

Los mayores de 60 años compran casi 1 de cada 3 autos 0 Km que se venden en la Argentina: qué modelos prefieren

24/10/2025

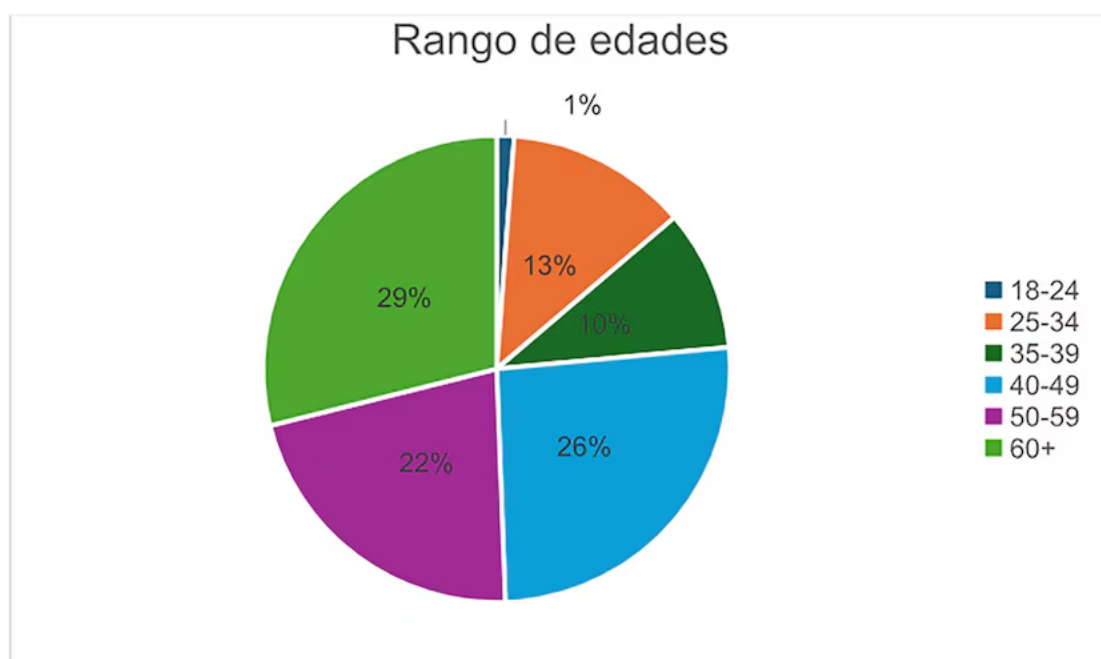


La dinámica del mercado automotor argentino experimenta un cambio sustancial, donde la composición etaria de los compradores redefine estrategias y prioridades de las marcas. Distintas generaciones muestran comportamientos de consumo diversos, pero el grupo de **mayores de 60 años** se consolidó como protagonista de un fenómeno que impacta tanto en los niveles de venta como en el perfil de los modelos más elegidos. Con hábitos de compra orientados hacia la autonomía, confort y seguridad, los adultos mayores impulsan una transformación apreciada en cada eslabón de la industria.

Tanto es así que los mayores de 60 años son los que encabezan

la compra de autos nuevos en la Argentina durante los primeros nueve meses de 2025, de acuerdo al informe elaborado por **SIOMAA**, la empresa líder en inteligencia del mercado automotor. Este segmento consolidó su posición como el grupo con mayor cantidad de patentamientos dentro del mercado argentino, al registrar **110.916 vehículos**, equivalente al **28,9% del total de ventas** en el país entre enero y septiembre de este año. Este grupo etario representa el 11% de la población total de Argentina, al sumar unas 5,5 millones de personas.

El informe validó la tendencia de una demanda madura y estable, compuesta por un público con **mayor poder adquisitivo** y una fuerte capacidad de planificación. Este grupo optó con claridad por el automóvil propio como elemento que garantiza autonomía y confort, y su influencia en el rubro automotor va en ascenso. La firma de inteligencia de mercado posicionó al segmento como protagonista central en las estrategias de terminales, concesionarios y aseguradoras, dado su peso específico en la dinámica comercial y en la generación de valor para todo el ecosistema.



Los datos del estudio reflejaron que **Toyota** lideró cómodamente

el ranking de autos más elegidos por mayores de 60 años, reafirmando su lugar de privilegio frente a competidores históricos como **Volkswagen** y **Fiat**. Esta predilección se sustentó en modelos con alta calificación en aspectos vinculados a seguridad y confiabilidad.

Los modelos preferidos

Cinco modelos se ubicaron entre los preferidos por el segmento senior: **Toyota Yaris**, **Toyota Corolla Cross**, **Chevrolet Tracker**, **Toyota Hilux** y **Peugeot 208**. De acuerdo a lo analizado por SIOMAA, cada uno de estos vehículos sobresalió en atributos como seguridad, confiabilidad y comodidad, características clave que motivaron el voto de confianza del consumidor mayor. “Combinan seguridad, confiabilidad y comodidad, atributos especialmente valorados por este segmento”, afirmó la firma en su actualización sectorial.

El público adulto mayor exhibió una conducta de consumo diferenciada en comparación con los sectores más jóvenes. Según SIOMAA, los más jóvenes encontraron **mayores barreras de acceso**, como limitaciones para acceder a crédito o falta de recursos estables, lo que permitió que el grupo de más de 60 años alcance un rol preponderante como sostén estructural del mercado nacional. Esta situación elevó la importancia estratégica del segmento para las marcas y sus equipos de ventas y marketing.

La consultora identificó que la estabilidad de este grupo y su disposición a invertir en unidades nuevas generaron previsibilidad a toda la cadena de valor, durante un año de panorama macroeconómico fluctuante. Para los fabricantes, la fidelización de los consumidores mayores resultó una oportunidad clara para consolidar ventas sostenidas y reducir la exposición a riesgos, especialmente ante ciclos de volatilidad en otros grupos etarios.

Respecto de los **patentamientos de septiembre**, alcanzaron

los **55.827 autos cero kilómetro** en el total de todas las categorías, y 53.021 en la de vehículos particulares y comerciales livianos, lo que representa un **alza del 27,8% en la comparación interanual**, aunque mucho más leve respecto a los números de agosto que quedó **por encima en un 1,7 por ciento**.

El mes anterior se habían registrado **54.664 unidades** entre todos los segmentos, y 51.509 en las categorías de mayor volumen, las que representan el comportamiento de los ciudadanos y pequeños empresarios argentinos.

Fuente: Infobae