

Ahorrar tiempo y dinero a los clientes, podría hacer que vuelva el negocio a los centros de servicio de los Distribuidores Autorizados, de acuerdo con J.D. Power.

Honda ocupa el puesto más alto en satisfacción de servicio a largo plazo en México 2020.

Ciudad de México: 12 de agosto de 2020 – La combinación entre el vencimiento de la garantía y un aumento continuo en los costos de servicio están alejando a los clientes de los centros de servicio de los Distribuidores Autorizados y acercándolos hacia los Talleres Independientes, de acuerdo con el estudio de Satisfacción de servicio a largo plazo 2020 de J.D. Power (CSI-LT 2020), publicado el día de hoy.

“Dado que se prevé que las ventas de vehículos nuevos disminuyan durante el resto del año, los Distribuidores Autorizados no pueden arriesgarse a perder clientes de servicio”, dijo **Gerardo Gómez Gálvez, Director General y Country Manager de J.D. Power de México**. “Las oportunidades de servicio ya están minimizadas, durante esta pandemia ha existido una disminución en el manejo, así como también una menor demanda de mantenimiento a los vehículos. Los Distribuidores Autorizados deben enfocarse en desarrollar mejores precios y estrategias de retención concentrándose en los dueños de vehículos más antiguos y garantías vencidas. Estos propietarios ofrecen a los Distribuidores Autorizados un gran número de clientes potenciales que no deben ignorar”.

Debido a que el potencial de ingresos en la industria de Servicio automotriz en México es de más de \$ 19 mil millones de pesos anuales, existe una oportunidad significativa para los Distribuidores Autorizados como para los Talleres Independientes. Una vez que vencen las garantías de los vehículos, los Distribuidores Autorizados están perdiendo negocio frente a los Talleres Independientes, principalmente debido a los precios. Los distribuidores autorizados se enfocan en generar ingresos por visita a través de menos visitas de servicio, mientras que los talleres independientes generan menos ingresos por visita, pero con mayor número de visitas.

El estudio nos muestra que, si bien la satisfacción general entre los propietarios de vehículos de 3 a 12 años es 40 puntos más alta (en una escala de 1000 puntos) en los Distribuidores Autorizados que en los talleres independientes y más de la mitad (59%) de dichos vehículos son atendidos en talleres independientes.

A continuación, se presentan algunos hallazgos clave del estudio 2020:

- **Priorizar el tiempo de los clientes:** al dejar un vehículo en servicio, los clientes no quieren perder el tiempo esperando para poder hablar con un asesor sobre sus necesidades de servicio. Las puntuaciones de satisfacción mejoran en 30 puntos cuando el tiempo de espera es de dos minutos o menos. Sin embargo, el 66% de los clientes esperan más de dos minutos antes de hablar con un asesor de servicio en un distribuidor autorizado, mientras que, solo el 46% en instalaciones de talleres independientes. La satisfacción es 54 puntos más alta entre los clientes que dedican de 11 a 20 minutos en completar el papeleo, reciben una explicación de los cargos por parte de los asesores de servicio y recogen su vehículo, en comparación de aquellos clientes que completan el papeleo, pero no reciben alguna explicación de los cargos o del trabajo realizado. Cuando los clientes reciben explicaciones de los cargos y el trabajo realizado, tienen un 13% más de probabilidades de regresar a servicio.
- **Las garantías vencidas se traducen como clientes perdidos:** las garantías de vehículos nuevos en general vencen después de 36 meses y los Distribuidores Autorizados a menudo pierden clientes a

partir de ese momento y deciden acudir con talleres independientes, el costo del servicio es la razón principal de este cambio. Casi la mitad (43%) de los clientes con vehículos entre cuatro y siete años visitan talleres independientes simplemente por el costo del servicio y el 77% de los clientes con vehículos de ocho a 12 años lo hace por la misma razón. Los distribuidores pueden mejorar el valor percibido en la calidad y el desempeño general del asesor de servicio mediante la creación y comunicación de una estrategia de precios competitivos.

- **El precio es un motivador clave:** los clientes que reciben el servicio de sus vehículos en talleres independientes gastan en promedio \$ 1,208 MXN menos de lo que lo pagarían en Distribuidores Autorizados. Existe una oportunidad perdida, en los Distribuidores Autorizados, en proporcionar a los clientes de un trabajo de alta calidad a precios justos, ya que esto es, en última instancia, lo que lleva a los clientes talleres independientes.
- **La mayoría de los clientes volverán para el mantenimiento general:** no es sorprendente que de entre el 92% de los propietarios de vehículos que pretenden llevar a cabo el mantenimiento a sus vehículos, el 62% lo hará para asegurarse que su garantía permanezca vigente y el 56% lo hará porque perciben que es necesario para su vehículo.¹ Por el contrario, la razón principal por la que los propietarios de vehículos evitarán regresar para el mantenimiento del vehículo es porque no es una prioridad en su situación financiera actual (47%).

Las marcas mejor evaluadas

Honda ocupa el primer lugar en satisfacción general con una puntuación de 849. **Mazda** (848) ocupa el segundo lugar y **BMW** (847) el tercero.

El Estudio Satisfacción de Servicio a Largo Plazo (CSI-LT) 2020 se basa en las evaluaciones de 2,854 entrevistas con propietarios de vehículos que tienen entre 3 y 12 años de antigüedad.

El estudio, en su segundo año, es un análisis integral de la experiencia de servicio y evalúa la satisfacción del cliente con su distribuidor autorizado o taller independiente al evaluar cinco factores (en orden de importancia): calidad del servicio (27%), asesor de servicio (22%), iniciación de servicio (19%), instalaciones (17%) y entrega del vehículo (15%) El estudio se realizó en el periodo de abril a junio de 2020.

J.D. Power es líder a nivel mundial en el conocimiento del consumidor, servicios de consultoría y análisis de datos e información. Esto permite a J.D. Power ayudar a sus clientes a impulsar la satisfacción de sus consumidores, así como, el crecimiento y la rentabilidad de sus empresas. Fundada en 1968, J.D. Power cuenta con oficinas en Norte América, Asia Pacifico y Europa.

Contactos de Relaciones Públicas

Fabiana Duran; Ciudad de México; +52 55 1012 0885; fabianaduranp@gmail.com

Jair Montes de Oca; Ciudad de México; +52 55 4161 4318; jair.montes@jdpa.com

Geno Effler; Estados Unidos.; 714-621-6224; media.relations@jdpa.com

Acerca de J.D. Power, Publicidad/Reglas de Promoción: www.jdpower.com/business/about-us/press-release-info

#NOTA: una gráfica a continuación.

¹ J.D. Power 2020 Confianza del Consumidor Automotriz en México (CCAM) Estudio

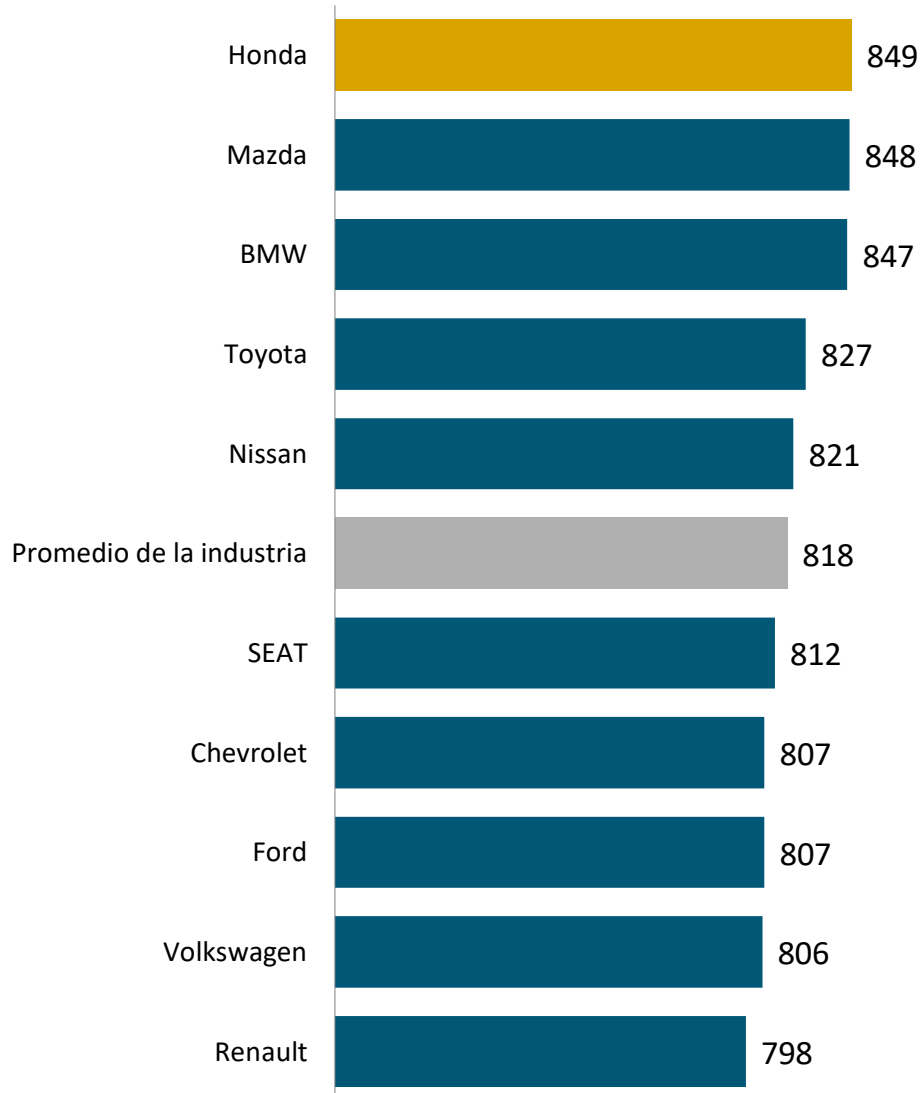
J.D. Power

Estudio de Satisfacción del Cliente de Servicio a Largo Plazo 2020 (CSI-LT)SM

Resultados del Índice de Satisfacción

(Basado en una escala de 1,000 puntos)

Visitas a Distribuidores Autorizados



Fuente: J.D. Power Estudio de Satisfacción del Cliente de Servicio a Largo Plazo 2020 (CSI-LT)SM

Las tablas y las gráficas extraídas de este comunicado de prensa para el uso de los medios de comunicación deberán de ir identificados por una declaración identificado a J.D. Power de México como la Fuente de información, así como especificar el estudio del que fueron extraídos. Las clasificaciones se basan en escalas numéricas, y no necesariamente en el grado de significancia estadística. Se prohíbe la utilización de la información de este estudio y sus resultados para efecto publicitario y/o promocional sin el consentimiento escrito de J.D. Power.