

RADIOGRAFÍA DE LA DIGITALIZACIÓN FINANCIERA

en la automoción española 2026

Un análisis profundo sobre la brecha entre la digitalización administrativa y la realidad operativa en las redes de distribución en España.

Ventas:
el espejismo de
la inmediatez

Posventa:
el cuello de botella
en el servicio

Administración:
termómetro para la salud
financiera del negocio

Fecha de publicación:
Junio 2026

CONTENIDOS

03	SOBRE NOSOTROS
04	INTRODUCCIÓN: La paradoja de la digitalización
06	METODOLOGÍA: El peso de la realidad
07	ÁREA DE VENTAS: El espejismo de la inmediatez
10	ÁREA DE POSVENTA: El cuello de botella en el servicio
12	ÁREA DE ADMINISTRACIÓN: Radiografía financiera
15	LAS PRIORIDADES DE LOS DIRECTIVOS: Un clamor por la integración
17	CONCLUSIÓN: El avance de la digitalización es imparable
19	ANEXO: Metodología detallada
21	BIBLIOGRAFÍA



SOBRE NOSOTROS

aufinity  .com

Aufinity Group, con sede en Colonia (Alemania), es una fintech cuya misión es redefinir los procesos financieros en la industria automotriz europea. Fundada en 2018, la compañía desarrolla soluciones bajo la categoría Autonomous Finance. Los procesos de cobro se digitalizan, aceleran y simplifican gracias a estas soluciones. Aufinity Group responde a las necesidades de concesionarios, servicios automotrices y OEMs en la gestión de pagos.

“La digitalización es imparable, aunque existen carencias en el sector de los concesionarios y talleres que es necesario solventar para aumentar la eficiencia”



Andreza Carvalho
Senior Marketing
Expert de Aufinity
España

MSI
INSIGHT

MSI, Sistemas de Inteligencia de Mercado, es una consultora especializada en automoción que ayuda a los distintos actores del sector a mejorar sus resultados de negocio a través de datos de mercado, sistemas de análisis, previsiones y servicios de consultoría. Fundada en 1985, la compañía ha evolucionado hasta consolidarse como un referente en apoyo a la toma de decisiones, con cobertura de múltiples segmentos, desde turismos y vehículos comerciales hasta motocicletas, maquinaria y náutica de recreo.

“Anticiparse al futuro es primordial para garantizar los resultados de las empresas. Las decisiones presentes son el avance para el futuro”



**José Manuel
López Montoya**
Director Comercial
en MSI Iberia



1. INTRODUCCIÓN:

La paradoja de la digitalización

Durante la última década, **el sector de la automoción en España ha destinado inversiones millonarias a modernizar la experiencia del cliente.** Sin embargo, este esfuerzo focalizado en el *front-end* ha dejado en la sombra a la operativa financiera, dando lugar a lo que denominamos la “**paradoja de la digitalización**”. Nos encontramos ante procesos que, si bien aparentan ser tecnológicos, siguen atados

a una constante intervención humana en la trastienda de la concesión.

En el presente estudio nos hemos adentrado en el aspecto de la **gestión de los cobros de los concesionarios en España**, investigando cómo funciona dicho proceso, en un ecosistema en el que existen discordancias entre los trabajos que realizan desde el área comercial hasta el de administración.



Cuando hablamos de gestión de cobros, estamos hablando de:



Cobrar
reservas



Reportarlas
internamente



Solicitar
transferencias



Verificar el
estatus de pago



Comunicación
con el cliente



Comunicación con
departamentos de
administración y
contabilidad



Seguimiento de
pagos



Conciliación



Confirmación de
cobros



2. METODOLOGÍA: El peso de la realidad

Este libro blanco se sustenta en una investigación dirigida por la consultora MSI, analizando la operativa de **33 grupos de concesionarios que gestionan 1.654 puntos de venta**.

Alcance:

Representatividad del 41% del mercado español.

41%



Segmentación:

Desde pequeños concesionarios, que forman parte de pymes, hasta los grandes grupos empresariales.



Objetivo:

Invertir el tiempo dedicado a tareas manuales en acciones que permitan generar oportunidades de más valor para la compañía.



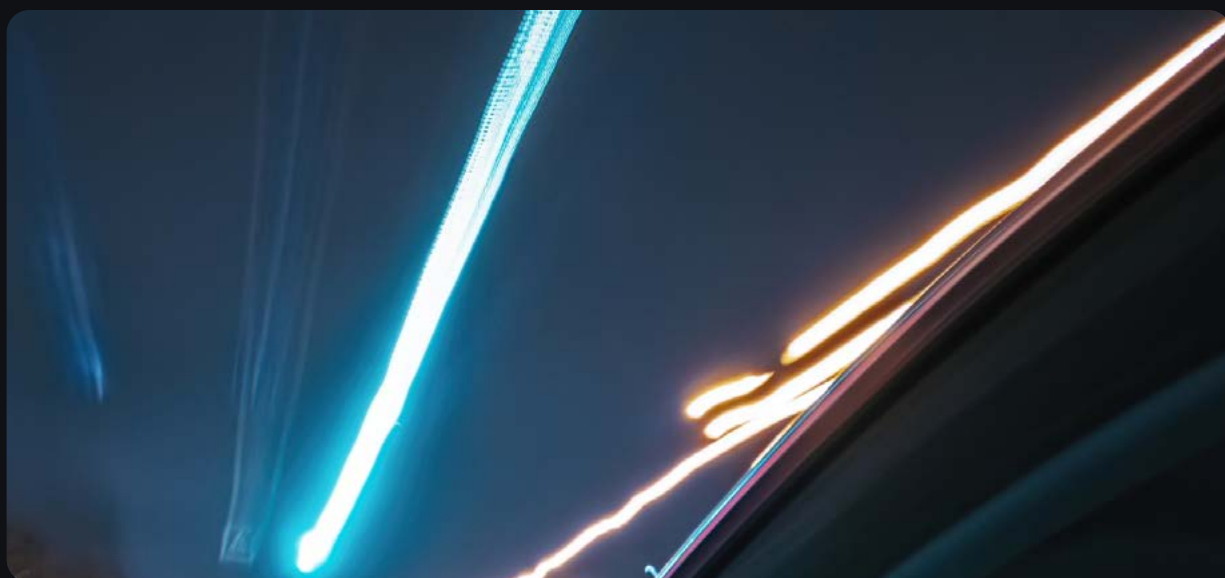
Esta muestra nos permite **capturar con máxima precisión las dinámicas del 41% de la cuota de mercado en España**.



3. ÁREA DE VENTAS: El espejismo de la inmediatez

El **área de ventas**, al que podemos definir como el *"momento de la verdad"*, **cierra el ciclo de toda actividad comercial al ser el punto final donde culmina la experiencia del cliente y donde se materializa tanto cualitativamente como cuantitativamente la rentabilidad del negocio.**

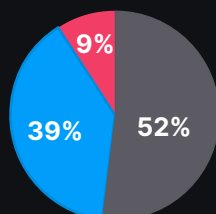
Los concesionarios españoles se enfrentan a un **contexto cada vez más competitivo**, en el que la estrategia omnicanal cobra mayor relevancia que nunca. El usuario final recibe insights desde diversos canales de comunicación, todos ellos conectados e integrados entre sí, pero cuya experiencia finaliza inevitablemente de manera física en el propio concesionario.



Tareas que afrontan en el área de ventas:

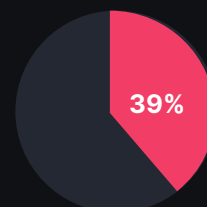
1. Gestión de cobros y reservas

El 52% de los concesionarios realiza un proceso digital y automatizado. Un 39% admite que el seguimiento requiere todavía cierta intervención manual. Un 9% confirma que sus procesos son totalmente manuales y descentralizados.



2. Registro y reporting interno de operaciones

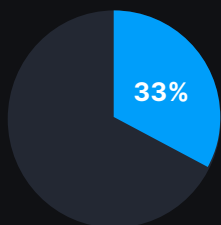
La falta de un registro integrado dificulta la visibilidad interna y obliga a los equipos a depender de comprobaciones manuales.



3. Verificación del estado de cobros

El 39% dependen de una intervención y verificación manual.





4. Comunicación con el cliente

Un 33% afirman que es manualmente como se validan todos los cobros del cliente en un sistema informático.

Vía:



Email



WhatsApp



Llamada telefónica



SMS

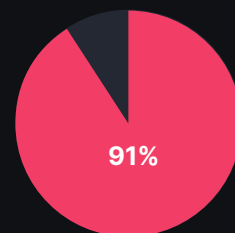
5. Coordinación interdepartamental

Cuando ventas, administración y contabilidad no trabajan sobre un mismo sistema, aumentan los retrasos, las fricciones internas y el riesgo de error.



6. Seguimiento y control de cobros

El 91% no opera con un plan definido y estandarizado, lo que aumenta los riesgos de impagos o errores.



7. Conciliación y validación financiera

Automatizar la conciliación permite validar cobros con mayor precisión, reducir discrepancias y proteger la salud financiera del concesionario.

EL PULSO DEL MERCADO

Los principales problemas que afrontan los trabajadores de los concesionarios, según una encuesta realizada in situ en el Congreso Faconauto 2026 son:

- Invitaciones de pago
- Conciliación bancaria



4. ÁREA DE POSVENTA: El cuello de botella en el servicio

Los datos de la consultora **MSI para Aufinity** revelan una realidad preocupante: las **tareas manuales siguen lastrando trabajos que deberían ser digitales y automatizados**, generando fricciones innecesarias en los momentos más críticos del servicio. Un punto débil que ahonda en cuestiones

como el requerimiento de información al cliente a la hora de facturar que se produce de manera manual, y por diversos medios, según considere el equipo empresarial, y que aborda también otras tareas como control de pagos, gestión de financiación y procesos de cierres de cajas.



70%

de los concesionarios utiliza asesores de servicio, dedicando **entre 5 y 10 minutos por factura**.

67%

de los concesionarios utiliza métodos tradicionales de envío de facturas, dedicando de **15 a 30 minutos diarios**.



51%



de los asesores **no tienen autonomía** para confirmar el cobro en tiempo real.

21%



de los concesionarios **no ofrece financiación**.

0%

de los concesionarios **concilia sus facturas sin errores**.

EL PULSO DEL MERCADO

La automatización es una decisión estratégica para la experiencia del cliente, para evitar, según una encuesta realizada in situ en el Congreso Faconauto 2026 son:

- La gestión de impagos y pendientes
- El envío manual de facturas



5. ÁREA DE ADMINISTRACIÓN: Radiografía financiera

El departamento de administración y contabilidad es el **encargado de garantizar que los ingresos se registran, se controlan y se consolidan correctamente**. Es aquí donde convergen todos los procesos del

concesionario, desde la venta hasta la posventa, y donde cualquier error previo acaba saliendo a la superficie. **Su función no es sólo operativa: es crítica para la salud financiera del negocio.**



La realidad de no automatizar los cobros

El **50% de las empresas** encuestadas dedican al control de los ingresos **hasta 20 minutos por cada vehículo**.

1. Cobrar reservas



2. Reportar las reservas internamente



3. Solicitar transferencias a los clientes



4. Verificar el estatus de pago de cada una de las reservas



5. Comunicarse con los clientes



6. Comunicación interna con administración y contabilidad



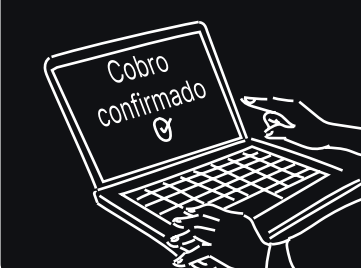
7. Seguimiento de los pagos



8. Conciliación de facturas



9. Confirmación de cobros



¿Sabías que...?

9 de cada 10 concesionarios tienen que realizar tareas manuales para comprobar las discrepancias existentes en los cierres de cajas. El resultado traslada una tendencia a las empresas de automatizar la totalidad de sus procesos.

EL PULSO DEL MERCADO

El Banco de España en su informe '**Evolución y tendencia en los pagos de los consumidores españoles**', aborda la digitalización de los pagos frente al uso del dinero efectivo en la población española.



El pago en efectivo sigue siendo el método más utilizado en el 57% de los casos.



Las operaciones con tarjeta suponen ya el 32% de las transacciones.



Los nuevos métodos de pago digitales tienen una mayor presencia entre los españoles.



Los procesos automatizados garantizan la ausencia de errores y la agilidad en las operaciones.



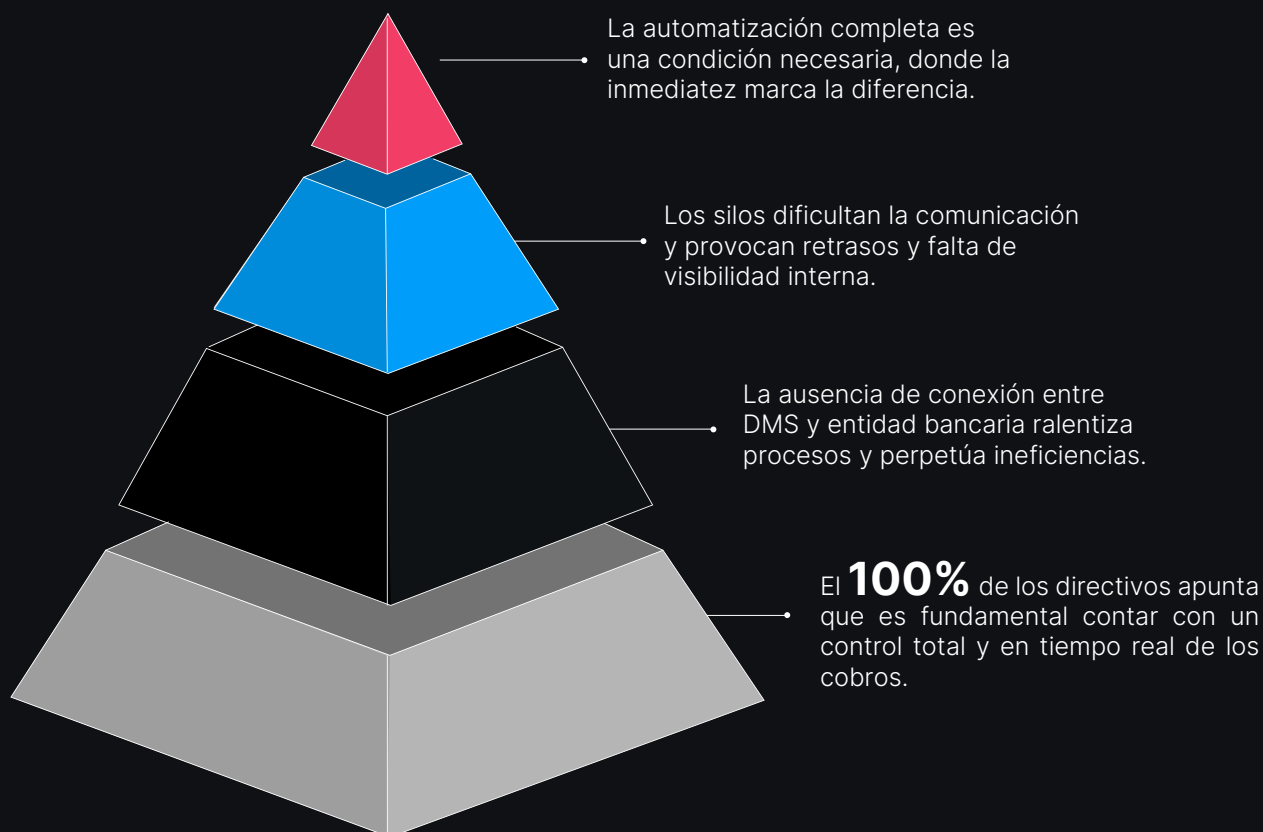
6. LAS PRIORIDADES DE LOS DIRECTIVOS: Un clamor por la integración

El **directivo aporta una visión más clara y estratégica sobre hacia dónde debe evolucionar el concesionario**. La integración de sistemas y la automatización de procesos se han convertido en una prioridad crítica para garantizar la sostenibilidad del negocio.

Para los directivos **es esencial apostar por entornos conectados que permitan una visibilidad en tiempo real del estado de los cobros, al mismo tiempo que se eliminan errores humanos** que puedan afectar tanto a las cuentas como a la credibilidad de la compañía.

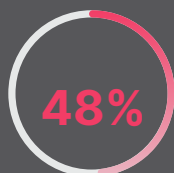


Automatización, integración y control: las claves para evitar pérdidas

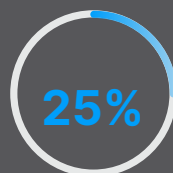


EL PULSO DEL MERCADO

El último informe de E-Lend Solutions desvela que el **77%** de los concesionarios han reportado incidentes en los últimos dos años:



de las empresas ha perdido cuatro o más vehículos.



de los encuestados ha perdido 10 o más vehículos.



7. CONCLUSIÓN: El avance de la digitalización es imparable

Los hallazgos extraídos de nuestra investigación junto a la consultora MSI arrojan una conclusión ineludible: **automatizar los procesos de cobro y conciliación es una cuestión de estricta supervivencia financiera.**

Afinity se posiciona como la **respuesta natural para cerrar esa brecha operativa.** La plataforma está diseñada específicamente para **eliminar el "impuesto" silencioso que supone la gestión manual**, permitiendo a los concesionarios **recuperar su activo más crítico y rentable: el tiempo de sus equipos.**



El futuro pasa por...

1

Control financiero
y análisis de
rentabilidad.

2

Identificación de ineficiencias
y **oportunidades de
optimización.**

3

Mejora de la gestión
de tesorería y **previsión
de flujo de caja.**

4

Detección temprana de
retrasos o incidencias
en los cobros.

5

Mejor **coordinación** con
las áreas de dirección
financiera y compras.

6

**Trazabilidad
completa** de cada
transacción.

7

Disponibilidad de
registros íntegros y
estructurados.

8

Identificación de áreas
o servicios con **mayor
tasa de conversión.**

9

**Potenciación de los
equipos** dentro del
concesionario.



8. ANEXO: Metodología detallada

La **fiabilidad y precisión de los datos** expuestos en esta radiografía sectorial **descansan sobre tres pilares** metodológicos: **independencia, alcance y diversidad**.



01

Garantía de independencia y rigor: La dirección del trabajo de campo ha corrido a cargo de MSI Iberia, consultora líder y referente indiscutible en inteligencia de mercado para el sector de la automoción. Su intervención asegura que el levantamiento de datos cumple con estrictos estándares profesionales de neutralidad, erradicando sesgos y certificando la calidad de la información.



02

Muestra de alta representatividad: Abarca desde pymes hasta grandes grupos, sumando 33 grupos de concesionarios y 1.654 puntos de venta distribuidos por toda la geografía nacional. Esta amplitud nos otorga una representatividad del 41% sobre el mercado total, convirtiendo a este libro blanco en uno de los análisis más fieles de la industria actual.



03

Diversidad de perfiles (representatividad 360°): Para evitar que el análisis refleje únicamente la visión de los grandes operadores, el estudio segmentó de manera intencionada a las compañías participantes según su facturación. De este modo, se recabaron datos tanto de pymes como de grandes grupos de concesionarios, con una facturación de entre 1 y 20 millones de euros.

360

04

Marco temporal y confidencialidad: Las encuestas se ejecutaron entre diciembre de 2025 y febrero de 2026, captando la situación operativa más reciente justo tras los cierres del ejercicio anual. Para asegurar la total transparencia en las respuestas, el proceso se blindó bajo estricto anonimato, otorgando a los directivos la libertad de exponer sus ineficiencias reales sin filtros corporativos.



BIBLIOGRAFÍA

Estudio elaborado por la consultora MSI, dirigido a los concesionarios y talleres de coches españoles, 2026.

- Encuesta realizada por el equipo de Aufinity durante el Congreso Faconauto 2026.
- Banco de España. 'Evolución y tendencia en los pagos de los consumidores españoles' 2025.
- eLEND Solutions. 'Dealership Fraud Surges as Digital Vehicle Purchases Increase' 2026.



aufinity  **com**

Aufinity Group España

C. del Duque de Sevilla, 3
28002 Madrid

www.aufinity.com/es

service@aufinity.com

