

# El Vehículo de Ocasión más allá de la posventa

Informe de situación

Con la colaboración de:

FACONAUTO



# Situación del Mercado de Vehículo de Ocasión (VO)



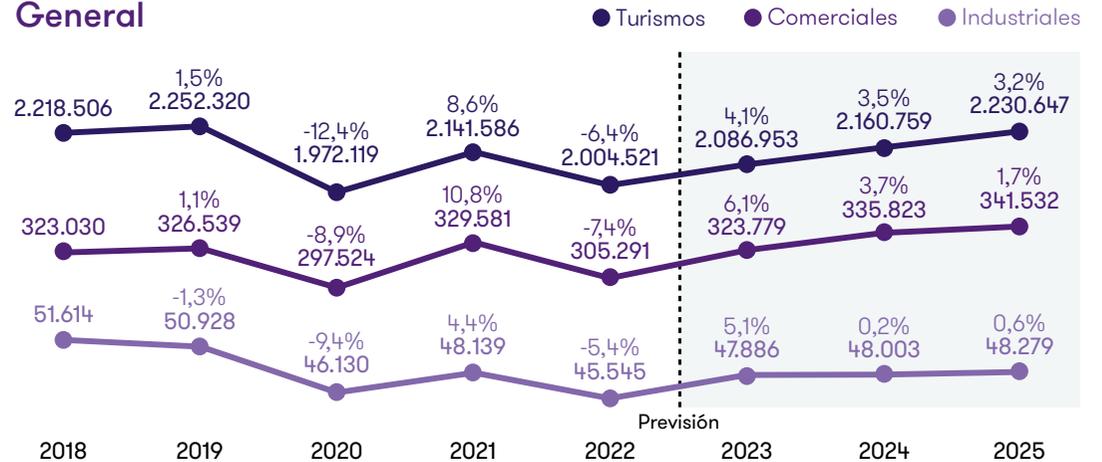
# Mercado Vehículo de Ocasión (VO)

Analizando el momento por el que está atravesando el sector de automoción fijándonos en la transformación que se está produciendo y el futuro incierto que tenemos por delante, hace que el Vehículo de Ocasión esté viviendo una etapa de crecimiento continuado y con previsión de que siga siendo así en los próximos años.

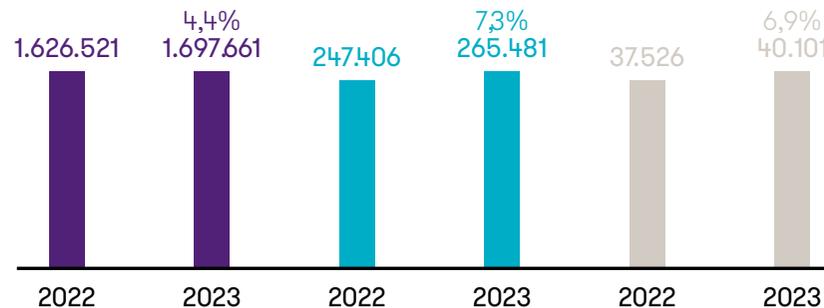
El mercado de ocasión tiene cada vez más presencia por varias razones y es que en un momento de transición energética, aumento de los precios y entregas que muchas veces se demoran más de lo esperado, los vehículos usados se presentan como una solución atractiva, económica e inteligente.

Si nos fijamos en la evolución de tres de sus mercados principales, observamos que las ventas de turismos usados retoman la senda de crecimiento tras la irregularidad de los últimos años, camino de situarse en cifras en torno a los 2.200.000 vehículos en el corto plazo, volúmenes cercanos a los récords de 2018-2019. aunque debido al estancamiento o lento crecimiento de las ventas de Vehículo Nuevo, la relación VO/VN se seguirá manteniendo por encima de 2 vehículos (2,1-2,2).

## General



## Octubre 2023 (Acum)



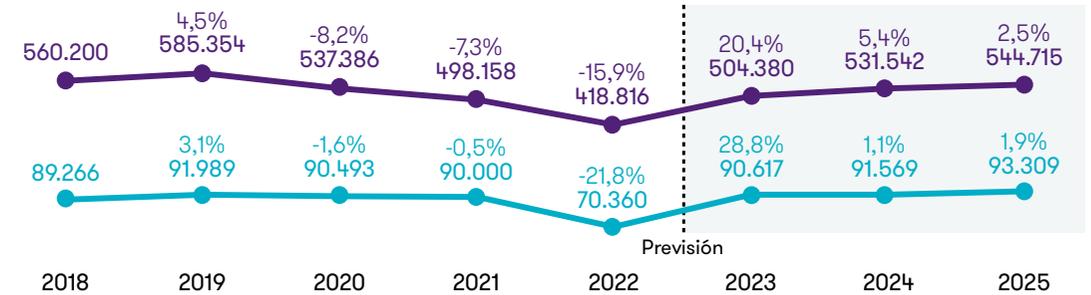
Si siguiendo el mismo comportamiento las ventas de comerciales, también se encuentran cercanas a las cifras récord de 2018-2019 en unos niveles por encima de las 300.000 unidades y una relación VO/VN estable en los 2,2 vehículos.

Idéntica situación la de las ventas de VO de los vehículos industriales, situadas en cifras cercanas los 50.000 vehículos y una relación VO/VN de 1,6 vehículos.

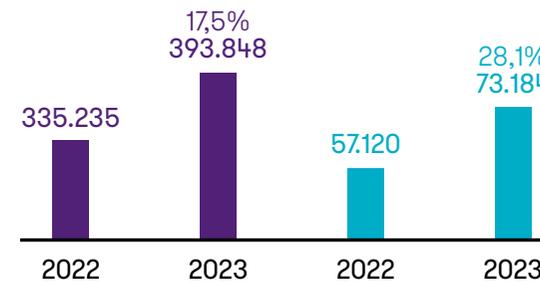
Estas cifras nos hacen pensar que el mercado se consolida convirtiendo al vehículo usado es una de las palancas más importantes para el rejuvenecimiento del parque, siendo cada vez más apreciado por los usuarios como una opción de compra fiable.



### Profesional (< 7 años)



### Octubre 2023 (Acum)



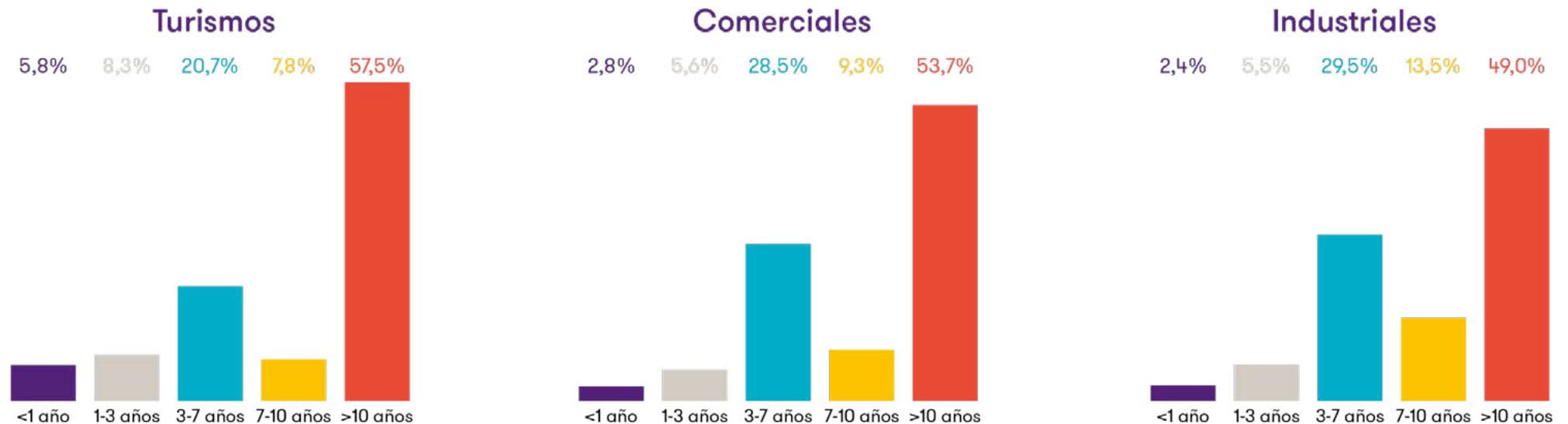
# Mercado Vehículo de Ocasión (VO)

Si analizamos la distribución de las edades de los turismos, los que tienen antigüedad hasta 10 años son los que mayor representatividad han perdido desde 2007, con unos volúmenes muy por debajo, no ya de los históricos si no de los de hace 5-6 años.

Aun así, destacamos que los turismos de 3 a 7 años son el tramo que más han recuperado sus ventas, situándose muy cercanos a los mejores resultados históricos.

El mercado de vehículos comerciales e industriales, en lo que se refiere a VO, la situación es muy similar a la descrita para los turismos, encontrándose ligeramente peor en los vehículos más jóvenes de hasta 3 años, pero mejor en los comprendidos entre 3 y 10 años, y aunque algo menos acusado que en los turismos, también los volúmenes y representatividad de los de más de 10 años se encuentran en niveles preocupantemente elevados.

## Antigüedad. Octubre 2023 (Acum).



En relación a los vehículos de más de 10 años de antigüedad continúan por encima de 1.200.000 ventas de VO, lo que supone situarse en una relación respecto del VN de casi 1,5 vehículos. Este nicho de mercado es el que más representatividad tiene, como lo viene demostrando de manera habitual. Es importante implantar iniciativas que dinamicen la venta de VO de vehículos con menor antigüedad para conseguir que se produzca un trasvase de compra de vehículo viejo a vehículo joven o seminuevo. Además de acelerar el rejuvenecimiento del parque con vehículos más sostenibles, eliminaríamos de la circulación vehículos que no son seguros.



2023	<1 año	>1 y <3 años	>3 y <7 años	>7 y <10 años	>10 años	Total
Turismos	97.994	140.864	351.084	131.862	975.857	1.697.661
Comerciales	7.481	14.999	75.763	24.739	142.499	265.481
Industriales	965	2.224	11.847	5.407	19.658	40.101

# Mercado Vehículo de Ocasión (VO)

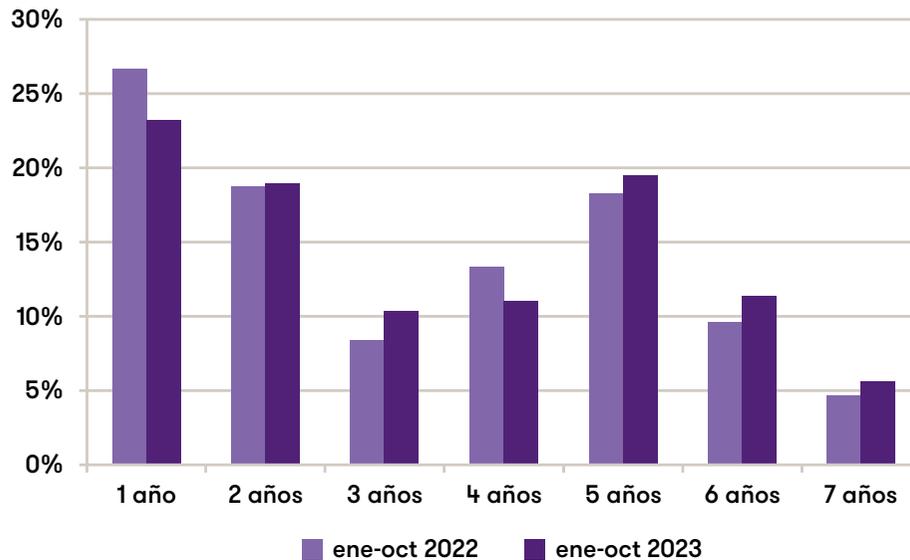
## Antigüedad Mercado Profesional ( $\leq 7$ años). Octubre 2023 (Acum).

Después de comenzar a recuperarse las ventas de turismos procedentes del canal profesional (empresas no renting, renting y empresas de alquiler) a partir de 2015 y llegar a situarse en 2019 en niveles próximos a los de 2007 (cerca de las 600.000 unidades), estas comienzan a reducirse tras la pandemia con la reducción de las ventas de Vehículo Nuevo, para comenzar la recuperación en lo que llevamos de año y la continuidad que esperamos para los próximos dos años.

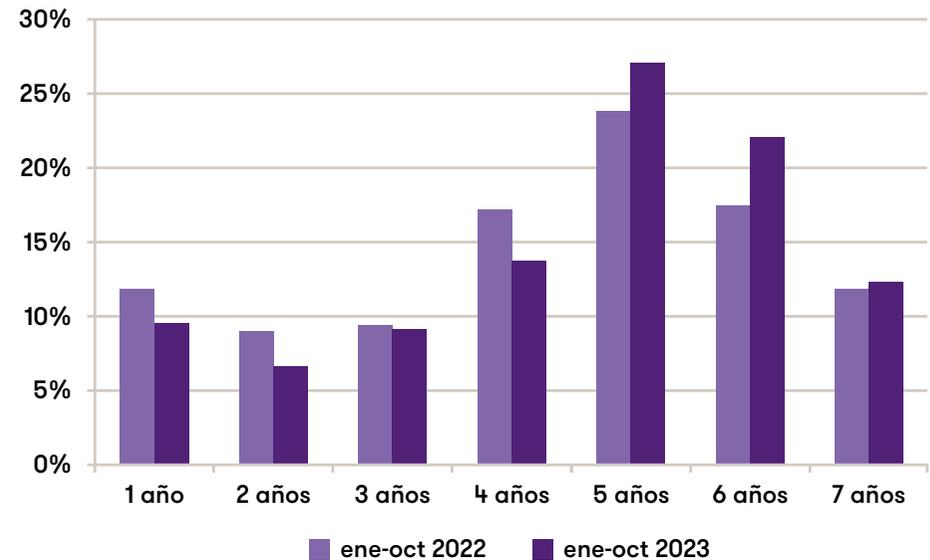
Los vehículos comerciales, aunque sufrieron un descenso en 2022, ya este año y sobre todo los dos próximos años se situarán en niveles prepandemia.

En general el comportamiento de los vehículos con antigüedad que no supera los 7 años, en los próximos años tendrá un recorrido positivo, impulsado por los modelos de movilidad cada vez más afianzados en el mercado y que generarán stocks importantes de estos vehículos, provocando además nuevos modelos de negocio que no sean únicamente su venta. Estos vehículos cumplen con la normativa de seguridad y sostenibilidad y por eso tendríamos que tener en cuenta la palanca que ofrecen para favorecer un modelo de movilidad con futuro que estamos construyendo.

### Turismos



### Comerciales



2023	1 año	2 años	3 años	4 años	5 años	6 años	7 años	Total
Turismos	91.420	74.755	40.812	43.342	76.806	44.687	22.026	393.848
Comerciales	6.909	4.772	6.667	10.019	19.742	16.124	8.951	73.184



# Mercado Vehículo de Ocasión (VO)

## Mercado por canal de origen. Octubre 2023 (Acum).

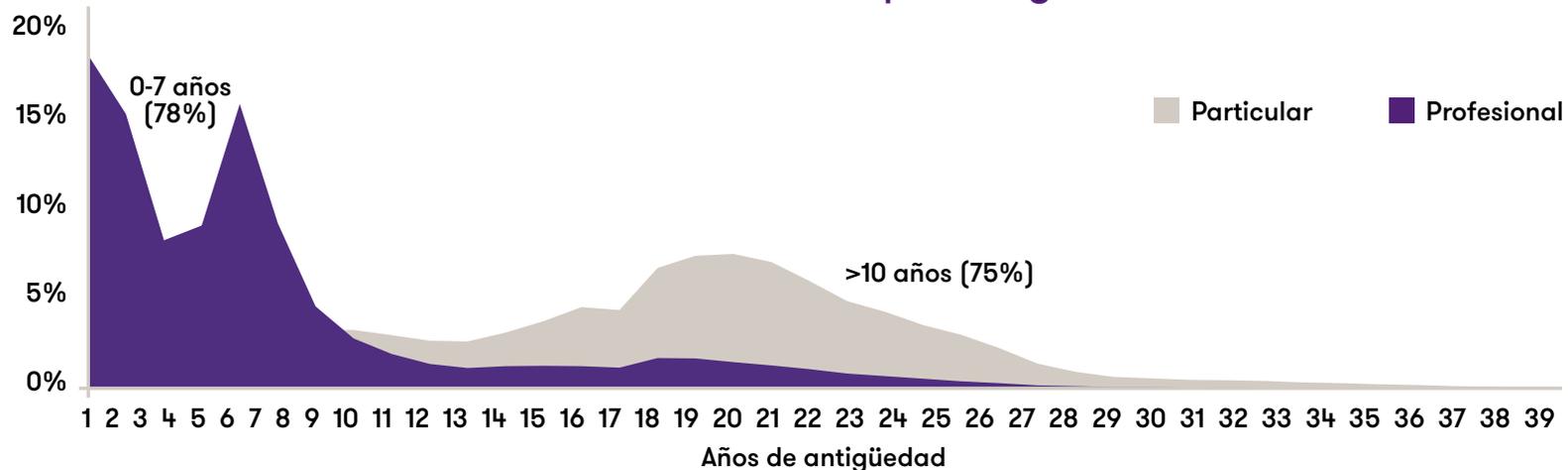
El comportamiento del vehículo usado según el canal de origen y antigüedad nos damos cuenta de que el canal particular, aporta el 70% de turismos de VO, pero con un deterioro en cuanto a la antigüedad de estos. Mientras en 2007 casi el 60% eran de menos de 10 años, en la actualidad, con un mayor volumen algo superior al 10%, estos representan tan solo el 25%, correspondiendo el resto a más de 10 años.

Si analizamos con detalle el mercado profesional, la estructura por antigüedades es constante, con una concentración del 76%-78% en los vehículos de hasta 7 años de edad, si bien el número de turismos se ha ido reduciendo de forma considerable y constante desde 2007 suponiendo en la actualidad un 57% menos.

Debido a la actividad comercial e industrial, el origen de los vehículos comerciales de VO se reduce en la condición de NIF, aunque aún sigue siendo elevada (50%-55%) debido a la mayor concentración de autónomos, destacando también el crecimiento de los vehículos procedentes de renting.

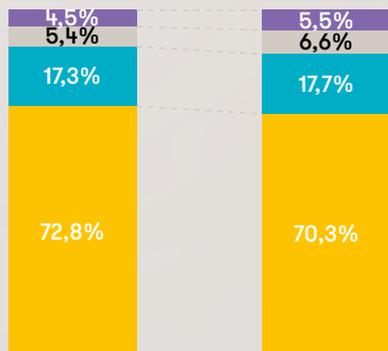
En los vehículos de industriales, por el contrario, la aportación de la actividad NIF se sitúa actualmente en un 20%, habiéndose reducido de forma progresiva desde 2007, tanto en peso como en volúmenes de VO. Los VO de industriales procedentes de empresas no renting, también han ido reduciéndose en volumen y aportación. En este mercado, la presencia del renting es muy poco representativa. Los VO procedentes del canal alquilador son los que destacan positivamente, representando actualmente el 20% del mercado de VO total y casi una tercer parte de la aportación de las empresas no renting.

## Turismos. Distribución por antigüedad

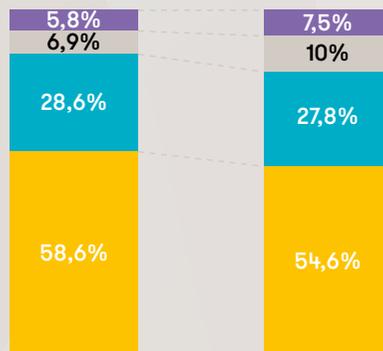


2023	NIF	Empresa no renting	Empresa renting	Alquilador	Total
Turismos	1.192.884	299.957	111.515	93.305	1.697.661
Comerciales	144.930	73.861	26.872	19.818	265.481
Industriales	7.915	24.266	283	7.637	40.101

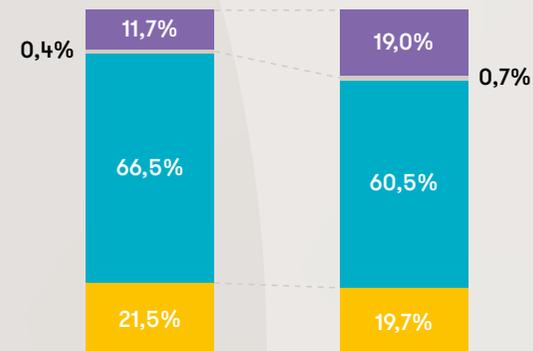
### Turismos



### Comerciales



### Industriales



# Mercado Vehículo de Ocasión (VO)

## Mercado Profesional ( $\leq 7$ años) por canal de origen. Octubre 2023 (Acum).

Las ventas procedentes de empresas no renting, aunque muestran cierta recuperación en el 2023 respecto del pasado año, se encuentran en niveles muy cercanos a los mínimos, al igual que las operaciones que proceden de las empresas de alquiler, si bien estas operaciones tienen una mejor recuperación ya que es el doble que la de empresas no renting.

Las empresas de renting continúan con un crecimiento constante, siendo las más dinamizadoras de este mercado, representando ya el 28% del total de estas operaciones. Este crecimiento es directamente proporcional al comportamiento que el renting esté teniendo en vehículo nuevo.

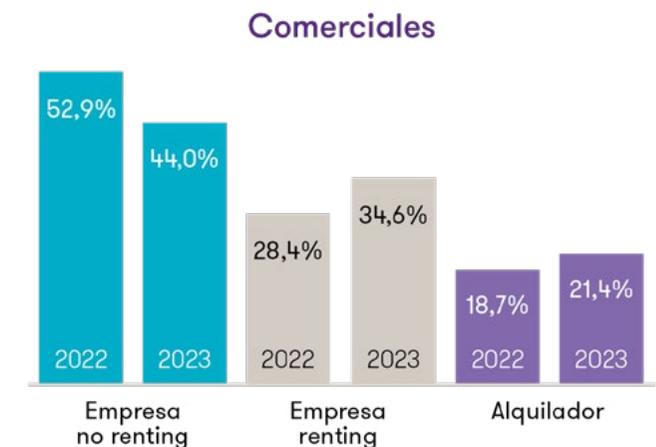
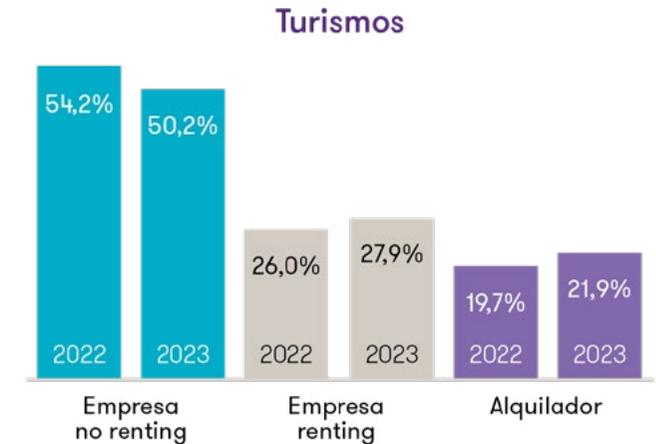
Similar lectura tiene la evolución de los vehículos comerciales, donde los vehículos de VO procedentes del renting vienen incrementando su participación constantemente desde 2015.

Analizando el mercado profesional de VO, podemos observar que los turismos procedentes de empresas no renting, con unos volúmenes un 40% inferior a 2007, reducen la salida de vehículos más jóvenes en más de la mitad respecto de dicho año.

Si miramos los vehículos de alquiler, si bien, como es lógico, mantienen la distribución por antigüedad, los últimos años han reducido su aportación al mercado de VO, debido al aumento del tiempo de retención de los vehículos.

El canal de renting es sin duda el canal que está contribuyendo a la aportación de vehículos jóvenes al mercado de VO, multiplicándose alrededor del 280% los vehículos que aporta respecto de 2015. Esta tendencia de crecimiento se seguirá observando en los próximos años, donde el Canal Renting en matriculaciones tendrá un papel destacado, ganando cada vez más cuota y por lo tanto importante canal de abastecimiento del VO.

2023	Empresa no renting	Empresa renting	Alquilador	Total
Turismos	197.853	109.752	86.243	393.848
Comerciales	32.236	25.299	15.649	73.184



# Mercado Vehículo de Ocasión (VO)

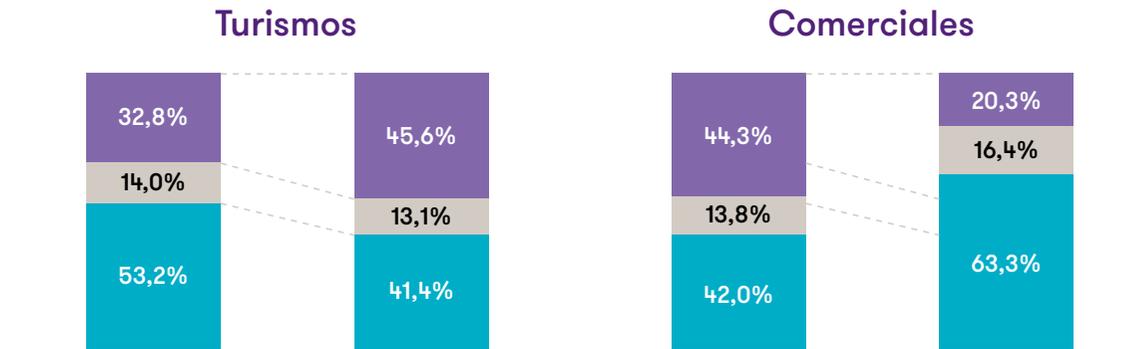
## Exportación Mercado Profesional ( $\leq 7$ años). Octubre 2023 (Acum).

La exportación de turismos de hasta 7 años de edad procedentes de profesionales viene reduciéndose desde la pandemia en los canales de empresas no renting y de alquiler, mientras que, como desde casi todas las ópticas, las empresas de renting crecen constantemente.

No obstante, en el periodo acumulado de 2023 se incrementan este tipo de operaciones en todos los canales.

El comportamiento en los vehículos comerciales es similar aunque con un descenso en los dos últimos años en las operaciones de renting.

### Canal origen de la exportación



### Antigüedad de la exportación

Turismos			
Cuota	2022	2023	Dif. Cuota
Turismos 1 año	50,7%	34,9%	-15,8 p.p
Turismos 2 años	23,3%	38,0%	16,8 p.p
Turismos 3-7 años	26,0%	27,2%	1,2 p.p

Comerciales			
Cuota	2022	2023	Dif. Cuota
Comerciales 1 año	49,1%	42,3%	-6,8 p.p
Comerciales 2 años	20,4%	24,7%	4,3 p.p
Comerciales 3-7 años	30,5%	33,1%	2,5 p.p

# Mercado Vehículo de Ocasión (VO)

## Distribución geográfica Turismos. Octubre 2023 (Acum).

Nos paramos a analizar cómo se distribuye el VO geográficamente para conocer cuántos de los VO generados en cada provincia, se quedan en el mismo territorio, así como la aportación que tiene cada provincia en el mercado VO.

Por lugares de origen de los turismos de VO, destacar que el Top 5 de provincias genera aproximadamente el 50% del total, y que el 61% de los turismos de VO que se originan en Madrid, salen de la provincia, debido sin duda a los elevados volúmenes de flotas de renting, renta a car y de empresa que se producen en la capital, lo que produce a su vez que la edad media de estos vehículos (9,2 años) es casi 4 años menor que la del conjunto de VO (13 años).

Atendiendo al destino, el Top 5 de compras de turismos de VO representan el 38% del mercado total.

En cuanto al mercado de VO de turismos cuyo origen y destino se produce en la propia ciudad, los de mayor proporción son, como es de esperar, las ciudades insulares, Ceuta y Melilla, donde alrededor del 80% se quedan en las mismas.

Todas las provincias TOP que distribuyen VO por todo el territorio español exportan un VO con mayor antigüedad del que recibe, exceptuando Madrid que recibe un VO más viejo del que exporta a otras ciudades de España.

### Top de provincia de origen

Provincia	Acumulado 2023	% que sale	Edad media (años)
Madrid	442.854	61,0%	9,2
Barcelona	185.187	44,3%	12,8
Alicante	77.536	42,5%	13,0
Valencia	75.430	36,9%	13,6
Málaga	59.454	37,4%	13,4
<b>Top 5</b>	<b>840.461</b>	<b>51,8%</b>	<b>11,0</b>
<b>Total</b>	<b>1.697.661</b>	<b>44,9%</b>	<b>13,0</b>

### Top de provincia de destino

Provincia	Acumulado 2023	% que entra	Edad media (años)
Madrid	248.956	30,6%	10,5
Barcelona	161.738	36,2%	11,6
Valencia	85.259	44,2%	12,4
Alicante	79.866	44,2%	12,8
Málaga	68.923	46,0%	12,3
<b>Top 5</b>	<b>644.742</b>	<b>37,1%</b>	<b>11,0</b>
<b>Total</b>	<b>1.697.661</b>	<b>44,9%</b>	<b>13,0</b>

# Mercado Vehículo de Ocasión (VO)

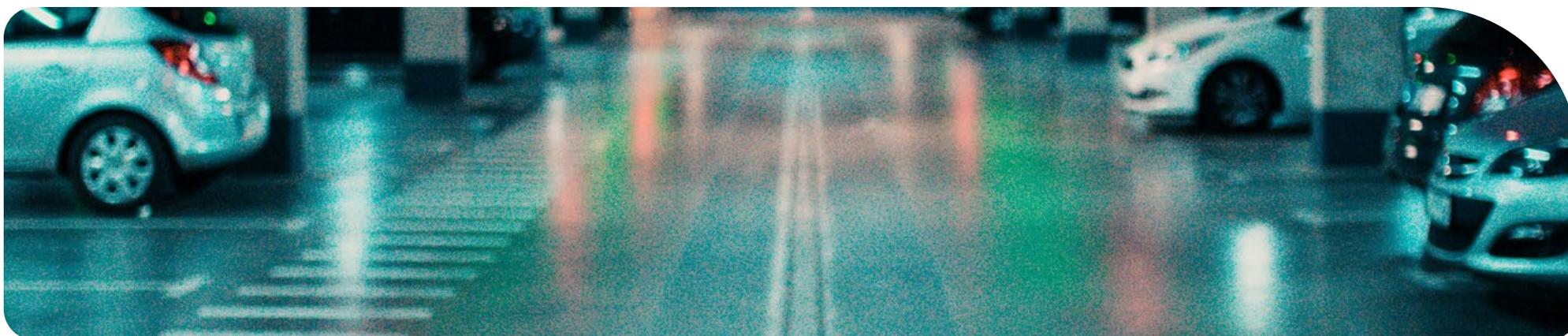
## Distribución geográfica Mercado Profesional Turismos ( $\leq 7$ años)

Top de provincia de origen

Provincia	Acumulado 2023	% que sale	Edad media (años)
Madrid	212.740	71,8%	4,9
Barcelona	34.025	54,2%	6,2
Alicante	14.847	61,9%	6,1
Las Palmas	11.872	37,7%	5,9
Valencia	9.506	39,4%	7,3
<b>Top 5</b>	<b>287.990</b>	<b>66,8%</b>	<b>5,3</b>
<b>Total</b>	<b>393.848</b>	<b>60,6%</b>	<b>6,0</b>

Top de provincia de destino

Provincia	Acumulado 2023	% que entra	Edad media (años)
Madrid	80.053	23,6%	5,2
Barcelona	43.080	63,8%	4,8
Valencia	19.592	70,6%	5,9
Sevilla	17.513	76,1%	6,2
Málaga	16.891	65,6%	5,9
<b>Top 5</b>	<b>177.129</b>	<b>47,8%</b>	<b>5,4</b>
<b>Total</b>	<b>393.848</b>	<b>60,6%</b>	<b>6,0</b>

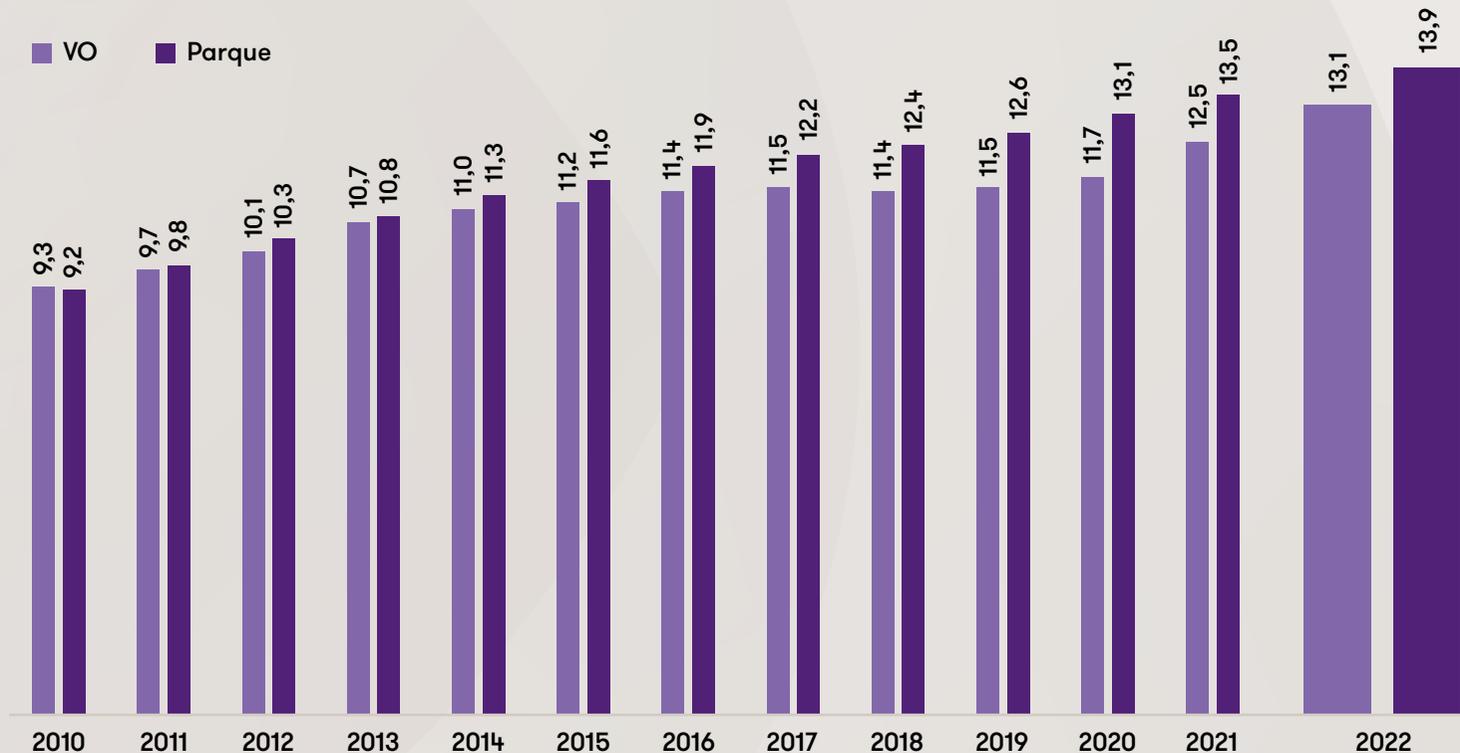


# Mercado Vehículo de Ocasión (VO)

## Evolución de la edad media del VO y del parque – Turismos

Existe una elevada correlación entre la edad media de las ventas de VO y el parque, debido a la gran presencia que tiene el mercado de VO con mayor antigüedad. Es necesario que los vehículos más jóvenes cuyo principal canal de abastecimiento es el Renting, vayan tomando posiciones frente a los de

mayor antigüedad, para esto es importante que se implanten iniciativas que favorezcan las compras de estos VO. De continuar con esta tendencia, la edad media del parque seguirá aumentando, llegando a superar los 14 años en muy poco espacio de tiempo.

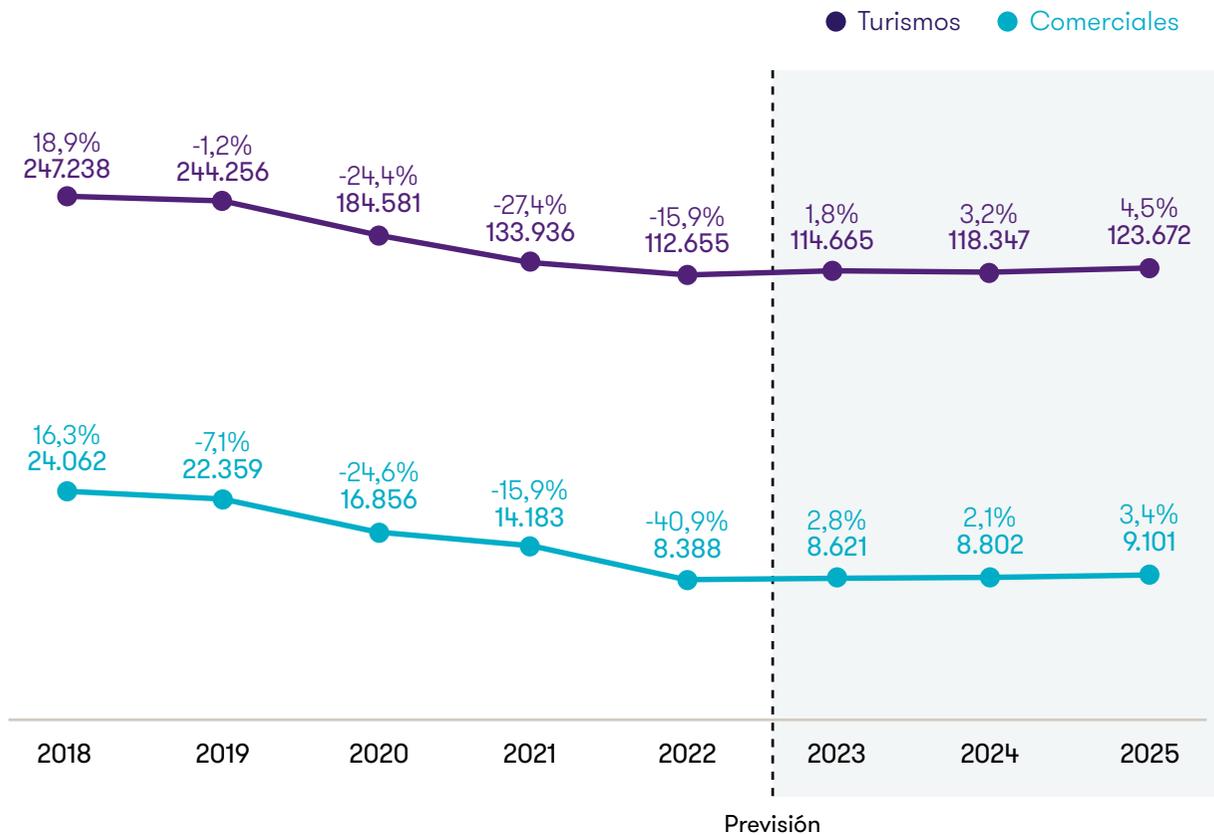


# Mercado Táctico VO ( $\leq 1$ años)

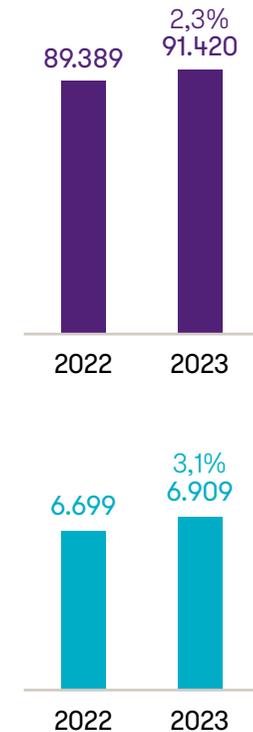
## Evolución mercados. Previsiones

El mercado de VO proveniente de vehículos del mercado táctico tiene un crecimiento contenido en los próximos años, aunque muy lejos de las marcas que se registraban en años anteriores del 2019.

Un canal de abastecimiento que, aunque no es natural del propio mercado, genera un stock de poca antigüedad necesario para rejuvenecimiento del parque con vehículos seminuevos seguros y sostenibles.



## Acumulado a octubre 2023



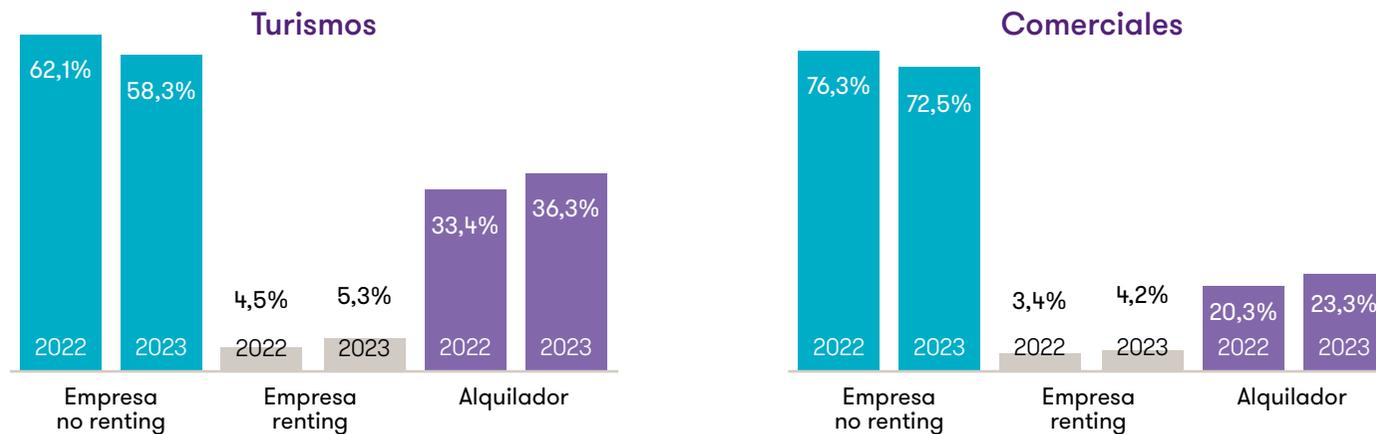
# Mercado Táctico VO ( $\leq 1$ años)

## Radiografía del mercado por canal de origen. Octubre 2023 (Acum).

En la distribución por años de antigüedad, las operaciones de VO de turismos de hasta 7 años de antigüedad, las de 1 (23%) y 2 años (19%) procedentes de tácticas y de empresas de alquiler, así como las de 4 (11%) y 5 años (19,6%) procedentes de renting, suponen casi el 73% del total.

En los vehículos comerciales, son las de 4 (13,8%), 5 (27%) y 6 años (22%) las de mayor representatividad.

Como cabe de esperar el mercado de VO con antigüedad que no supera el año, es abastecido por vehículos en su gran mayoría que provienen de tácticas, identificadas como empresa no renting, complementado con el canal de Rent a Car. La evolución de este mercado está marcada por el comportamiento de las operaciones de nuevos, con una previsión para los próximos años de evolución estable sin incrementos marcados.



2023	Empresa no renting	Empresa renting	Alquilador	Total
Turismos	53.333	4.864	33.223	91.420
Comerciales	5.007	292	1.610	6.909

# Mercado Táctico VO ( $\leq 1$ años)

## Canal de origen de la exportación. 2023 (Acum).

En cuanto a la antigüedad de los vehículos exportados, el mayor volumen que sale del país, tanto de turismos como de comerciales corresponde de 1 a 2 años de antigüedad. Las cifras que perdemos en el mercado interior representan 32.000 turismos y 2.500 comerciales.

El canal de abastecimiento principal en turismos seminuevos exportados es la empresa no renting, teniendo comportamientos similares en los últimos años.

Si nos fijamos en los comerciales y canal abastecimiento empresa no renting la tendencia ha cambiado doblando la cuota comparada con el año anterior, convirtiéndose en el canal de abastecimiento y quitando protagonismo al canal alquilador.

En ambos mercados, la exportación proveniente del canal empresas renting, no tiene relevancia en relación al resto de canales.



2023	Empresa no renting	Empresa renting	Alquilador	Total
Turismos	11.194	1.091	5.040	17.325
Comerciales	1.560	21	240	1.821

**Concesionario**  
**Vehículo de Ocasión**  
**Movilidad con futuro**



# Introducción

En un entorno de transformación cada vez más acelerada y pautada por diferentes agentes que no siempre están contemplados en la hoja de ruta marcada, los concesionarios enlace entre el vehículo y el ciudadano, tiene una posición de ventaja con el resto de los actores que intervienen en el mercado.

La movilidad tal y como la estamos dibujando, empuja a ofrecer diferentes soluciones que hagan sencilla la toma de decisión, además de cubrir las necesidades de movilidad según la elección de cada individuo.

En este escenario, es cada vez más importante que el concesionario forme parte de la solución de movilidad facilitando la evolución de la movilidad para que sea sostenible, conectada y segura.

El ciudadano tiene que poder combinar los diferentes modelos de movilidad con el uso del vehículo privado si así lo considera. Todos los servicios de movilidad se complementan, para ofrecer la mejor experiencia al ciudadano, teniendo libertad para la utilización de cada uno de ellos, según considere.

Como hemos analizado en el contenido anterior, el vehículo de ocasión es una palanca fundamental para la transformación de la movilidad, haciendo posible la evolución a una movilidad sostenible a partir de la confianza necesaria para que el ciudadano entienda la movilidad como servicio consiguiendo que la transición sea ordenada y no una revolución basada en la imposición.



# El Vehículo de Ocasión en un nuevo entorno

El vehículo de ocasión se encuentra en un nuevo entorno, que le hace posicionarse en el centro de la movilidad. Un contexto en el que la movilidad gira entorno al vehículo y en el que se debe poner el foco por la importancia que toma.

El vehículo de ocasión, palanca necesaria para la transformación de la movilidad, se hace imprescindible en el nuevo modelo. Se genera stock suficiente, que cumple con todas las normas medioambientales y de seguridad como para que apoye la transformación que no estamos consiguiendo tome la velocidad de cruce que debería, para conseguir los objetivos que nos hemos marcado.

Teniendo como empuje principal la normativa, nos encontramos en un escenario donde el vehículo tiene que aportar una solución de movilidad entendida como servicio, pasando a dar protagonismo a fórmulas como el renting en cualquiera de sus modalidades, todas ellas opciones diferentes a la compra. Ante este reto, provocamos que los vehículos tengan ciclos de vida más cortos generando muchos más vehículos usados jóvenes que cumplen con la normativa medioambiental y de seguridad, acompañado todo ello en un momento en el que el vehículo de ocasión se convierte cada vez más en la primera opción de compra.

Por todo eso, el vehículo de ocasión tiene que ser parte de las iniciativas llevadas a cabo para acelerar que la movilidad sostenible sea una realidad, siendo parte de la solución para que la transmisión sea ordenada a medida que se adoptando la cultura de la sostenibilidad en el más amplio sentido de la palabra. Sostenibilidad no significa únicamente electrificación.



# El Vehículo es un activo

En Grant Thornton entendemos el Vehículo como un Activo, eliminamos etiquetas de vehículo nuevo, usado, de ocasión... y nos centramos en valorar el activo dependiendo del momento en el que se encuentre durante su vida útil.

Teniendo en cuenta esta premisa fundamental, hace que el Vehículo Activo tome la importancia que se merece.

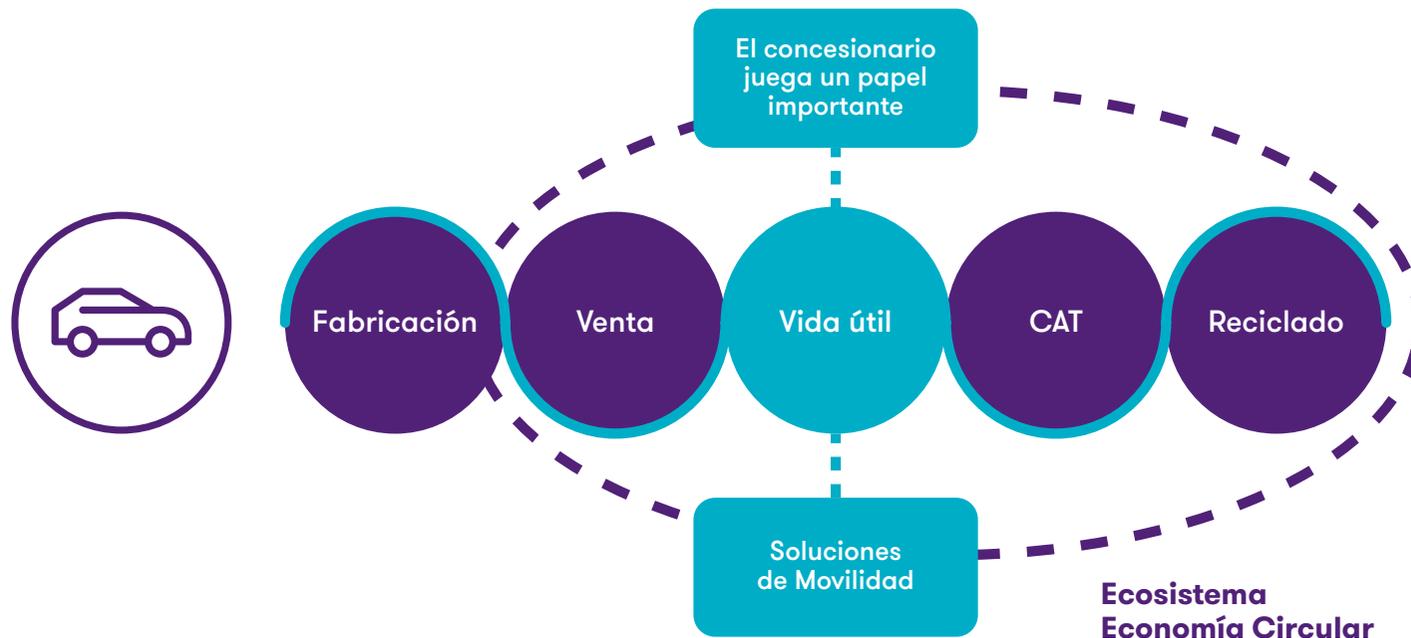
El Vehículo tomándolo como un activo, durante su ciclo de vida pasa por diferentes fases en las que el concesionario juega un papel principal.

Un mismo vehículo activo ofrece diferentes fórmulas de movilidad según la etapa en la que se encuentre durante su ciclo de vida y el concesionario canal de enlace entre el activo y el individuo, enlace de ambos, tiene que ofrecer en función de las necesidades de uno y las prestaciones de otro, la solución que se adapte mejor en ese momento.

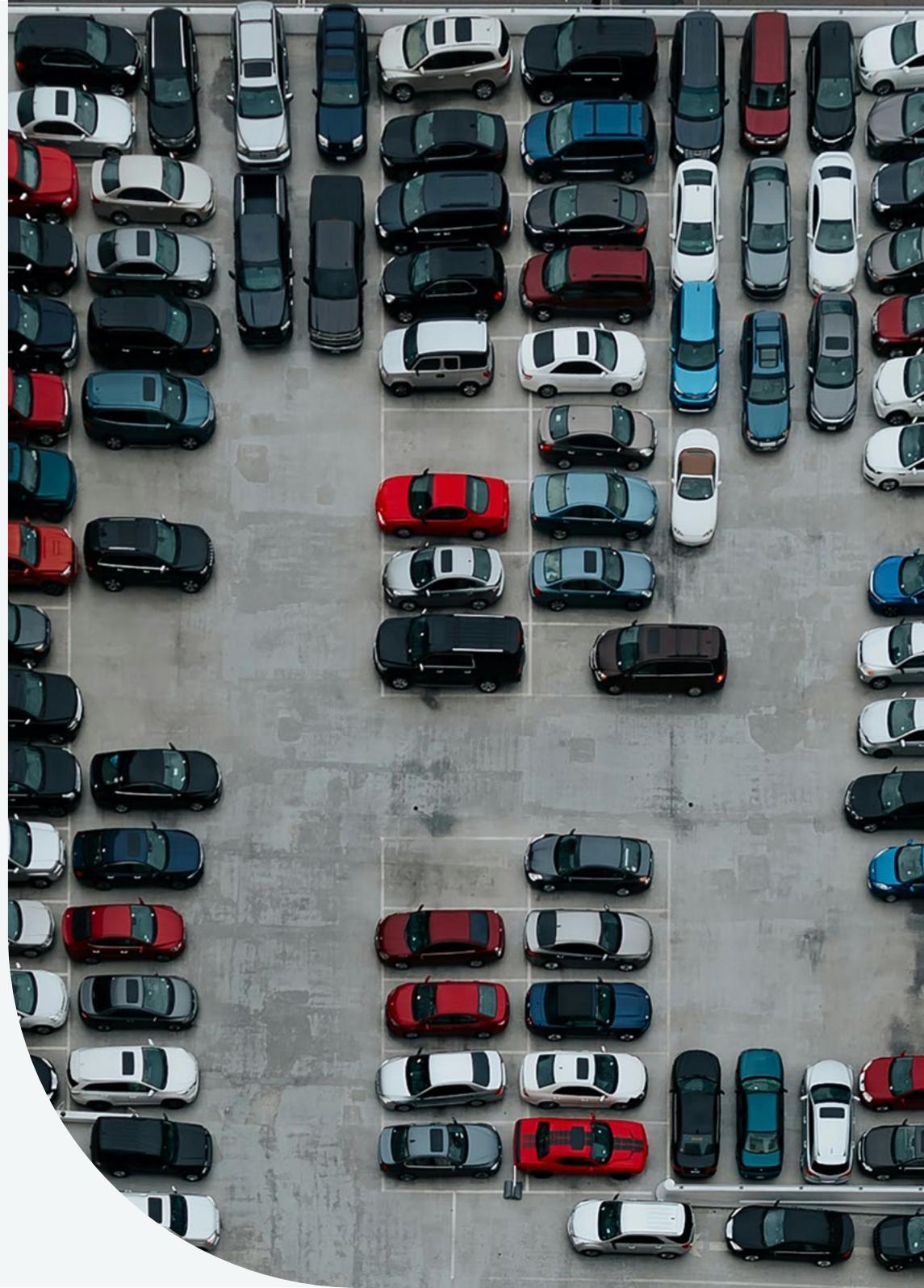
El vehículo tratado como un activo permite que la transición hacia una movilidad sostenible sea ordenada y equilibrada, además de aprovechar el activo para sacarle su máximo rendimiento, aportando en cada estadio de su vida útil la rentabilidad necesaria para que el modelo sea exitoso dentro del ecosistema de economía circular que se está diseñando.

Un mismo vehículo aporta múltiples soluciones de movilidad, esto es obvio, pero hay que entender y conocer el modelo para que el activo vaya pasando de un estado a otro rentabilizando esas posibilidades que el vehículo ofrece, creando líneas de negocio a partir de este modelo.

El concesionario en el ecosistema de economía circular es el compañero de viaje del vehículo tratado como un activo.



**Ante este contexto...  
Oportunidad para  
el concesionario**



# ¿Por qué ahora?

Es el momento en el que el Concesionario ante la oportunidad que ofrece el escenario de la movilidad que se está diseñado y en el que la economía circular se hace necesaria para que el modelo sea de futuro, tiene que apostar por adoptar el rol que le corresponde e interiorizar que está en el centro de la operativa.

El cambio de cultura del Concesionario para gestionar el vehículo como un activo y por lo tanto no enmarcarlo únicamente en la posventa, se hace imprescindible para modelos de negocio rentables.

La gestión del VO más allá de la posventa, garantiza al concesionario un posicionamiento diferenciador frente a otros actores y además ahora es el momento.

Los concesionarios están obligados a evolucionar y se hace necesario para que el modelo sea exitoso en muchos sentidos, además cuentan con todas las herramientas necesarias para ello. Tienen la capilaridad suficiente para dar servicio, poseen el producto que hace posible ofrecer soluciones de movilidad, el conocimiento del mercado y de su entorno les asegura ofrecer soluciones de acuerdo a las necesidades del mercado y de los ciudadanos y necesitan rentabilizar al máximo el vehículo.

Los concesionarios son los verdaderos gestores de vehículos usados tratados como un activo.

El concesionario es la llave y el vehículo es la clave.

**El vehículo (VO)  
activo**

**El concesionario  
gestor**



# Concesionario - Hub de Movilidad

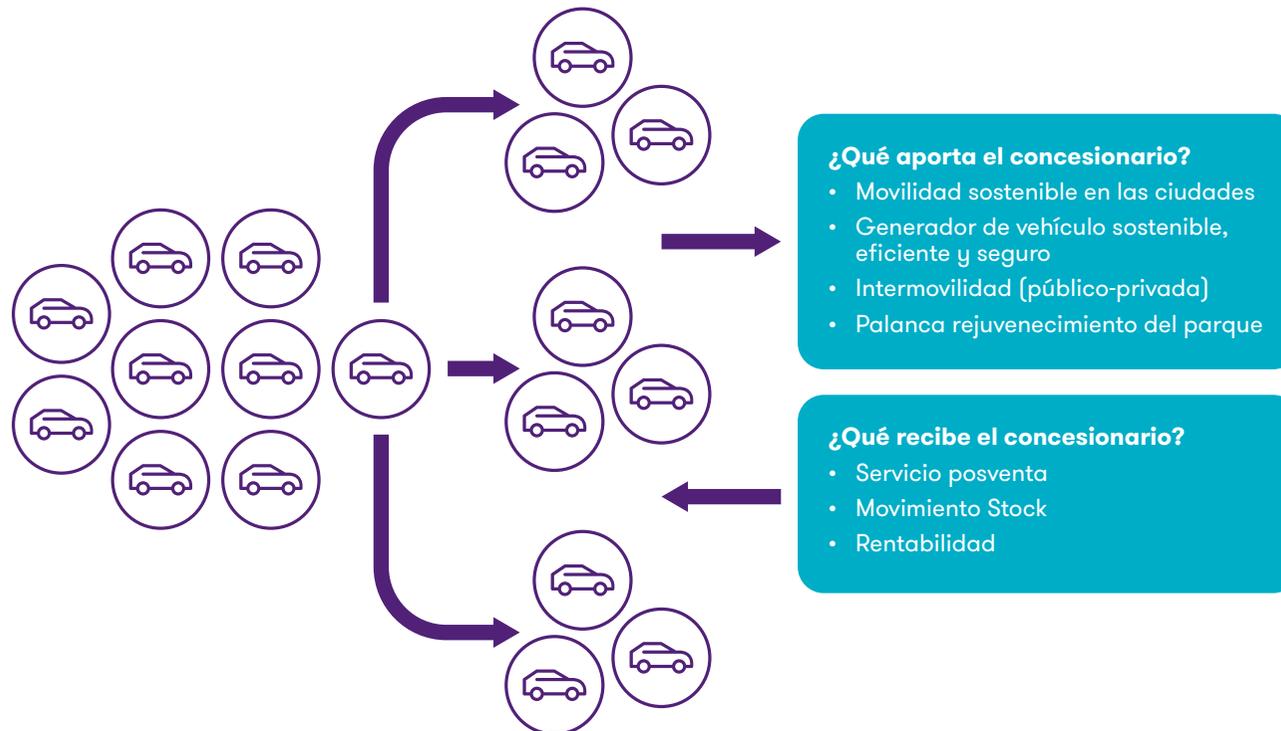
El Concesionario ante este escenario se convierte en Hub de Movilidad.

El Hub de Movilidad como canal de abastecimiento de las fórmulas de movilidad a partir de los activos que posea. En este sentido, el cambio de cultura en el concesionario se hace imprescindible.

El vehículo usado se gestiona como un activo para sacarle la máxima rentabilidad, además aportar la solución de movilidad necesaria en cada momento.

El Hub de Movilidad genera con el nuevo modelo de gestión de activos (vehículos usados) un vehículo eficiente y seguro, de acuerdo a la normativa del momento en pro de la movilidad sostenible, ayudando a la intermovilidad a partir de la colaboración público-privada, punto indispensable para que el ciudadano pueda libremente elegir la forma de movilidad que necesita en cada momento para cubrir sus necesidades si tener que renunciar al vehículo privado, además de ser una palanca importante de rejuvenecimiento del parque.

El concesionario, hub de movilidad, refuerza el servicio de posventa, además de conseguir rentabilizar al máximo sus activos (vehículos usados) obteniendo un rendimiento óptimo durante la vida útil del vehículo.



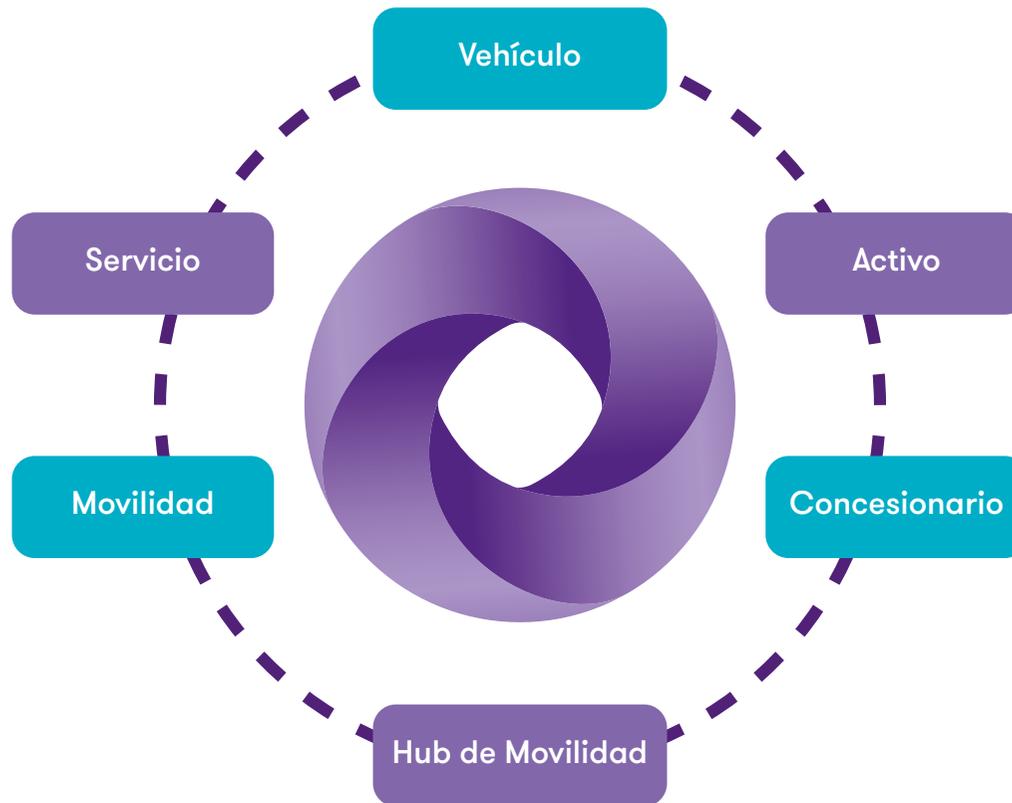
# Grant Thornton transformando el cambio

Desde Grant Thornton estamos transformando el cambio, aportando una visión integral del rol que juega cada actor en el mapa de la movilidad, dando la importancia que se merece al vehículo y acompañando en el cambio de cultura necesario para que el modelo sea exitoso.

La movilidad con futuro pone el foco en el ecosistema de economía circular acompasado de la normativa y para ello es importante comenzar a enmarcar al vehículo como un activo.

En Grant Thornton sabemos el papel tan importante que tienen los concesionarios, además del reto que tienen por delante en el cambio de cultura. Inevitablemente, el modelo de negocio conocido hasta ahora tiene que evolucionar como lo hace el entorno.

Grant Thornton está acompañando a numerosos actores que entienden que la evolución y la transformación es futuro, diseñando estrategias e implementando herramientas adaptadas para cada cliente y así asegurar su éxito.





Audit | Tax | Legal | Advisory

[GrantThornton.es](https://www.grantthornton.es)



©2024 Grant Thornton S.L.P., es una firma miembro de Grant Thornton International Ltd (GTIL). GTIL y las firmas miembro no forman una sociedad internacional. Los servicios son prestados por las firmas miembro. GTIL y sus firmas miembro no se representan ni obligan entre sí y no son responsables de los actos u omisiones de las demás. Para más información, por favor visite [www.GrantThornton.es](https://www.GrantThornton.es). Toda la información presentada en este documento tiene carácter meramente informativo.