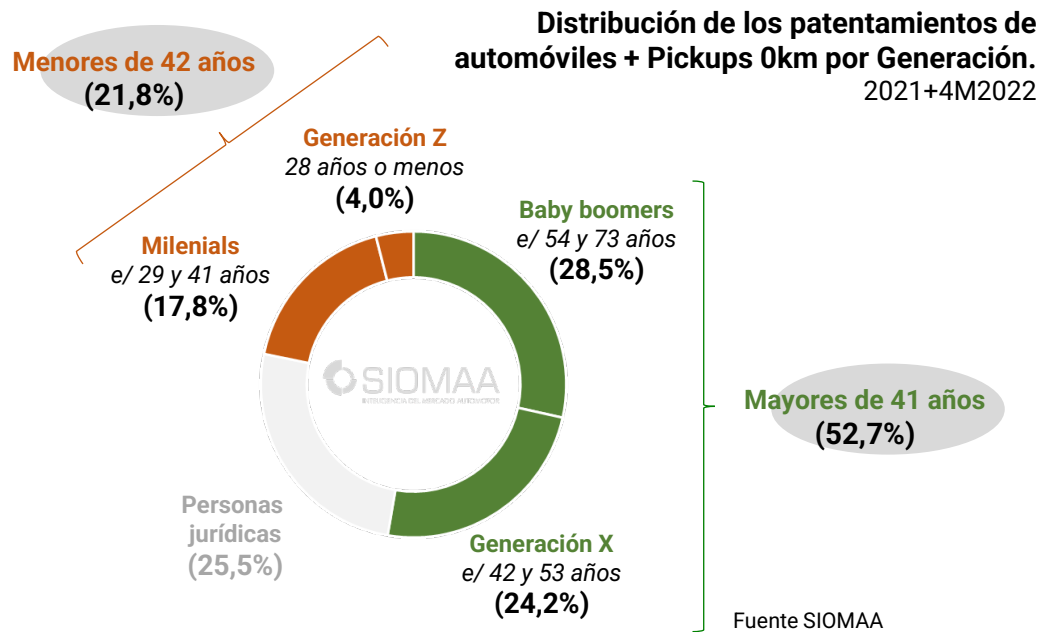


## ¿Quiénes compran autos en Argentina?

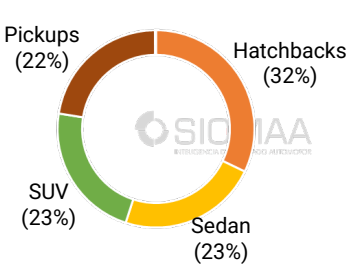
Una aproximación generacional.

- Más de la mitad de los compradores de automóviles + pickups son **mayores de 41 años** (53%).
- Son aún los **baby boomers** los que más compran 0km (28,5%) mientras que la **Generación X** representa algo menos de ¼ del mercado (24,2%).
- Las **nuevas generaciones** que ingresan al mercado representan 4%. Si sumamos a los **milenials**, los más jóvenes no superan el 22%.

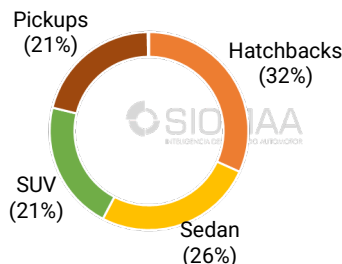


- El formato **hatchback** es el más popular en todas las edades y se hace más fuerte en los segmentos de entrada que compran los más jóvenes.
- Las **SUV** responden mejor a las necesidades familiares, casi igual que los sedanes que se mantienen gracias a vehículos como el Cronos que es el más vendido desde hace meses.

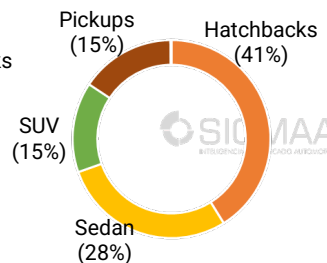
### Baby Boomers



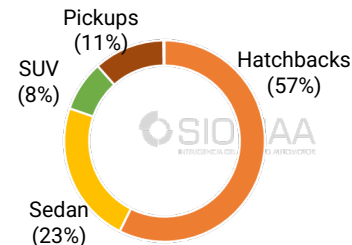
### Generación X



### Milenials



### Generación Z



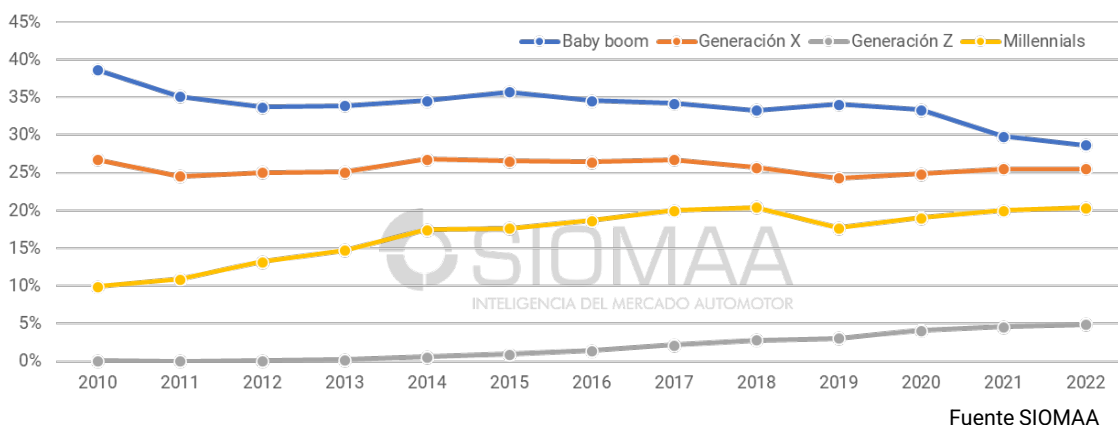
## ¿Quiénes compran autos en Argentina?

*Una aproximación generacional.*

El propio ciclo natural de la vida indica que las generaciones con más años deberían ir dejando lugar a las nuevas en el mercado de vehículos nuevos. Efectivamente, los llamados baby boomers están cediendo parte de su predominio a las los milenials y Zs, sin embargo, lo cierto es que aún son los mayores compradores de vehículos en Argentina.

En los últimos 11 años, los baby boomers pasaron de representar casi el 40% del mercado a menos del 30% de hoy. La Generación X se mantiene en torno al 25% del mercado y crecen los Milenials, que pasan del 10% en 2010 al 20% de hoy, mientras que la Generación Z se incorpora al mercado paulatinamente a medida que cumplen años y pueden comprar un auto. Hoy son algo menos del 5%.

### Evolución de la participación de las Generaciones en los patentamientos de automóviles + Pick ups . En % del total de patentamientos. 2010 – 4M2022



Se nos ocurren algunas preguntas a partir de estos datos. Por ejemplo: ¿Cuántos de los reales compradores de autos están hoy activamente en las redes sociales? ¿En qué redes están? ¿Tiene sentido para las marcas promocionar productos allí? ¿Dónde si?

¿Las nuevas generaciones, van a tomar la posta de las viejas con la misma intensidad? ¿Los autos representan lo mismo para ellos que para sus padres? ¿Hay hoy opciones de movilidad que las generaciones anteriores no tenían?

En SIOMAA estamos pensando en estos y otros temas relevantes para el negocio automotor en Argentina.



<https://siomaa.com/>



(+54) 11 5272 2330



Info@siomaa.com