



**CHIC.** En el mercado local salió una edición limitada de la Ford Eco Sport She (Ella), con dispositivos bien chic, como el sujetap Zapatos o un bolso especial para el celular.

sional tiene un diseño exquisito y tapizados que parecen salidos de un desfile de alta costura. Además, cuenta con otros chiches: "La palanca de cambios está al lado del volante y el freno de mano es electrónico y viene integrado. Esto liberó espacio en la consola central -comentó Cindy Charwick, diseñadora del interior del YCC. Además, la mayoría de nuestro grupo de consulta afirmó que llevan una bolsa en el asiento trasero con más frecuencia que pasajeros. Así que decidimos diseñar una zona pensada para el almacenamiento, pero que pudiese convertirse en asiento para dos cuando fuese necesario".

Un caso local (que sí salió al mercado) es la reciente Ford Eco Sport She, con dispositivos bien chic: sujetador para dejar los zapatos, bolso donde guardar desde el celular hasta maquillajes y logos, colores y alfombras especiales.

**A GUSTO.** La transformación de un producto que se amolde a los deseos femeninos más actuales se muestra con fuerza en lo tech. "En encuestas hechas en el '92, las mayoría de las mujeres contestaba que de tecnología no entendían. Ahora, prácticamente ninguna piensa que es una cosa de hombres", destaca el licenciado Claudio Rodríguez, gerente general de CICMAS Strategy Group. Así, surgen celulares con espejos o labiales. Laptop con los colores de la última temporada. Y MP3 que se convierten en pequeñas joyas.

Como se ve, en el universo de la customización para las muchachas las alternativas parecen ser infinitas. El fitness también tiene en cuenta cuáles son las expectativas de la mujer moderna. Según un estudio de mercado hecho por Nike, se supo que la disciplina buscada después de varias horas de trabajo tenía que ser divertida. Nada de hacer abdominales como una automática. Con-

clusión: ejercicio+baile. "Nike contrató al coreógrafo Jamie King de Madonna y diseñó el 'women fitness dance', que permite ejercitarse pero sin que resulte una carga", destaca Diana Schenone, gerente de relaciones públicas de Nike. Junto con la disciplina se lanzó una línea de indumentaria y zapatillas que responden a esto de que la mujer hace gym pero no deja de mostrarse urbana y cool.

**ÚNICA.** A esta moda de la personalización, los expertos la llamaron "egotismo". El término no hace referencia a la pulsión por ser único, distinto, singu-

lar, dentro de una sociedad que iguala todo. La tarea de distinción para el sexo femenino está en proceso. Y con muy buenos resultados.

"Existe un universo de productos y servicios tan alto que para que algo pueda ser colocado en el mercado surgen productos totalmente ajustados a las necesidades de mujer, hasta en cosas ínfimas", destaca Rodríguez de CICMAS.

Esta tendencia trata a la mujer como única, especial. Y se adapta a lo que a ella le viene en gana. Como a una reina.

ANA PERÉ VIGNAU  
aperevignau@perfil.com.ar



**GLAMOUR.** Productos pensados para la mujer. Valija-necessaire de Samsonite. Nuevo celular de Alcatel OT-C635a con un diseño con mucho estilo.

La línea de indumentaria "Nike Dance" hace un mix entre lo urbano y cool y el fitness.

