

La calidad del servicio continúa siendo el factor más importante para lograr la satisfacción de los propietarios de vehículos en México, según J.D. Power.

BMW ocupa el puesto más alto en el segmento Premium; Jeep y Kia ocupan el puesto más alto en un empate entre las marcas del mercado de volumen.

CIUDAD DE MÉXICO: 7 de septiembre de 2023 — Los propietarios de vehículos nuevos están muy satisfechos con el nivel de servicio que los distribuidores brindan en México, según el Índice de Satisfacción de Servicio al Cliente en México 2023 de JD Power (CSI) Study,SM publicado hoy. La satisfacción entre los propietarios de vehículos de lujo es de 899 (en una escala de 1.000 puntos) y de 872 entre los propietarios de vehículos del mercado de volumen.

El estudio ha sido rediseñado este año para incluir mayor énfasis en la medición de diferentes tipos de servicios, como valet o visitas de servicio tradicionales. Otras adiciones clave incluyen información más detallada sobre las preferencias del cliente para diversos aspectos de la visita de servicio; factores que impulsan la confianza del cliente en los distribuidores; y razones por las que los clientes eligieron un distribuidor en lugar de un taller independiente para recibir servicio.

“La calidad del servicio de vehículos en los distribuidores sigue siendo un factor clave para aumentar la satisfacción del cliente”, dijo Gerardo Gómez, director general de J.D. Power de México. “Más de la mitad de los propietarios de vehículos del mercado de volumen (y el 42 % de los propietarios de vehículos de lujo) regresan al distribuidor vendedor para recibir servicio y esperan que las reparaciones del vehículo se realicen correctamente la primera vez. Los distribuidores deben comprender que esto es clave para los clientes”.

Los siguientes son algunos hallazgos clave del estudio de 2023:

- **La cobertura de garantía/servicios sin cargo siguen aumentando:** las condiciones del mercado están impulsando a los fabricantes a continuar mejorando las condiciones del servicio de garantía. Por ejemplo, casi la mitad (48%) de los clientes de marcas premium reciben servicio a través de su garantía, sin tener que pagar por ningún servicio. El porcentaje de clientes de marcas del mercado de volumen que reciben servicio a través de su garantía es del 28%, frente al 23% en 2022.
- **El mercado de servicio de los distribuidores se ha contraído:** una reducción en la frecuencia de las visitas de servicio a los distribuidores y en el monto gastado por visita, junto con menos vehículos de uno a tres años en circulación, ha llevado a una significativa contracción del valor total del mercado comparado con el año pasado. Esto se estima sobre las actuales visitas de servicio a distribuidores autorizados y que representan ingresos por 12,480 millones de pesos, 17.7 % menos que hace un año.
- **“Back to basics”:** una vez que su vehículo está listo para ser entregado, los clientes esperan que el personal de las instalaciones los acompañe hasta el vehículo o bien, que se los traigan al lugar donde se encuentra el cliente, lo que resulta en una alta satisfacción del cliente. La satisfacción cae 136 puntos cuando el personal de las instalaciones simplemente señala la ubicación del vehículo de un cliente, lo cual sucedió para casi el 10% de los clientes.

- **Los distribuidores del mercado de volumen cierran la brecha de satisfacción:** la satisfacción entre los clientes de los distribuidores de marcas de lujo es mayor en todos los procesos que entre los clientes de los distribuidores de marcas del mercado de volumen. Sin embargo, la brecha de satisfacción general entre los distribuidores del mercado de lujo y de volumen se ha reducido a 27 puntos. Los clientes de los distribuidores de marcas de lujo tienen mayor satisfacción que los de los distribuidores de marcas del mercado de volumen en cuanto a la calidad (+37 puntos); asesor (+26); e instalaciones (+25)
- **Influir en la confianza del cliente:** lo nuevo en el estudio de este año es un desglose de los atributos que afectan la confianza del cliente en los distribuidores. Los hallazgos indican que la seguridad de que los distribuidores realizarán correctamente reparaciones complejas está afectando la calidad del servicio, el cual es el principal impulsor de la confianza general de los clientes en los distribuidores (20%). Le sigue la facilidad y seguridad con la que los clientes dejan sus vehículos (17%). Los distribuidores de marcas de lujo obtienen los puntajes más bajos en confianza entre los clientes cuando se trata de brindar una comunicación honesta, mientras que los distribuidores del mercado de volumen se demoran en asumir responsabilidad cuando se comete un error y en su resolución efectiva.
- **Margen de mejora:** los distribuidores pueden mejorar la satisfacción centrándose en aspectos clave de la experiencia del servicio al cliente, incluida la entrega del vehículo; las instalaciones; e iniciación. Cuando es un asesor quien gestiona el pago del servicio, hay un aumento de 69 puntos en la satisfacción, pero sólo el 41% de los distribuidores de marcas de lujo y el 29% de los distribuidores de marcas del mercado de volumen lo llevan a cabo así. Hay un aumento de 47 puntos en la satisfacción cuando se puede acceder a Internet inalámbrico y un aumento de 32 puntos cuando los asesores reciben a los clientes en sus vehículos a su llegada.

Marcas de mayor ranking

BMW ocupa el puesto más alto en el segmento de lujo con una puntuación de 919. **GMC** (913) ocupa el segundo lugar y **Mercedes-Benz** (904) el tercero.

Jeep y Kia ocupan el puesto más alto en el segmento del mercado de volumen, cada uno con una puntuación de 900. **Honda** (893) ocupa el tercer lugar.

Ahora en su octavo año, el Estudio del Índice de Satisfacción de Servicio al Cliente en México (CSI) es un análisis integral de la experiencia de servicio entre propietarios de vehículos de uno a tres años de antigüedad y evalúa la satisfacción del cliente con el distribuidor autorizado mediante la evaluación de cinco medidas clave (en orden de importancia): calidad (31%); instalaciones (20%); iniciación (18%); asesor (17%); y entrega (15%).

El estudio de este año se basa en las evaluaciones de 4,906 propietarios de vehículos nuevos, año modelo 2020, 2021 o 2022 que llevaron su vehículo a servicio a un distribuidor autorizado en los últimos 12 meses. El estudio se realizó desde octubre de 2022 hasta julio de 2023.

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

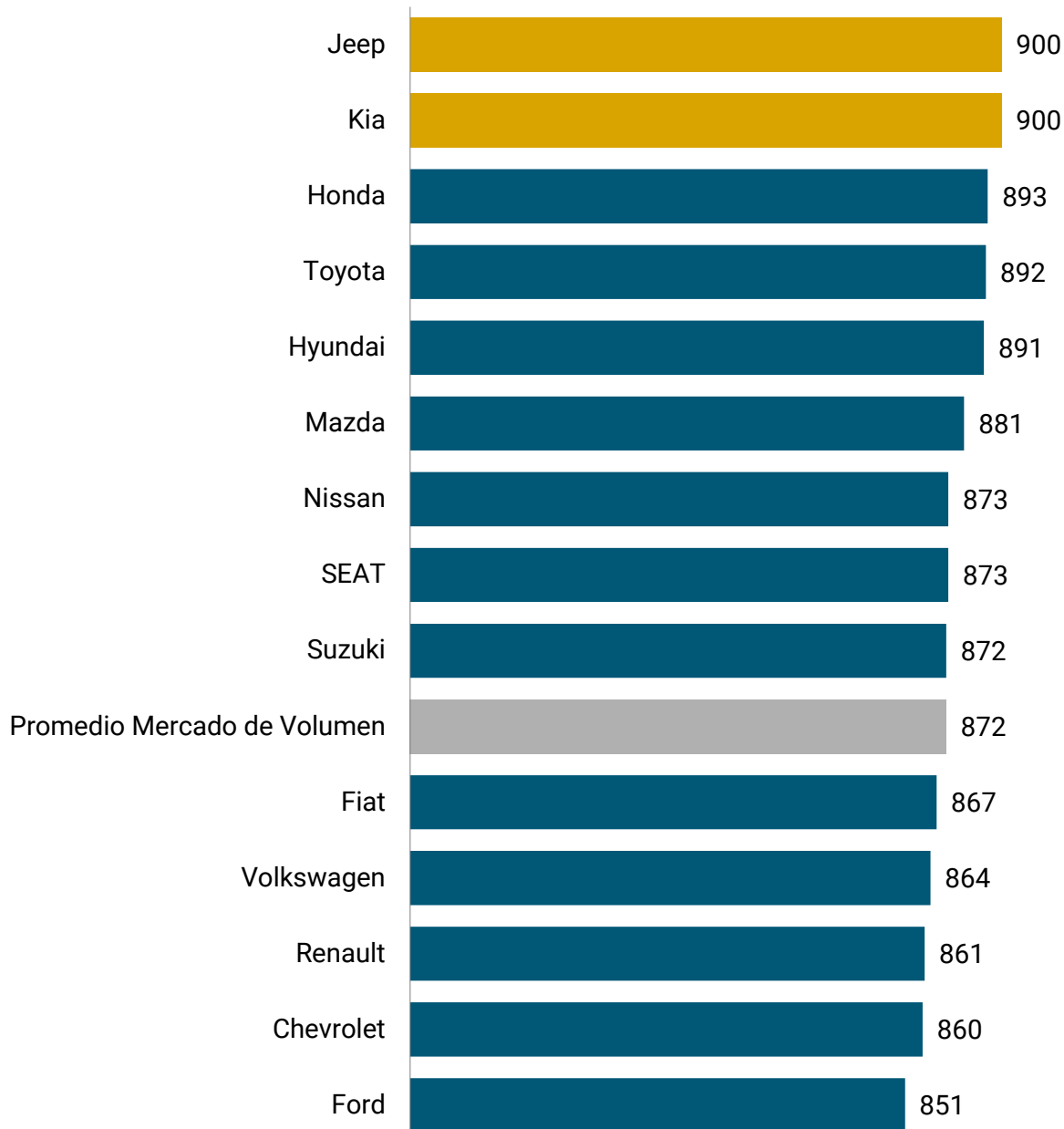
Acerca de J.D. Power y las reglas de publicidad / promoción www.jdpower.com/about-us/press-release-info

J.D. Power Índice de Satisfacción del Cliente de Servicio México 2023 (CSI)SM

Resultados de Satisfacción con el Proceso de Servicio

(Basado en una escala de 1,000 puntos)

Marcas de Volumen



Fuente: J.D. Power Índice Fuente: J.D. Power Estudio de Satisfacción con el Proceso de Servicio 2023 (CSI)SM

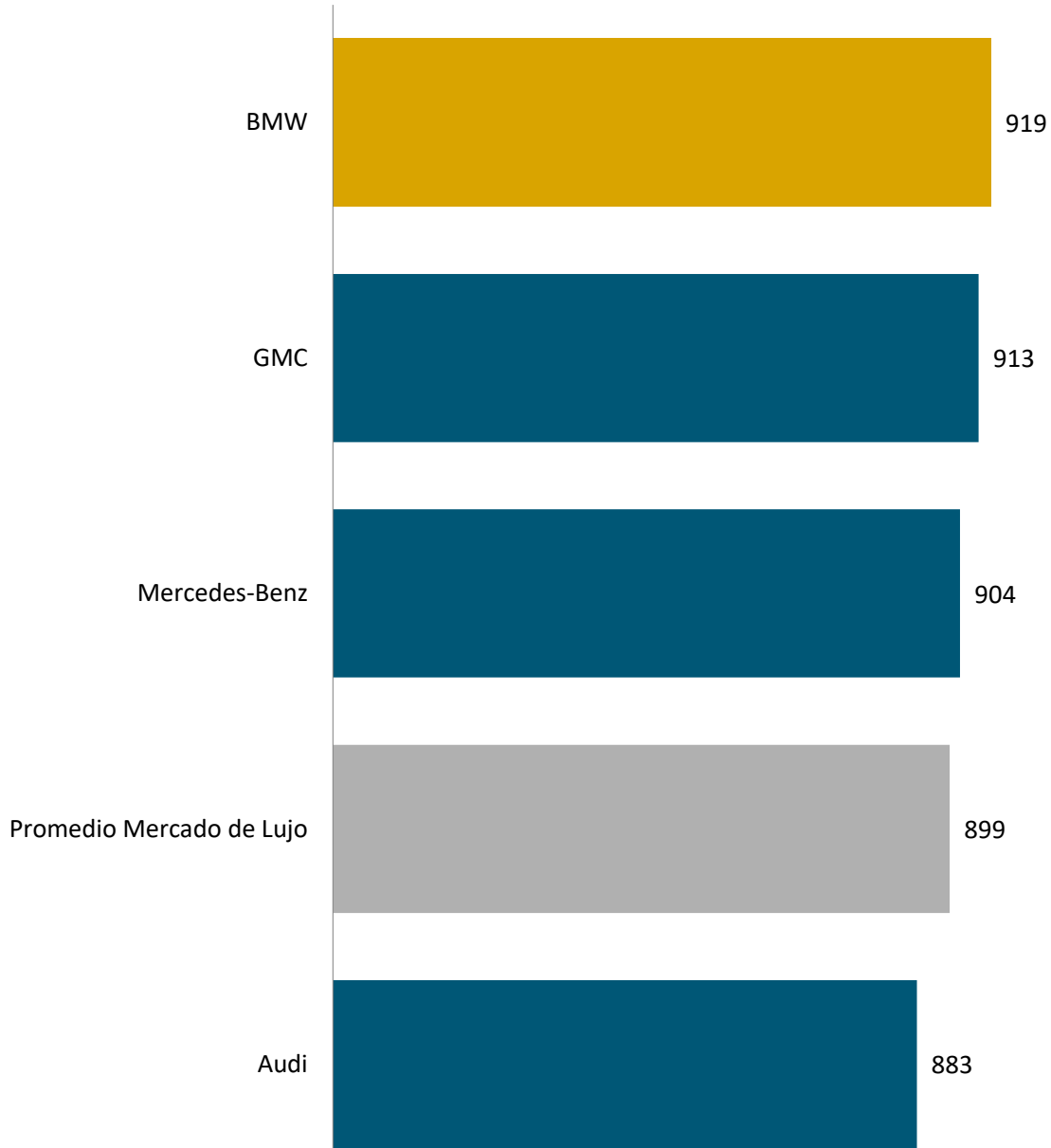
Las tablas y las gráficas extraídas de este comunicado de prensa para el uso de los medios de comunicación deberán de ir identificados por una declaración identificado a J.D. de México como la Fuente de información, así como especificar el estudio del que fueron extraídos. Las clasificaciones se basan 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.

J.D. Power
Índice de Satisfacción del cliente de Servicio
México 2023 (CSI)SM

Resultados de Satisfacción con el Proceso de Servicio

(Basado en una escala de 1,000 puntos)

Marcas de Lujo



Fuente: J.D. Power Estudio de Satisfacción con el Proceso de Servicio 2023 (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