

UNA VISIÓN RENOVADA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA DE LA INDUSTRIA AUTOMOTRIZ DESDE LA PERSPECTIVA DEL CONSUMIDOR MILLENIAL

Espinosa Zamudio Liliana Montserrat (1), Conraud Eva (2)

1 [Lic. en Comercio Internacional, Universidad de Guanajuato] | [lil-lm-on@hotmail.com]

2 [Departamento de Dirección y Gestión de Empresas, División de Ciencias Económico Administrativas, Campus Guanajuato, Universidad de Guanajuato] | [lil-lm-on@hotmail.com]

Resumen

México es un país globalizado, el crecimiento poblacional en las grandes ciudades, el aumento de la inversión directa extranjera de las empresas automotrices, las nuevas tecnologías de información están marcando todos los esfuerzos que hacen tanto el sector privado como el público para poder sobrevivir desde una perspectiva social y económica; motivando a los consumidores a buscar diferentes opciones para satisfacer sus necesidades de movilidad. El presente trabajo tiene como objetivo analizar si existe una brecha en la perspectiva del consumidor Millennial sobre la industria automotriz, revisar los sitios web oficiales de las nueve automotrices con plantas de producción en México para analizar sus estrategias de RSC e identificar si estas impactan a la generación Millennial como criterios de consumo y presentar mediante una investigación de carácter cualitativa entrevistas de profundidad a 30 Millenials mexicanos para analizar su percepción de la RSC de la industria automotriz. Para a partir de ahí plantear como reflexión final una visión renovada de la Responsabilidad Social Corporativa de la industria automotriz en México desde el consumidor Millennial.

Abstract

Mexico is a globalized country, population growth in big cities, the increase of the foreign direct investment of the automotive companies, the new information technologies are impacting all effort from private to public sector in order to survey from social and economic perspective. Motivating the consumers to search different options to satisfy their mobility needs. The objectives of this work are to analyze if exist any gap in Millennial consumers perspective about automotive industry, to review the official web sites of nine automotive with manufacturing production in Mexico, to analyze the Corporative Responsibility Social (CRS) strategies and identify if exist any impact in the Millennial generation. Also how consumption standard and launch through qualitative investigation, we did deep interviews to 30 mexican Millenials to analyze their perspective of CRS in automotive industry. In fact you can get information about how the final view renewed of CRS of automotive industry in Mexico are from Millennial consumer.

Palabras Clave

Industria automotriz; consumidor Millennial ; Responsabilidad Social Corprativa (RSC)

INTRODUCCIÓN

En la actualidad la industria automotriz mexicana es un pilar de la manufactura a nivel global. Debido a esto, la industria automotriz tiene la necesidad de observar más al consumidor “Millennial”, ya que representa aproximadamente una cuarta parte de la población mexicana (INEGI, 2015).

Por ello es importante que las grandes marcas automotrices establezcan nuevos mecanismos para incentivar la compra de vehículos como la responsabilidad social corporativa (RSC), pues se pronostica que para 2020, la demanda de vehículos estará dominada por consumidores Millennials (KPMG, 2013). La generación Millennial caracterizados por estar siempre conectados, amar los dispositivos móviles, la comunicación instantánea, por tener una actitud positiva e innovadora frente a la vida y siendo más críticos, están transformando diferentes aspectos del mundo moderno como la movilidad y el ámbito laboral.

El objetivo de esta investigación es analizar si existe una brecha en la perspectiva del consumidor Millennials sobre la industria automotriz. Todo lo anterior nos lleva al planteamiento de la siguiente pregunta: ¿Los esfuerzos de RSC de la industria automotriz impactan al consumidor Millennial en su decisión de compra?

MATERIALES Y MÉTODOS

Se revisaron los sitios web oficiales de las nueve automotrices con plantas de producción en México para analizar sus estrategias de RSC e identificar si estas impactan a la generación Millennial como criterios de consumo. La primera parte de la investigación es de carácter cualitativa exploratoria tomando como guía los lineamientos de la norma ISO 26000:2010. Los hallazgos se muestran en la tabla 1.

La segunda parte de la investigación es de carácter exploratoria, se llevaron a cabo 30 entrevistas aleatorias y de profundidad a consumidores Millennials mexicanos con un rango de edad entre 22-35 años, de acuerdo a una guía estructurada (Tabla 2) con el objetivo de obtener

su percepción de la RSC de la industria automotriz. Se complementó cada entrevista con la aplicación de un test para medir el nivel de afinidad que tiene con las características de la generación Millennial.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Se puede observar que, de manera general cada una de las marcas automotrices integran elementos de RSC en sus estrategias de gobernanza, siendo líderes VW, Nissan, GM, Ford, Honda y BMW. En contraste Chrysler, Toyota y Mazda no tienen un apartado de RSC en su página web en México. Los lineamientos más atacados por las automotrices fueron desarrollo a la comunidad, medio ambiente y prácticas laborales. Estos resultados confirman el esfuerzo de las empresas destacando sus políticas de RSC.

A continuación, se describen los resultados de la Tabla 2. Las primeras dos variables sirven para confirmar el perfil de personalidad Millennial de los encuestados que arrojo como principales características: extroversión, proactividad, optimismo, impaciencia, individualismo y apertura al cambio.

En cuanto a los ámbitos de las RSC mencionados por los encuestados el más relacionado fue el medio ambiente ya que el consumo de combustible es un incentivo y/o barrera para elegir el modelo del auto, Todos los entrevistados criticaron la industria automotriz por su alto impacto ambiental, señalando además la poca eficiencia de las leyes y normas ambientales. En el ámbito de desarrollo a la comunidad los entrevistados identificaron actividades como la reforestación. Aunque los dos ámbitos anteriores preocupan a los entrevistados le toman más importancia al servicio al cliente, ya que el precio es la principal barrera, para la mitad de los entrevistados el automóvil es una necesidad y esto resalta la importancia del precio.

CONCLUSIONES

Los Millennials mexicanos tienen en cuenta cuatro aspectos primordiales para la compra de un auto: bajo costo, rendimiento del combustible, una buena relación entre precio-calidad y practicidad

(tecnología) esto se traduce a que los RSC que más impactan a los Millennial son medio ambiente y servicio al cliente. Por lo tanto, las RSC hechas por las empresas si impactan directamente en la decisión de compra de los Millenials mexicanos. Sin embargo, este análisis muestra áreas de oportunidad para la industria automotriz al resaltar más difusión de información de la RSC en sus

páginas web ya que existe desconocimiento por parte de los entrevistados en áreas como prácticas laborales justas y derechos humanos las cuales pueden tener un impacto positivo en la decisión de compra.

Tabla 1: Acciones de RSC de la industria automotriz en México, (M) Sitio web en México, (C) Sitio web del Corporativo.

Marcas																		
	Inicia en México	1937	1938		1985		1961		2002		1994		1964		92 años		2011	
	M	C	M	C	M	C	M	C	M	C	M	C	M	C	M	C	M	C
GOBERNANZA																		
Visión, Misión	X	X		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
DERECHOS HUMANOS																		
Código de conducta	X	X		X				X				X	X	X				X
Respeto de los derechos humanos		X		X	X	X	X	X		X		X	X	X		X		X
Diversidad Cultural		X				X	X	X		X		X	X	X				X
Resolución de reclamaciones		X						X						X				
Sistema de gestión de cumplimiento								X		X		X	X	X		X		X
PRÁCTICAS LABORALES																		
Relaciones laborales		X						X		X				X				
Transporte colectivo				X		X	X	X										X
Plan de pensiones				X								X						
Compromiso con equidad de género	X	X				X	X	X		X			X			X		X
Programa de Mejora Continua.		X		X		X	X	X		X		X	X	X				X
Sistema de Gestión de Seguridad e Higiene.		X		X		X	X	X		X		X	X	X		X		X
Estrategia de Sostenibilidad		X		X		X	X	X		X	X	X	X	X	X	X		X
MEDIO AMBIENTE																		
Uso sostenible de los recursos	X	X		X		X	X	X		X		X	X	X		X		X
Certificado de conservación del medio ambiente.	X	X	X	X		X	X	X				X	X	X		X		X
Reducción CO2	X	X		X	X	X	X	X		X		X	X	X		X		
Proyectos ambientales	X	X		X	X	X	X	X		X		X	X	X	X	X		X

PRÁCTICAS DE OPERACIÓN JUSTA																
Anti-corrupción		X						X								
Política pública		X						X								
Competencia justa		X						X								
Sistemas de autoconducción		X	X	X		X	X	X		X			X	X		X
Conducta de conducción eco-responsable.			X	X			X	X								X
Desarrollo sustentable de la sociedad	X	X		X	X	X	X	X		X		X	X	X		X
SERVICIO AL CLIENTE																
Prácticas justas de marketing		X				X		X	X	X					X	
Salud y seguridad del cliente		X				X	X	X		X	X	X	X	X	X	X
Privacidad del cliente		X		X		X		X		X		X		X		X
Conducción Responsable		X	X	X		X	X	X	X		X	X		X	X	X
Compromiso al público mexicano	X		X	X	X		X		X	X	X		X		X	X
DESARROLLO DE LA COMUNIDAD Y LA SOCIEDAD																
Apoyo a la comunidad	X	X		X	X	X	X	X		X	X	X	X	X	X	X
Apoyo a la educación	X	X		X			X			X		X		X		X
Apoyo a la salud	X	X		X	X		X		X	X	X	X		X		
Apoyo al medio ambiente	X	X		X	X	X	X				X	X		X		X

Tabla 2: Guía de entrevista

VARIABLE	PERFIL
1.1 Identificación	Tipo de transporte que usa con más frecuencia
	Actividad profesional
	Ubicación
	Resultado test Millennial
VARIABLE	PREGUNTAS
1.2. Factores internos	¿Cómo define su personalidad?
	¿Cómo define sus principales valores?
	¿Cómo considera su nivel de individualidad?
	En orden de importancia, que es lo más importante para evaluar un servicio: funcionalidad, autogestión, rapidez.
	¿Qué tan dispuesto está en probar cosas nuevas? De ejemplos.

2.1. Conciencia ambiental	¿Cómo evalúa en materia ambiental el desempeño de la industria automotriz?
	¿Cómo evalúa en materia ambiental el desempeño de su medio de transporte (vehículo particular/ transporte público).
	¿Cuáles son sus sentimientos frente a la problemática ambiental que se vive en su ciudad?
	¿Cómo podría describir sus temores frente a la problemática ambiental asociada al uso de vehículo particular?
	¿De qué manera actúa individualmente para aportar a la solución de la problemática ambiental?
2.2. Factores externos	¿Cómo evalúa la infraestructura del transporte público y/o alternativa de transporte individual?
	¿Qué opina sobre los reglamentos y normas que rigen el transporte?
	¿Cómo evalúa la cultura ecológica de los mexicanos?
	¿Qué tanto se considera el tener un coche como un elemento de estatus social?
	¿Qué tanto considera que la crisis económica que afecta el país pueda influir en el uso de transporte individual?
2.3 Incentivo	¿A qué tipo de incentivos reaccionaría para cambiar sus hábitos de transporte?
2.4 Barrera	¿Cuál considera sea la mayor barrera para cambiar sus hábitos de transporte?
2.5 Retroalimentación	¿Qué tipo de retroalimentación esperaría recibir sobre su comportamiento ecológico en relación a su uso de transporte?

REFERENCIAS

- INEGI. (2015). Estadísticas a propósito de la industria automotriz. Ciudad de México.
- KPMG. (Septiembre de 2013). Global automotive retail market. Recuperado el 15 de Mayo de 2017, de <http://www.mobilize.org.br/midias/pesquisas/mercado-varejista-global-de-automoveis---parte-i.pdf>
- Nieblas, M. (2015). Los Millenials buscan nuevas opciones de movilidad en México. Deloitte.
- Organización Internacional de Estandarización. (2010). ISO 26000 Responsabilidad Social. Ginebra, Suiza: ISO.
- BMW. (s.f.). Recuperado el 12 de Mayo de 2017, de <https://www.bmw.com.mx/es/index.html>
- Chrysler. (s.f.). Recuperado el 12 de Mayo de 2017, de <http://www.chrysler.com.mx>
- General Motors. (s.f.). Recuperado el 12 de Julio de 2017, de <http://www.gm.com.mx>
- Honda. (s.f.). Recuperado el 12 de Julio de 2017, de <https://www.honda.mx/>
- Mazda. (s.f.). Recuperado el 12 de Julio de 2017, de <http://www.mazda.mx>
- Nissan. (s.f.). Recuperado el 12 de Julio de 2017, de <https://nissan.com.mx>
- Toyota. (s.f.). Recuperado el 12 de Julio de 2017, de <http://www.toyota.com.mx/>
- Nissan. (s.f.). Recuperado el 12 de Julio de 2017, de <https://nissan.com.mx>
- Volkswagen. (s.f.). Recuperado el 12 de Julio de 2017, de www.vw.com.mx