y, sobre todo, a planificar y evaluar un adecuado almacén, porque este tiene que mantener un nivel. El servicio es clave, pero siempre bajo unas premisas de rentabilidad y rotación.

P— Por el contrario, hasta hace no mucho había problemas de suministro con algunos componentes, ¿cuáles son los que más están tardando en llegar y los que más problemas de abastecimiento les genera en la actualidad?

R— Es verdad que se han solventado bastante bien comparado con el año anterior. Sin embargo, aún siguen existiendo algunos retrasos. Ha habido problemas con algunos componentes, como los conductores o con el suministro de materias primas, aunque en nuestro caso, la carencia ha dependido más del fabricante. Los hay que han sido previsores y han sido capaces de hacer un acopio de materias primas y otros no.

Ha pasado lo mismo con nosotros, los distribuidores. Uno de nuestros valores añadidos es el servicio de la venta y al taller, con lo que hemos trabajado en hacer acopio de componentes, de conseguir la pieza para el taller y darle servicio, pues ha habido veces que han tenido que salir de sus distribuidores habituales para encontrar la pieza que no tenían.

El año pasado hubo carencia de producto en varias áreas, pero este año, ha sido más por la falta de planificación, que no es fácil ante la situación en que nos encontramos, o por el pretendido aligeramiento de stock de algunas piezas por el sobreestocaje de algunos componentes tras la Covid.

P— También se está hablando mucho de la importancia de la logística en los propios almacenes y en el reparto, ¿cuáles son las recomendaciones que hacen desde Ancera?

R— Forma parte de los retos de la mejora de la rentabilidad. Nuestro valor añadido es la venta y el servicio a los talleres, con lo cual no parece lógico reducirlo. Lo que sí podemos es optimizarlo y hacerlo más eficiente. Para eso nos ayuda mucho la digitalización, que nos permite realizar un análisis en profundidad del servicio que estamos ofreciendo para hacerlo de una forma más estructurada.

P— Ante la proliferación de líneas de marca blanca de algunos grupos de recambistas, ¿se efectúa algún tipo de control de calidad en estos?

R— Los recambios de calidad, ya sean originales o equivalentes, tienen que cumplir con las especificaciones del fabricante. Y por supuesto, hay controles de calidad ad hoc, como no podía ser de otra manera.

P— En un momento en el que la economía circular y el reciclaje es un tema capital en la sociedad y las normativas de las administraciones, ¿cómo se controla y cómo se deberían revisar los recambios que ponen a la venta los desguaces?

R— Tanto los desguaces como Aedra son los que están trabajando para que se cumpla una normativa. Se están esforzando mucho para que cumplan los reglamentos de los posibles recambios de los vehículos al final de su vida útil. Se están llevando a cabo controles y se está generando la trazabilidad de esos componentes que proceden de los CAT. Eso no quita que pueda haber excepciones, pero cada vez son menos.

P— ¿Qué les supone la llegada del certificado Sermi?

R— Es el acceso a toda la información relativa a los sistemas de seguridad del antirrobo y nos permite seguir reparando de forma independiente. Es verdad que actualmente este acceso se hace individualmente con cada marca y con el SERMI se debería simplificar esta gestión.

P— ¿Cómo les afectará la implantación de la electrificación a las mecánicas de los coches? ¿Han evaluado qué porcentaje de facturación o actividad perderán?

R— Hace décadas que las tecnologías del automóvil están evolucionando y, además, a pasos agigantados. Somos un sector muy resiliente y que nos hemos ido adaptando a los cambios y continuamos haciéndolo. Hablamos constantemente de la electrificación y del resto de energías alternativas, pero, para nosotros, solo va a suponer otra adaptación, otra vuelta de tuerca más a esta adaptación de la posventa.

En esto tenemos que poner los pies sobre la tierra. Actualmente, el parque circulante de vehículo eléctrico representa un 0,42% y se espera que en los próximos cinco años llegue al 3,38%. No solo eso, es que se preveía que en el 2015 fuera del 10%. No se están cumpliendo los plazos, por lo que no debemos adelantarnos a los acontecimientos.

Con la llegada del vehículo eléctrico, habrá productos que desaparecerán y, en cambio, otros multiplicarán su actividad y su precio, como las baterías o las centralitas. Podemos fijarnos en algún país con una tasa de vehículo eléctrico elevado y lo que ellos están trasladando es un porcentaje muy muy bajo de caída. Pero estos tampoco serían ejemplo del todo porque su parque circulante queda lejos de ser completamente electrificado. Por eso es difícil dar una conclusión. Además, ni siquiera conocemos la respuesta de algunas de las piezas que incluyen, las tasas de reparación, precios o reposición.

P— ¿Cómo se transformará la actividad y los almacenajes con los nuevos componentes que están por llegar, como las baterías de alta



Nines García, además de liderar la asociación de recambistas, también es directora de operaciones de Groupauto Unión Ibérica.

tensión que requieren de un manejo especial?

R— No debería cambiar demasiado, solo, claramente, habrá nuevas formaciones específicas con las necesidades que pueda haber en el manejo y tratamiento de esos productos y adaptando los espacios a los requerimientos técnicos de protección y gestión de estos.

Creo que una de las evoluciones que nos afectará será que no solo venderemos componentes sino, también, servicios, algo que ya estamos haciendo, pero también habrá que rastrear.

P— Desde el sector del taller se han quejado en numerosas ocasiones de las dificultades para encontrar nuevos profesionales, ¿sucede lo mismo en el mundo del recambio?

R— La problemática de los talleres también la tenemos en la distribución y en ese sentido lo que pasa es que hay falta de especialización. En el mundo del recambio hay perfiles profesionales que están enfo-

este control se podrán optimizar. Lo mismo sucede con los pedidos, con la disposición del almacén e incluso de la cantidad de componentes que debemos tener según las solicitudes de nuestros clientes.

P— El sector ha tenido una pugna con las compañías que vendían repuestos por Internet que, en ocasiones, no tenían sus centrales almacenes en España, ¿cómo está esta situación en la actualidad?

R— El matiz es a quién van dirigidas estas piezas, si es a un profesional o no. Ahora, la gran mayoría de las páginas con acceso a compra de productos son muy profesionales y que van dirigidas a los talleres. Creo que esa es la principal diferencia. Históricamente, también han sido utilizadas por los propios mecánicos, que buscaban algunos repuestos que tuvieran un precio inferior al de su proveedor habitual.

El problema llegaba cuando era el usuario final el que compraba, que en muchas ocasiones necesitaba un profesional que instalase la pieza; que la que adquiría no era la que necesitaba; o si instalaba él, necesitaba un servicio de posventa porque, para muchas reparaciones, hay que acceder a la centralita para decirle que ya se ha solventado el problema.

En el caso de las compañías que sirven a profesionales, son un competidor más, siempre que todos los actores tengamos las mismas oportunidades de negocio y las mismas reglas del juego.

P— ¿Se sienten valorados por las administraciones (locales y central)? ¿Consideran que tienen habilitadas las líneas de diálogo suficientes para tratar sus inquietudes y necesidades?

R— En cierto modo lo resumió Carlos (Martín, secretario general de Ancera), en nuestro Congreso: hay que encabezar líneas de diálogo y potenciarlos con todos los organismos y administraciones. Esto es especialmente relevante y soy consciente de la importancia que tiene. Pertenecemos a Figiefa (asociación europea de distribuidores de recambios) que defiende en Bruselas nuestros intereses ante estas administraciones comunitarias.

Es verdad que siempre queremos más. O que nosotros somos ambiciosos, pero está claro que, por eso, una Ancera fuerte y unida representado a toda la distribución nos hace tener más repercusión y que nuestras peticiones a las diferentes administraciones lleguen con más fuerza. Ahora mismo, podemos hacer un balance positivo.

P— ¿Sienten que tienen voz propia cuando hay que tratar con las administraciones locales?

R— Trabajamos y colaboramos codo a codo con otras asociaciones del sector como Sernauto, Cetraa o Conepa, entre otras, porque tenemos intereses comunes. Pero también hay intereses que son particulares y específicos de la distribución y tenemos nuestro canal de interlocución con el que organizar reuniones y hacer saber nuestras necesidades. Por eso, creo que sí somos escuchados.

P— ¿Cómo evalúa la evolución del Congreso de Ancera en los últimos años y qué podemos esperar de las próximas ediciones?

R— En los últimos años hemos logrado una evolución que nos la ha marcado nuestros socios. Cada año pedimos que nos evalúen como consideran que estamos haciendo nuestro trabajo, si estamos cumpliendo con lo que ellos necesitan, porque al final esa es nuestra razón de ser y que nos ayuden a construir. Así, en 2021, después de la pandemia, se decidió centralizar el evento en Madrid, así como todas las reuniones del Consejo porque nos parecía que era el punto más accesible para la mayoría de los congresistas, donde había espacios más grandes, teniendo en cuenta la necesidad de cumplir la normativa vigente entonces, y, al final, el resultado ha sido bastante positivo.

Empezamos siempre con un formato que permita el networking porque enriquece mucho ese contacto personal, y luego damos los contenidos que respondan a lo que nos transmite la distribución.

De cara al año que viene estamos pidiendo a la distribución qué temas son los que más les preocupan y los que más les interesan para trabajar en esa dirección. Eso sí, todo es susceptible de mejora.

Nuestro valor añadido es la venta y el servicio a los talleres, con lo cual no parece lógico reducirlo. Lo que sí podemos es optimizarlo y hacerlo más eficiente. Para eso nos ayuda mucho la digitalización, que nos permite realizar un análisis en profundidad de la prestación que estamos ofreciendo para hacerlo de una forma más estructurada

cados al propio componente, pero no tanto a la gestión del almacén o en la atención al cliente. Es ese tipo de profesional el que necesitamos y ese tipo de cualificación. A esto hay que sumar que sean capaces de adaptarse a posibles cambios en los puestos de trabajo.

En el estudio de logística que nombré antes, hemos notado una importante carencia en formación sobre logística, sobre todo para que ayuden en la automatización de procesos y de la que puede depender la rentabilidad. Solo el 66,7% de nuestras empresas disponen de un profesional dedicado en exclusiva a este apartado, que si lo pensamos es muy notorio, aunque debería ser superior.

P— ¿Cómo debe afrontar el sector del recambio la digitalización? ¿Cómo están evolucionando los pedidos por internet o aplicaciones en detrimento de las llamadas telefónicas a una centralita?

R— Yo te diría que cada vez se mueve más recambio a través de los canales digitales, de eso no cabe duda. Y, además, estamos convencidos de que va a seguir esta tendencia. El sector se ha preparado, en su gran mayoría, para ello, especialmente con la llegada de la pandemia, que ha servido de acelerador para la digitalización.

También es verdad que sigue siendo un sector en el que el teléfono está bastante arraigado y algunos talleres lo consideran el sistema más rápido para hacer un pedido. En la distribución tenemos que adaptarnos al cliente y, aunque la llamada pudiera ser más cómoda, digitalmente debemos tener las herramientas para introducirlo en el sistema y que todo se produzca de una manera automática.

P— ¿De qué manera está cambiando ya la digitalización a la distribución de recambios?

R— Tiene que llegar a todas las áreas. Antes hablaba de las rutas, con