

La Satisfacción del Servicio al Cliente alcanza niveles récord en México a medida que la pandemia se desvanece, de acuerdo con J.D. Power

Toyota ocupa el primer lugar en Satisfacción de Servicio a Largo Plazo.

CIUDAD DE MÉXICO: 19 de julio de 2022 - Tanto los distribuidores autorizados como los talleres de servicio independientes están brindando el mejor servicio al cliente hasta ahora, y el servicio del distribuidor continúa superando al de los talleres de servicio independientes. Al mismo tiempo, la relativa falta de lealtad del cliente con el servicio del distribuidor ofrece a los talleres de servicio independientes la oportunidad de obtener ganancias, según el Índice de Servicio al Cliente a largo plazo en México 2022 de J.D. Power (CSI-LT) Study,SM publicado hoy.

Con la pandemia de COVID-19 en declive, la cantidad de visitas de servicio ha aumentado a niveles cercanos a los previos a la pandemia. Los distribuidores ahora tienen el 55% del gasto total en servicios frente al 45% de los talleres de servicio independientes, lo que incluye tanto a los proveedores de servicios de franquicia como a los talleres independientes. Un factor determinante es el hecho de que el gasto por visita en el distribuidor es más alto (\$3463) que en los talleres de servicio independientes (\$2432). Tanto las instalaciones de servicio del distribuidor como las que no lo son pueden tomar medidas sencillas y económicas para aumentar aún más la satisfacción del cliente.

“El negocio de servicios se vio muy afectado por la pandemia, pero tanto los distribuidores como los talleres de servicio independientes han visto un incremento tanto en las visitas como en los ingresos por visita”, dijo **Gerardo Gómez, director general de J.D. Power de México**. “Si bien la satisfacción mantiene una tendencia ascendente constante, los proveedores de servicios no deben permitir que los mayores ingresos los lleven a perder de vista la importancia de satisfacer a sus clientes”.

Ahora en su cuarto año, el estudio proporciona un análisis completo de la experiencia de servicio entre los propietarios de vehículos de tres a 12 años. Evalúa la satisfacción del cliente con su centro de servicio de distribuidor o taller independiente mediante la examinación de cinco factores clave (en orden de importancia): calidad del servicio (27 %); asesor de servicio (22%); iniciación del servicio (19%); instalación de servicio (17%); y entrega del vehículo (15%). La satisfacción se calcula en una escala de 1.000 puntos.

Tanto las operaciones de servicio de distribuidor como las de talleres independientes registran niveles récord de satisfacción del cliente en el estudio de este año. Si bien los talleres de servicio independientes cerraron en 2021 la brecha en la satisfacción del servicio con las operaciones del distribuidor, en 2022 la brecha se ha ampliado en 3 puntos. La satisfacción general es de 836 entre los clientes que reciben servicio de su vehículo en un distribuidor autorizado frente a 801 entre los que utilizan instalaciones de un taller independiente.

Si bien los distribuidores captan la mayor parte del negocio total de servicios automotrices en México, los talleres de servicio independientes generan más visitas de servicio (54% de visitas de servicio a taller independiente frente a 46% de visitas a distribuidor). Las instalaciones de los distribuidores han experimentado una mejora sustancial de 1,1 visitas en 2021 a 1,6 visitas, mientras que las visitas de taller de

servicio han aumentado de 1,6 visitas hace un año a 1,8. Las visitas de servicio a talleres independientes no se han recuperado al nivel de 2020 de 2.0 visitas. El gasto promedio en servicio por visita en las instalaciones de los distribuidores es 42% más alto este año que en los talleres de servicio independientes. En 2021, el gasto de servicio promedio en un distribuidor fue 46% más alto que en los talleres independientes.

Los siguientes son algunos hallazgos clave del estudio de 2022:

- **Los asesores de servicio son la clave para brindar una mayor satisfacción:** la atención y la amabilidad de los asesores de servicio son un gran factor de satisfacción del cliente con la experiencia del servicio. Por ejemplo, la satisfacción es 851 entre los clientes que dicen que el asesor de servicio se centró en ellos y sus necesidades, mientras que la satisfacción es 678 entre los que dicen que su asesor de servicio no se centró en ellos y sus necesidades. Los clientes esperan que los asesores de servicio brinden consejos útiles y quieren estar informados sobre el estado del servicio.
- **La satisfacción se puede mejorar con una mínima inversión:** Proporcionar servicios básicos puede ayudar a los distribuidores a mejorar la satisfacción del cliente sin invertir en equipos. Proporcionar una cita de servicio en el día deseado tiene un gran efecto en la satisfacción. Cuando un cliente puede conseguir una cita el día que quiere, la satisfacción mejora 82 puntos. También son importantes las acciones relacionadas a la entrega del vehículo una vez finalizado el servicio. Cuando los distribuidores brindan servicios como llamar al cliente para avisarle que su vehículo está listo, la satisfacción mejora 36 puntos.
- **La falta de lealtad a los distribuidores da oportunidad a los talleres de servicio independientes:** uno de cada dos propietarios que llevaron su vehículo modelo 2010 a 2019 para recibir servicio el año pasado, alterno las instalaciones de los distribuidores con las de los talleres independientes. Esto es casi el doble de la tasa de hace un año. Solo el 18% de los clientes de servicios dicen que son completamente leales a los distribuidores, mientras que el 32% de los clientes dicen que son completamente leales a los talleres de servicio independientes. Si los talleres independientes pueden aumentar la cantidad de visitas y el gasto de los propietarios de vehículos que frecuentan tanto los distribuidores como los talleres independientes, pueden crecer su negocio y reducir la brecha con los distribuidores.
- **Los distribuidores cobran más, pero brindan más satisfacción:** el precio del trabajo de mantenimiento realizado por las instalaciones de los distribuidores es un 50% más que el trabajo similar proporcionado por las instalaciones de los talleres independientes.

Clasificación del estudio

Toyota ocupa el primer lugar en satisfacción general entre los distribuidores con una puntuación de 865. BMW (861) ocupa el segundo lugar y Mazda (857) ocupa el tercero.

El Estudio del Índice de Servicio al Cliente a largo plazo en México 2022 (CSI-LT) se basa en las evaluaciones de 3,422 entrevistas con propietarios de vehículos nuevos y usados en México que tienen entre tres y hasta 12 años de antigüedad. El estudio se realizó de marzo a mayo de 2022.

Acerca de J.D. Power

J.D. Power es líder a nivel global en información sobre el consumidor, servicios de consultoría y análisis de datos e información. Pionero en el uso de “big data”, inteligencia artificial (IA) y capacidades de modelado algorítmico para comprender el comportamiento del consumidor, J.D. Power ha ayudado a sus clientes a mejorar la satisfacción de sus consumidores a través del crecimiento de sus negocios y mejorando su rentabilidad. Las empresas líderes del mundo en las principales industrias confían en J.D. Power para guiar sus estrategias de cara al cliente.

J.D. Power tiene oficinas en Norteamérica, Europa y Asia Pacífico.

Para obtener más información sobre las ofertas comerciales de la empresa, visite <https://mexico.jdpower.com/>.

Contactos de relaciones con los medios

Ana Pelaez, J.D. Power; Mexico City; +52 55 7474 4075; ana.pelaez@jdpa.com

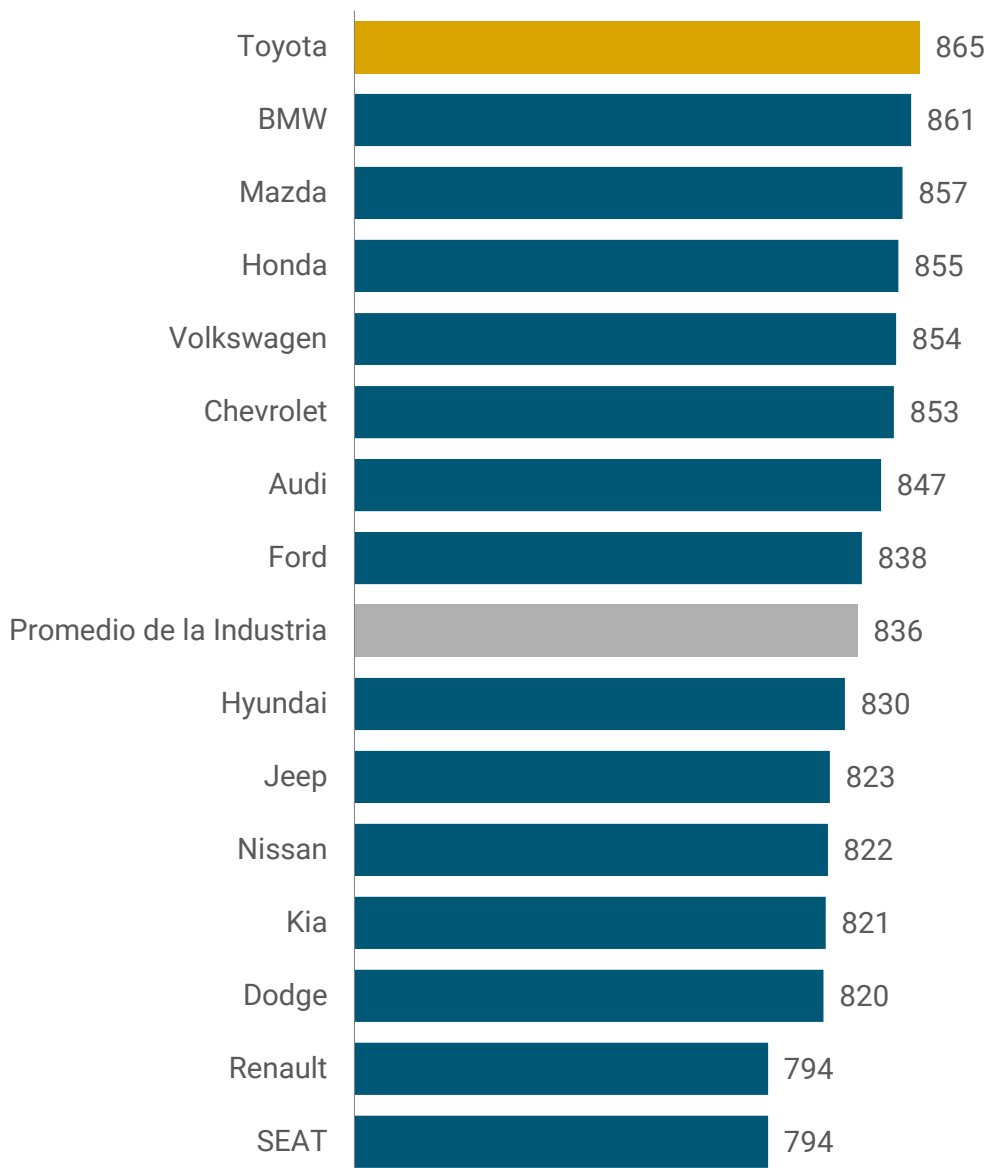
Fabiana Duran; Ciudad de México; +52 55 1012 0885; fabiana@mediaroom.mx

Geno Effler, J.D. Power; U.S.A.; 714-621-6224; media.relations@jdpa.com

Acerca de J.D. Power y las reglas de publicidad / promoción www.jdpower.com/about-us/press-release-info

**J.D. Power
Estudio de Satisfacción del Cliente de Servicio
a Largo Plazo 2022 (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 2022 (CSI-LT)SM

Las tablas y gráficas extraídas de este comunicado de prensa para uso de los medios de comunicación deberán de ir acompañadas por un enunciado identificando a J.D. Power como el responsable de la información, así como especificar el estudio del que fueron extraídos. Las clasificaciones se basan en evaluaciones numéricas y no necesariamente en importancia estadística. Se prohíbe la utilización de la información de este estudio y sus resultados para efecto publicitario y/o promocional sin previo consentimiento por escrito por parte de J.D. Power.