

La satisfacción con el servicio de vehículos en México disminuye después de la pandemia, de acuerdo con J.D. Power

Jeep y Mercedes-Benz ocupan los primeros lugares en sus respectivos segmentos.

CIUDAD DE MÉXICO: 27 de septiembre de 2022 – La satisfacción del servicio al cliente con los distribuidores autorizados disminuye este año como consecuencia de la pandemia, según el estudio del Índice de Servicio al Cliente en México 2022 de J.D. Power (CSI)SM, publicado hoy. La satisfacción general desciende a 845 (en una escala de 1,000 puntos) después de haber alcanzado un máximo histórico de 850 hace un año, siendo ésta la primera caída después de cuatro años consecutivos con la satisfacción en ascenso.

El estudio muestra que la inflación puede ser una razón de la ligera disminución en la satisfacción del servicio al cliente. Un indicador de que, si bien el número promedio de visitas de servicio a los distribuidores autorizados ha aumentado a 2.27 de 2.14 que se tuvo en 2021, el número total de visitas de servicio a los distribuidores disminuyó un 16% y el monto gastado en el servicio (\$15,161 millones de pesos) se redujo solo un 8% año tras año. Las visitas de servicio para vehículos de 1 a 3 años disminuyeron 21%, en gran parte porque hay menos vehículos que hace un año, como resultado de la caída en ventas de vehículos nuevos en los últimos dos años debido a la pandemia.

Los resultados del estudio muestran claramente que, incluso en esta era digital, los clientes quieren un trato personalizado. El estudio evalúa nueve diferentes tipos de interacciones entre el personal de servicio del distribuidor autorizado y los clientes, y concluye que, cuando se tiene un mayor número de interacciones se obtienen niveles más altos de satisfacción que cuando esas interacciones están ausentes. Cuando el asesor de servicio completa las nueve interacciones que mide el estudio, la satisfacción del servicio al cliente con dicho asesor es 270 puntos más alta que cuando solo se realizan tres interacciones o menos.

“El estudio destaca la importancia de prestar atención al cliente”, dijo **Gerardo Gómez, director general de J.D. Power de México**. “Cuando los asesores de servicio completan las nueve interacciones estudiadas con los clientes, solo el 3% de los clientes mencionan que es poco probable que regresen a ese distribuidor. Pero cuando solamente suceden de cero a tres interacciones, esa cifra llega al 14%. Claramente, la interacción es clave para la lealtad y la retención de clientes”.

Los clientes también aprecian obtener estimaciones precisas de precios antes de que se realice el trabajo de servicio. Los propietarios de vehículos indican que esto sucede la mayor parte del tiempo (92% en los distribuidores de marcas premium y 91% en los distribuidores de marcas de volumen). Sin embargo, entre el 5% de los clientes cuyo costo real del servicio es más alto que el estimado, la satisfacción se desploma 105 puntos.

Ahora en su séptimo año, el estudio proporciona un análisis completo de la experiencia de servicio entre los propietarios de vehículos de 1 a 3 años y evalúa la satisfacción del cliente con su distribuidor autorizado mediante la examinación de cinco factores clave (en orden de importancia): calidad del servicio (25%); asesor de servicio (21%); entrega del vehículo (19%); instalación de servicio (17%); e iniciación de servicio (16%).

Los siguientes son algunos hallazgos clave del estudio de 2022:

- **Los clientes de servicio quieren explicaciones:** cuando los clientes van a recoger su vehículo a servicio, esperan ver el detalle de los cargos. La satisfacción con el servicio es casi 100 puntos mayor cuando se explican los cargos que cuando no se explican. Cabe mencionar que el 88% de los clientes de marcas premium dijeron que recibieron una explicación detallada de los cargos, en comparación con el 72% entre los clientes de marcas de volumen.
- **Las amenidades son relevantes para los clientes:** además de valorar la interacción personal con el distribuidor, los clientes también prefieren a los distribuidores que ofrecen servicios como internet inalámbrico, snacks y café de cortesía. La satisfacción del servicio al cliente con los distribuidores que no ofrecen amenidades es 106 puntos más baja que entre los que sí lo hacen. Curiosamente, los snacks de cortesía son utilizados por el mismo porcentaje de clientes que se quedaron en el distribuidor durante la duración del servicio contra aquellos que se van y regresan para recoger sus vehículos.
- **Los clientes quieren manejar sus propios tiempos:** el indicador más influyente en la satisfacción del servicio al cliente es si el cliente puede reservar una cita de servicio en el día que desea. Si se reserva el día deseado, la satisfacción aumenta 72 puntos. Si bien el 89% de los clientes recogen su vehículo cuando se lo prometieron originalmente, hacerlo en el día y la hora deseados puede generar un aumento de 59 puntos. Más de dos tercios de las veces (68%), tomó menos de 18 minutos completar el papeleo cuando se entrega un vehículo al cliente. Sin embargo, si realizar el papeleo toma más de 18 minutos, la satisfacción disminuye 17 puntos.
- **La satisfacción varía según el tipo de trabajo realizado:** los clientes dicen estar más satisfechos con algunos tipos de trabajo de servicio que con otros. El servicio a los sistemas de audio/entretenimiento mejoró 33 puntos con respecto al año anterior (870 frente a 833, respectivamente), pero la satisfacción disminuyó con el trabajo en otras categorías, como calefacción/ventilación/aire acondicionado, transmisiones, trabajos eléctricos y reemplazo de baterías. Esto podría reflejar problemas en la cadena de suministro que continúan afectando a la industria.

Clasificación del estudio

Jeep ocupa el primer lugar en el segmento del mercado de volumen con una puntuación de 882. **Honda** (873) ocupa el segundo lugar y **Kia** (866) el tercero.

Mercedes-Benz ocupa el primer lugar en el segmento premium con una puntuación de 903. **GMC** (892) ocupa el segundo lugar.

El Estudio del Índice de Servicio al Cliente en México 2022 (CSI) se basa en las evaluaciones de 5,429 propietarios de vehículos nuevos de los modelos 2019, 2020 o 2021 que llevaron su automóvil a servicio en los últimos 12 meses a un distribuidor autorizado. El estudio se realizó de marzo a agosto 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

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

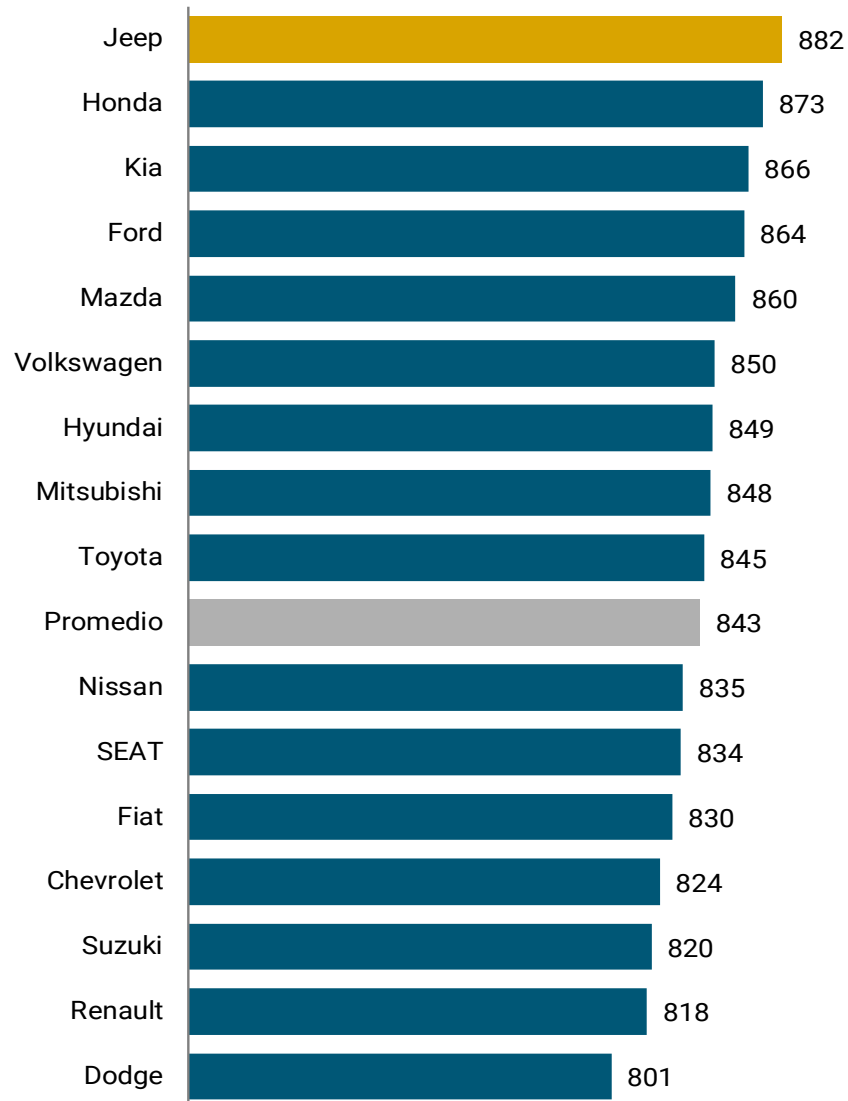
Acerca de J.D. Power y las reglas de publicidad / promoción www.jdpower.com/about-us/press-release-info

J.D. Power
Índice de Satisfacción del Cliente de Servicio México 2022 (CSI)SM

Resultados de Satisfacción con el Proceso de Servicio

(Basado en una Escala de 1,000 puntos)

Mercado de Volumen



Fuente: J.D. Power Estudio de Satisfacción con el Proceso de Servicio 2022 (CSI)SM

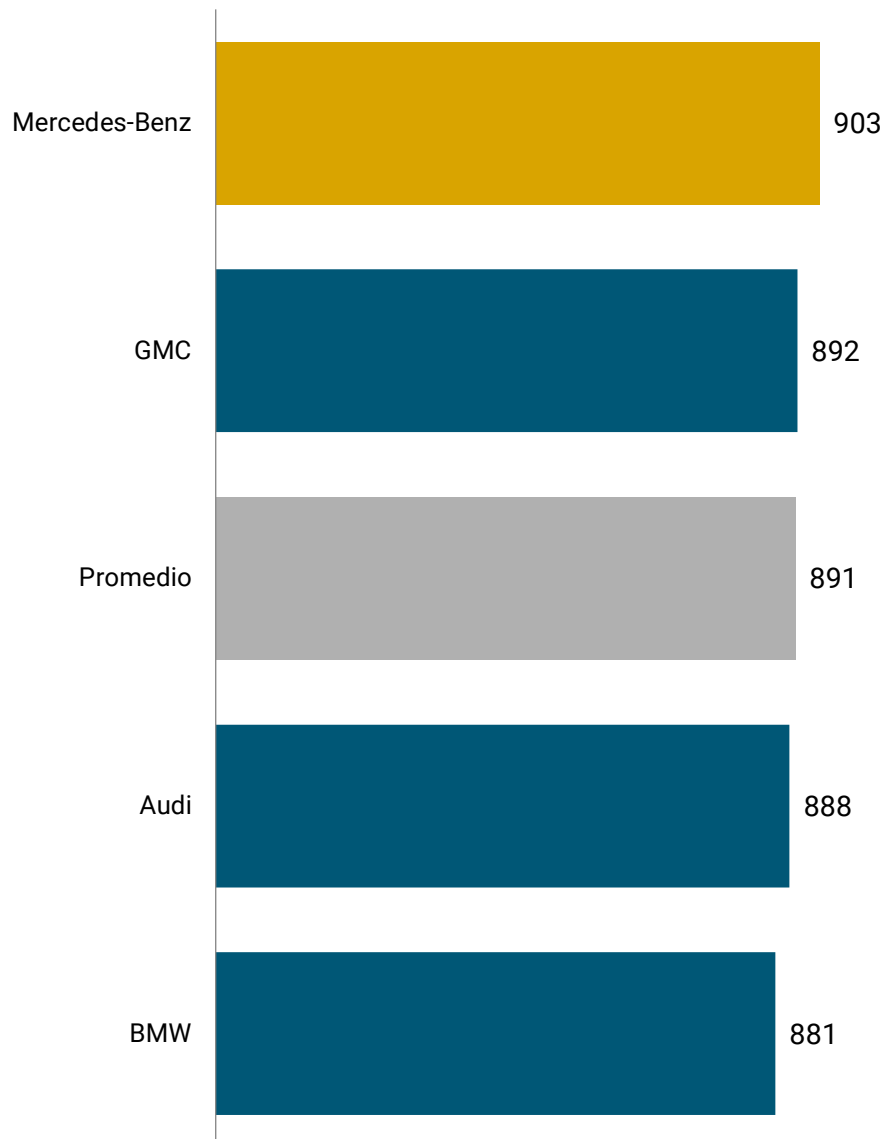
Las tablas y gráficas extraídas de este comunicado de prensa para uso de los medios de comunicación deberán de ir acompañadas por un enunciado identificando a J.D. Power como el responsable de la información, así como especificar el estudio del que fueron extraídos. Las clasificaciones se basan en evaluaciones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

J.D. Power Índice de Satisfacción del Cliente de Servicio México 2022 (CSI)SM

Resultados de Satisfacción con el Proceso de Servicio

(Basado es una Escala de 1,000 puntos)

Mercado de Lujo



Fuente: J.D. Power Estudio de Satisfacción con el Proceso de Servicio 2022 (CSI)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.