

► Crecer en un entorno cada vez más exigente

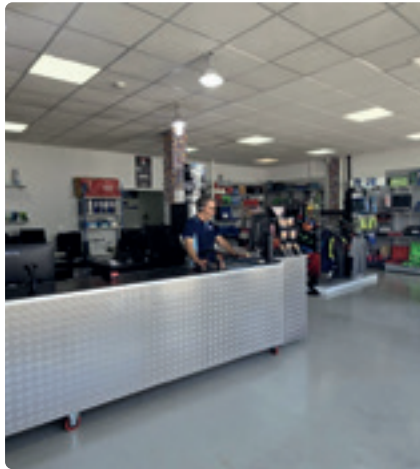


Paula Aldea

Directora de comunicación y marketing de ANCERA

Hay cifras que hablan por sí solas. También hay cifras que invitan a mirar más allá. El último informe de actividad de ANCERA pertenece a esa segunda categoría. Sobre el papel, los datos son positivos: la distribución independiente de recambios ha crecido un 6% durante el primer semestre de 2026, las previsiones apuntan a un avance del 6,1% al cierre del ejercicio y el 93% de los distribuidores confía en seguir creciendo. También el análisis trimestral confirma esa tendencia, con un incremento del 6,7% respecto al mismo periodo del año anterior y del 2% frente al primer trimestre de 2026. Con estos datos sobre la mesa, podría parecer que el sector atraviesa un momento de tranquilidad. Pero la realidad, como casi siempre, es bastante más compleja.

Porque lo hemos defendido en varias ocasiones: crecer ya no consiste únicamente en vender más. Hoy crecer significa hacerlo mientras aumentan los costes, se estrechan los márgenes y la incertidumbre económica y geopolítica obliga a revisar decisiones casi a diario. Significa mantener el rumbo en un escenario donde la planificación convive con la volatilidad. A esa realidad se suma una transformación que avanza a gran velocidad y ya no es desconocida para ningún eslabón de nuestra cadena de valor. La



“ Sin duda, los datos son una buena noticia. Pero su verdadero valor va más allá del crecimiento del sector: se encuentra en demostrar que seguimos avanzando mientras el terreno bajo nuestros pies no deja de moverse. Tal vez ésta sea la redefinición, a día de hoy, de nuestra competitividad

inteligencia artificial, la digitalización, la electrificación del parque, la irrupción de nuevos modelos de negocio o la dificultad para incorporar talento no son retos que pertenezcan al futuro. Son decisiones que las empresas deben afrontar hoy. Y hacerlo, además, sin perder de vista otro aspecto esencial: la eficiencia de la logística y de una cadena de suministro que continúa siendo una pieza clave para la competitividad.

Quizá esa sea la mayor fortaleza de la distribución independiente: su capacidad para evolucionar, sí, pero sin renunciar. Somos un sector acostumbrado a adaptarse, a encontrar oportunidades en los cambios y a responder con agilidad cuando el mercado cambia de dirección.

Por eso, detrás de cada porcentaje hay algo más que crecimiento. Hay empresas que invierten, equipos que se reinventan y profesionales que toman decisiones en un entorno donde cada vez resulta más difícil distinguir entre la incertidumbre y la oportunidad.

Sin duda, los datos son una buena noticia. Pero su verdadero valor va más allá del crecimiento del sector: se encuentra en demostrar que seguimos avanzando mientras el terreno bajo nuestros pies no deja de moverse. Tal vez ésta sea la redefinición, a día de hoy, de nuestra competitividad. ■