

AUTOMÓVILES

Reporte ACSI 2019-2020



Mínimo histórico en la satisfacción del cliente en la industria automotriz representa otro obstáculo para la recuperación, siendo el segmento de lujo el más afectado

Al igual que con la economía en general, la industria automotriz de EE. UU. se encuentra en la mira de la pandemia mundial, reduciendo las ventas de automóviles en todo el país debido al aislamiento y a los cierres de fábricas que mantuvieron a los posibles clientes y trabajadores en casa. Las consecuencias en las ventas durante el segundo trimestre de 2020 fueron devastadoras. Los tres fabricantes de automóviles de Detroit vieron caer las ventas en EE. UU. en un tercio o más, lo que refleja la tendencia a la baja de la industria en general. El cierre de la producción durante ocho semanas que también abarcó el segundo trimestre, costó miles de millones a las empresas de carros.

Si bien la incertidumbre de la pandemia puede significar una lenta recuperación para la industria automotriz, los nuevos datos del American Customer Satisfaction Index (ACSI®) indican otro obstáculo a superar: una tendencia continua de disminución de la satisfacción del cliente. Hace un año, ACSI informó deterioro en la satisfacción en toda la industria ya que 21 de 27 empresas registraron declives en sus puntajes ACSI. Este año, la tendencia se ha suavizado ligeramente, pero 17 marcas aún registran descensos. La industria retrocede un 1,3% a una puntuación ACSI de **78** (escala de 100 puntos), lo que se suma a la caída de aproximadamente 4% respecto al año pasado. Esto lleva a los automóviles y vehículos ligeros a una industria baja sin precedentes, alcanzado anteriormente solo en 1999 y muy por debajo del puntaje máximo de **84**.

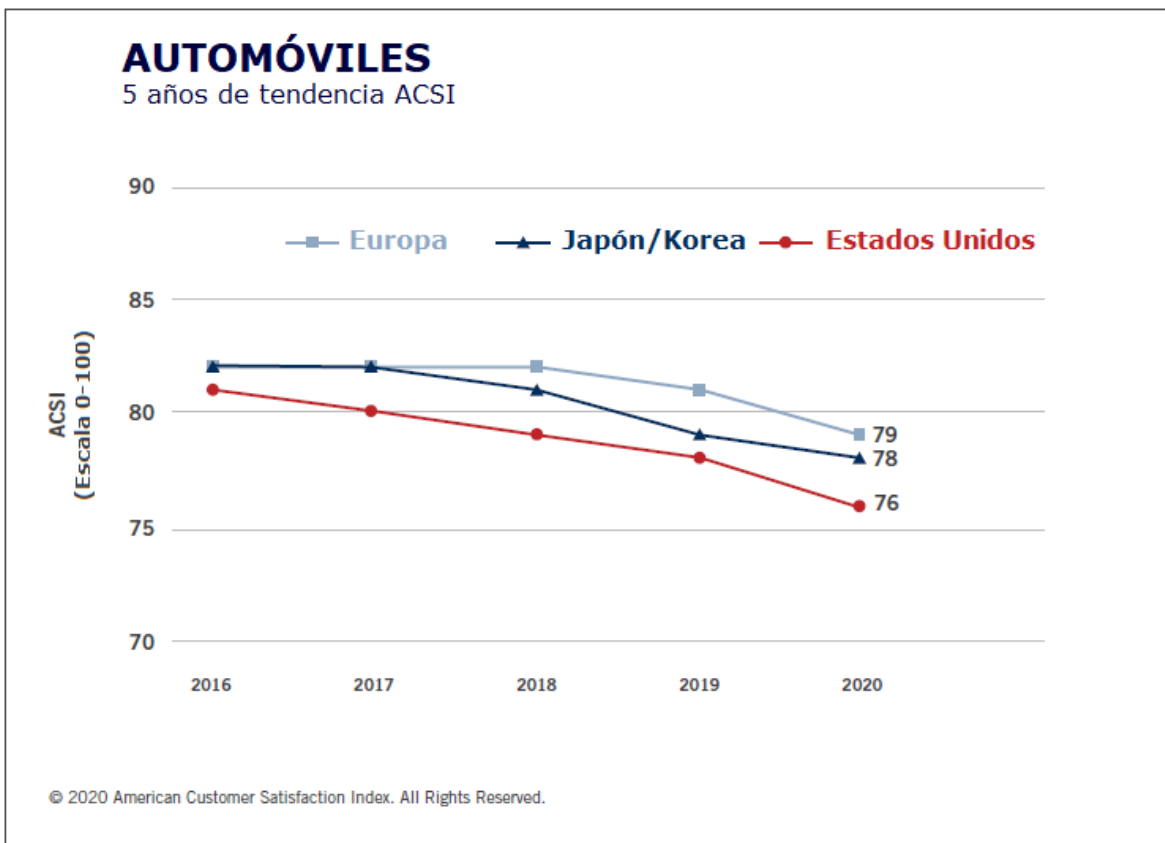
El declive de ACSI impregna todo el segmento de automóviles de lujo, donde las nueve empresas publican pérdidas en satisfacción de los conductores. En general, los autos de lujo retroceden un 4% en comparación con una disminución del 1% para el segmento del mercado masivo. Los resultados de ACSI en este informe se basan en entrevistas recopiladas de julio de 2019 a junio 2020 con clientes que compraron o alquilaron un automóvil nuevo por un mínimo de seis meses a tres años. Según estos clientes, tanto la calidad como el valor, así como varios aspectos clave de la experiencia del conductor, continúan deteriorándose para la industria automotriz en general.

Si bien los impactos recientes de la pandemia en las ventas de automóviles han sido amplios y profundos, 2019 mostró pequeños signos de tensión. En general, los fabricantes de automóviles vendieron más de 17 millones de vehículos en el mercado de E.E.U.U. por quinto año consecutivo, pero algunos fabricantes importantes cedieron terreno en 2019. Las ventas de todo el año de *Ford* en EE. UU. cayeron un 3,0% en comparación con 2018, mientras que *General Motors (GM)* cayó un 2,3% y *Fiat Chrysler* retrocedió un 1,4%. Asimismo, *Toyota* reportó

una caída del 1.8% y *Mazda* bajó un 7.2% durante el año. Las ventas cayeron un 9,9% para *Nissan*, la mayor caída en el mercado estadounidense.

Por segundo año consecutivo, la satisfacción del cliente disminuye en todos los fabricantes de automóviles, tanto extranjeros como americanos. Los fabricantes europeos mantienen su liderazgo sobre los automóviles asiáticos y estadounidenses a pesar de una caída de 2 puntos a un puntaje ACSI de **79**. Del mismo modo, los fabricantes de automóviles estadounidenses caen 2 puntos a **76**, detrás los automóviles europeos por la misma brecha observada en 2019.

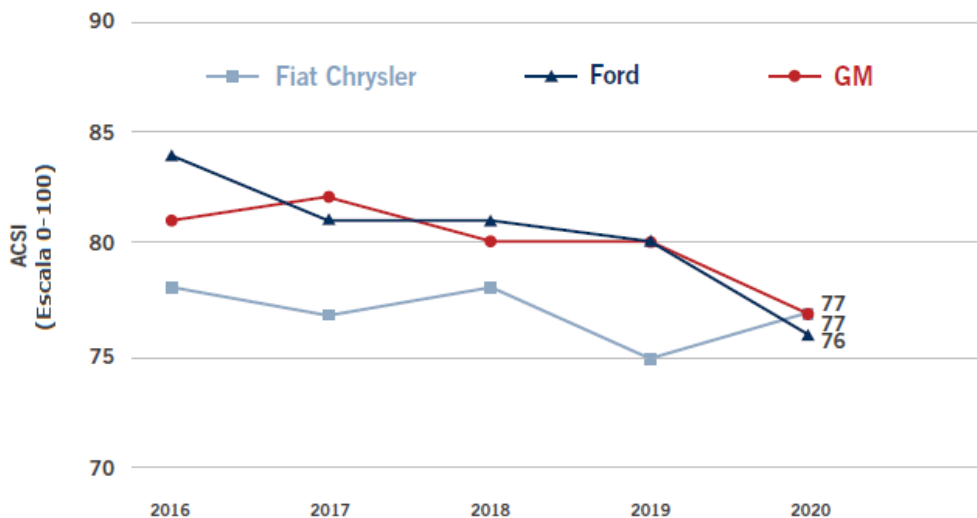
Los fabricantes asiáticos han bajado en menor medida, cayendo 1 punto a **78** y una vez más ampliando la brecha con los fabricantes estadounidenses. Para los fabricantes de automóviles, la satisfacción del cliente se encuentra ahora en su nivel más bajo en cinco años.



En cuanto a los fabricantes de automóviles americanos, los resultados de satisfacción del cliente son mixtos, ya que tanto *Ford* como *GM* muestran fuertes caídas, mientras que *Fiat Chrysler* obtiene una ganancia. *Ford* cae más lejos este año, cayendo un 5% a **76**, la puntuación más baja entre los Tres de Detroit. Una fuerte caída para el auto de lujo Lincoln combinada con una caída más pequeña para la marca *Ford* empuja a la compañía a un mínimo histórico de hace cinco años.

AUTOMÓVILES AMERICANOS

5 años de tendencia ACSI



© 2020 American Customer Satisfaction Index. All Rights Reserved.

GM se hunde hasta un 4% a **77**, superando a *Ford* por un punto. Mientras los camiones GMC se mantienen firmes en la satisfacción del cliente, las marcas de Buick y Chevrolet de la compañía se retiran a niveles récord de satisfacción bajos.

Hace un año, *Fiat Chrysler* era el mayor perdedor en satisfacción, pero para 2020, el fabricante de automóviles se recupera 3% para empatar con *GM* en **77**. La mejora pone a *Fiat Chrysler* casi en línea con *GM* y *Ford* por primera vez en cinco años. Si bien la empresa se beneficia de una satisfacción alta y estable por su camioneta Ram, tanto Dodge como la autodenominada marca Chrysler, muestran mejoras en la satisfacción del conductor este año.

La cima de la industria automotriz pertenece principalmente a marcas europeas. Entre nueve marcas que anotan por encima del promedio de la industria de **78**, solo dos son americanas: Cadillac (**GM**) y Ram (*Fiat Chrysler*). Para la industria en general, menos marcas disminuyen en 2020 en comparación con hace un año, pero sigue siendo una falta de mejora sustancial en la satisfacción del cliente. Entre 27 marcas, siete logran publicar ganancias, pero la gran mayoría de estos cambios son leves (+ 1%). Igualmente, tres marcas, junto con el grupo de marcas más pequeñas, mantienen estable la satisfacción del cliente. *Chrysler* es la única marca que subió más de un punto.

De acuerdo con los últimos años, aproximadamente un tercio de los encuestados informan haber experimentado una retirada de vehículo. Si bien esta proporción de

retiros no ha cambiado, el impacto negativo de los retiros en la satisfacción del cliente está aumentando. Hace dos años, la satisfacción del cliente entre los conductores de un vehículo retirado del mercado era casi igual que aquellos que no habían experimentado un retiro del mercado. En 2019, los conductores con un vehículo retirado estuvieron menos satisfechos por una diferencia de 2 puntos. Ahora, esta brecha se amplía a 3 puntos a medida que aquellos con retiros están notablemente menos contentos (**76**) que aquellos sin retiros (**79**).

Sin embargo, el rendimiento individual de las marcas en los retiros del mercado varía ampliamente. Comparado con otras marcas, tanto los clientes de *BMW* como los de *Ram* informan porcentajes de retiradas superiores al promedio durante el período de tres años de 2018 a 2020. Las marcas que experimentan el mayor impacto negativo de los retiros en la satisfacción este año son *Fiat Chrysler*, *Ram* y *Jeep*, junto con las marcas de lujo *Cadillac* y *Mercedes-Benz*. Para estas marcas, la satisfacción del cliente sería significativamente más alta si mejoran su manejo del proceso de retiro.

Cinco marcas, gestionan excepcionalmente bien el proceso de retirada. *Toyota*, *Nissan Infiniti* y *Mazda* no muestran ningún impacto adverso de los retiros en la satisfacción. *Volvo* y *Mitsubishi* lo hacen aún mejor, registrando una mayor satisfacción para los clientes que experimentaron un retiro. La proporción de encuestados con retiros del mercado de *Mitsubishi* ha disminuido significativamente durante dos años seguidos.

ACSI: Automóviles y Vehículos Ligeros

Empresa	2019	2020	Variación %
Automóviles y Vehículos Ligeros	79	78	-1,3%
Lexus (Toyota)	84	82	-2%
Audi (Volkswagen)	82	80	-2%
Cadillac (GM)	81	80	-1%
Mercedes-Benz	83	80	-4%
Ram (Fiat Chrysler)	80	80	0%
Toyota	81	80	-1%
Honda	82	79	-4%
Infiniti (Nissan)	82	79	-4%
Subaru	82	79	-4%
BMW	82	78	-5%
GMC (GM)	78	78	0%
Mazda	77	78	1%
Volkswagen	77	78	1%
Volvo	82	78	-5%
Acura (Honda)	78	77	-1%
Kia	76	77	1%
Lincoln (Ford)	82	77	-6%
Mitsubishi	76	77	1%
Otros (Lujo y mercado masivo)	76	76	0%
Buick (GM)	79	76	-4%
Chevrolet (GM)	80	76	-5%
Fiat (Fiat Chrysler)	77	76	-1%
Ford	77	76	-1%
Hyundai	79	76	-4%
Jeep (Fiat Chrysler)	76	76	0%
Nissan	75	76	1%
Dodge (Fiat Chrysler)	74	75	1%
Chrysler (Fiat Chrysler)	71	73	3%

2020 American Customer Satisfaction Index . All rights reserved

ACSI (Escala 0-100)

Gráfica: CIV

Vehículos de lujo

Las marcas de lujo pierden su brillo en todos los ámbitos a medida que la satisfacción del cliente se deteriora con cada reporte ACSI. El segmento en su conjunto retrocede un 4% a una puntuación ACSI de **79** en la satisfacción del conductor.

Las tendencias ACSI a largo plazo muestran que la brecha de satisfacción entre los segmentos de lujo y el mercado masivo se ha estrechado. De 2008 a 2012, los automóviles de lujo eclipsaron a los vehículos del mercado masivo por un promedio de 4 puntos en satisfacción. Desde ese momento, la brecha se ha reducido a 2 puntos a favor de los carros de lujo. Asimismo, la barra de rendimiento de las marcas de lujo se ha ido moviendo hacia abajo con el tiempo. Este año, la marca de lujo con mayor puntuación, *Lexus* de *Toyota*, tiene una puntuación ACSI de **82**, mientras que hace una década, el exlíder de lujo *Lincoln* (*Ford*) registró un récord mucho más alto con **89**.

Desde hace varios años, los consumidores estadounidenses han mostrado una fuerte preferencia por los crossovers, vehículos deportivos (SUV) y camionetas, alejándose de los automóviles de pasajeros, la fortaleza tradicional de marcas premium. Durante la última década, las ventas de camiones ligeros en los Estados Unidos en general han aumentado de manera constante, alcanzando un récord de más de 12 millones de unidades vendidas en 2019.

A pesar de una disminución del 2% a **82**, *Lexus* es el automóvil mejor clasificado en satisfacción del cliente por cuarto año consecutivo. Liderando tanto la industria en general como el segmento de lujo, *Lexus* ocupa el primer lugar en calidad según sus clientes. Sin embargo, *Lexus* ahora se encuentra en el puntaje más bajo de todos los tiempos, significativamente por debajo de su promedio histórico ACSI de **86**.

ACSI: Vehículos de Lujo

Empresa	2019	2020	Variación %
Lexus (Toyota)	84	82	-2,0%
Audi (Volkswagen)	82	80	-2%
Cadillac (GM)	81	80	-1%
Mercedes-Benz	83	80	-4%
Infiniti (Nissan)	82	79	-4%
BMW	82	78	-5%
Volvo	82	78	-5%
Acura (Honda)	78	77	-1%
Lincoln (Ford)	82	77	-6%

2020 American Customer Satisfaction Index. All rights reserved

ACSI (Escala 0-100)

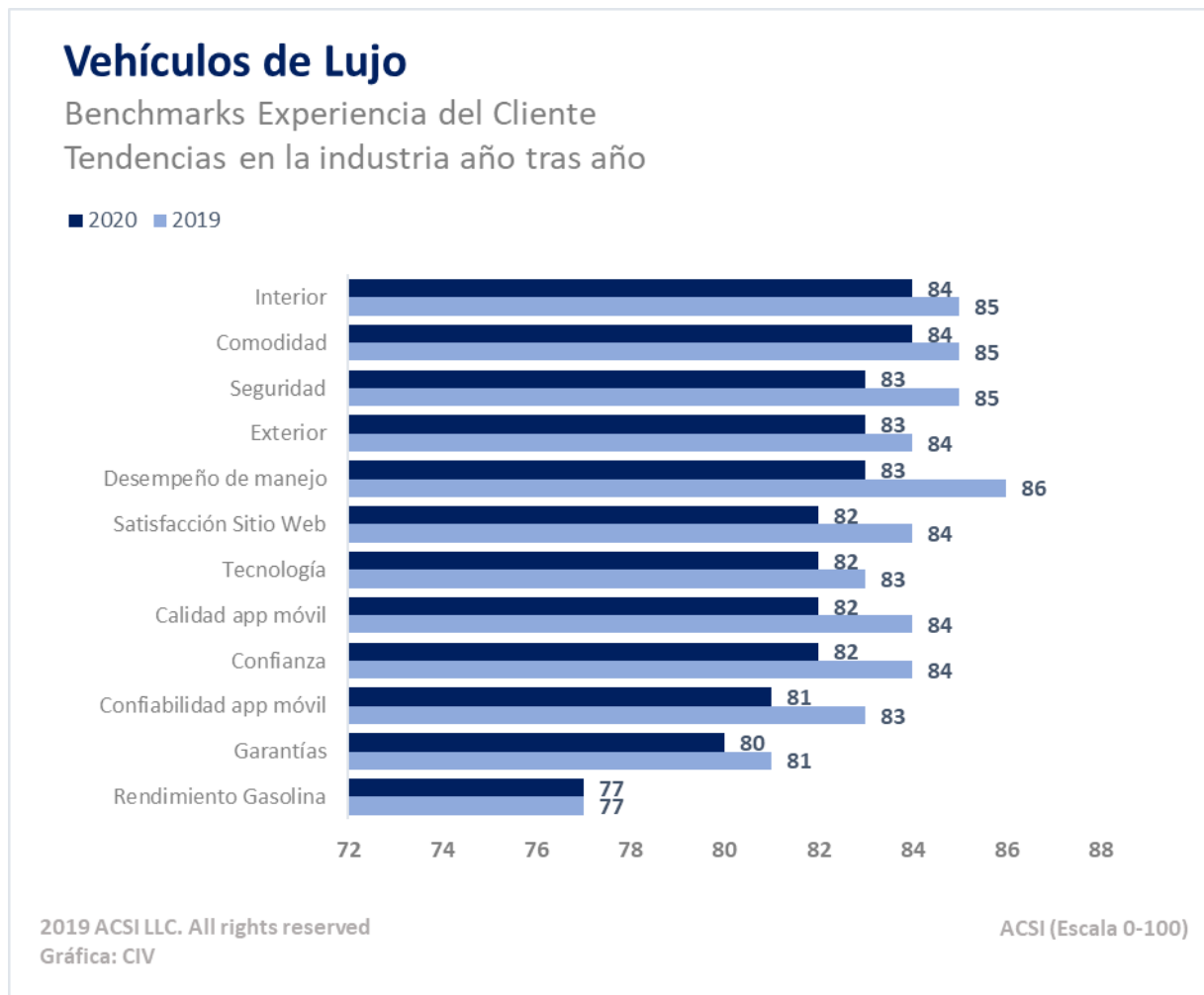
Gráfica: CIV

Tres autos de lujo empatan en el segundo lugar con puntajes de **80**: *Audi* (*Volkswagen*), *Cadillac* (*GM*) y *Mercedes-Benz*. *Cadillac* se acerca más a mantener la satisfacción estable (-1%), lo que lo ayuda a moverse en la

clasificación este año. *Audi* se desliza un 2% y *Mercedes-Benz* se hunde un 4% para empatar con su mínimo histórico. A pesar de la desaceleración de la satisfacción, *Mercedes-Benz* todavía muestra una fuerza considerable entre la experiencia del cliente, incluida la calificación más alta para el desempeño de conducción entre vehículos de lujo y de mercado masivo.

Hace un año, el *Acura* de *Honda* fue el único participante de lujo que no alcanzó los **80** en cuanto a satisfacción del conductor. Ahora, otras cuatro marcas caen en los **70**. *Infiniti* de *Nissan* pierde la mayor parte de sus ganancias de un hace un año, cayendo un 4% a **79**. Solo un punto más bajo, *BMW* y *Volvo* cayeron en picada un 5% a **78**, un récord en puntaje bajo para ambas marcas.

En el extremo inferior del segmento de lujo, *Acura* cae un 1% a **77**, junto con *Lincoln*. La marca premium de *Ford* sufre el mayor descenso en la satisfacción del cliente en la industria automotriz este año. Cayendo 6%, *Lincoln* alcanza un mínimo histórico de **77**, 7 puntos por debajo de su promedio histórico de ACSI. Entre los contendientes de lujo, las percepciones de los clientes sobre el valor de *Lincoln* se han deteriorado más este año.



En casi toda la experiencia del conductor, el segmento de lujo está perdiendo terreno, con algunos elementos cayendo por segundo año. Quizás no sea sorprendente que los conductores den a los autos de lujo sus mejores calificaciones en comodidad e interiores, aunque estos elementos se deslizan un punto a **84**. Un descenso más pronunciado del 3% a **83** para el rendimiento de conducción, hace que los vehículos de lujo estén casi en línea con los automóviles del mercado masivo (**82**). Igualmente, las evaluaciones de la seguridad que ofrecen los vehículos de lujo se han debilitado en un 2% a **83**, solo un punto por delante del segmento del mercado masivo (**82**).

Los autos de lujo no se consideran tan confiables como antes, un 2% menos con un puntaje de **82**. Sin embargo, cuando se trata de tecnología de vehículos, el mercado masivo de automóviles (**78**) no es rival para los vehículos de lujo (**82**).

Las interfaces digitales también empeoran para el segmento de lujo este año. Los sitios web son menos satisfactorios (-2% a **82**) y las aplicaciones móviles se han deteriorado en términos de calidad (-2% a **82**) y confiabilidad (-2% a **81**). El rendimiento de la gasolina sigue fijo en **77**, siendo un punto de fricción para los clientes.

Vehículos de mercado masivo

La satisfacción del cliente con el segmento del mercado masivo vuelve a retroceder: una reducción del 1% a una puntuación de ACSI de **77** tras una caída mayor el año pasado. Los resultados individuales entre las marcas se mezclan, con poco menos de la mitad de las marcas medidas que muestran caídas este año. En su primera aparición en la parte superior de la lista del mercado masivo, la *Ram* de *Fiat Chrysler* se mantiene estable en **80** puntos por tercer año, empatando con Toyota (-1%). En la industria automotriz en general, solo *Lexus* muestra un puntaje de satisfacción más alto (**82**). Según los clientes del mercado masivo, *Toyota* es el mejor en su clase por confiabilidad mientras que *Ram* el mejor en diseño de sus vehículos, lo que le otorga a *Ram* la máxima calificación en exteriores. En 2019, *Ram* fue la única marca *Fiat Chrysler* que terminó el año completo con un aumento en las ventas (18%).

Honda y *Subaru* empatan en el segundo lugar entre los autos del mercado masivo, pero como varias marcas de lujo, ninguno alcanza el listón más alto de su rendimiento anterior en ACSI. Tanto *Honda* como *Subaru* retroceden 4% a **79**. Para *Honda*, esta puntuación representa un mínimo histórico, mientras que *Subaru* iguala su mínimo anterior visto por última vez en finales de los noventa. *Subaru* continúa siendo el número uno en seguridad, calificando como el mejor en su clase entre los vehículos del mercado masivo durante cinco años consecutivos.

GMC (GM) abraza el promedio general de la industria automotriz con una puntuación constante de **78**. Sin embargo, el fabricante de camiones se queda atrás en lo que respecta al consumo de combustible, siendo el peor de su clase en todos los vehículos. *Mazda* y *Volkswagen* subieron un 1% cada uno para cumplir coincidir con *GMC* en **78**. Asimismo, *Kia* y *Mitsubishi* subieron un 1% hasta **77**. Las cuatro marcas se están recuperando ligeramente de las caídas sustanciales en satisfacción de 2019.

Un gran grupo marcas está estancado con puntuaciones de **76**. Entre este grupo, las tres marcas con mayor disminución en la satisfacción del conductor: *Buick* de *GM* (-4%), *Hyundai* (-4%) y *Chevrolet* de *GM*. (-5%). El terreno común de las dos marcas de *GM* es la fiabilidad. Los datos de ACSI indican que tanto los conductores de *Buick* como los de *Chevrolet* consideran que sus vehículos son mucho menos confiables en comparación con hace un año.

Las marcas restantes muestran poco o ningún cambio este año (**76**). Siguiendo una fuerte caída al final de año, la marca *Jeep* de *Fiat Chrysler* se mantiene estable en 2020. Asimismo, *Nissan* sube un 1% a **76** después una caída del 6% en 2019. La marca homónima de *Fiat Chrysler* cae un 1%, al igual que la homónima de *Ford*. Desde 2018, la satisfacción del conductor por la marca *Ford* no ha cambiado, pero en década anteriores (2007 a 2017) registraron niveles mucho más altos con una puntuación ACSI promedio de **81**.

Reflejando las calificaciones del año pasado, dos marcas de *Fiat Chrysler* completan la parte inferior de la industria. *Dodge* sube un 1% a **75**, mientras que *Chrysler* aumenta un 3% a **73** para recuperar la mayor parte de su pérdida ACSI desde hace un año. Sin embargo, la marca *Chrysler* se mantiene en el último lugar con un puntaje de satisfacción que es el segundo más bajo en el tiempo.

ACSI: Vehículos Mercado Masivo

Empresa	2019	2020	Variación %
Ram (Fiat Chrysler)	80	80	0,0%
Toyota	81	80	-1%
Honda	82	79	-4%
Subaru	82	79	-4%
GMC (GM)	78	78	0%
Mazda	77	78	1%
Volkswagen	77	78	1%
Kia	76	77	1%
Mitsubishi	76	77	1%
Buick (GM)	79	76	-4%
Chevrolet (GM)	80	76	-5%
Fiat (Fiat Chrysler)	77	76	-1%
Ford	77	76	-1%
Hyundai	79	76	-4%
Jeep (Fiat Chrysler)	76	76	0%
Nissan	75	76	1%
Dodge (Fiat Chrysler)	74	75	1%
Chrysler (Fiat Chrysler)	71	73	3%

2020 American Customer Satisfaction Index . All rights reserved

ACSI (Escala 0-100)

Gráfica: CIV

La experiencia del conductor para los autos del mercado masivo no está mejorando, según los clientes. La confiabilidad sigue siendo un elemento de primera categoría para el segmento, pero los conductores están menos impresionados en comparación con hace un año (-2% a **82**). Asimismo, el rendimiento de conducción se debilita en un 2% a **82** y la seguridad se desliza a la misma puntuación. Sin embargo, los coches del mercado masivo compiten bien con el segmento de lujo en estas medidas, incluida la confiabilidad. Además, los sitios web (**81**) y las aplicaciones móviles (**81** por calidad y **80** por confiabilidad) están solo un punto por debajo del grupo de lujo.

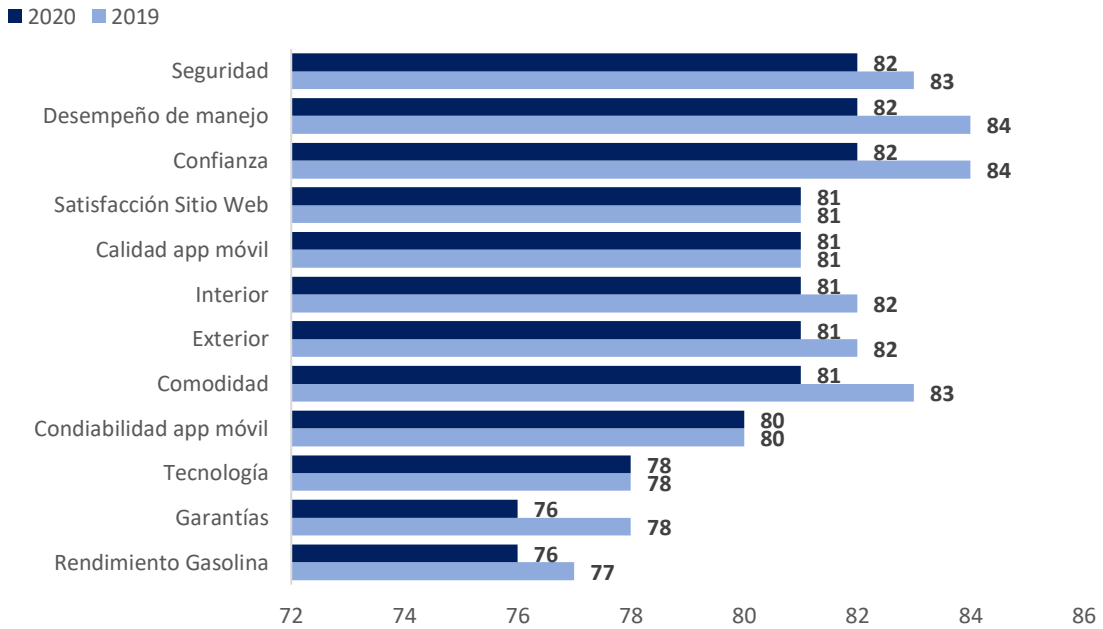
Las evaluaciones de los conductores sobre la comodidad han disminuido este año (-2% a **81**), mientras que la apariencia de los interiores y exteriores del mercado masivo cae por segundo año (**81**), y continúa detrás de los autos de lujo. Los vehículos del mercado masivo tampoco logran mantenerse al día en cuanto a características tecnológicas (**78** frente a **82** para carros de lujo).

Los conductores continúan frustrados con el rendimiento de la gasolina (**76**) y las garantías no son aceptables (-3% para **76**) en comparación con las garantías ofrecidas por las marcas de lujo (**80**).

Vehículos Mercado Masivos

Benchmarks Experiencia del Cliente

Tendencias en la industria año tras año



2019 ACSI LLC. All rights reserved
Gráfica: CIV

ACSI (Escala 0-100)

Sobre este informe

El Informe de automóviles ACSI 2019-2020 que cubre las marcas de automóviles nacionales y extranjeros se basa en entrevistas con 10414 clientes, elegidos al azar y contactados por correo electrónico entre 1 de julio de 2019 y 14 de junio de 2020. Se solicita a los clientes que evalúen su compra y experiencias recientes de conducción con automóviles fabricados por las empresas más grandes en términos de participación de mercado, más una categoría agregada que consiste en “todos los demás” —y por lo tanto más pequeñas— marcas de automóviles.

Los datos de la encuesta se utilizan como datos de entrada al modelo econométrico de causa y efecto de ACSI, que estima la satisfacción del cliente como resultado de los datos medidos por la encuesta de las expectativas del cliente, las percepciones de calidad y las percepciones de valor. El modelo ACSI, a su vez, vincula la satisfacción del cliente con los resultados medidos por la encuesta de las quejas y la lealtad del cliente. Los clientes ACSI reciben datos confidenciales competitivos de la industria y los mejores en su clase sobre todas las variables modeladas y puntos de referencia de la experiencia del cliente.

ACSI y su logotipo son marcas registradas de la Universidad de Michigan, con licencia mundial otorgada exclusivamente a American Customer Satisfaction Index LLC con el derecho de sublicenciar.

No se puede hacer publicidad u otro uso promocional de los datos e información en este informe sin el consentimiento previo por escrito de ACSI LLC.