

Ni el motor ni la estética: esto es lo primero que mira la gente antes de comprar un auto hoy

22/05/2026



El mercado automotor ya no se define solo por potencia o estética: la conectividad del auto es hoy un factor clave que pesa en la decisión de compra. Los compradores esperan que los vehículos ofrezcan apps y servicios que faciliten la vida diaria, brinden seguridad y permitan gestionar funciones desde el teléfono como si fuera una extensión del auto.

Las marcas incorporaron asistentes y plataformas que permiten desde abrir o cerrar puertas hasta encender la climatización antes de subirse. Toyota y Volkswagen, por ejemplo, habilitan alertas de perímetro y límite de velocidad vinculadas al celular. Ford, con su app FordPass, suma monitoreo en tiempo real, comandos remotos y acceso a servicios de posventa desde el móvil.

Conectividad que manda en la elección

Chevrolet celebra una década de su sistema OnStar en la Argentina y dice que el 93% de su portfolío comercializado en el país ya está conectado, con más de 160.000 unidades enlazadas. Esos sistemas ofrecen diagnóstico remoto, asistencia 24/7 ante colisiones, recuperación vehicular y herramientas pensadas tanto para particulares como para flotas.

Entre las funciones orientadas al bienestar destacan servicios como **'Acompañamiento Seguro'** para monitorear trayectos con ayuda en tiempo real y protocolos de emergencia, y soluciones para mascotas que localizan clínicas y permiten llamadas en conferencia o desbloqueo remoto si el animal queda dentro del vehículo. Estas prestaciones refuerzan la propuesta de valor de la marca.

Servicios y cifras que pesan

La tecnología de auto también se convirtió en canal comercial: la descarga de apps al momento de la entrega es parte del proceso. Chevrolet reporta una adopción superior al 92% de myChevrolet desde el primer día en la región, y que la plataforma ejecuta alrededor de 350.000 comandos remotos por mes, integrando el auto al uso cotidiano.

El comando más usado es 'Localización', con más de 1,5 millones de usos acumulados; le siguen funciones como arranque remoto, bloqueo y desbloqueo, bocina y luces. Según la automotriz, casi el 72% de las órdenes proviene de conductores hombres y el 28% de mujeres, con mayor concentración etaria entre quienes tienen entre 31 y 60 años.

En síntesis, **la conectividad del auto dejó de ser un extra y se volvió requisito en la oferta comercial:** las marcas

apuestan a servicios que brinden confort y seguridad para diferenciarse en un mercado cada vez más competitivo. A la hora de elegir, la experiencia digital y las apps suelen ser el factor decisivo que inclina la balanza.

Fuente: Radio Mitre