

Novedades

Martes, 16 de agosto de 2005

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN

Los conductores perfeccionan el automóvil

Los fabricantes tienen cada vez más en cuenta las encuestas de satisfacción del cliente para diseñar nuevos coches.

JORGE PALACIOS

MADRID.-La forma en que perciben la calidad los ingenieros y los usuarios no es la misma y con frecuencia difiere bastante. Por eso, es importante medir las expectativas del cliente para incorporarlas en la fase de diseño.

«La calidad del automóvil es un asunto dependiente de muchos factores, pero la mayor parte de **los problemas tienen que ver con la ingeniería**. El 75% de ellos surge desde que se concibe el vehículo hasta 25 semanas antes de su entrada en producción normal», dice Brian Walters, director senior de J.D. Power and Associates en Europa. Esta consultora americana, hoy integrada en el grupo McGraw Hill, se ha hecho popular por sus encuestas para determinar la evolución de **la calidad en el automóvil**.

Walters participaba en un seminario organizado por General Motors para celebrar los avances conseguidos por sus productos en ese frente a uno y otro lado del Atlántico en el que Peter G. Dersley, vicepresidente de GM Europa para calidad, subrayaba que los vehículos de GM eran los que más victorias habían obtenido en términos de calidad y fidelidad del cliente en EEUU, **dominando también en cinco de los 18 segmentos** contemplados en el estudio de calidad inicial de J.D. Power.

Opel Avanza

Entre las evoluciones más positivas destaca Opel, que ha registrado un excelente avance en el índice de satisfacción del cliente elaborado por la misma consultora en Alemania en 2005, siendo el Signum el mejor coche del mercado alemán.

J.D. Power realiza diversos estudios que son muy valorados en la industria, particularmente por las marcas que mejor puntúan. Los más conocidos son el estudio de **calidad inicial (IQS)**, que se efectúa con usuarios que adquirieron sus vehículos tres meses antes.



El **índice de satisfacción del cliente (CSI)** recoge las impresiones a los dos o tres años de propiedad. El estudio sobre **prestaciones, acabado y diseño (Apeal)** es una valoración de los aspectos positivos, de lo que ha ido bien, y se mide a los tres meses de comprar el vehículo y también a los dos o tres años de uso, como un apartado del CSI.

"El estudio Apeal es un instrumento muy sensible de medida y nos permite distinguir matices", subraya Brian Walters, que avanza a EL MUNDO que, si consiguen hacerse con una muestra con suficientes garantías de no estar sesgada, su consultora lanzará un estudio del índice de satisfacción del cliente español en 2007.

Walters se muestra convencido de que la calidad de los vehículos ha mejorado mucho en años recientes y señala como prueba de ello que, por ejemplo, en 1998, la marca mejor clasificada en los estudios IQS de J.D. Power, **Lexus, mostraba 105 problemas** por

cada 100 vehículos, en tanto que ahora sólo se han detectado 81. Y con aquellos 105, Lexus sólo se habría clasificado en séptima posición en 2005.

Es más, el promedio de 2005, 118, habría estado en tercera posición en 1998. Por otro lado, la diferencia entre el mejor y el peor era de 216 en 1998 y ahora sólo de 70.

Lo que sí ponen en evidencia las cifras del estudio sobre calidad del automóvil y satisfacción de los clientes de J.D. Power es que **cada vez resulta más difícil mejorar los aspectos positivos de los vehículos**, pues el estudio sobre las cosas que fueron bien (Apeal) sólo mostraba un avance del 4% entre 1998 y 2005 en EEUU, mientras que el IQS mejoró un 33%.

Aunque los estudios de J.D. Power fuera de EEUU son relativamente recientes, Walters afirma que los problemas informados varían según los mercados. "Los franceses suelen informar de más problemas que el resto de europeos", comenta al tiempo que admite no haber detectado que la edad sea un factor muy influyente en el tipo de quejas, lo cual es importante teniendo en cuenta que los compradores de los países en desarrollo son **cada vez más jóvenes** y hay que suponer **más exigentes**, dado que es el primer vehículo que compran.