

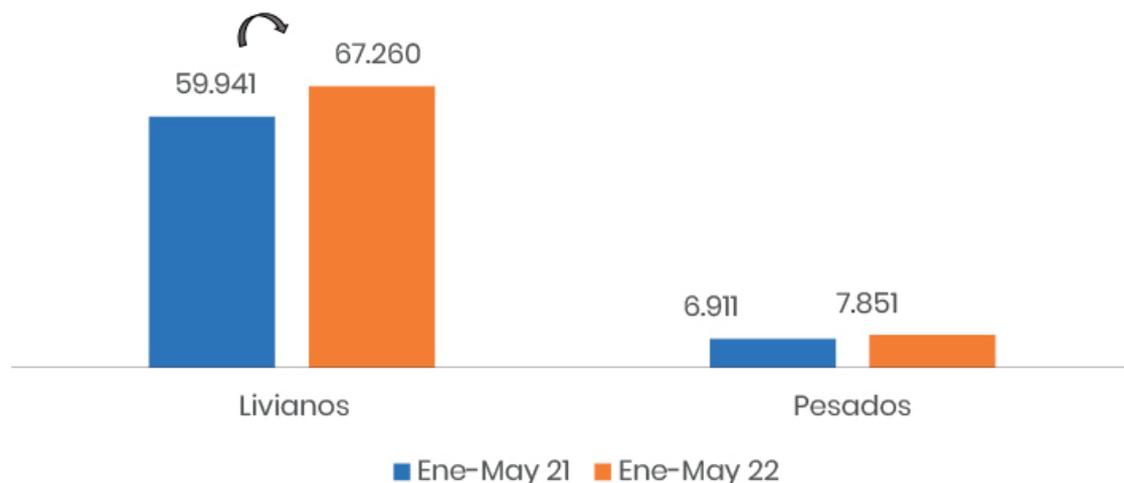
Venta de vehículos nuevos en franca recuperación

A diferencia de la evolución del PBI de los subsectores comercio al por menor y al por mayor, que en lo que va del año ha tenido un crecimiento acumulado de 3,8% y 5,1% respectivamente, el subsector comercio automotriz alcanzó un crecimiento de 9,6% en los cuatro primeros meses del año.

De acuerdo con el **Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI)**, en abril pasado el comercio automotriz creció 4% por la mayor comercialización de vehículos livianos (camionetas todoterreno, pick ups, furgonetas, automóviles), pesados (camiones y tracto camiones) y minibús/ómnibus ante la recuperación de algunas actividades que se habían quedado rezagadas desde 2020 por la crisis generada por la pandemia de la COVID-19 y el incremento de la demanda en el traslado de bienes, insumos y mercancías, así como la mayor afluencia de personas, acompañado de la apertura de aforos al 100%.

Número de vehículos vendidos según categoría

(Acumulado enero-mayo)



Fuente: SUNARP-APP

Elaboración: IEDEP

Es la venta de vehículos nuevos, el componente más activo en el comercio automotriz. Así, la venta de las principales categorías como vehículos livianos crecieron en mayo a una tasa de 14,6%, la tercera tasa mensual de dos dígitos y la segunda más alta desde que inició el año, cerrando dicho mes con ventas por 14.356 vehículos.

Con esto, en términos acumulados, el sector automotriz liviano vendió 67.260 unidades en los primeros cinco meses del año, un crecimiento de 12,2% con respecto a similar periodo de 2021. Las ventas se concentraron en líneas SUV (43%), seguido de automóviles y station wagon (24%), pick ups y furgonetas (21%) y camionetas (12%). No obstante, pese al crecimiento evidenciado del sector, la línea de vehículos retrocedió en su nivel de venta en 9,3% durante los primeros cinco meses del año, debido al encarecimiento de los combustibles y a la reducción del poder adquisitivo de las familias por el proceso inflacionario.

Evidentemente, esta coyuntura puede obligar a que algunos segmentos de la población posterguen su intención de adquirir un vehículo. Según el último Reporte de Inflación del Banco Central de Reserva del Perú (BCRP) del mes de junio, se espera que la inflación retorne a su rango meta recién en la segunda mitad de 2023.

Marcas y segmentos más vendidos

A pesar de ello, no se ha reducido la competencia de los **concesionarios automotrices**. Así, a mayo de 2022, las cinco marcas de vehículos livianos más vendidas fue liderada por Toyota con 13.084 unidades, la misma que amplió su diferencia respecto a Hyundai con una venta de 6.445 vehículos. Las otras marcas que repuntaron en ese lapso fueron Kia (5.354), Chevrolet (5.124) y DFSK (2.981).

Del total de 25 marcas más comerciales que mueven el sector automotriz, las 10 más grandes concentran una participación de mercado del 49%. Por otro lado, la venta de vehículos pesados (camiones, tracto, minibús y autobús) repuntó con una tasa de crecimiento de 38%, llegando a mayo a una venta de 7.851 nuevos vehículos para carga y transporte urbano a distancia.

Tomando en cuenta el largo recorrido y el consumo de combustible que tiene este tipo de vehículos, este es el segmento más golpeado por el alza de los precios de los combustibles, teniendo en cuenta que, según un estudio de Bloomberg, Perú es el país con la gasolina más cara de la región. Esta situación, además, preocupa por el rol que cumplen este tipo de vehículos de acercar los productos de

consumo a la mesa de los hogares.

Venta de vehículos eléctricos e híbridos

Con la venta de vehículos se sigue experimentando un incremento del tráfico, para ello se necesita acompañar el crecimiento automotor con transformación urbana en materia de infraestructura, electromovilidad, diseños eco-amigables y la sustitución de vehículos obsoletos, para lograr así una movilidad sostenible.

La suscripción del Perú en acuerdos internacionales sobre el cambio climático trae consigo obligaciones de reducir la emisión y la huella del carbono del transporte.

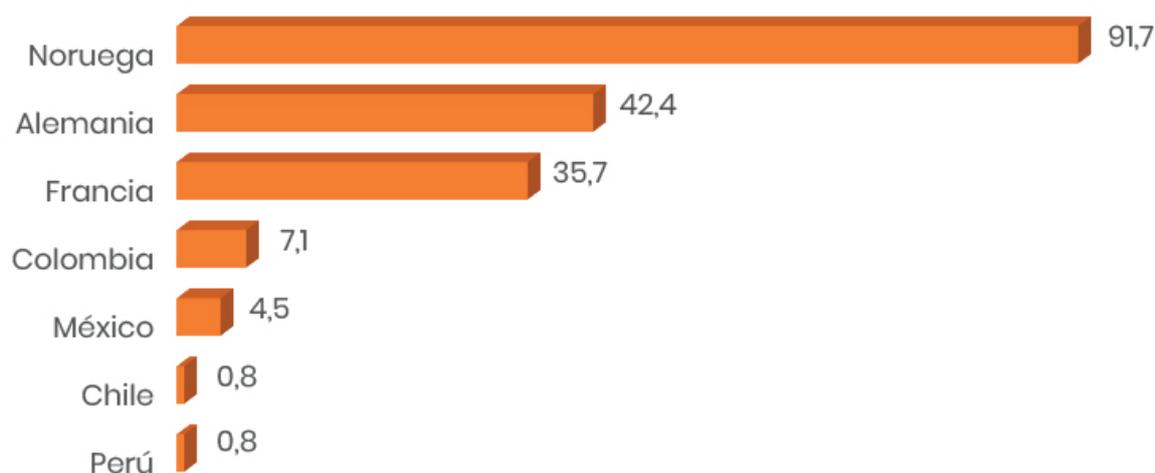
En ese contexto, sea por el alto precio del petróleo o los avances tecnológicos, han ingresado automóviles eléctricos e híbridos en nuestro país, como opciones adicionales de transporte terrestre lo que es considerado como un avance importante no solo para la **industria automotriz**, sino también para el desarrollo climático del planeta.

En ese sentido, realizamos un análisis de las venta y penetración de vehículos eco-amigables con los datos provistos por la **Asociación Automotriz del Perú (AAP)** en los últimos tres años (de enero 2019 a mayo 2022).

En el periodo analizado, las ventas de tres tipos de vehículos

eco-amigables alcanzó un total de 3.394 unidades, con un comportamiento bastante heterogéneo, pues los vehículos eléctricos híbridos (HEV, por sus siglas en inglés) han tenido mayor aceptación, vendiéndose 3.126 unidades y una participación de 92,1%, seguido de los vehículos eléctricos híbridos enchufables (PHEV, por sus siglas en inglés), que alcanzaron las 139 unidades (4,1%) y en tercer lugar se ubicaron los vehículos eléctricos de batería (BEV, por sus siglas en inglés), sumando 129 unidades (3,8%).

Penetración en ventas de vehículos eléctricos e híbridos 2021



Fuente: APP

Elaboración: IEDEP

Las ventas de este tipo de vehículos en el mercado peruano son mínimas en comparación a otros países que han venido introduciendo masivamente vehículos eco-amigables en sus mercados. Es el caso de Noruega, país donde las compras de vehículos eléctricos e híbridos alcanzo una participación de 91,7% de las ventas totales. Alemania es otro país donde se ha incrementado la preferencia por dichos vehículos, al llegar a una participación del 42,4% de las ventas totales en el 2021. En el caso de Francia la participación aumentó a 35,7%.

En tanto, al mercado latinoamericano la entrada de vehículos eléctricos ha sido menor, aunque la tendencia es al alza. El país con mayor impulso en la región fue Colombia (7,1%), seguido por México (4,5%) y más rezagados se encuentran Perú y Chile, con 0,8% cada uno.

Sostenibilidad del bono chatarrero

El mal uso de la limitada infraestructura vial y el deficiente diseño de las vías ha generado **niveles de congestión vehicular tan altos**, teniendo como consecuencia principal la demora excesiva de los viajes, sobre todo de vehículos antiguos, con el alto costo que ello implica.

Como medida de solución y orientado a una renovación del parque automotor, a finales del 2019 el Poder Ejecutivo publicó el DU 029-2019 estableciendo incentivos para el chatarreo. En la práctica, esta iniciativa implica la destrucción total de un vehículo automotor antiguo (de más de 15 o 20 años), con altas emisiones de contaminantes por falta de mantenimiento. El atractivo para lograr la baja administrativa del vehículo es el otorgamiento de un incentivo económico (bono chatarrero) por parte del Estado. Este beneficio, le servirá como cuota inicial para la adquisición de un vehículo nuevo, poseedor de tecnologías limpias.

Recién en el 2020, se trabajó en la elaboración de su reglamento, en cual se detallan las condiciones del incentivo y las medidas de fiscalización adecuadas y otros factores que permitan lograr el objetivo de que las personas gocen de un ambiente equilibrado, reafirmando el Perú su compromiso con

los Objetivos de Desarrollo Sostenible y la reducción del impacto ambiental negativo de las ciudades, prestando especial atención a la calidad del aire.

Por otro lado, la experiencia internacional de destruir vehículos obsoletos no es reciente. Por ejemplo, Chile cuenta, desde 2007, con el programa de renovación de buses de transporte público (Renueva tu micro). A octubre de 2018, este programa permitió la renovación de 4.478 buses antiguos, con una inversión de US\$ 59 millones.

Por su parte, México, en el 2019, implementó el Programa de Chatarrización que ha tenido una renovación inmediata de su parque automotor vehicular gracias al cual, entre el 25 de marzo y 21 de octubre de 2019, se destruyeron 10.520 vehículos.