

## **Chevrolet habla de la cultura del manejo a través de su campaña “Hablemos sin freno”**

- Chevrolet lanza una campaña que es parte de un proyecto que busca acortar la brecha de género en la cultura del manejo, a partir de los datos que surgen de su estudio “Exploratorio conductoras, inclusión y género” realizado junto a Quiddity.
- Dicha investigación da cuenta de las barreras y oportunidades con las que cuenta el género femenino en el mundo automotriz.
- Se identificó que en Argentina sólo **2 de cada 10 conductores son mujeres.**
- El estudio fue realizado en el año 2021 sobre la base de más de 800 encuestas y entrevistas a nivel nacional.

**Buenos Aires, 16 junio de 2022.** Chevrolet Argentina presenta la campaña “**Hablemos sin freno**” basada en el desarrollo de un estudio que se denominó “*Exploratorio conductoras, inclusión y género*” llevado a cabo junto a Quaddity (\*). La investigación fue realizada sobre la base de más de 800 encuestas a nivel nacional referidas a cuestiones de género relacionadas con el mundo del automóvil, y muestra a través de qué formas se puede acercar el uso del automóvil al género femenino.

El objetivo general de la investigación fue conocer y explorar las percepciones, inhibiciones y tensiones de las mujeres a la hora de conducir un vehículo. Específicamente, se ahondó en profundizar en el imaginario y mandatos asociados a los autos donde destaca:

- Comprender cómo se fueron construyendo.
- Entender cuál es el rol de un vehículo en sus vidas.
- Cuáles son sus motivaciones para conducir o desear hacerlo.
- Entender cómo es el mapa de decisión a la hora de comenzar a manejar: conocer inhibiciones, temores y tensiones.
- Comprender cómo operan los mandatos sociales a lo largo de distintos puntos de contacto: aprender a conducir, comprar, manejar o mantener un vehículo.
- Cómo actúa la mirada del otro y la mirada sobre sí misma en el vínculo con el manejo y los autos.



- Entender sus percepciones sobre la industria automotriz y sus comunicaciones.

En el estudio se destacan los siguientes datos:

- Sólo 2 de cada 10 conductores son mujeres.
- Lo que más buscan las mujeres es la seguridad y la tranquilidad en el funcionamiento en el vehículo.
- El automóvil funciona como su refugio, un lugar de protección ante la inseguridad de la calle.
- Para la mujer el uso del vehículo es meramente funcional, no tanto para el ocio.
- En cuanto al cuidado y mantenimiento, sólo 4 de cada 10 mujeres llevan el auto al mecánico. Mientras que en los varones la cifra asciende a 8 de cada 10.
- Para la mujer, la seguridad es una de sus prioridades al momento de la elección de compra del vehículo.
- Al momento de compra, las mujeres buscan:
  - Comodidad (tamaño del vehículo; fácil maniobrabilidad, estacionamiento)
  - Gasto (de mantenimiento y de consumo)
  - Capacidad interior, tamaño del baúl (de acuerdo al uso de destino, familiar versus personal)
  - Seguridad (prestaciones básicas, cierre centralizado, airbags)
  - Equipo de sonido (+ entre jóvenes, solas)
  - No se muestran motivadas por la tecnología: bajo conocimiento e involucramiento de las prestaciones tecnológicas (excepto alguna referencia a prototipo, autos "del futuro").
- Manejar significa independencia, libertad y autonomía.
- Sólo 4 de cada 10 mujeres sabe manejar, mientras que en los varones la cifra asciende a 8 de cada 10. En el caso de aquellas que desean aprender a manejar, la principal limitación es el miedo en un 91%.

*"Es la primera vez que en la industria automotriz, visibilizamos esta problemática de género y, desde Chevrolet, queríamos hacerlo con la mayor cantidad de información y preparación posible. Para nosotros esto no es una campaña más, es un proceso de cambio cultural, que tenemos que acompañar y contagiar. Nos entusiasma mucho la posibilidad de abrir nuevas oportunidades para las mujeres en el mundo del automóvil. Nuestro objetivo es brindar herramientas de concientización sobre la*



*importancia del manejo, romper con sesgos culturales sobre quien debe manejar, llevando adelante acciones que generen valor y poniendo en práctica políticas de inclusión que ayuden a cambiar esta realidad. Nuestra compañía busca ser la más inclusiva del mundo y a partir de "Hablemos sin Freno", estamos empezando a dar los primeros pasos para llevar ese movimiento interno hacia nuestros consumidores y nuestra industria", afirma **Celeste Visca, Gerente de Marketing de General Motors Argentina.***

Para continuar con este **proceso inclusivo** de Chevrolet Argentina, a partir de la puesta en práctica del estudio, el objetivo es seguir construyendo una comunicación **sin estereotipos de género** a través de iniciativas que incluyan capacitaciones para los colaboradores de la compañía, apertura de canales de comunicación exclusivos, entre otras acciones.

El estudio denominado **"Exploratorio conductoras, inclusión y género"** es un informe cuali-cuantitativo de 865 casos encuestados total a nivel nacional, donde el universo de la muestra involucra a personas con relación al mundo de los autos y el manejo; específicamente a mujeres de 18 a 45 años y a hombres y mujeres mayores de 18 años, bajo la metodología de entrevistas individuales y mini "focus groups", todas en modo on-line.

Como empresa abierta e inclusiva, General Motors está creando un entorno en el que todos se sienten bienvenidos y valorados por lo que son. Un equipo, donde todas las ideas son consideradas y escuchadas, donde todos pueden contribuir a su máximo potencial, con una cultura basada en el respeto, la integridad, la responsabilidad y la igualdad.

**###**

#### **ACERCA DE CHEVROLET**

Fundada en 1911 en Detroit, Chevrolet es ahora una de las marcas de automóviles más grandes del mundo, disponible en casi 80 países con casi 2,7 millones de automóviles y pickups vendidos en 2021. Los modelos de Chevrolet incluyen vehículos eléctricos y de bajo consumo de combustible que cuentan con un rendimiento atractivo, un diseño que hace latir a los corazones, características de seguridad pasivas y activas y tecnología fácil de uso, todo un valor. Puede encontrar más información sobre los modelos de Chevrolet en [www.chevrolet.com](http://www.chevrolet.com).

#### **Contacto:**

Roberto Alabes Galli - [roberto.alabes@gm.com](mailto:roberto.alabes@gm.com)

Ximena Iervolino - [xiervolino@urbangrupo.com](mailto:xiervolino@urbangrupo.com)