



El dinamismo del sector continuará en los próximos dos años con tasas de crecimiento en torno al 35% anual. Se prevé que los precios seguirán bajando, y adquirir un carro será más accesible a nuevos segmentos de la población.

## La Venta de Vehículos Pisará el Acelerador a Fondo

El parque automotor peruano es pequeño, antiguo y concentrado en la ciudad de Lima. Sin embargo, en los últimos años ha venido creciendo de manera sostenida, tendencia que ha estado apoyada por factores positivos de demanda y de oferta del sector.

Las perspectivas del mercado son bastante interesantes para el corto

y medio plazo. Así, luego de sufrir los efectos de la crisis económica global, el dinamismo retornó en 2010, y se estima que habría tenido un crecimiento mayor al 50%, expansión que continuará en los próximos dos años con tasas en torno al 35% anual, sostiene un reciente informe del BBVA.

Con ello, el número de vehículos nuevos que se transan anualmen-

te en el mercado alcanzaría las 220,000 unidades en el año 2012. Esta previsión asume que la oferta de vehículos nuevos podrá acompañar el ritmo de aumento de la demanda.

El gerente de Relaciones Públicas de Toyota del Perú, Patrick Huggard Caine, estima que este año se colocarían unas 140,000 unidades nuevas debido a la mejora económica

que vive el país, el mayor acceso al crédito y el inicio de algunos tratados de libre comercio con países productores de estas unidades, como el caso de Japón y Corea.

### Parque

Si bien el crecimiento del parque automotor ha sido sostenido en la última década, este ha venido acompañado de una relativamente baja tasa de renovación promedio (venta de vehículos nuevos sobre parque automotor), de alrededor de 2%. Aunque en los últimos tres años ha habido mejoras en esta tasa, todavía es baja en comparación con otros países, en especial si se toma en cuenta la elevada antigüedad del parque.

La antigüedad promedio del parque automotor peruano alcanza los 15.5 años para vehículos de transporte privado y 22.5 años para vehículos de transporte público, según la Asociación Automotriz del Perú (AAP). Las mayores facilidades para importación, en particular las orientadas a vehículos usados, no solo han contribuido a expandir el parque, sino también a elevar su antigüedad.

Conforme se vayan restringiendo las facilidades para la importación de vehículos usados, se favorecerá la reducción de la edad promedio del flujo de vehículos que ingresan al país, refiere el BBVA.

### Provincias

A nivel departamental, la mayor parte del parque se concentra en la capital del país. En 2009, por ejemplo, Lima albergó a cerca de dos tercios del parque automotor (1.1 millones de vehículos), lejos de regiones como La Libertad (9%) y Arequipa (6%), en tanto que otras 13 regiones no alcanzaron el 1% de participación en el total. Este hecho sugiere que las oportunidades de desarrollo del sector pueden ser muy interesantes.

Las empresas creen que las provincias mostrarán una mayor participación en las ventas del sector, ante el mayor acceso al crédito del que hoy gozan también las principales ciudades del interior del país. "En el caso de Toyota, hace cinco años el 10% de nuestras ventas provenían de provincias, y hoy ya representan el 30%. Esperamos seguir aumentando esta participación a futuro, teniendo en cuenta que en las ciudades del interior del país aún hay mucho espacio por crecer", subrayó Patrick Huggard Caine.

Los directivos del sector señalan que las ciudades que más están creciendo en la demanda de vehículos son precisamente aquellas donde se está desarrollando el comercio, sobre todo los centros comerciales y los supermercados.

### Mercado

En nuestro país, la totalidad de la oferta de vehículos es de origen importado, lo que incluye tanto vehículos nuevos como usados. Estas importaciones se encuentran concentradas, pues las provenientes de Japón y Corea del Sur representan el 60% del valor de las compras vehiculares al exterior, mientras que las de otros países como México, Estados Unidos, Alemania, China y Brasil tienen una participación menor.

Esta estructura ha sufrido pocas variaciones en los últimos años debido a la marcada preferencia del consumidor peruano por vehículos de procedencia japonesa, aunque desde 2008 vienen creciendo las importaciones desde China, lo que refleja el interés de los nuevos segmentos de la demanda de jóvenes profesionales y trabajadores independientes por vehículos de bajo precio (por debajo de US\$ 13,500).

"El mercado ya es sumamente competitivo. Hay más de 100 marcas atendiendo a los diversos segmentos del mercado, de las cuales 60 son chinas", indica Patrick Huggard.

A nivel de empresa y marca, la concentración de la oferta de vehículos es también elevada. Las principales compañías importadoras son Toyota del Perú, Nissan Maquinarias (distribuidor de las marcas Nissan y Renault) y Automotores Gildemeister (distribuidor de la marca Hyundai), las que en conjunto representan cerca del 60% de la oferta de vehículos, todos ellos nuevos, subraya el informe del BBVA.

El restante 40% de la oferta se distribuye entre empresas que importan vehículos nuevos, como Kia Import

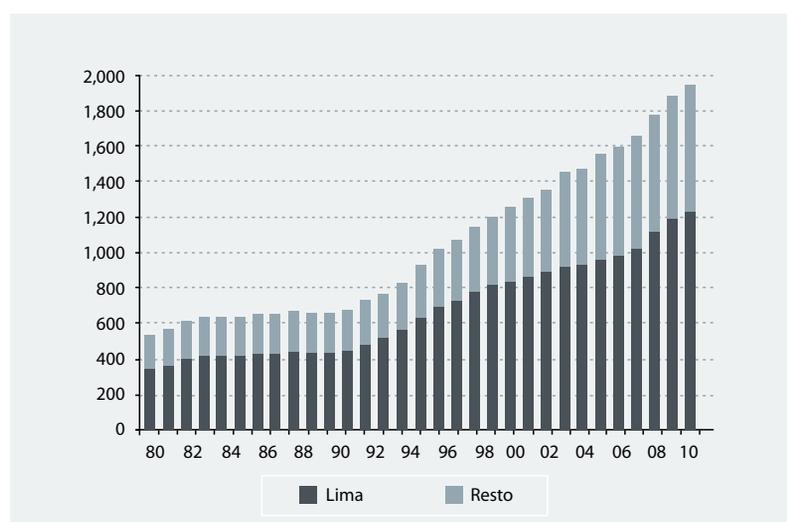


Figura 1. Parque automotor (miles de unidades). De Ministerio de Transportes y Comunicaciones.

(distribuidor de la marca Kia), Euro Motors (Volkswagen, Audi, Seat y Porsche), Honda del Perú (Honda) y Diveimport (Ram, Dodge, Chrysler, Jeep, Mercedes Benz, Freightliner), y empresas dedicadas a la importación de vehículos usados como H. A. Motors, Autocraft Perú, Dai Ichi Motors y Fazal Trading.

Por tipo de vehículo nuevo importado, los ligeros (familiares, station wagon, van familiar, multipropósito y SUV) representan el 60% del total, principalmente los modelos familiares y las station wagon, que son muy utilizadas en el servicio de taxi (muchas de ellas reconvertidas luego al uso de GNV). Los vehículos comerciales representan

el 25% del total, los vehículos pesados el 13% y los autobuses el 2%. En general, se aprecia dinamismo en todos los segmentos, no solo en el orientado a las familias, sino también en las unidades comerciales y de carga.

### Precios

Un factor que ha dado soporte a la adquisición de vehículos es el atractivo de los precios. La mayor competencia en el sector automotor, favorecida con la entrada de marcas con bajos costos como las chinas (el precio de un vehículo chino es, en ocasiones, 15% menor que el de marcas de autos consolidadas), viene llevando a los vendedores en general a ofrecer

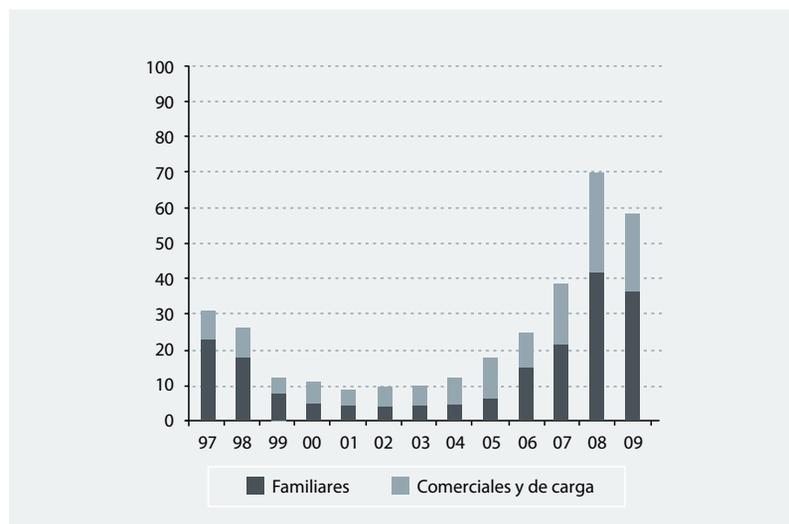


Figura 2. Venta de vehículos nuevos (miles de unidades). De Araper.

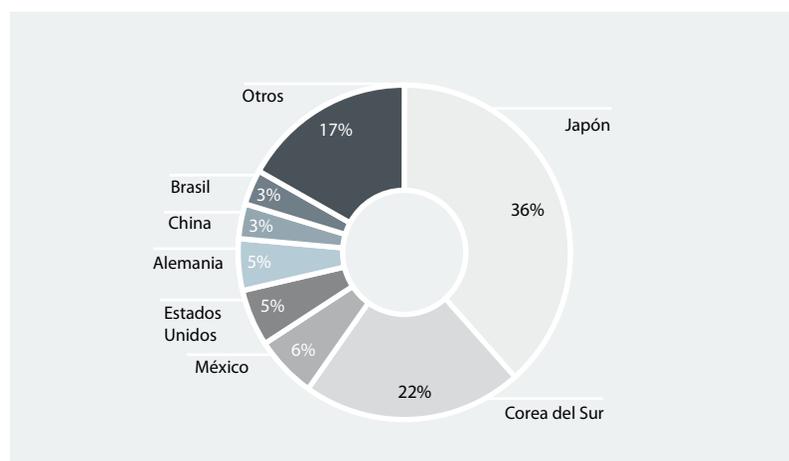


Figura 3. Importación de vehículos por origen (2010 a agosto, % del valor total). De Araper.

vehículos con mayores facilidades y precios más accesibles.

“Actualmente, el mercado cuenta con un portafolio mucho más grande y diversificado que años anteriores, y ello responde a que las marcas han visto oportunidades de competir en nuevos segmentos a los que antes no atendían”, refiere Eduardo Salazar, gerente de negocios de vehículos de pasajeros y comerciales de Hyundai.

En el segmento de vehículos ligeros se puede observar aquellos cuyos precios se ubican desde los US\$ 8,500 hasta más de US\$ 85,000.

El gerente del Grupo Altos Andes –representante de la marca coreana Ssang-Yong–, Ramiro López de Romaña, indica que el grueso de las ventas de unidades nuevas se concentra en aquellas cuyos precios oscilan entre los US\$ 12,000 y US\$ 25,000, que pueden llegar a representar el 40% de las ventas de vehículos nuevos.

Se prevé que los precios de los vehículos continúen bajando y ubicándose en niveles que faciliten el acceso de la población al mercado automotor, con lo cual el dinamismo del sector continuará asegurado. ■

## El financiamiento también se va en coche

Ante el dinamismo del mercado automotor, el financiamiento para la adquisición de vehículos también se presenta con oportunidades interesantes. Esta situación viene motivando un comportamiento más agresivo de las entidades financieras para captar una mayor parte del mercado potencial, lo que ha derivado en una mayor competencia, que favorece al consumidor.

En este contexto, por ejemplo, el cliente cuenta ahora con un mayor margen para negociar la tasa de interés del crédito, y el desembolso se hace más rápido, en particular para personas que reciben su sueldo en la entidad financiera. Asimismo, el servicio contempla la posibilidad de adquirir seguros vehiculares con condiciones especiales (en cuotas y sin intereses).

Actualmente existen alrededor de nueve entidades del sistema bancario que ofrecen créditos vehiculares. Cuatro de ellas concentran cerca del 95% del valor total de estos. Así, el BBVA tiene una participación de 39%, seguido por el Banco de Crédito, con 27%. Las dos entidades que les siguen son Interbank y Scotiabank Perú, las que representan el 19% y 10% del valor total de los créditos vehiculares, respectivamente. Interbank mostró en el último año el mayor dinamismo, refiere el informe del BBVA.

La mayoría de los préstamos vehiculares otorgados se orientan a la adquisición de autos nuevos, y permiten financiar hasta un 80% de su valor (la cuota mínima inicial es 20% del valor del auto), aunque algunas instituciones permiten financiar hasta el 100%. El monto promedio desembolsado por crédito se ubica por encima de los US\$ 14,000. Ello reflejaría el crecimiento de la capacidad adquisitiva de las familias, lo que las lleva a demandar autos de mayor calidad, y se da a pesar del mayor acceso a financiamiento de las familias de ingresos medios, las que adquieren vehículos que cada vez tienen menores precios.

El plazo máximo que contemplan los créditos automotrices es cinco años (60 meses), aunque el plazo promedio es de 52 meses, mientras que la cuota mensual promedio estaría entre los US\$ 250 y US\$ 300. Existe la posibilidad de realizar pagos extraordinarios en julio y diciembre (cuotas extraordinarias) y prepagos.

La tasa de interés de los préstamos en dólares se ubica alrededor de 9%, mientras que en moneda local es actualmente algo mayor.



Foto: maggyproducciones