



Press Release

J.D. Power de México informa:

Actualmente en México, el ahorro de combustible se ha vuelto la máxima prioridad entre los compradores de autos nuevos; más propietarios están llevando su auto al taller de la agencia para sus servicios

Tres modelos de la marca Honda reciben premios por satisfacción con la propiedad; Audi y Mazda se llevan dos premios cada una

MÉXICO, D.F. a 11 de octubre de 2012 – El alza en los precios de la gasolina en México ha hecho que el consumidor preste mayor atención al tema del ahorro de combustible a la hora de comprar un auto nuevo, revela la firma J.D. Power de México, en su estudio publicado el día de hoy y titulado: *2012 Mexico Vehicle Ownership Satisfaction StudySM (VOSS)*, Estudio de satisfacción con la propiedad de vehículos en México del año 2012.

El estudio, ya en su noveno año de realización, mide la satisfacción con la propiedad de automóviles de los modelos año 2010 y 2011. La satisfacción global se establece mediante la experiencia del propietario con cuatro factores: **la calidad y confiabilidad del vehículo; el atractivo del vehículo** (que abarca la satisfacción con el diseño, el estilo, el desempeño y la comodidad del mismo); **la experiencia de servicio en el distribuidor automotriz** (es decir, la satisfacción con el departamento de servicio del mismo); y **el costo de la propiedad** (que incluye el servicio, el consumo de combustible y el costo de los seguros).

El estudio reveló que el ahorro de combustible se ha vuelto la razón primordial por la cual los compradores de autos nuevos seleccionan un modelo de vehículo sobre otro. De hecho, el ahorro de combustible supera a otros factores como la seguridad y la comodidad interior, que en el 2011, se registraron como los principales motivos de compra. Este aumento en la sensibilidad al tema del ahorro del combustible se debe a un alza sostenida en el precio de la gasolina, que ahora promedia en el año los \$10.45 pesos por litro de gasolina Premium (\$3.10 USD/galón)¹.

En este sentido, Gerardo Gómez, Director General de J.D. Power México subrayó, *“Ahora que en México el precio de la gasolina supera los \$10.00 pesos por litro,, el consumidor se ha vuelto más sensible al tema del ahorro de combustible y a la hora de comprar un auto nuevo, se inclina más por tomar una decisión práctica. Aparte, como sabe que los precios no bajarán en el futuro, la consideración primordial de muchos consumidores se ha vuelto hacia el aspecto del ahorro de combustible, mientras que consideraciones como la comodidad de los interiores, el estilo y el desempeño se han vuelto temas secundarios”*.

El estudio revela que el 40% de los propietarios indican que el ahorro de combustible es la razón primordial por la que compran un vehículo actualmente, frente al 37 por ciento que destacan la seguridad. Los factores económicos como el precio de compra, bajo costo de mantenimiento y tasas de interés bajas también han aumentado en el grado de importancia para el propietario de automóviles, frente al estudio del 2011.

¹ Fuente: Petróleos Mexicanos.

En este año, el ahorro de combustible se ha vuelto una decisión de compra sumamente importante en todo Norteamérica y Brasil. El trabajo de investigación realizado por J.D. Power muestra que el 47% de los propietarios en los Estados Unidos en el 2012 resaltan el ahorro de combustible como una razón importante para comprar su automóvil actual, cifra que aumentó del 40 por ciento registrado en el 2011. El ahorro de combustible se coloca dentro de los tres factores de compra más influyentes entre los nuevos propietarios de auto en Canadá y en Brasil.

La satisfacción global con la propiedad de un auto alcanza los 896 puntos (en una escala de 1,000), calificación igual a la reportada en el 2011. Una ligera mejoría en la satisfacción con el factor de servicio en el distribuidor se ve contrarrestada por la caída en el factor de costo de propiedad. Los factores de satisfacción con la calidad del vehículo y atractivo del mismo se reportan comparables a los del 2011.

Por otra parte, la satisfacción entre vehículos de la categoría de lujo (Premium) se ha elevado 17 puntos para alcanzar los 947 en el 2012, frente a los 930 puntos registrados en el 2011. Esta alza se deriva de un aumento de 21 puntos registrado en el factor de servicio en el distribuidor. La satisfacción entre propietarios de vehículos de categorías que no son de lujo bajó en 1 punto con respecto al año anterior, para llegar a los 895.

También el estudio encuentra que en 2012 son más los propietarios de vehículos que están optando por llevar sus autos a la agencia para su servicio (63% vs. 58% en 2011). Este cambio va de la mano con el hallazgo de que son menos los propietarios que llevan su vehículo a un taller de servicio que no sea en el distribuidor autorizado (27% vs. 30% en 2011).

Al respecto, Gerardo Gómez agrega, *“Como está mejorando el servicio y el aspecto económico que ofrece el distribuidor autorizado, ahora son más los propietarios que están llevando su auto al distribuidor para realizar reparaciones o servicio de mantenimiento”*.

A nivel industria, la calidad en general de los vehículos mejoro en 10 problemas por cada 100 vehículos (PP100) para promediar 107 PP100 en el 2012, una mejoría del 9 por ciento frente al 2011. Los modelos en los segmentos de lujo han reportado menos problemas en promedio, que aquellos modelos que no pertenecen a ese segmento (47 PP100 v. 108 PP100 respectivamente).

“Se espera que las ventas de autos nuevos en México superen la marca del millón de unidades por primera vez desde antes de la crisis económica y la calidad de los vehículos está mejorando”, indicó Gómez. *“Una buena calidad del vehículo facilita una buena experiencia general con la propiedad del auto, a su vez, los fabricantes de vehículos también se benefician de menores gastos por garantías y mayor lealtad del cliente”*.

El estudio examina los modelos de autos nuevos en 11 distintos segmentos de vehículos. Los modelos mejor evaluados por segmento en el estudio del 2012 son:

Sub-Compacto Básico: Nissan March

Sub-Compacto Alto: Honda Fit

Compacto: Honda Civic

Mediano: Mazda 6 (por segundo año consecutivo)

Entry Lujo: Audi A1

Mid Lujo: Audi A5

SUV Pequeño: Honda CR-V (por segundo año consecutivo)

SUV Mediano: Mazda CX-9 (por segundo año consecutivo)

SUV de Lujo: Acura MDX

Pickup Pequeña: Toyota Tacoma

Pickup Grande: Ford Lobo (por segundo año consecutivo)

A la hora de comprar un auto nuevo, J.D. Power and Associates ofrece los siguientes consejos al consumidor:

- Es necesario tener expectativas reales acerca del ahorro de combustible de su auto, y hay que recordar que los rangos en cuanto a ahorro de combustible en ciudad/carretera/combinado, son estimaciones. Los kilómetros por litro consumidos varían por muchos factores, como por ejemplo el clima, el estilo de manejo, la presión de inflado en las llantas y la condición general del vehículo.
- Hay que conocer el tipo de combustible que necesita el potencial vehículo nuevo, ya sea Premium, Magna o diesel, factor que se debe tomar en cuenta a la hora de presupuestar lo que costará la propiedad de ese auto nuevo.
- Las percepciones del consumidor en cuanto a la calidad y confiabilidad de un auto a menudo están fundamentadas en experiencias históricas o anécdotas, y pueden estar fuera de la realidad. Para tomar una decisión bien fundamentada, se recomienda que el consumidor se de a la tarea de juntar cuanta información pueda de una variedad de fuentes, como por ejemplo de la página www.jdpower.com, acerca de los nuevos modelos.
- Históricamente, la calidad inicial ha sido un buen indicador de la confiabilidad probable a largo plazo. Si un modelo tiene buenos niveles de calidad cuando es un auto nuevo, seguramente resultará confiable a la larga.
- Es importante comparar precios de servicios de reparación y mantenimiento tanto en el distribuidor como en los talleres independientes. No se puede asumir que los precios del distribuidor autorizado serán mayores.
- Ya sea que el consumidor acuda a la agencia o a un taller independiente, es importante programar sus citas de servicio con antelación. Hay mayores niveles de satisfacción entre los propietarios que programan sus citas, comparado con quienes simplemente llegan a la agencia sin cita.

El Estudio de satisfacción con la propiedad de vehículos para México 2012 está basado en las respuestas obtenidas de más de 5,200 propietarios de autos modelos 2010 y 2011 que compraron su vehículo entre los meses de octubre de 2009 y septiembre de 2011. Las encuestas se realizaron en siete de los principales mercados automovilísticos del país, que incluyen a la Ciudad de México, Guadalajara, Monterrey, Querétaro, Puebla, Veracruz y Mérida. El estudio se realizó entre los meses de mayo y agosto de 2012 y a los encuestados se les pidió evaluar su experiencia entre los ocho a 34 meses de propiedad del auto.

Acerca de J.D. Power de México

J.D. Power de México se dedica a realizar investigaciones de satisfacción del consumidor y proporciona servicios de inteligencia de mercado y de analítica de desempeño para la industria automotriz y de la vivienda. Para mayor información acerca de J.D. Power de México y sus productos, favor entrar a la página www.jdpowerdemexico.com

Acerca de J.D. Power and Associates

Con sede en Westlake Village, California, J.D. Power and Associates es una empresa global de servicios de información de mercadotecnia que ofrece soluciones en torno a mejoras al rendimiento, redes sociales e información y soluciones de satisfacción al cliente. Las valoraciones que realiza la empresa con respecto a la calidad y satisfacción se basan en las respuestas proporcionadas por millones de consumidores anualmente. Para mayor detalle acerca de clasificaciones [marcas de autos](#), [seguros de automóvil](#), [seguros de salud](#), [servicios de telefonía celular](#) y otros, favor ingresar a JDPower.com. J.D. Power and Associates es una unidad de negocios de la compañía The McGraw-Hill Companies.

Acerca de The McGraw-Hill Companies

El 12 de septiembre del 2011, McGraw-Hill anunció su intención de dividirse en dos distintas empresas públicas: McGraw-Hill Financial, importante proveedor de contenido y analítica para los mercados globales financieros y McGraw-Hill Education, importante empresa enfocada en servicios educativos y de aprendizaje digital a nivel mundial. Las principales marcas de McGraw-Hill Financial incluyen a Standard & Poor's, S&P Capital IQ, los índices S&P, los servicios de información energética Platts y J.D. Power and Associates. Con ventas que alcanzaron los \$6.2 mil millones de dólares en el 2011, la compañía cuenta con cerca de 23 mil empleados en más de 280 oficinas ubicadas en 40 países alrededor del mundo. Para mayor información, favor ingresar a <http://www.mcgraw-hill.com/>.

Contactos para la prensa:

Francisco Granados; Cohn & Wolfe México; (55) 53 50 37 00 ext. 4808; francisco.granados@cohnwolfe.com.mx
John Tews; J.D. Power and Associates; Troy, Mich.; (248) 680-6218; media.relations@jdpa.com

La información contenida en este comunicado de prensa no se puede utilizar sin previa autorización expresa y por escrito de J.D. Power and Associates www.jdpower.com/corporate

#

J.D. Power de México
2012 Mexico Vehicle Ownership Satisfaction StudySM (VOSS)
(Estudio de satisfacción con la propiedad de vehículos para México 2012)

Los tres modelos principales por segmento

Sub-Compacto Básico	SUV Pequeño
Mejor Calificado: Nissan March Chevrolet Spark Dodge Atos	Mejor Calificado: Honda CR-V Mazda CX-7 Nissan X-Trail
Sub-Compacto Alto	SUV Mediano
Mejor Calificado: Honda Fit Nissan Versa Suzuki Swift	Mejor Calificado: Mazda CX-9 Honda Pilot Jeep Grand Cherokee
Compacto	SUV de Lujo*
Mejor Calificado: Honda Civic Renault Fluence Toyota Corolla	Mejor Calificado: Acura MDX BMW X5
Mediano	Pickup Pequeña
Mejor Calificado: Mazda 6 Toyota Camry Dodge Avenger	Mejor Calificado: Toyota Tacoma Ram Dakota Toyota Hilux
Entry Lujo	Pickup Grande*
Mejor Calificado: Audi A1 Audi A3 BMW 1 Series	Mejor Calificado: Ford Lobo Chevrolet Silverado
Mid Lujo*	
Mejor Calificado: Audi A5 Mercedes-Benz C-Class	

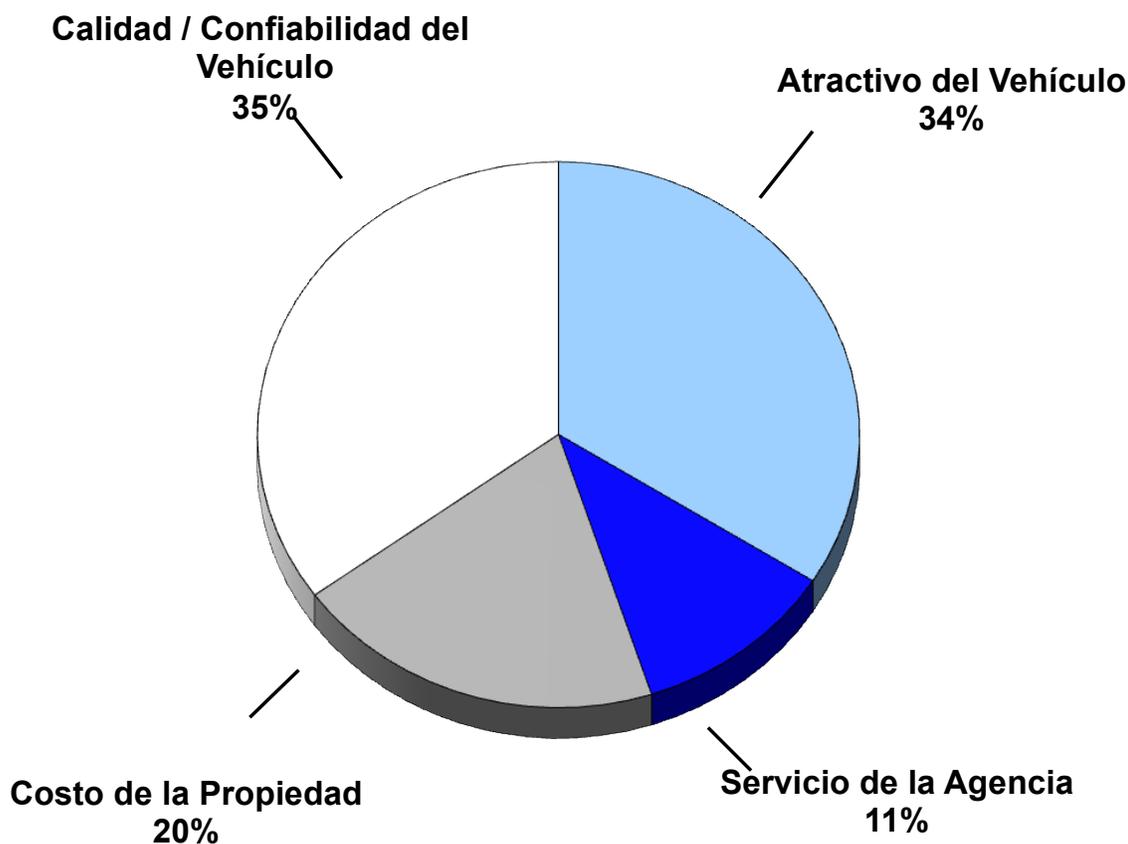
*NOTA: Para que se otorgue un premio en cierto segmento, deben existir al menos cuatro modelos con suficiente muestra. En el 2012, hay menos de cuatro modelos en el segmento de Minivan, y es por eso que no se presentan premios en esa categoría. *Ningún otro modelo en este segmento tiene un rendimiento por arriba del promedio del segmento.*

Fuente: J.D. Power de México 2012 Mexico Vehicle Ownership Satisfaction StudySM (VOSS)

Los cuadros y gráficas que se obtengan de este comunicado de prensa deben ir acompañados de una declaración que identifique a J.D. Power and Associates como el autor y al J.D. Power de México 2012 Mexico Vehicle Ownership Satisfaction StudySM (VOSS) como la fuente. Las clasificaciones están basadas en calificaciones numéricas y no necesariamente en la significación estadística. La información en este comunicado de prensa o los resultados de las encuestas realizadas por J.D. Power and Associates no pueden utilizarse con fines publicitarios o promocionales sin previa autorización expresa y por escrito de J.D. Power and Associates.

J.D. Power de México
2012 Mexico Vehicle Ownership Satisfaction StudySM (VOSS)
(Estudio de satisfacción con la propiedad de vehículos para México 2012)

Los factores que aportan a la satisfacción global con la propiedad del vehículo



Fuente: J.D. Power de México 2012 Mexico Vehicle Ownership Satisfaction StudySM (VOSS)

Los cuadros y gráficas que se obtengan de este comunicado de prensa deben ir acompañados de una declaración que identifique a J.D. Power and Associates como el autor y al J.D. Power de México 2012 Mexico Vehicle Ownership Satisfaction StudySM (VOSS) como la fuente. Las clasificaciones están basadas en calificaciones numéricas y no necesariamente en la significación estadística. La información en este comunicado de prensa o los resultados de las encuestas realizadas por J.D. Power and Associates no pueden utilizarse con fines publicitarios o promocionales sin previa autorización expresa y por escrito de J.D. Power and Associates.