

La satisfacción general en ventas disminuye en México, incluso cuando las ventas de vehículos nuevos alcanzan records históricos, de Acuerdo al Estudio SSISM 2017 de J.D. Power

Ram obtiene la puntuación de satisfacción más alta en el mercado de volumen incluso por arriba del segmento de lujo. BMW obtuvo la puntuación más alta en su segmento

Ciudad de México: 18 de Mayo 2017 — Con las ventas de vehículos nuevos en México aumentando a un ritmo acelerado, la satisfacción general en ventas de los compradores disminuye. Las expectativas durante el ciclo de compra han presentado desafíos para los fabricantes y distribuidores, según el estudio de Satisfacción del Cliente de Ventas en México 2017 (SSISM) de J.D. Power México, publicado hoy.

El índice general de satisfacción de ventas cae a 860 de 864 (en una escala de 1,000 puntos) en comparación con el estudio del año anterior. La satisfacción general en el segmento de lujo es de 869, mientras que la satisfacción general en el segmento de marcas de volumen es de 859. Esto se da en 2016 cuando se logra el mayor número de ventas en la historia, rebasando el 1.6 millones de unidades vendidas, un aumento del 20% respecto al 2015. Si bien el éxito de ventas ha aumentado la cantidad de tráfico en las salas de exhibición de los distribuidores/concesionarios, los mayores descensos del índice se encuentran en la Prueba de Manejo (-20 puntos) y en la Entrega (-7 puntos).

"Estamos viendo un cambio ya que los compradores de autos están realizando mayor investigación en línea como nunca antes se había dado, y cuando llegan al distribuidor/concesionario están mejor informados", dijo **Gerardo Gómez, director general y "country manager" en J.D. Power de México**. "Los fabricantes de automóviles y los distribuidores deben prestar especial atención a sus medios digitales, ya que sigue incrementando en importancia para generar mayor satisfacción del cliente. La mayoría de los consumidores confía en los sitios web de los fabricantes y de los distribuidores/concesionarios para obtener información sobre precios en comparación con otros sitios web, un hecho que los fabricantes y los distribuidores deben capitalizar".

A continuación se presentan algunos de los hallazgos clave del estudio:

- **Simplificar el papeleo para la Prueba de Manejo:** Solo 46% de todos los clientes indicaron que realizaron una prueba de manejo, una disminución de seis puntos porcentuales respecto a 2016. La puntuación SSI promedio para los clientes que realizaron una prueba de manejo es de 852 puntos de índice frente a 825 para aquellos que no se les ofreció realizarla. Cuando los clientes de vehículos del segmento de volumen tuvieron que llenar el papeleo para realizar una prueba de manejo, sus puntuaciones cayeron un promedio de 15 puntos de índice. Cuando los distribuidores/concesionarios no requieren papeleo o el proceso de papeleo es menor a cinco minutos, la puntuación de satisfacción promedio incrementa a 865 puntos de índice.
- **Preocupaciones con los seguros de vehículos:** Los consumidores que financian un vehículo nuevo deben comprar el seguro en el distribuidor/concesionario, y dos de los problemas más comunes que citan son el servicio al cliente y los problemas de facturación. En conjunto, estos

problemas (28%) se producen casi con la misma frecuencia que el número de propietarios que realmente necesitan presentar una reclamación de seguro por accidentes (29%).

- **Los compradores de automóviles nuevos que dejan un vehículo a cuenta tienen mayores expectativas:** Los clientes que dejan un vehículo a cambio en un distribuidor/concesionario tienen menor satisfacción (845) que aquellos que no lo hacen (862). El número de transacciones que involucran un vehículo seminuevo a cambio en el distribuidor/concesionario continúa disminuyendo (14%), siendo esta una tasa mucho menor comparándola con Estados Unidos (47%), de acuerdo con la Power Information Network® (PIN) de J.D. Power.

Posiciones

BMW ocupa el lugar más alto entre las marcas de lujo, con una puntuación de 879. **Buick** ocupa el Segundo lugar (871), seguido de **Audi** (867).

Ram se posiciona como el mejor dentro del segmento de volumen por segundo año consecutivo, con un puntaje de 886. **Honda** ocupa el segundo lugar (884), seguido de SEAT (877).

El estudio de satisfacción con el proceso de ventas en México (SSISM), ahora en su cuarto año, es un análisis exhaustivo de la experiencia de compra y entrega de vehículos nuevos, y examina la satisfacción del cliente con el distribuidor/concesionario a través de cinco factores (enumeradas por orden de importancia): Negociación (26%); Entrega del vehículo (21%); Asesor de Ventas (19%); Instalaciones (19%); y Prueba de Manejo (16%).

El índice del estudio está basado en la evaluación de 2,768 compradores de vehículos nuevos en México con entre 1 y 7 meses de propiedad. Las evaluaciones fueron aplicadas de Enero a Abril del 2017.

Para ver el comunicado de prensa visite: <http://www.jdpower.com/pr-id/2017054>.

J.D. Power es un líder global en el conocimiento del consumidor, servicios de asesoramiento, análisis de información. Estas capacidades permiten a J.D. Power ayudar a sus clientes a impulsar la satisfacción, el crecimiento y la rentabilidad. Fundada en 1968, J.D. Power tiene su sede en Costa Mesa, California, y tiene oficinas en Norte/Sur de América, Asia Pacífico y Europa.

Contacto de Relaciones Públicas

Brais Alvarez; Mexico City, Mexico; +52 55 5081 2892 / +52 1 55 7474 4074; brais.alvarez@jdpa.com

Silvia Mosqueda; Mexico City, Mexico; +52 1 55 5368 2177 smosqueda@sintralogistics.com

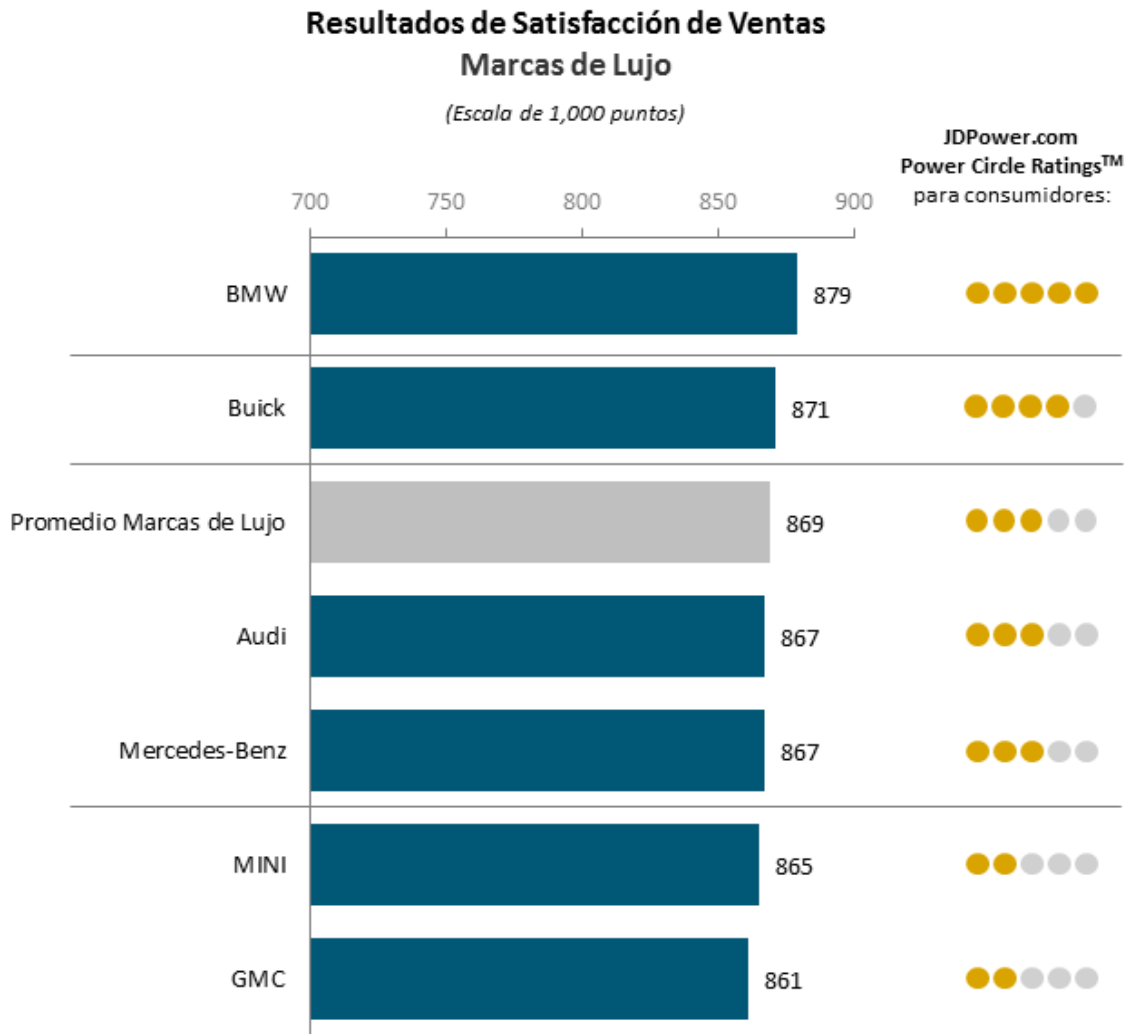
Geno Effler; West Coast; +1 714 621 6224; media.relations@jdpa.com

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

###

Nota: Tres gráficas a continuación.

J.D. Power Índice de Satisfacción del Cliente de Ventas en México 2017 (SSI)



Power Circle Ratings - Interpretación

- Los mejores
- Mejor que la mayoría
- Dentro del Promedio
- Por debajo del Promedio

Fuente: J.D. Power Índice de Satisfacción del Cliente de Ventas 2017 (SSI)

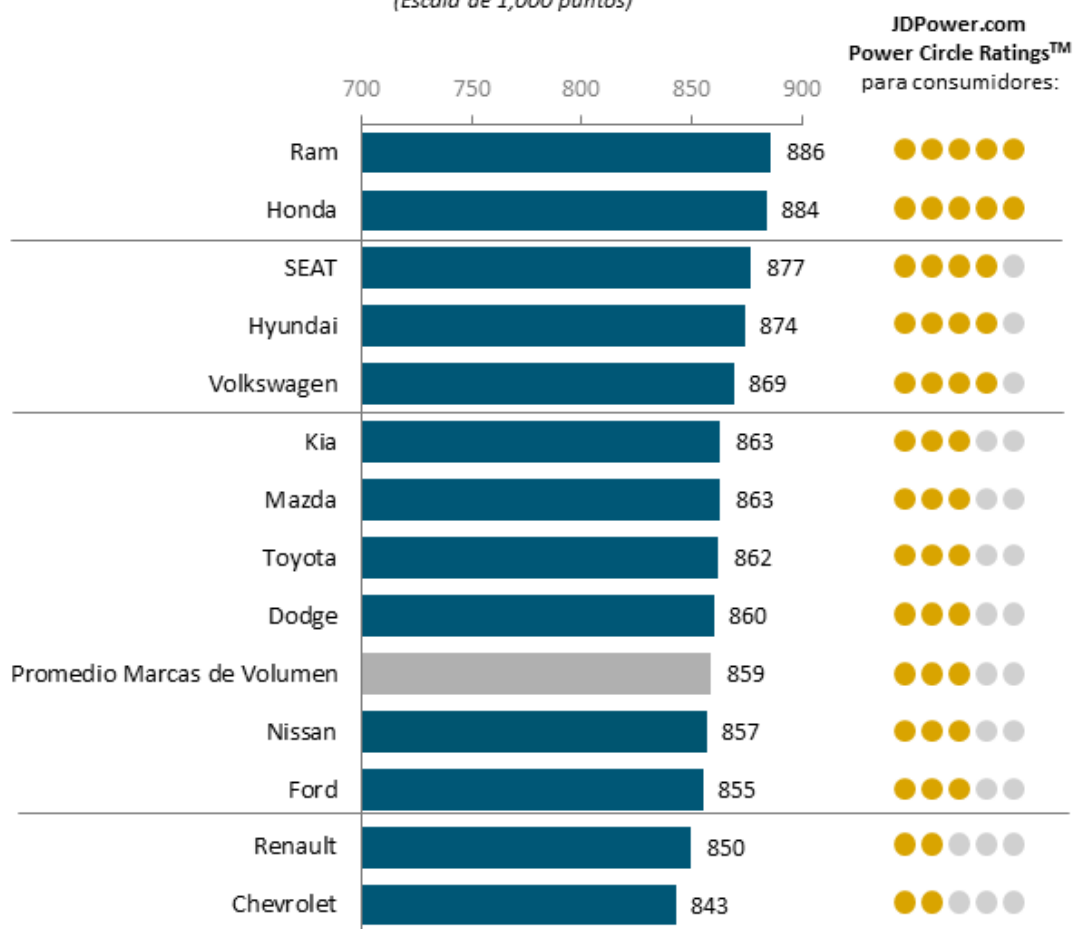
Las tablas y gráficas extraídas de este comunicado de prensa para el uso de los medios de comunicación deberán de ir acompañadas por una declaración identificando a J.D. Power de México como la fuente de información así como especificar el estudio del que fueron extraídas. Las clasificaciones se basan 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 por escrito de J.D. Power.

J.D. Power

Índice de Satisfacción del Cliente de Ventas en México 2017 (SSI)

Resultados de Satisfacción de Ventas Marcas de Volumen

(Escala de 1,000 puntos)



Power Circle Ratings - Interpretación

- Los mejores
- Mejor que la mayoría
- Dentro del Promedio
- Por debajo del Promedio

Fuente: J.D. Power Índice de Satisfacción del Cliente de Ventas 2017 (SSI)

Las tablas y gráficas extraídas de este comunicado de prensa para el uso de los medios de comunicación deberán de ir acompañadas por una declaración identificando a J.D. Power de México como la fuente de información así como especificar el estudio del que fueron extraídas. 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 por escrito de J.D. Power.

J.D. Power

Índice de Satisfacción del Cliente de Ventas en México 2017 (SSI)

Factores que contribuyen en la Satisfacción General en Ventas



Nota: Es probable que los porcentajes no sumen 100 debido al redondeo.

Fuente: J.D. Power Índice de Satisfacción del Cliente de Ventas 2017 (SSI)

Las tablas y gráficas extraídas de este comunicado de prensa para el uso de los medios de comunicación deberán de ir acompañadas por una declaración identificando a J.D. Power de México como la fuente de información así como especificar el estudio del que fueron extraídas. 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 por escrito de J.D. Power.