



Lo que ellas buscan a la hora de elegir (un auto)



Por Romina Cannoni Berd / Foto: Freepik. Seguridad, comodidad y una buena relación de precio/calidad son los principales factores que inclinan a las mujeres cuando deben tomar la decisión de la compra de un auto.

A fines de los noventa y comienzos del nuevo siglo hubo dos marcas que "se la jugaron" por diferenciarse del resto y presentar dos modelos con detalles exclusivos hacia "ellas". Hoy eso sería impensado, pero en el contexto en el que se dio, funcionó y muy bien.

Hablamos del Volkswagen New Beetle y del MINI Cooper. El primero, heredero del mítico Escarabajo fue adquirido por miles de mujeres en el mundo, tanto así que algunos traían un florero en el tablero. Su exquisito diseño conquistó a las mujeres, quienes por primera vez se sentían que era un auto pensado para ellas. El compacto británico, por su parte, volvió a nacer en 2001 con un diseño que si se mira detenidamente tenía sutilmente un mensaje oculto para conquistarlas a ellas: los faros delanteros, la parrilla con forma de boca abierta y los espejos retrovisores redondos y voluminosos representaban la cara de un bebé.

Cuando el VW dejó de fabricarse en 2018 ya no traía florero, y el MINI fue cambiando su fisonomía, con líneas más deportivas y angulosas.

Y es que más allá de tener una paleta de colores en tonos pasteles, la industria automotriz no tenía mucho conocimiento de lo que ellas querían a la hora de subirse a un auto cero kilómetros. Los tiempos cambiaron y con roles cada día más igualitarios (o al menos intentándolo) entre hombres y mujeres, la industria perdió el miedo de decir que un auto era para mujeres u hombres y se centró en el estilo de vida de las personas, sin agruparlos necesariamente en un género.

Pero, ¿qué buscamos en el 2025 a la hora de elegir un auto? Lo primero que hay que decir que al menos en el último estudio de Chile3D 2024 NIQ-GfK, las cifras reflejan que la relación de precio/calidad es uno de los tres factores que las mujeres toman en cuenta a la hora de comprar, lo que denotan algo que siempre se ha sabido: somos más racionales a la hora de elegir un auto.

"Las mujeres buscan autos que les ofrezcan seguridad, comodidad y tecnología intuitiva, pero también algo más: un vehículo que las haga sentir empoderadas, confiadas y libres para disfrutar de cada viaje. Modelos de Ford como Explorer,

Expedition, o F150, son una excelente alternativa para este perfil de mujeres, no solo porque cubren sus necesidades al momento de conducir su vehículo, sino también porque representan su carácter y personalidad", explica Antonieta Melo, gerente de marketing de Ford Chile. Similar es lo que opina Mafuella Krammer, gerente de marketing de JLR, quien agrega que "Ellas también valoran el diseño y los detalles que lo hacen único. No se trata solo de funcionalidad, sino de cómo el vehículo se adapta a su estilo de vida y personalidad. El look del auto es importante, ya que buscan un modelo que refleje su identidad y con el que se sientan cómodas al manejar".

Para Fernanda Teke, jefa de marketing de Kia Chile, "las mujeres consideran una combinación de factores que van más allá de las especificaciones técnicas del vehículo. La seguridad es un aspecto clave en la decisión de compra. El consumo de combustible y el impacto ambiental también son factores determinantes", señala la ejecutiva. Si-milar es lo que opina Magdalena Sibilla, marketing manager de Suzuki quien agrega que "Algunos de los

aspectos más comunes son el rendimiento -que es uno de los mayores motivadores de compra de nuestros clientes- la seguridad, confiabilidad, confort y versatilidad".

Y es que tal como indica Javier Vázquez, marketing manager de Changan "En la mayoría de los casos, la mujer es la principal conductora del auto familiar del hogar, por lo que estas características son fundamentales, aunque sin dejar de lado el diseño y la confortabilidad/experiencia de manejo, prefiriendo, por ejemplo, versiones automáticas".

Pero no solo seguridad y espacio es lo que buscan, sino también son responsables en elegir marcas y modelos que logren ser transparentes y claros. "La experiencia de compra es clave. Las mujeres prefieren concesionarios que ofrezcan información clara, transparencia en los precios y un proceso libre de presiones, donde se respete su capacidad para tomar decisiones informadas", explica Teke, mientras que Alejandra Marfán, de marketing de Subaru agrega que "La eficiencia y la baja probabilidad de fallas son clave en su decisión de compra".