

Mejora dinamismo del sector automotor en Perú

Si bien a inicios de 2022 el sector automotriz en el Perú proyectaba un bajo crecimiento y hasta una caída en el mercado para el cierre de año, estas proyecciones han sido ajustadas al alza por el buen comportamiento de este primer semestre.

“A inicios de año se esperaba un crecimiento bajo del sector. Sin embargo, hemos ajustado un poco hacia arriba las proyecciones debido a que, en la primera parte de 2022, el consumo privado ha mantenido una performance mejor de la que se esperaba. Es decir, esa reactivación de sectores económicos que venían rezagados como entretenimiento, hoteles, esparcimiento, restaurantes han generado mayor empleo e ingresos y eso se ha visto reflejado en un mayor consumo privado”, explica el gerente de Estudios Económicos de la Asociación Automotriz del Perú (AAP), Alberto Morisaki.

El experto señala que, en los primeros siete meses del año, el segmento de autos livianos en el acumulado ha crecido en 11% con respecto a similar periodo de 2021. En pesados, resalta que la expansión también está cercana al 11%. No obstante, el único segmento que está golpeado es el de vehículos menores (motocicletas y motos), cuya venta ha caído más del 13% en el mismo periodo de análisis.

Con respecto al número de autos vendidos, Morisaki, menciona que hasta julio de este año se han comercializado en promedio más de 13.000 vehículos mensuales. Es así que proyecta un crecimiento del sector de entre 3,5% y 4% al cierre de 2022,

lo que significa la venta de más de 162.500 unidades nuevas. El año pasado se vendieron 157.000 unidades.

“El sector viene creciendo 11% en estos primeros siete meses del año, pero va terminar entre 3,5% a 4% de crecimiento el 2022, ya que habrá una desaceleración en la segunda parte del año porque el empleo que se está generando es precario. Además, el aumento de precios resta poder adquisitivo de las personas”, subraya.

Vehículos más demandados

Según la AAP, los vehículos más demandados o los que más crecen son los livianos, como las pick-up, furgonetas, SUV; y en pesados, los buses. En este segmento (buses), Alberto Morisaki, detalla que se ha reactivado porque se han retirado los aforos y han vuelto muchas actividades a la presencialidad como en los centros de trabajo y los colegios.

Para el director de Marketing de Nissan Perú, Jaime Obreros, la tendencia general del mercado peruano es optar cada vez más por los vehículos SUV y las pick-up, que normalmente eran utilizados exclusivamente para trabajar. No obstante, precisa que ahora se emplean más como vehículo personal porque son más cómodos, equipados y con más tecnología.

“En línea con eso, Nissan tiene un portafolio muy completo de autos y conocemos el mercado peruano. Por eso, la cartera de Nissan está muy adecuada a los SUV como la Nissan X-Trail, Nissan Kicks”, refiere.

Por su parte, el gerente comercial de Chery en Perú, Fernando Vásquez, menciona que los modelos más comercializados por la empresa son la Tiggo 8, Tiggo 7 Pro y Tiggo 2 Pro. Se trata de SUV con lo último en tecnología, equipamiento, gadgets, conectividad y seguridad.

Unidades vendidas

En el primer semestre, Nissan Perú comercializó cerca de 4.500 unidades, lo que les ha significado un crecimiento de casi 11% y esperan tener una segunda mitad de año con mayores ventas. “Tratamos de ser cuidadosos con los números porque hay muchos factores que influyen en eso que están fuera del alcance de la marca y de la industria, pero somos muy agresivos en términos de marca y en nuestro plan de crecimiento tenemos como objetivo seguir lanzando nuevos modelos para fortalecer la marca”, menciona Jaime Obreros, de Nissan Perú.

Por otro lado, Chery Perú espera crecer 35% en el 2022. “Cerraremos el año consolidando nuestra nueva cartera de SUV, ya posicionada en el mercado, y ampliando nuestra red de concesionarios a nivel nacional”, subraya Fernando Vásquez.

Vehículos eléctricos y facilidades tributarias

Si bien a nivel mundial, la venta de vehículos eléctricos aumenta a paso rápido, en el Perú no sucede lo mismo. En el primer semestre la venta de este tipo de vehículos en el Perú aumentó en 134,7% hasta llegar a 1.190 unidades, según la AAP.

Esta cifra está muy distante, por ejemplo, con las del mercado colombiano, que en los primeros seis meses de 2022 registró 13.767 unidades vendidas.

Según Jaime Obreros, de Nissan Perú, para que en el Perú se incentive el uso de autos eléctricos e híbridos, es necesario contar las facilidades tributarias a la importación y comercialización de este tipo de automóviles. Por otro lado, dice que es necesario que se den facilidades al cliente final para la adquisición del bien, ya sea a través del financiamiento a tasas especiales o algún tipo de compensación.

“Otro punto muy importante es la red de infraestructura necesaria para la recarga de estos autos que es una inversión no menor en la que creemos que deben participar los privados, así como también el gobierno de turno”, manifiesta.

Cabe precisar que Nissan aún no comercializa este tipo de vehículos en el Perú, pero no descartan que más adelante puedan ingresar a este mercado como ya lo hacen en Chile, Brasil y Argentina.