

Las nuevas marcas y la proliferación de vehículos electrificados introducen desafíos en las ventas en México, según JD Power

GMC ocupa el primer lugar en satisfacción de ventas a nivel general y en segmento de Lujo; Toyota lidera el segmento de mercado de Volumen

- Las ofertas de vehículos electrificados elevan las expectativas a lo largo de todo el proceso de venta
- Las marcas del mercado de volumen reducen la brecha de satisfacción
- Las marcas chinas incrementan sus ventas, pero la confianza y la ejecución aún presentan rezagos

CIUDAD DE MÉXICO: 26 de marzo de 2026 — A medida que la oferta de vehículos electrificados crece en México y las marcas chinas se expanden en el mercado, las expectativas de los compradores de vehículos nuevos en torno al proceso de venta están evolucionando. De acuerdo con el Estudio del Índice de Satisfacción de Ventas en México 2026 (SSI, por sus siglas en inglés)SM de JD Power, publicado hoy, los distribuidores que logran apoyar y orientar a los compradores durante la adquisición de estas nuevas motorizaciones impulsan mayores niveles de satisfacción en ventas.

En general, tanto los distribuidores del segmento de lujo como los del mercado de volumen pueden mejorar la satisfacción al comprender mejor las necesidades de los compradores—el principal indicador clave de desempeño (KPI) del estudio, con un impacto de 60 puntos. Al mismo tiempo, las percepciones de confianza en la marca por parte de los compradores influyen en la forma en que se experimentan estas interacciones. La confianza en las marcas francesas (605 en una escala de 700 puntos), españolas (609) y chinas (616) se mantiene relativamente baja; no obstante, la confianza en las marcas chinas y españolas mejora este año en 5 y 7 puntos del índice, respectivamente. A medida que las marcas chinas continúan expandiéndose en el mercado mexicano, convertir este creciente interés en una mayor satisfacción del comprador representa una oportunidad decisiva.

“Las marcas chinas están desempeñando un papel cada vez más relevante en la transición de México hacia vehículos híbridos, híbridos enchufables (PHEV) y eléctricos de batería (BEV)”, señaló **Gerardo Gómez, director senior y country manager de JD Power México**.

“La adopción va en aumento, particularmente entre los compradores más jóvenes; sin embargo, persisten desafíos. La limitada infraestructura de cargadores y las preocupaciones continuas en torno a la confianza y la calidad percibida siguen influyendo en la experiencia del cliente. Para los distribuidores, la oportunidad radica en acompañar a los clientes a lo largo de todo el proceso de compra—brindando orientación clara sobre las nuevas tecnologías, garantizando un servicio consistente y simplificando los procesos de papeleo—para convertir el interés en una satisfacción de ventas sostenida.”

A continuación, se presentan algunos hallazgos clave del estudio 2026:

- **Se reduce la brecha de satisfacción entre los segmentos de lujo y volumen:** La diferencia en satisfacción de ventas entre los compradores del segmento de lujo (901 en una escala de 1,000 puntos) y del segmento de volumen (888) continúa disminuyendo. Las marcas del segmento de lujo registran caídas significativas año contra año en múltiples elementos del proceso de entrega, incluyendo la entrega de vehículos en condiciones perfectas (88%, -5 puntos porcentuales); llamadas de seguimiento para verificar el estado del vehículo (50%, -3 pp); llamadas posteriores a la entrega para confirmar la satisfacción (53%, -5 pp); y la entrega de vehículos con el tanque lleno (28%, -6 pp). En contraste, las marcas del segmento de volumen lideran en el principal KPI del estudio—comprender las necesidades del cliente—y en la entrega de vehículos en condiciones perfectas. No obstante, pese a estas fortalezas, una brecha de 28 puntos en instalaciones del distribuidor señala una oportunidad para que las marcas del mercado de volumen continúen mejorando las amenidades del distribuidor y refuercen el apoyo al cliente en la vinculación o conexión de teléfonos al sistema Bluetooth durante la entrega.
- **Los compradores de vehículos electrificados requieren mayor apoyo a lo largo del proceso de venta:** La satisfacción de los compradores de vehículos nuevos ha mejorado año contra año en los vehículos a gasolina, mientras que las tecnologías de motorización más recientes muestran una disminución en la satisfacción, lo que evidencia brechas en la ejecución a medida que los portafolios se electrifican y las marcas chinas ganan participación de mercado. La satisfacción con los vehículos a gasolina aumenta a 889 (+4 puntos vs. 2025), mientras que los híbridos disminuyen a 901 (-8), los vehículos eléctricos de batería (BEV) bajan a 887 (-5) y los híbridos enchufables (PHEV) caen de forma significativa a 881 (-21). A medida que se amplía la oferta de vehículos electrificados, los distribuidores deben adaptar los procesos de venta, simplificar la documentación y fortalecer la ejecución en la entrega para brindar un mejor soporte a los compradores. Algunos ejemplos incluyen optimizar los esquemas de financiamiento y destacar las exenciones fiscales disponibles; asegurar que los vehículos se entreguen completamente cargados; y orientar a los clientes sobre opciones de carga en el hogar o demostrar funcionalidades de carga inteligente.
- **Las marcas chinas registran un aumento en su nivel de evitación por parte de los compradores, pese a un alto interés en pruebas de manejo:** Los resultados del estudio indican que el 52% de los compradores evita considerar al menos una marca, y la evitación hacia las marcas chinas ha aumentado de forma significativa. Entre quienes evitan una marca, el 46% evita específicamente marcas chinas—12 puntos porcentuales más que en 2025—convirtiendo a los vehículos de origen chino en el único subgrupo que muestra un incremento en la evitación. Las principales razones señaladas por los compradores son la falta de confiabilidad (30%), la reputación de la marca (24%) y las calificaciones/reseñas (18%). A pesar de liderar en la frecuencia de pruebas de manejo, las marcas chinas se mantienen entre las más bajas en

satisfacción de ventas, lo que evidencia que una ejecución sólida es más determinante que un alto nivel de interacción.

Rankings del Estudio

GMC ocupa el primer lugar a nivel general y entre las marcas del mercado de lujo con una puntuación de 918. **BMW** (916) se posiciona en segundo lugar y **Mercedes-Benz** (904) en tercero.

Toyota ocupa el primer lugar entre las marcas del mercado de volumen con una puntuación de 913. **Kia** (911) se posiciona en segundo lugar y **Ford** (901) en tercero.

El Estudio del Índice de Satisfacción de Ventas en México (SSI, por sus siglas en inglés), que ahora se encuentra en su 13.ª edición, proporciona a los fabricantes automotrices y a los consumidores una medida objetiva de los niveles de satisfacción de los compradores de vehículos nuevos. El estudio destaca la relevancia de la experiencia de compra en línea y analiza la satisfacción del cliente con el distribuidor a través de seis factores (en orden de importancia): personal del distribuidor (28%); proceso de entrega (21%); instalaciones (20%); negociación (12%); papeleo (13%); y sitio web de la marca (5%).

El estudio 2026 se basa en evaluaciones de compradores de vehículos nuevos en México, considerando modelos 2024-2026, tras un periodo de 1 a 12 meses de propiedad. El levantamiento de información se realizó de septiembre de 2025 a febrero de 2026.

Acerca de JD Power

JD Power es un referente global en datos e inteligencia estratégica que impulsa decisiones clave en la industria automotriz con confianza y claridad. A través de datos propietarios únicos, analítica avanzada y un profundo conocimiento del sector, JD Power habilita a fabricantes, distribuidores, instituciones financieras, aseguradoras y socios para optimizar su desempeño y elevar la experiencia del cliente.

Desde 1968, JD Power ha proporcionado análisis e información estratégica sobre las interacciones de los clientes con marcas y productos. Para conocer más sobre las soluciones que ofrece la compañía, visite [JDPower.com](https://www.jdpower.com).

Contactos de Relaciones con Medios

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

Joe LaMuraglia, JD Power; Costa Este; 714-621-6224; media.relations@jdpa.com

Acerca de JD Power y reglas de publicidad/promoción: www.jdpower.com/business/about-us/press-release-info

#

NOTA: A continuación, se muestran dos gráficos.

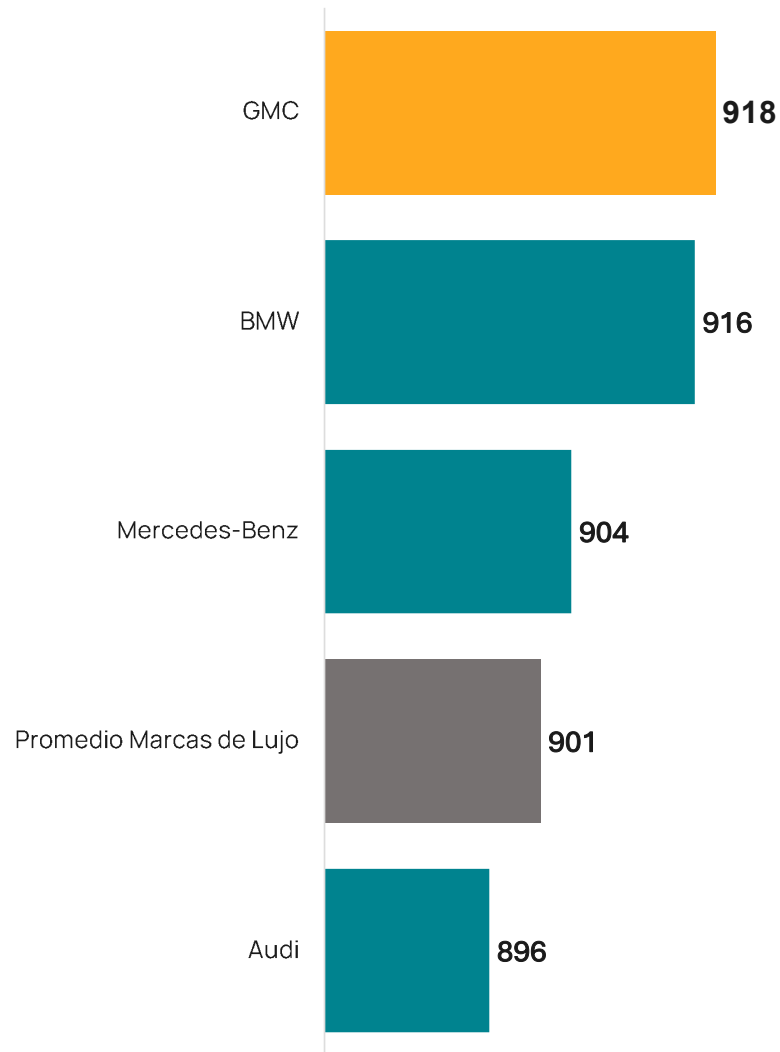
JD Power

Índice de Satisfacción del Cliente de Ventas México 2026 (SSI)SM

Resultados de Satisfacción en el Proceso de Ventas

(Basado en una escala de 1,000 puntos)

**MARCAS DE
LUJO**



Fuente: JD Power Índice de Satisfacción del Cliente de Ventas México 2026 (SSI)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 JD Power 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 JD Power.

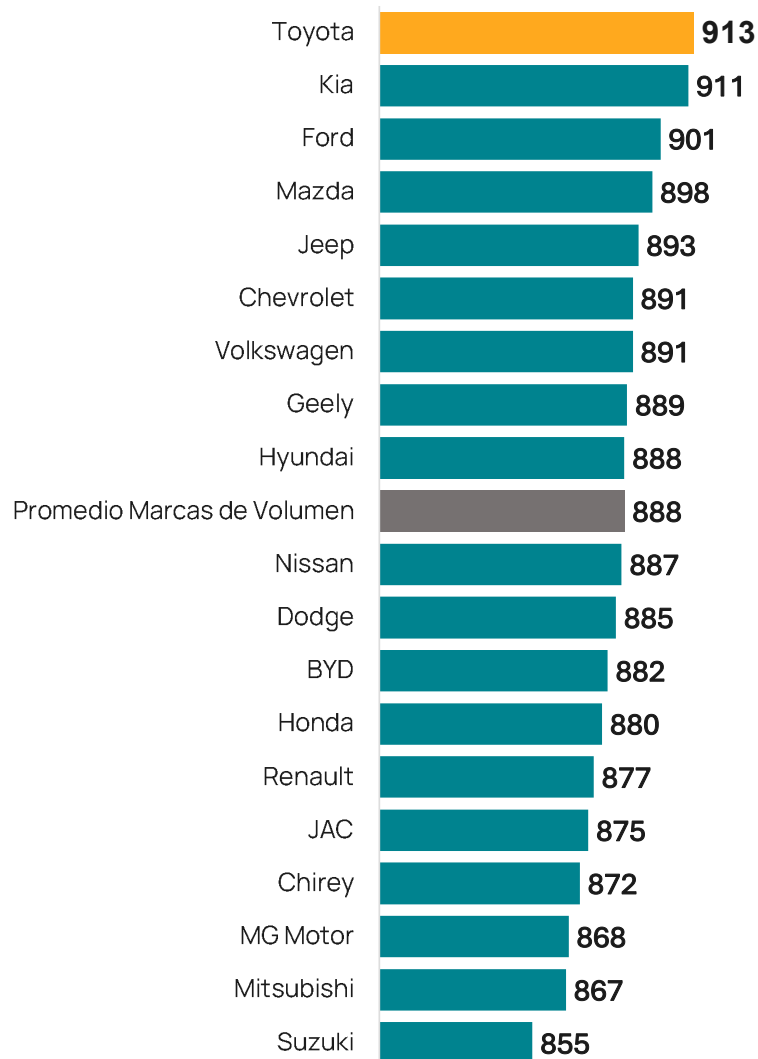
JD Power

Índice de Satisfacción del Cliente de Ventas México 2026 (SSI)SM

Resultados de Satisfacción en el Proceso de Ventas

(Basado en una escala de 1,000 puntos)

MARCAS DE VOLUMEN



Fuente: JD Power Índice de Satisfacción del Cliente de Ventas México 2026 (SSI)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 JD Power 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 JD Power.