

Diciembre  
2015



Situación

# Automotriz

# Índice

1 Contexto macroeconómico

2 Evolución reciente del mercado automotor

3 Financiamiento vehicular

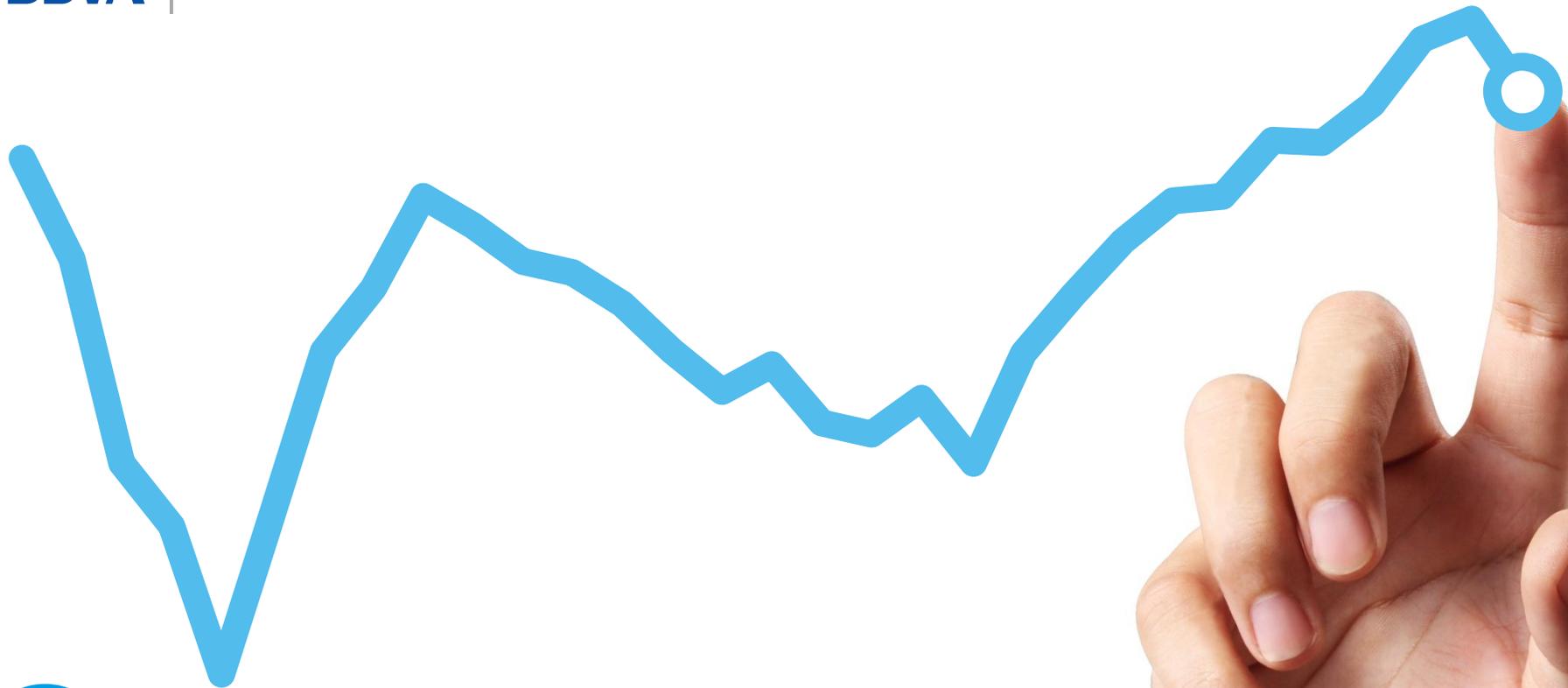
4 Perspectivas

# Principales mensajes

- 1 Durante este año, la economía peruana registró una recuperación gradual por impulso minero.** Sin embargo, los sectores no extractivos mantienen bajo dinamismo, en un contexto de debilidad de la demanda interna. Además, la moneda local siguió depreciándose, lo que encareció los bienes importados.
- 2 En este contexto, las ventas de autos nuevos retrocederán por segundo año consecutivo.** Las menores ventas se han dado de manera generalizada en todos sus segmentos (ligeros y comerciales y carga) y geográficamente (en Lima y en el resto del país). Proyectamos que en 2015 las ventas de autos nuevos se ubicarán alrededor de las 173 mil unidades, una caída de 7% con respecto a la registrado el año anterior.
- 3 El financiamiento vehicular se ha desacelerado, en el contexto de menor crecimiento económico.** Durante este año, la dolarización de los préstamos vehiculares ha caído de manera importante debido a las medidas adoptadas por el Banco Central y por la depreciación de la moneda local (lo que ha inducido una menor preferencia por los créditos en moneda extranjera).
- 4 La penetración de los préstamos vehiculares sigue siendo baja:** la compra de autos financiada por estos créditos representa aproximadamente el 20%. Para dinamizar esta cartera, las entidades financieras han reaccionado mediante la implementación de estrategias para tener una mayor cercanía con los clientes, agilización de trámites y creación de productos financieros innovadores.

# Principales mensajes

- 5 Uno de los productos financieros innovadores con potencial para dinamizar el mercado automotor ha sido “la compra inteligente”.** Bajo este producto financiero la cuota mensual es menor y el vehículo se puede renovar cada dos o tres años (lo que permitiría tener un parque automotor más moderno). Sin embargo, su expansión ha enfrentado fricciones por el lado tributario.
- 6 Proyectamos que las ventas de autos nuevos aún registrarán una contracción en 2016 (3%, con lo el número de unidades vendidas será de 167 mil unidades).** No obstante, desde la segunda mitad del año se espera una recuperación paulatina, en línea con la mejora prevista de la actividad económica.
- 7 En el mediano plazo, hay espacio para dinamizar del mercado automotor:** la penetración vehicular (tenencia de autos por familia) es aún baja (9% de los hogares tiene auto) y se concentra en Lima (50%). Asimismo, existe una clase media en expansión que demanda bienes durables y servicios.



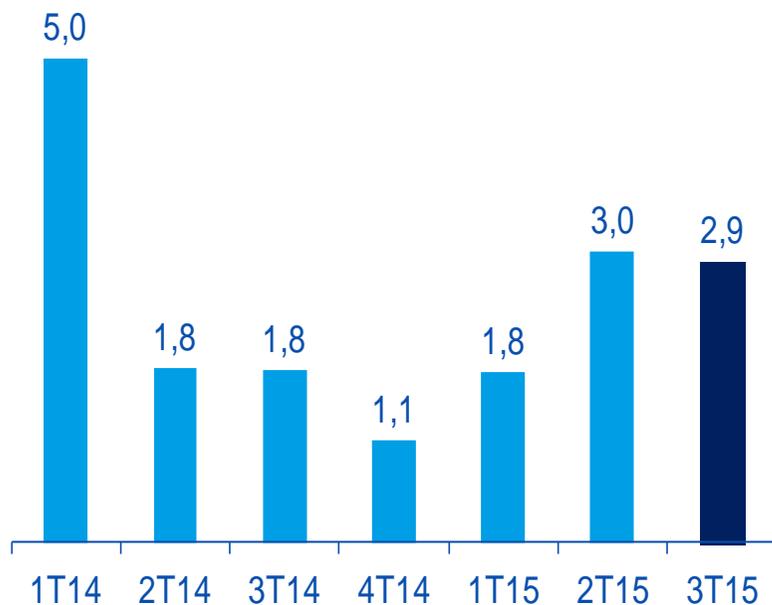
# Contexto

# Macroeconómico

# Durante este año, la economía peruana registró una recuperación gradual por impulso minero

## PIB

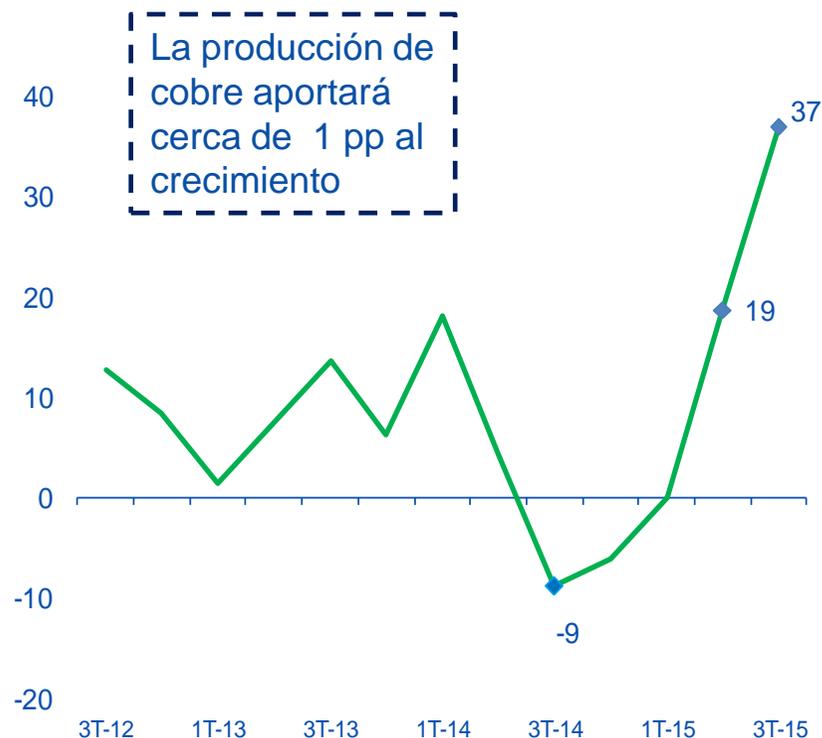
(Var.% interanual)



Fuente: INEI, BCRP y BBVA Research

## Producción de cobre

(Var.% interanual)

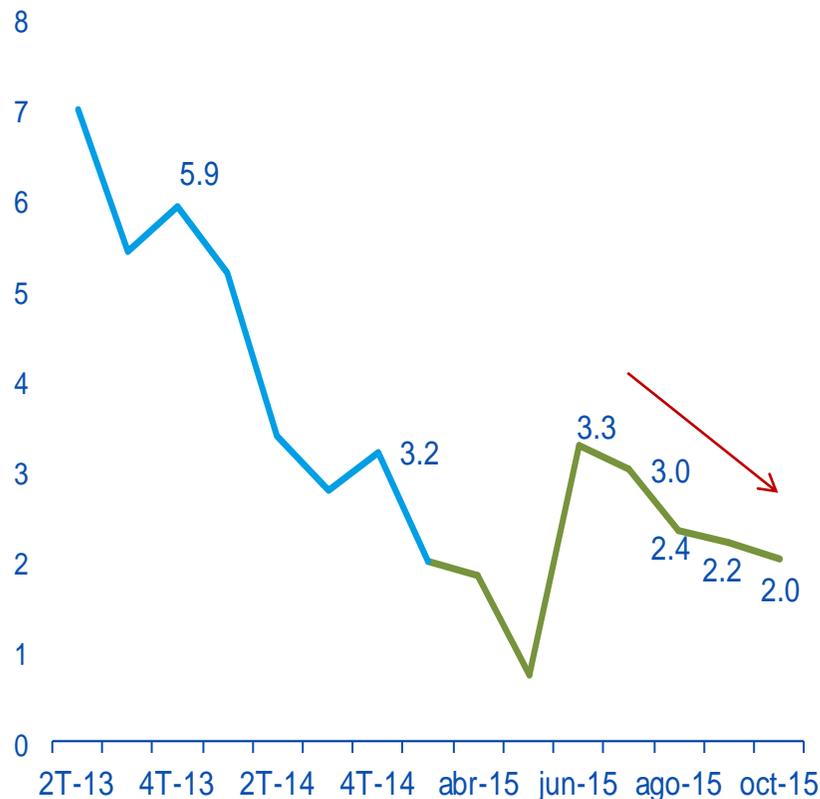


Fuente: MINEM, BCRP y BBVA Research

# Sin embargo, los sectores no extractivos, vinculados con la demanda interna, mantienen un bajo dinamismo...

## PIB no primario

(Var.% interanual)



Fuente: INEI y BBVA Research

Luego de un fuerte rebote en junio, el PIB no primario volvió a desacelerarse

¿Qué esta lastrando al PIB no primario?  
Construcción y Manufactura

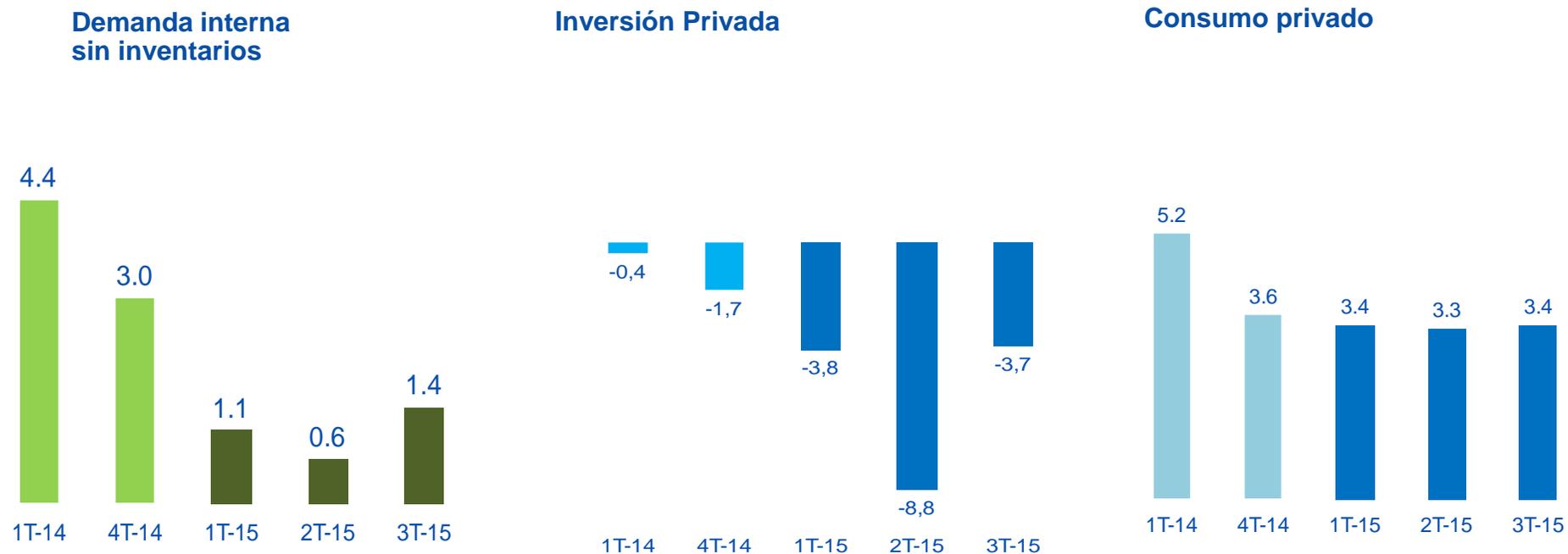
¿Qué le ha venido dando soporte al PIB no primario?

**Comercio y Servicios** que se han mantenido alrededor de 4,0% y 5,0%, aunque con una ralentización gradual

# Sin embargo, los sectores no extractivos, vinculados con la demanda interna, mantienen un bajo dinamismo...

## Demanda interna

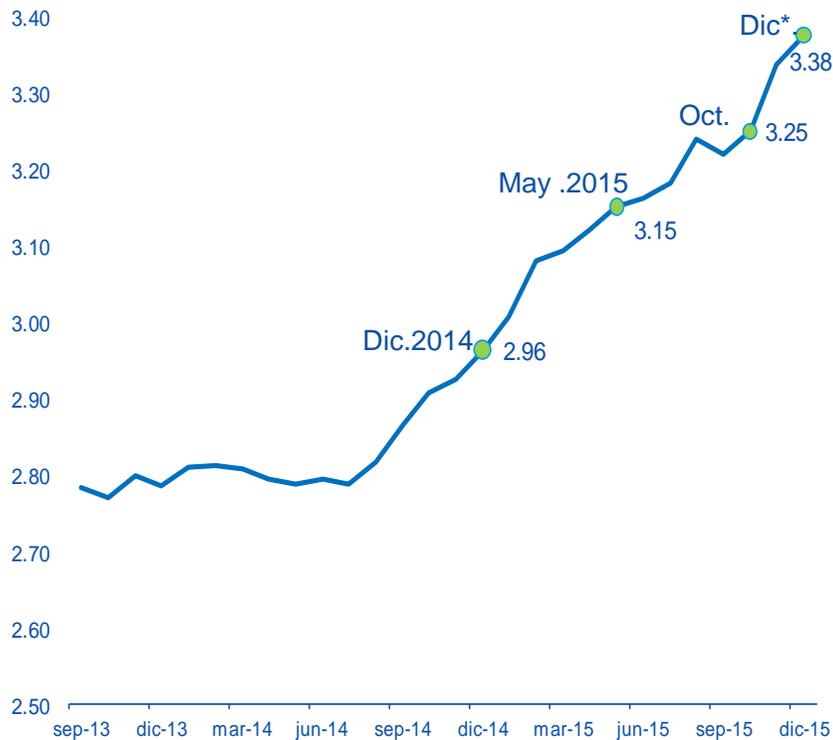
var.% interanual



# Además, la moneda local sufrió una fuerte depreciación, lo que encarece la importación de autos

## Tipo de cambio

S/. por USD



\*Al 17 de diciembre.

Fuente: BCP y BBVA Research

## Precio de Importación de Vehículos

Promedio móvil tres meses, var.% anual



Fuente: INEI y BBVA Research

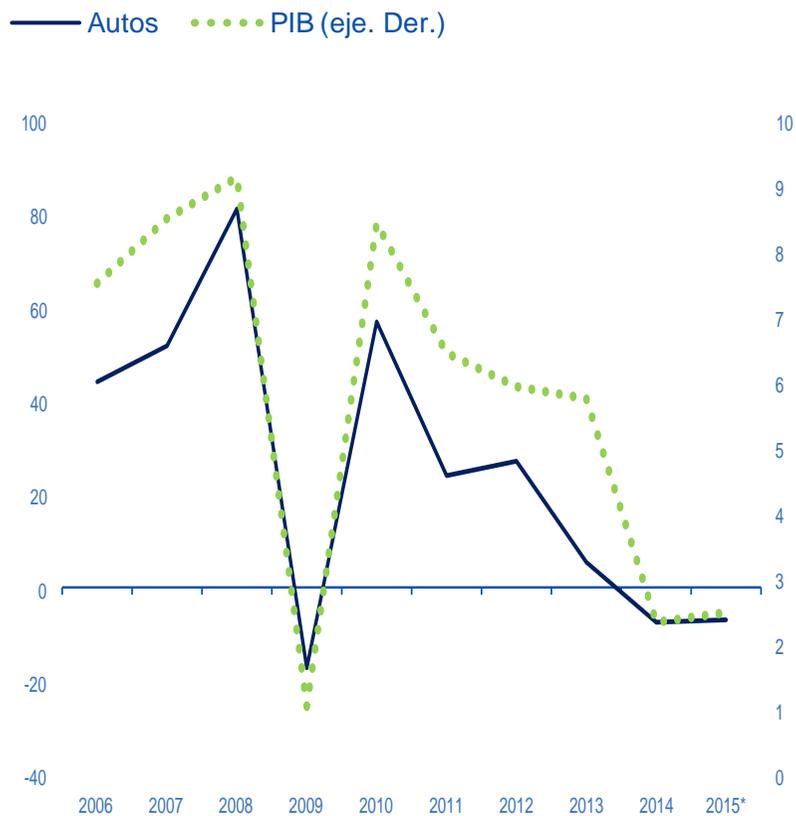


# Evolución del mercado automotor

# En este contexto, las ventas de autos nuevos retrocedieron por segundo año consecutivo

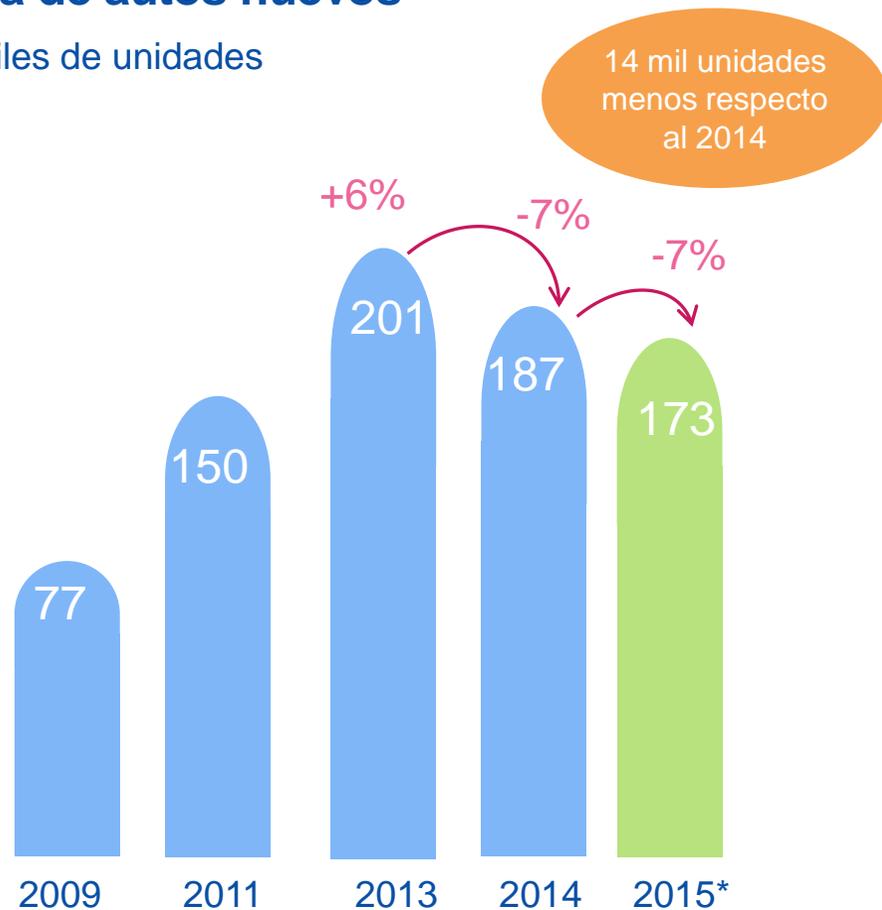
## Venta de autos nuevos

En número de unidades, var.% interanual



## Venta de autos nuevos

En miles de unidades



\*entre enero y noviembre.  
Fuente: ARAPER y BBVA Research

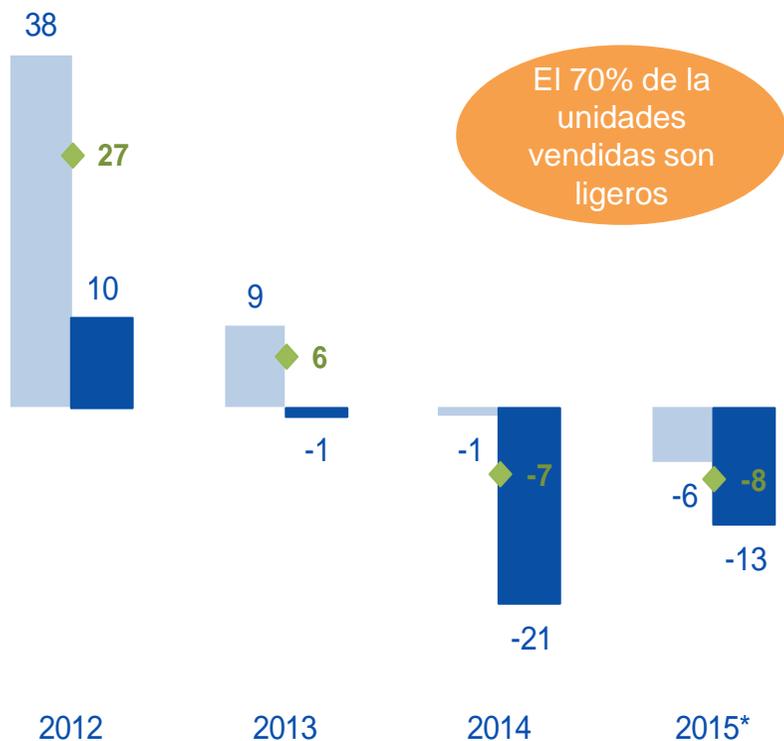
\*proyección.

# Caída de ventas ha sido generalizada, en especial de los vehículos vinculados a la inversión privada

## Venta de autos nuevos

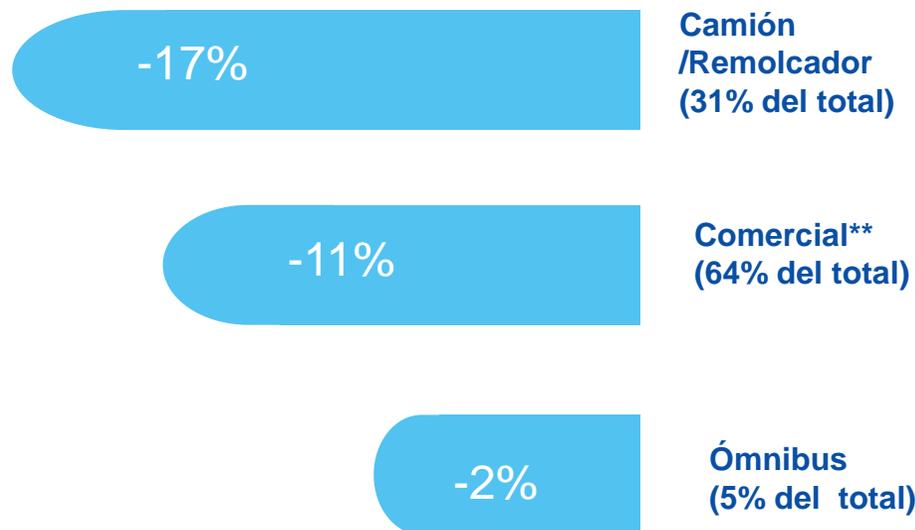
En número de unidades, var.% interanual

■ Ligeros ■ Comerciales y pesados ◆ Total



## 2015: Venta de autos nuevos Comerciales y pesados\*

En miles de unidades, var.% interanual



\*entre enero y noviembre.

\*\* Comprende Los Micro bus y Mini bus, Pick up.

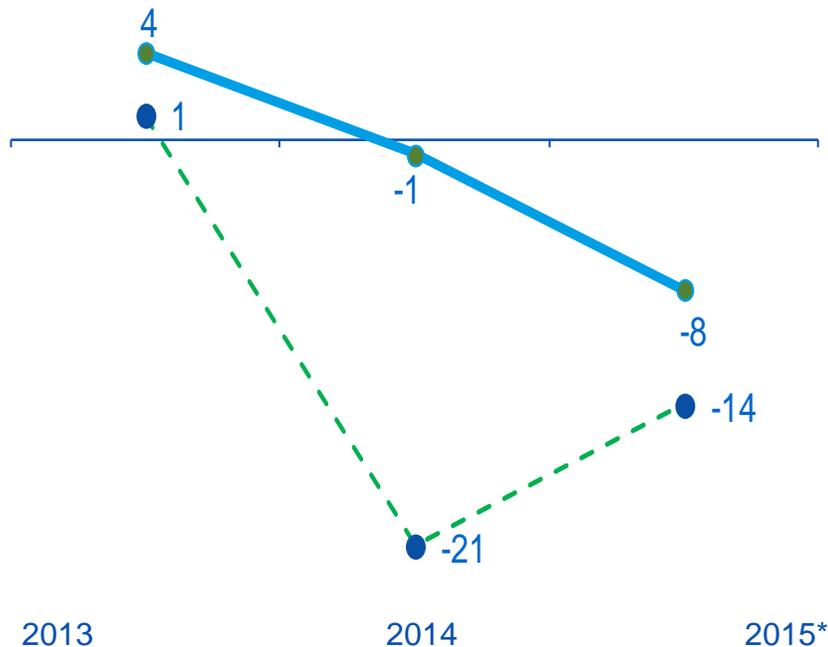
Fuente: BBVA Research

# Ventas de vehículos comerciales y de carga con mayores retrocesos, en línea con la débil inversión

## Venta de autos nuevos: Lima

En número de unidades, var.% interanual

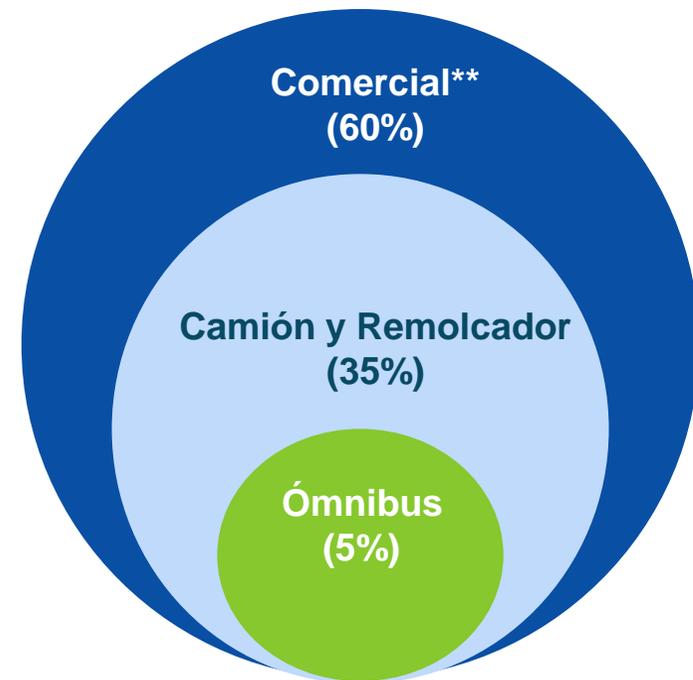
— Ligeros    - - - Comerciales y de carga



\*entre enero y noviembre.  
Fuente: ARAPER y BBVA Research

## Estructura de ventas de autos nuevos en Lima: comercial y de carga\*

En número de unidades, participación %



\*enero-noviembre

\*\* Comprende Los Micro bus y Mini bus, Pick up.

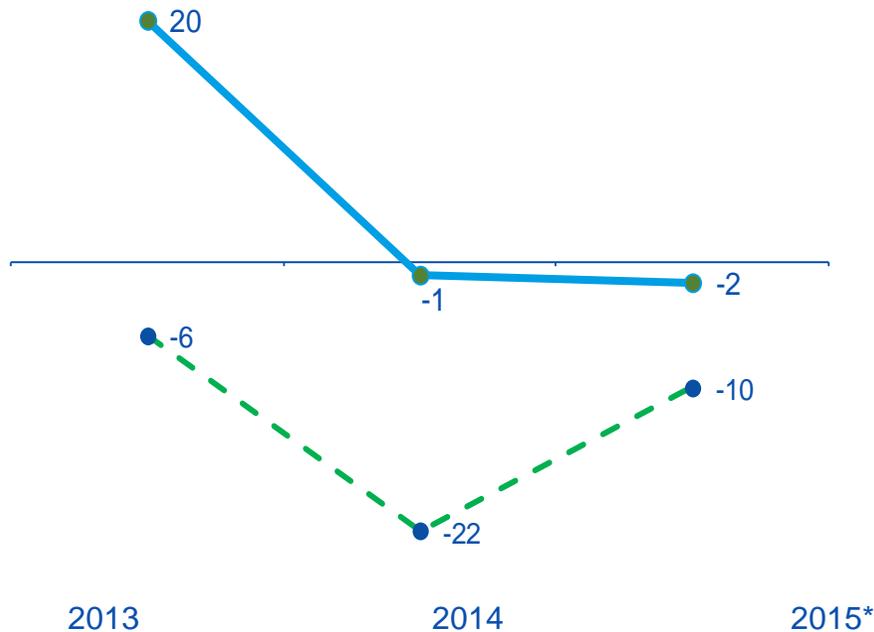
Fuente: BBVA Research

# Ventas de vehículos comerciales y de carga con mayores retrocesos, en línea con la débil inversión

## Ventas de autos nuevos: fuera de Lima

En número de unidades, var.% interanual

— Ligeros      - - - Comerciales y de carga

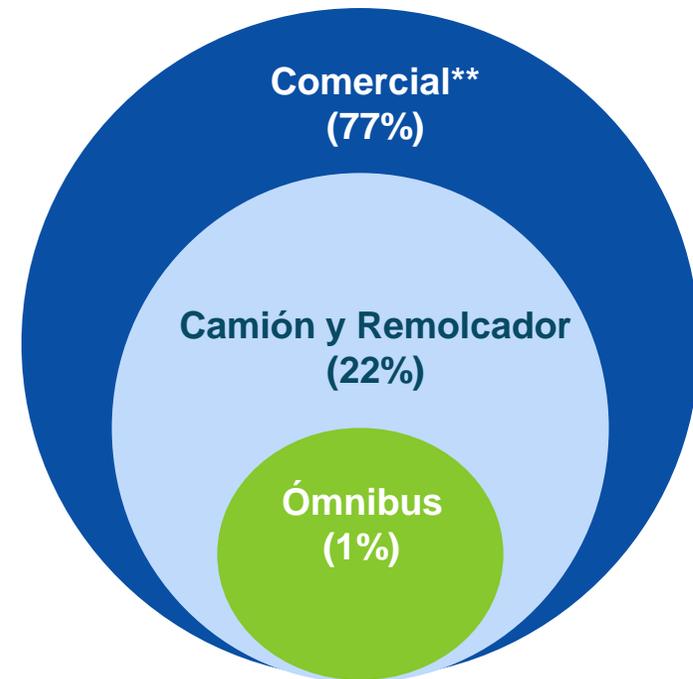


\*entre enero y noviembre.

Fuente: ARAPER y BBVA Research

## Estructura de ventas de autos nuevos fuera de Lima: comercial y de carga\*

En número de unidades, participación %



\*entre enero y noviembre.

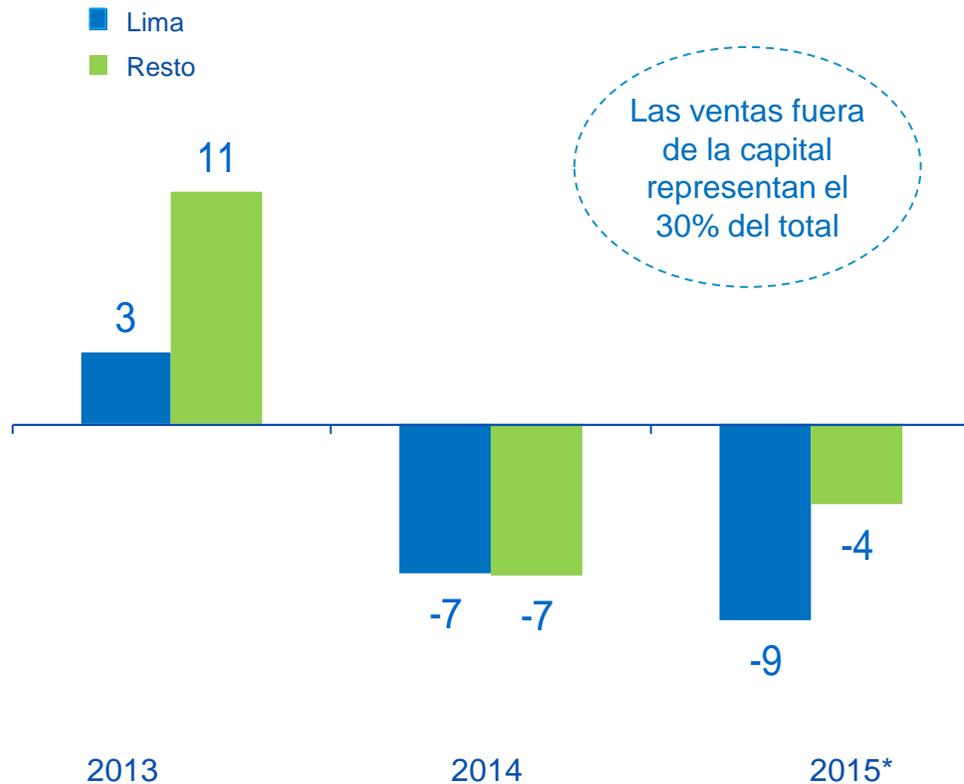
\*\* Comprende Los Micro bus y Mini bus, Pick up.

Fuente: BBVA Research

# Geográficamente, las ventas de autos nuevos retrocedieron en Lima y el interior del país...

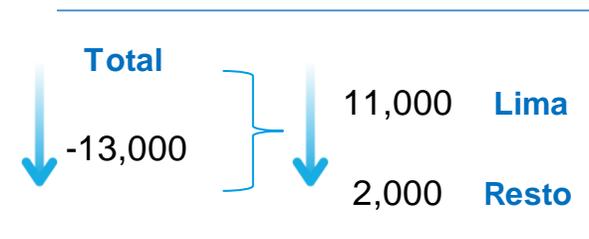
## Venta de autos nuevos

En número de unidades, var.% interanual



## Variación de la venta de autos nuevos\*

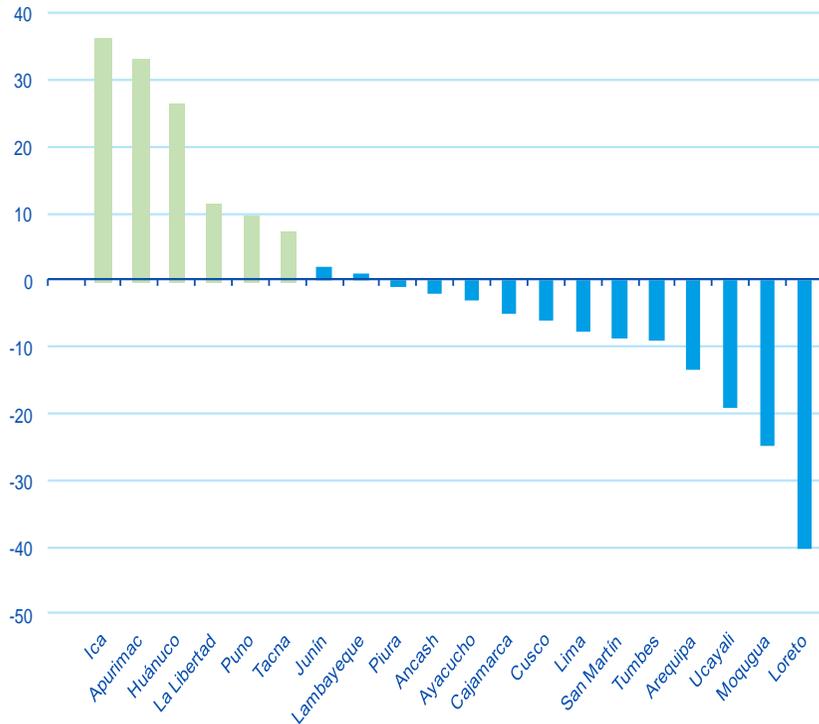
En número de unidades



# ...con excepciones en algunos departamentos de bajo volumen de ventas

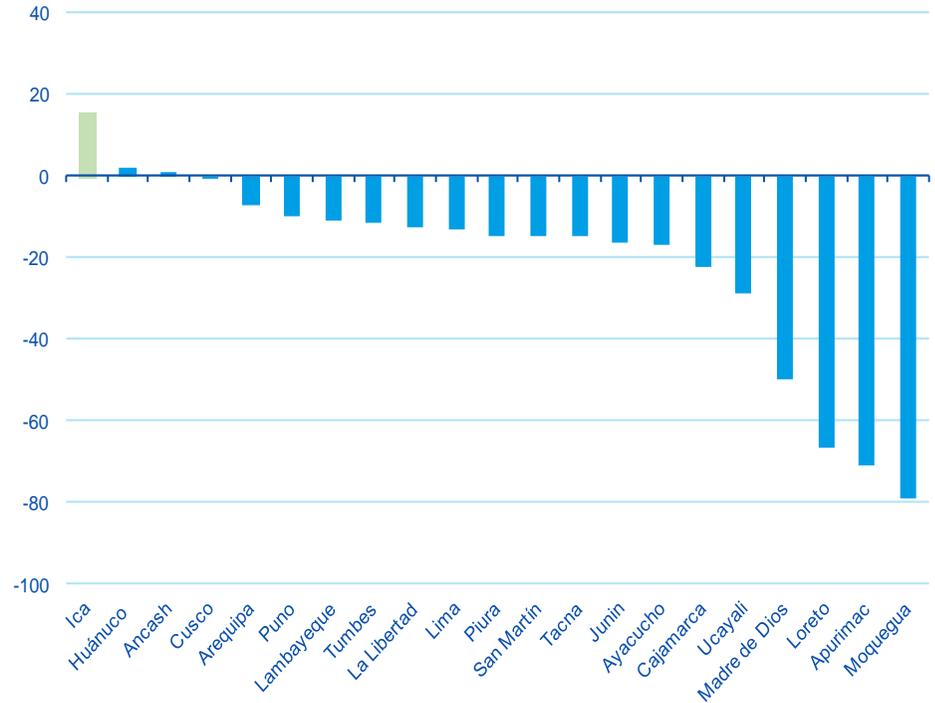
## Ligeros: ventas de autos nuevos en provincia\*

En número de unidades, var. % interanual



## Comerciales y de carga: ventas de autos nuevos en provincia\*

En número de unidades, var. % interanual



\*entre enero y noviembre.

Fuente: ARAPER y BBVA Research

\*entre enero y noviembre.

Fuente: ARAPER y BBVA Research

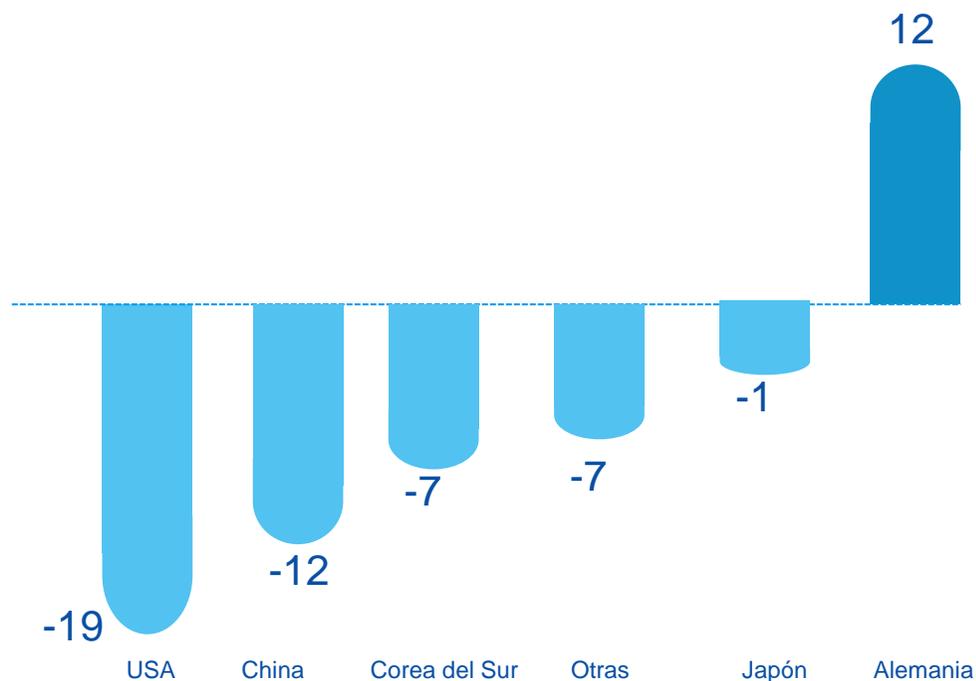
# Por marcas, autos de origen alemán mostraron un desempeño positivo

## Ventas de autos ligeros por marca\*

En número de unidades, var. % interanual

Participación					
10%	7%	33%	7%	39%	4%

Las ventas de autos ligeros han caído 6%



\*entre enero y noviembre.

# Dentro de las marcas japonesas, destacó el crecimiento de Nissan, Suzuki y Mazda

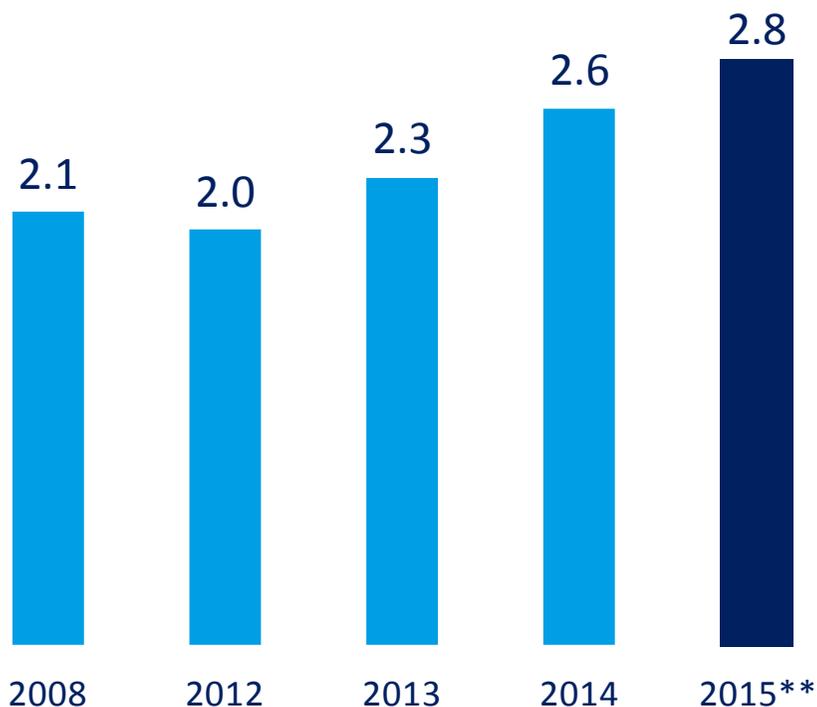
Japón			
	Var.%	Participación grupo	
		grupo	Total
 TOYOTA	-7%	42%	16%
 NISSAN	12%	20%	8%
 SUZUKI	4%	18%	7%
 mazda	2%	7%	3%
 SUBARU	-2%	4%	2%
 MITSUBISHI	0%	4%	1%
 HONDA	-18%	3%	1%
 DAIHATSU	-13%	1%	0,4%
<b>Total</b>	<b>-1%</b>	<b>100%</b>	<b>39%</b>

Corea del Sur			
	Var.%	grupo	
		grupo	Total
 KIA MOTORS	-7%	52%	17%
 HYUNDAI	-7%	47%	15%
 SSANGYONG	-4%	1%	0,5%
<b>Total</b>	<b>-7%</b>	<b>100%</b>	<b>33%</b>

USA			
	Var.%	grupo	
		grupo	Total
 CHEVROLET	-24%	78%	8%
 Ford	38%	11%	1%
 Jeep	-12%	8%	1%
 DODGE	13%	2%	0,2%
<b>Total</b>	<b>-19%</b>	<b>100%</b>	<b>10%</b>

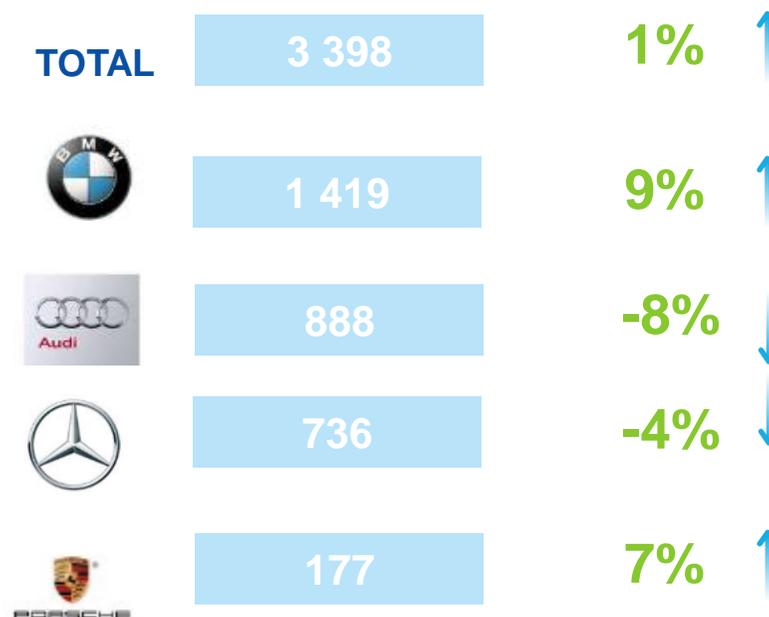
# En 2015, las ventas de autos de lujo crecieron ligeramente con respecto al año anterior

**Venta de autos nuevos ligeros de lujo\***  
(como % del total de unidades ligeras)



Unidades vendidas en 2015\*\*

2015/2014



\* Considera marcas como Alfa Romero (Italia), Audi (Alemania), BMW (Alemania), Mercedes Benz (Alemania) y Porsche (Alemania).

\*\*entre enero y noviembre.



# Financiamiento vehicular

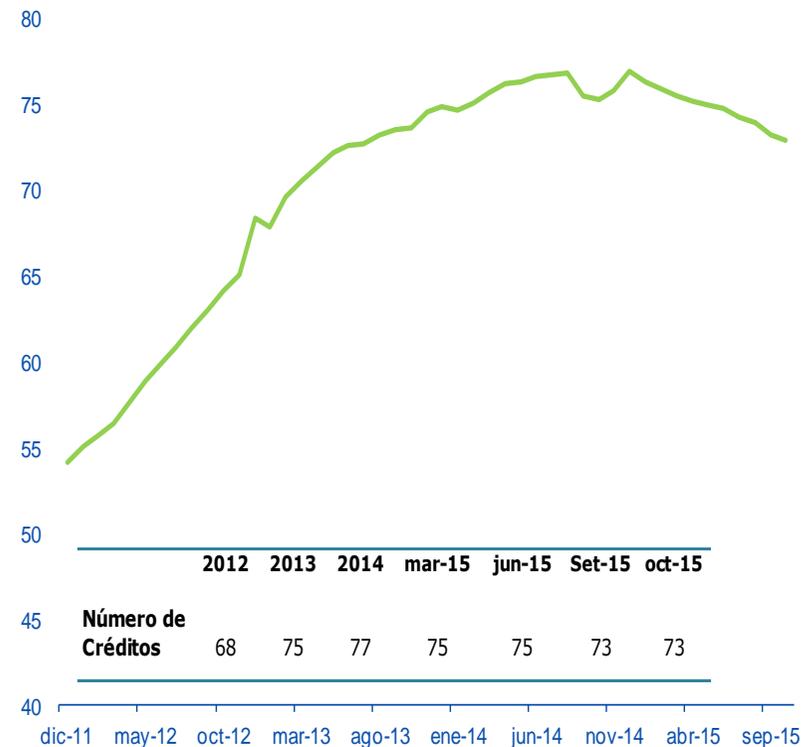


# El financiamiento vehicular se viene desacelerando

## Crédito vehicular de empresas bancarias (Var.% interanual )

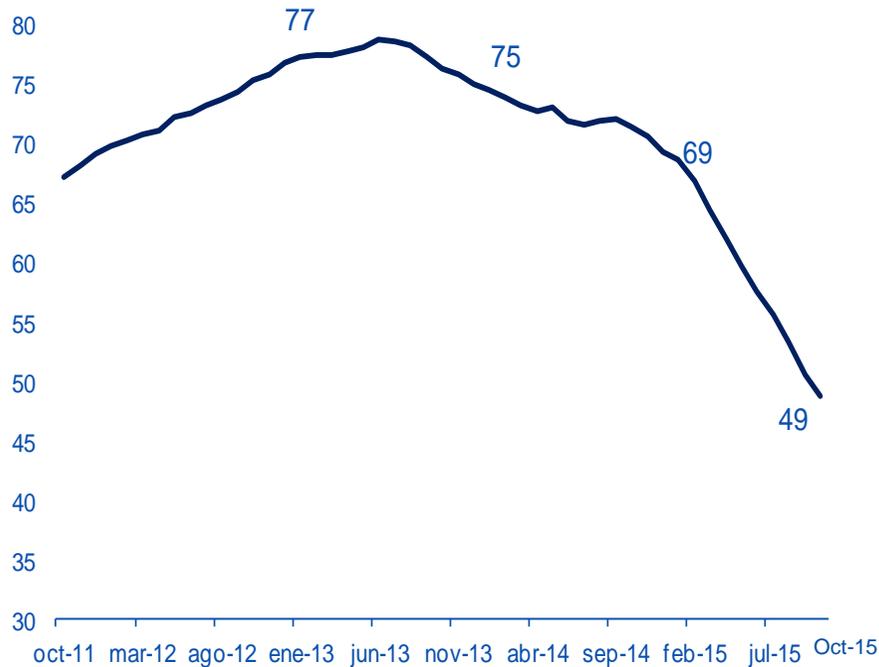


## Número de Créditos vehiculares a fin de mes (Miles)



# Dolarización de créditos vehiculares ha caído por medidas del Banco Central y la depreciación del sol

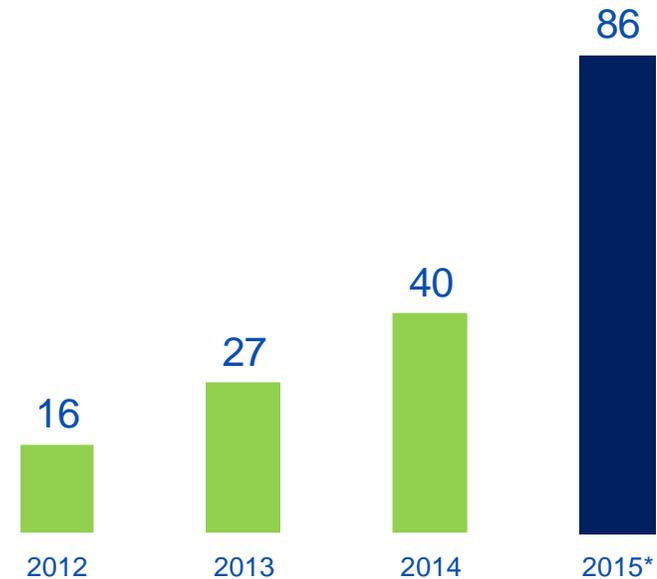
**Dolarización de los créditos vehiculares (%)**



\*Octubre 2015.

Fuente: ASBANC y BBVA Research

**Número de nuevos créditos vehiculares desembolsados en moneda nacional (Participación respecto al total, %)**



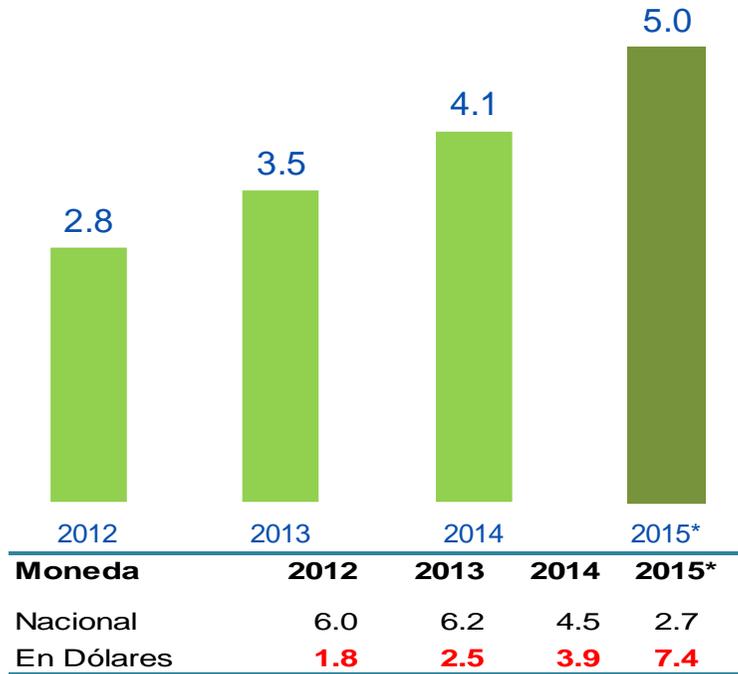
\*Octubre 2015.

Fuente: ASBANC y BBVA Research

# La mora viene subiendo. En particular, sube en USD, lo que ha coincidido con la depreciación del sol

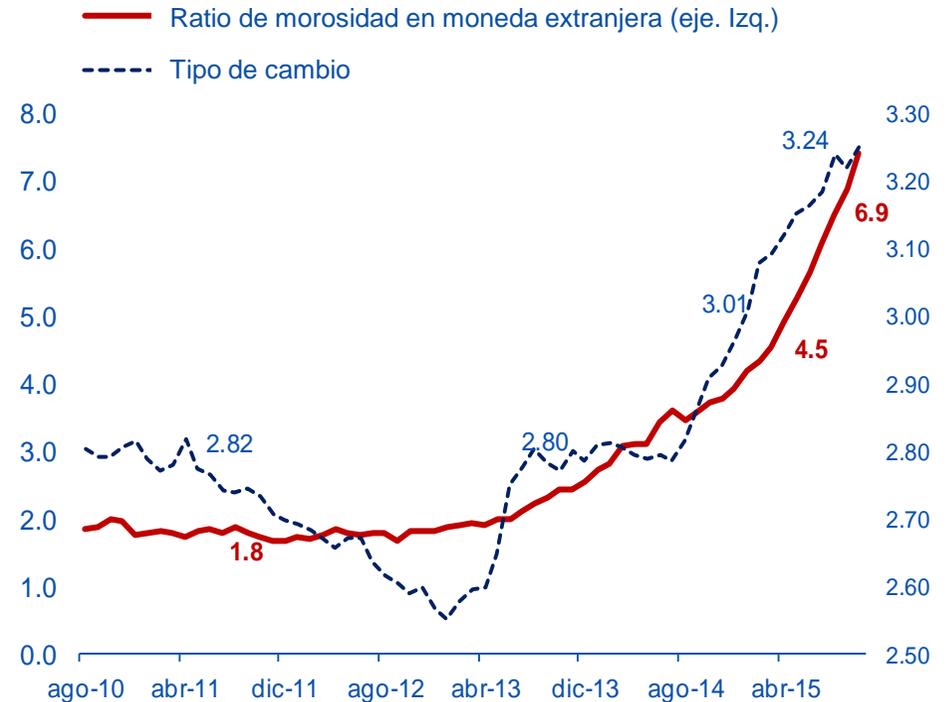
## Tasa de morosidad de los créditos vehiculares

(% )



## Ratio de morosidad vehicular en moneda extranjera y tipo de cambio

(% y Soles por USD )



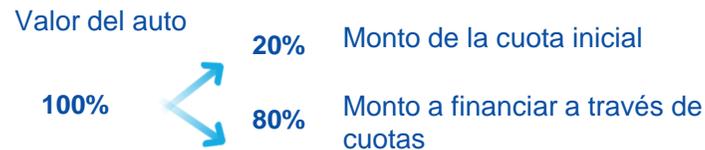
# Estrategias de entidades financieras para dinamizar los créditos vehiculares

Baja penetración crediticia: la compra de autos mediante créditos vehiculares representan el 20%. ¿Qué han estado haciendo las entidades financieras?



# Productos financieros innovadores: “la compra inteligente” ...

## Sistema tradicional\*



## “Compra inteligente”\*



La entrega del auto usado en óptimas condiciones permite pagar el 40% + la cuota inicial de un auto nuevo.

## Ventajas

- Permite pagar una menor cuota mensual, posibilita la compra de un auto de mayor precio.
- Permite renovar el vehículo cada dos o tres años, permite renovación del parque automotor.

# ...sin embargo, este producto crediticio enfrenta fricciones que inhiben su desarrollo

Bajo este producto financiero la cuota mensual es menor (factor que ha impulsado el mercado de ventas de autos en otros países de la región) y el vehículo se puede renovar cada dos o tres años (lo que permitiría tener un parque automotor más moderno). Sin embargo, su expansión ha enfrentado fricciones por el lado tributario.

**La venta de un auto usado por un concesionario está gravado con el IGV (impuesto al valor agregado).**

- En otros países de la región esto no es así.
- Su aplicación en Perú reduce la rapidez con la que el cliente puede cambiar el auto usado por uno nuevo.
- El concesionario recibe el auto usado sólo en consignación (no lo compra para no gravar la venta con el IGV, por lo que la recaudación es nula). El concesionario es sólo un intermediario entre el dueño (el deudor bajo “compra inteligente”) y el comprador (un tercero).

## Aplicación de IGV a la venta de automóviles usados

Venta por:	Perú	Chile	México	Colombia
Persona natural	No afecta	No afecta	No afecta	No afecta
Concesionario	Valor total de la venta	No afecta	Diferencia entre valor de venta y valor de compra	Diferencia entre valor de venta y valor de compra

Fuente: Dictamen de la Comisión de Transportes y Comunicaciones del Proyecto de Ley 4076/2014-CR

# Otros elementos de fricción en el mercado automotor

1. **Tiempo excesivo para inscribir el auto en los registros patrimoniales (“la emisión de las matrículas o placas de circulación”).** En Perú los trámites para que un auto nuevo pueda circular toman alrededor de dos semanas entre los permisos de circulación y la obtención de las placas. Esto se explica por la baja competencia para realizar dicha labor (en Perú este proceso está centralizado). En algunos países la generación de las placas es casi inmediata (lo que permite que el comprador se retire del establecimiento con el auto) y está a cargo de la municipalidad en la que se encuentra el concesionario. Esto es un incentivo para generar un procedimiento eficiente porque el impuesto vehicular se paga en la municipalidad que emitió la placa.
2. **La informalidad:** contiene la expansión de todo tipo de crédito vehicular y del sistema financiero en general.



# Perspectivas

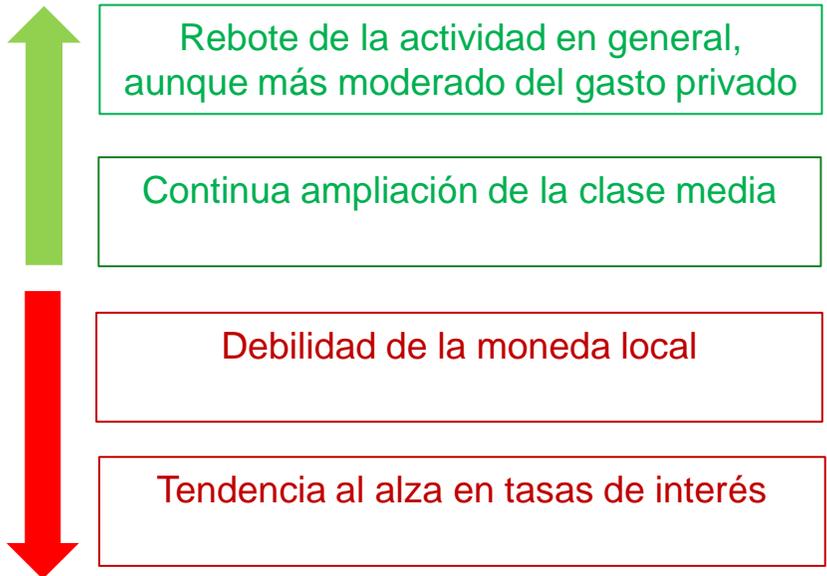
# Perspectivas

1. Proyectamos que las ventas de autos nuevos aún registrarán una contracción en 2016 (3%, con lo el número de unidades vendidas será de 167 mil). No obstante, desde la segunda mitad del año se espera una recuperación paulatina, en línea con la mejora prevista de la actividad económica.
2. En el mediano plazo, hay espacio para dinamizar del mercado automotriz: la penetración vehicular (tenencia de autos por familia) es aún baja y se concentra en Lima, y se tiene una clase media en expansión.
3. Otras potencialidades para seguir desarrollando el sector: (i) desarrollo de nuevos productos financieros y reducción de la informalidad.
4. La expansión del parque vehicular requerirá ser acompañado de una mejora sensible de la infraestructura vial.

# Proyectamos que las ventas de autos nuevos aún registrarán una contracción en 2016

Dinámica del mercado será diferenciada a lo largo del año: recuperación de las ventas a partir del segundo semestre del 2016

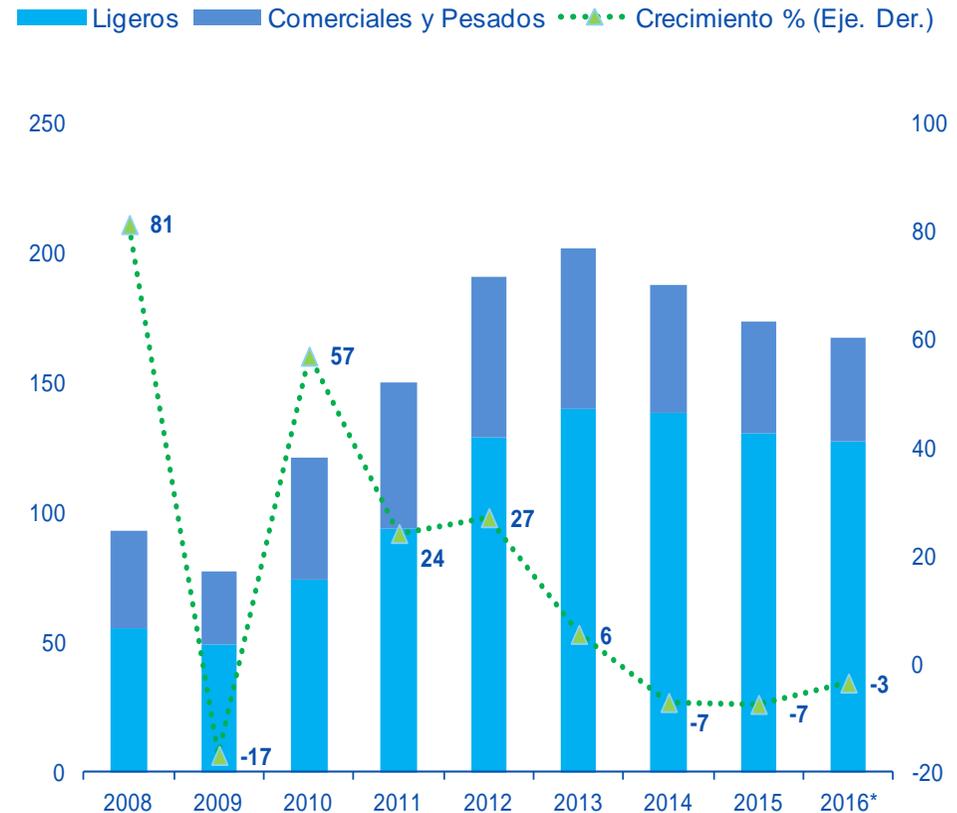
## Factores que incidirán sobre las ventas de autos nuevos en 2016...



## Ventas de autos nuevos

(unidades y var. % interanual)

Fuente: ARAPER, BBVA Research



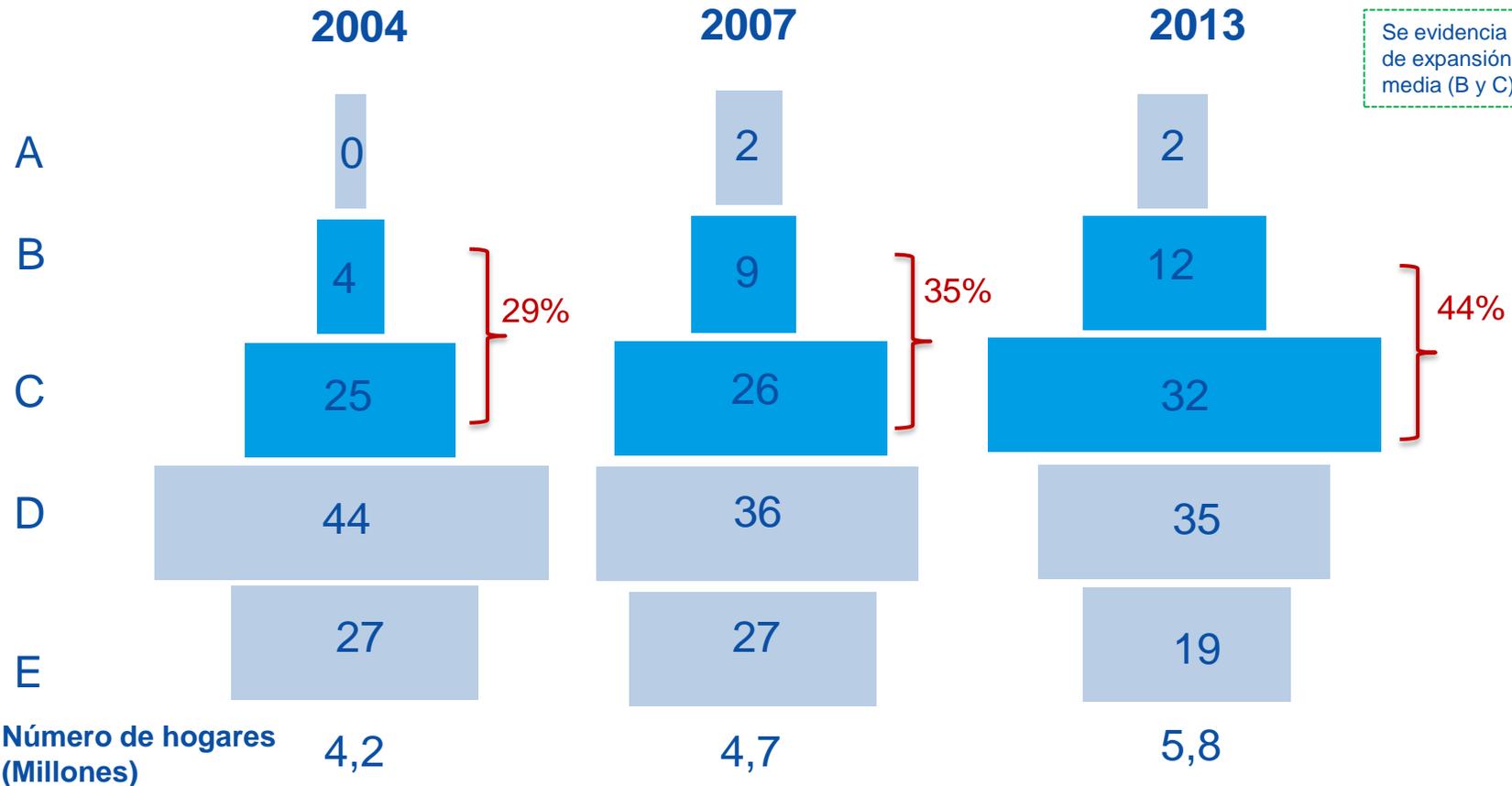
\*Proyección

# Hacia adelante hay espacio para dinamizar el mercado automotriz apoyada en la expansión de la clase media

## Perú Urbano: Estructura de Hogares por NSE

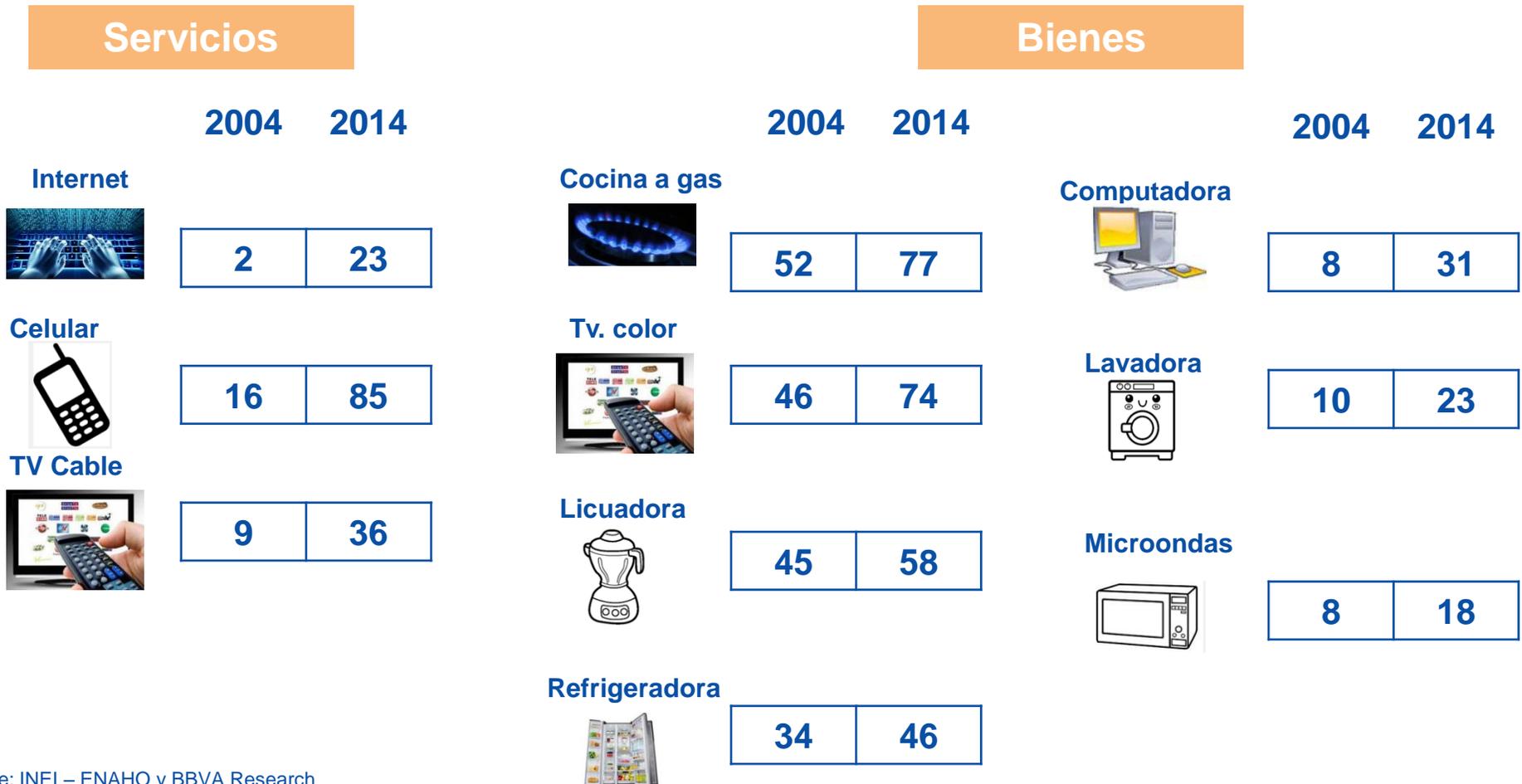
(% de hogares)

Fuente: ENAHO – INEI y Apoyo Consultoría



# Patrones de consumo de familias han cambiado: mayor demanda de bienes durables y servicios

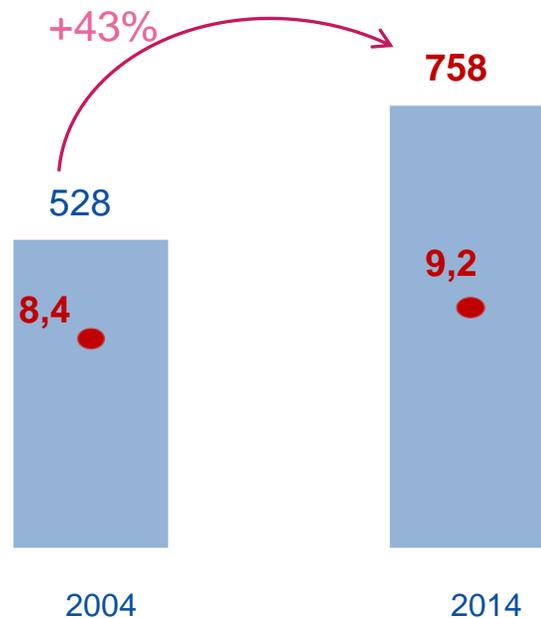
**Acceso de bienes y servicios en hogares**  
(%de hogares)



# .. y a una mayor preferencia por comprar autos

## Hogares que cuentan con un auto o camioneta (Miles de hogares y en % de hogares totales)

● % de los hogares totales



La tenencia de autos se ha incrementado en alrededor de 1pp en los últimos 10 años

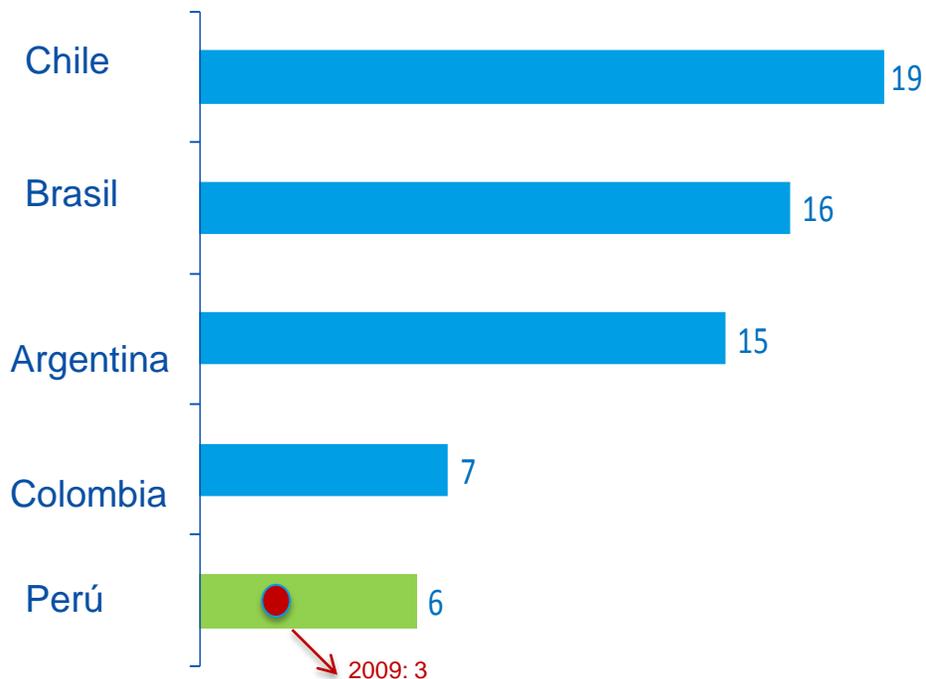
\*2014: Perú cuenta con 8,2 millones de hogares (34% corresponde a Lima: 2,8 millones)

Fuente: ENAHO – INEI y BBVA Research

# Sin embargo, en comparación con la región existe diferencias importantes

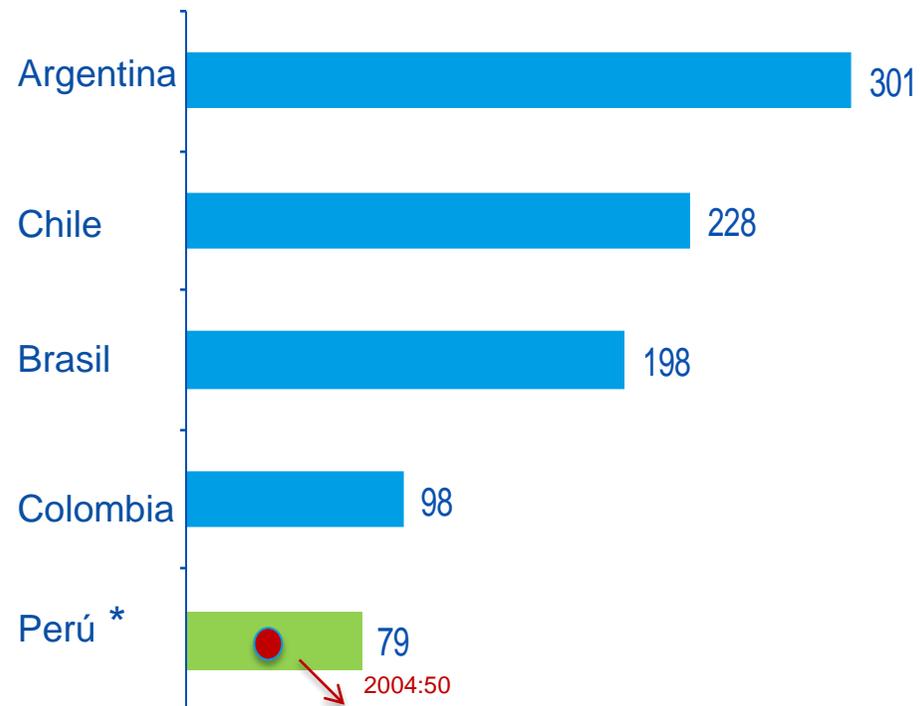
**2014 Venta de vehículos nuevos por cada mil habitantes**

(Unidades)



**2013 Número de autos por cada mil habitantes**

(Unidades)

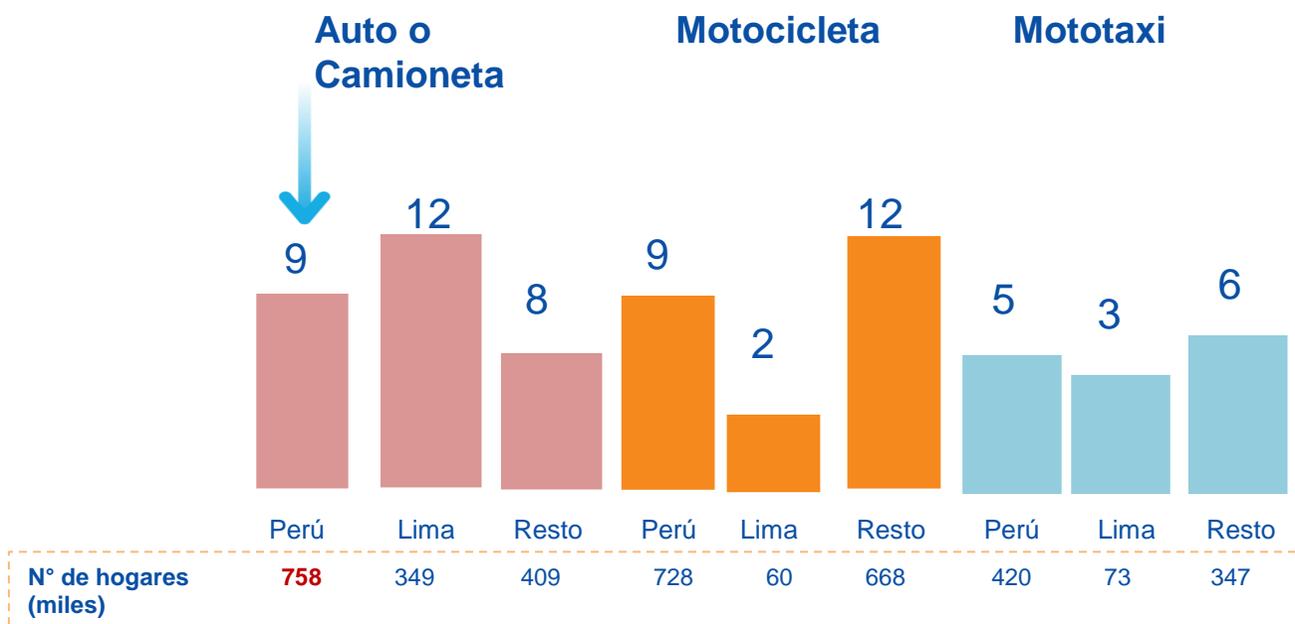


\*2014

Fuente: OICA Internacional, MTC, INEI y BBVA Research

# La tenencia de autos es baja sobre todo fuera de Lima

**Hogares que cuentan con vehículos , 2014**  
(% de hogares)

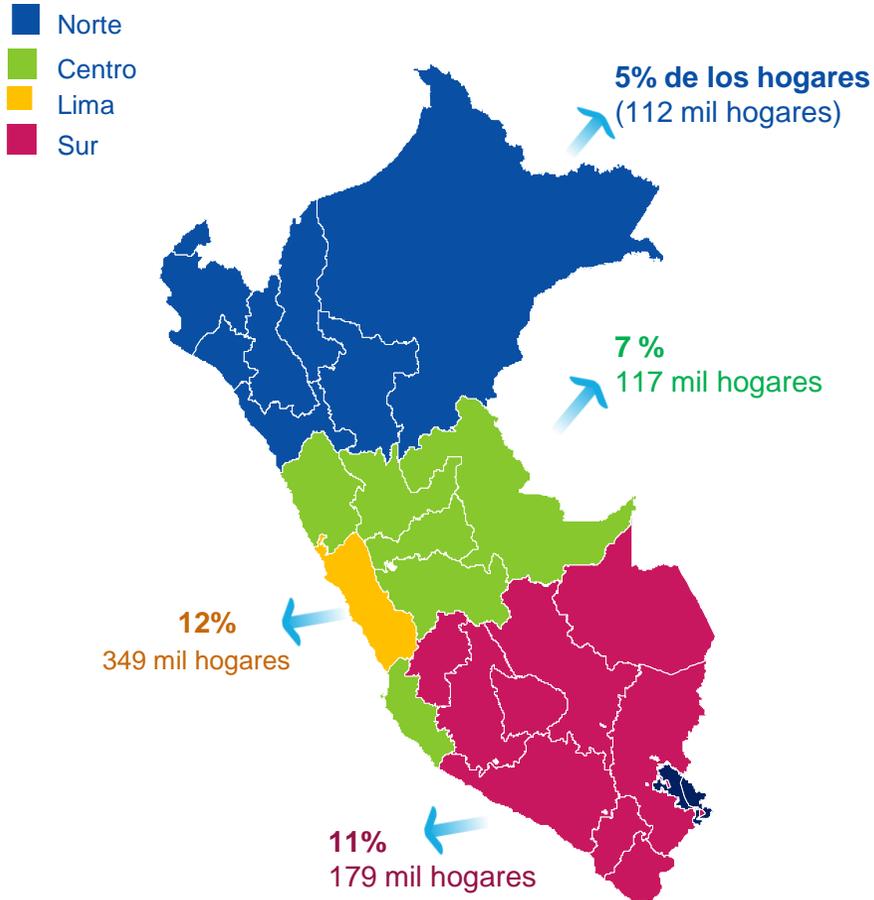


\*2014: Perú cuenta con 8,2 millones de hogares (34% corresponde a Lima: 2,8 millones)

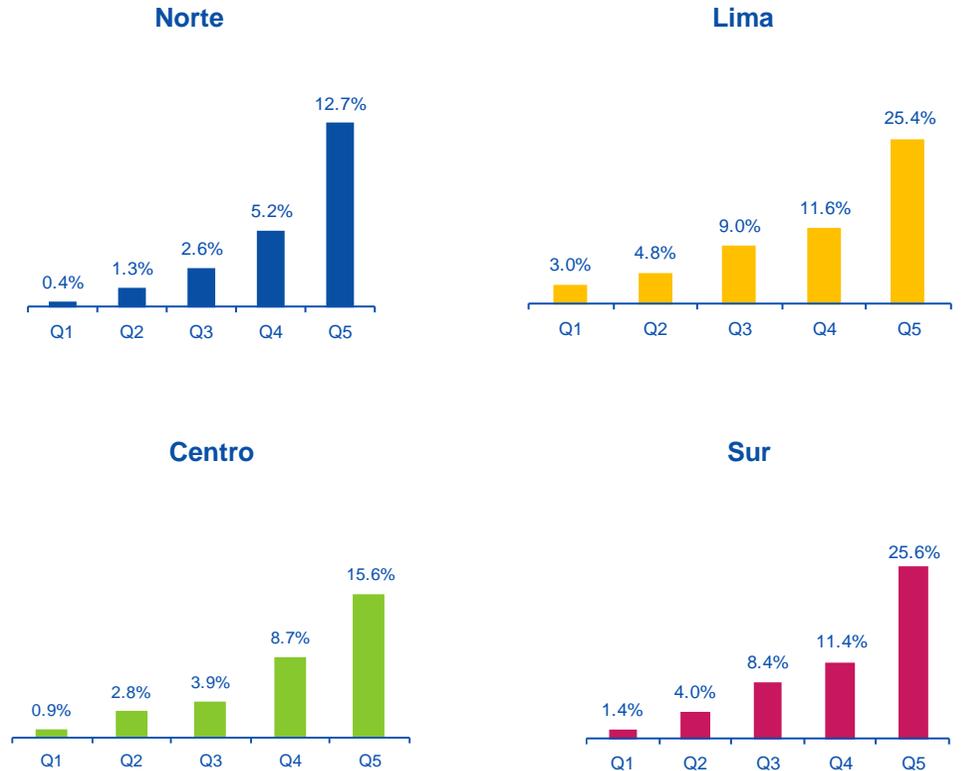
Fuente: ENAHO – INEI y BBVA Research

# La tenencia de autos es baja sobre todo fuera de Lima

## Porcentaje de hogares que cuentan con autos o camioneta según zona, 2014



## Por quintiles\*

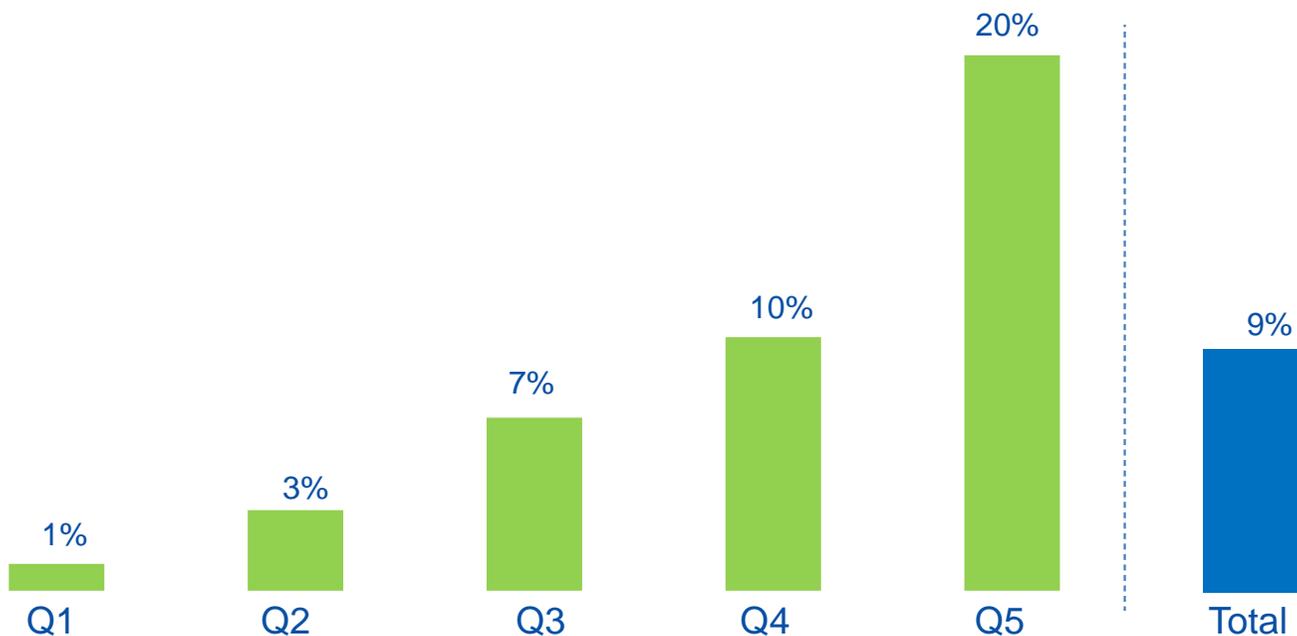


Potencial en provincia

\*Los quintiles más altos son los hogares que cuentan con mayores ingresos

# ... Y se concentra en hogares con mayores ingresos

**Porcentaje de hogares que cuentan con autos o camioneta según quintil, 2014 (%)**



N° de hogares (miles)	15	46	101	165	432	758
Gasto en los hogares (S/.)**	823	1 376	1 878	2 362	3 694	2 177

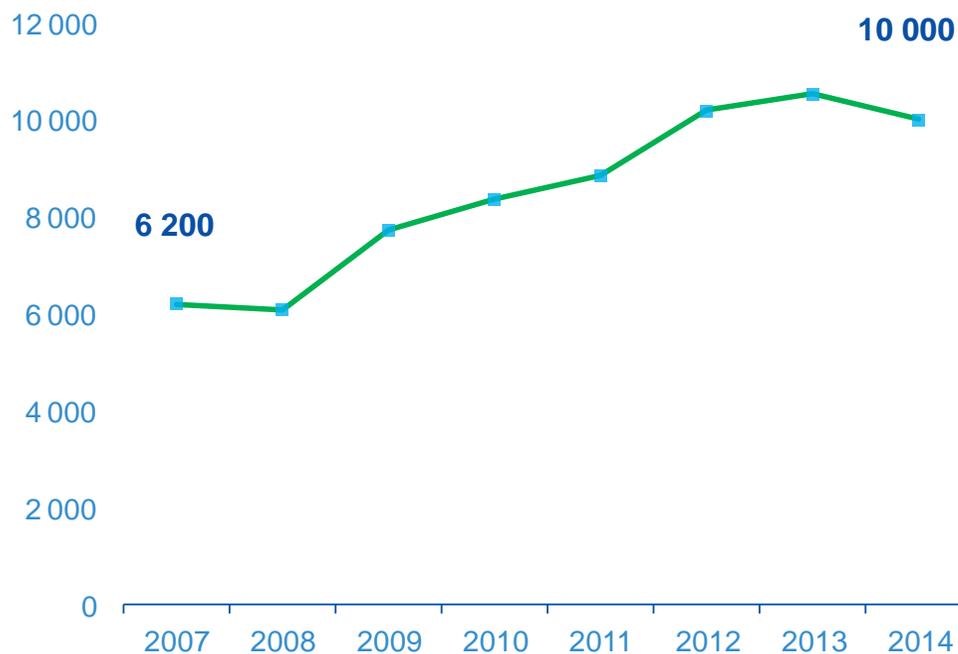
\*Los quintiles más altos son los hogares que cuentan con mayores ingresos

\*\*mensual.

# Además, los hogares pagan USD 10 mil, en promedio, por adquirir un auto

## Costo promedio por adquirir un auto o camioneta en el año\*

(USD)



En el quintil superior (5) se concentra la mitad de autos comprados (pago promedio USD 16 mil dólares)

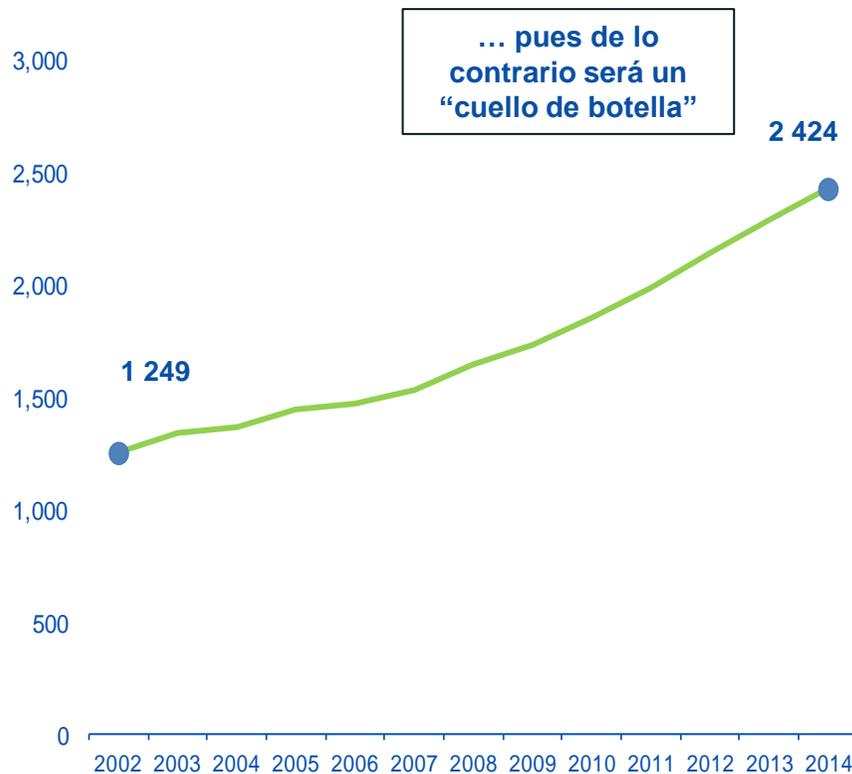
\*Comprende el gasto de familias por adquirir un auto nuevo y usado. Crecimiento 2014/2007 62%

Fuente: ENAHO – INEI y BBVA Research

# La expansión del parque vehicular requerirá ser acompañado del desarrollo de infraestructura vial

## Parque automotor

(Miles de unidades)



Modos de transporte en Lima\*  
(participación)

		2004	2012
<b>Caminar</b>		25.4	24.3
<b>Auto Privado</b>		11.2	15.2
<b>Taxi</b>		5.5	2.6
<b>Combi</b>		22.9	17.4
<b>Microbús</b>		18.6	24.8
<b>Bus</b>		10	5.6
<b>Metropolitano</b>		0	1.2
<b>Tren Eléctrico</b>		0	0.3
<b>Otros <sup>1/</sup></b>		6.4	8.6
<b>Total</b>		100	100

45 minutos es el tiempo promedio de viaje al trabajo en todas las modalidades.

50 minutos es el tiempo promedio de viaje en bus en un día.

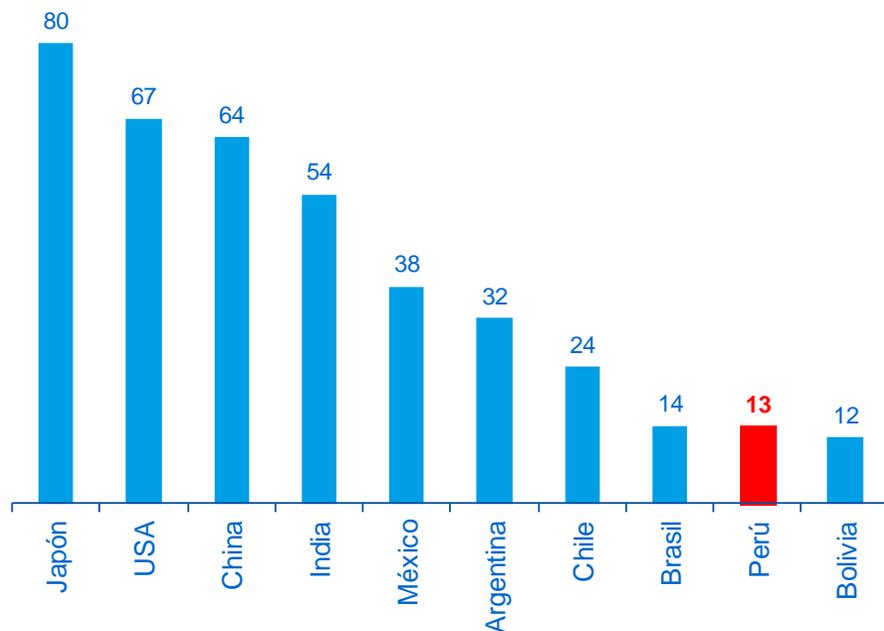
\* Encuesta de Recolección de información básica del transporte urbano en el área metropolitana de Lima y Callao (JICA -2013). Comprende todos los modos de viaje (trabajo, estudio, negocios, privado y casa).

<sup>1/</sup> Motocicleta, colectivo, camión y otros

Fuente: MTC y BBVA Research

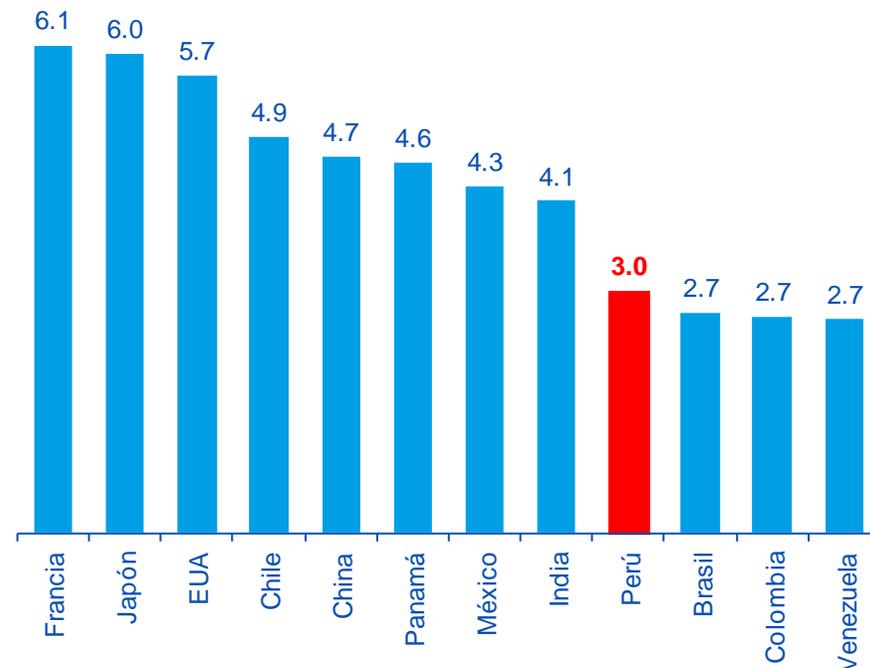
# La expansión del parque vehicular requerirá ser acompañado del desarrollo de infraestructura vial

**Vías asfaltadas**  
(% del total de vías)

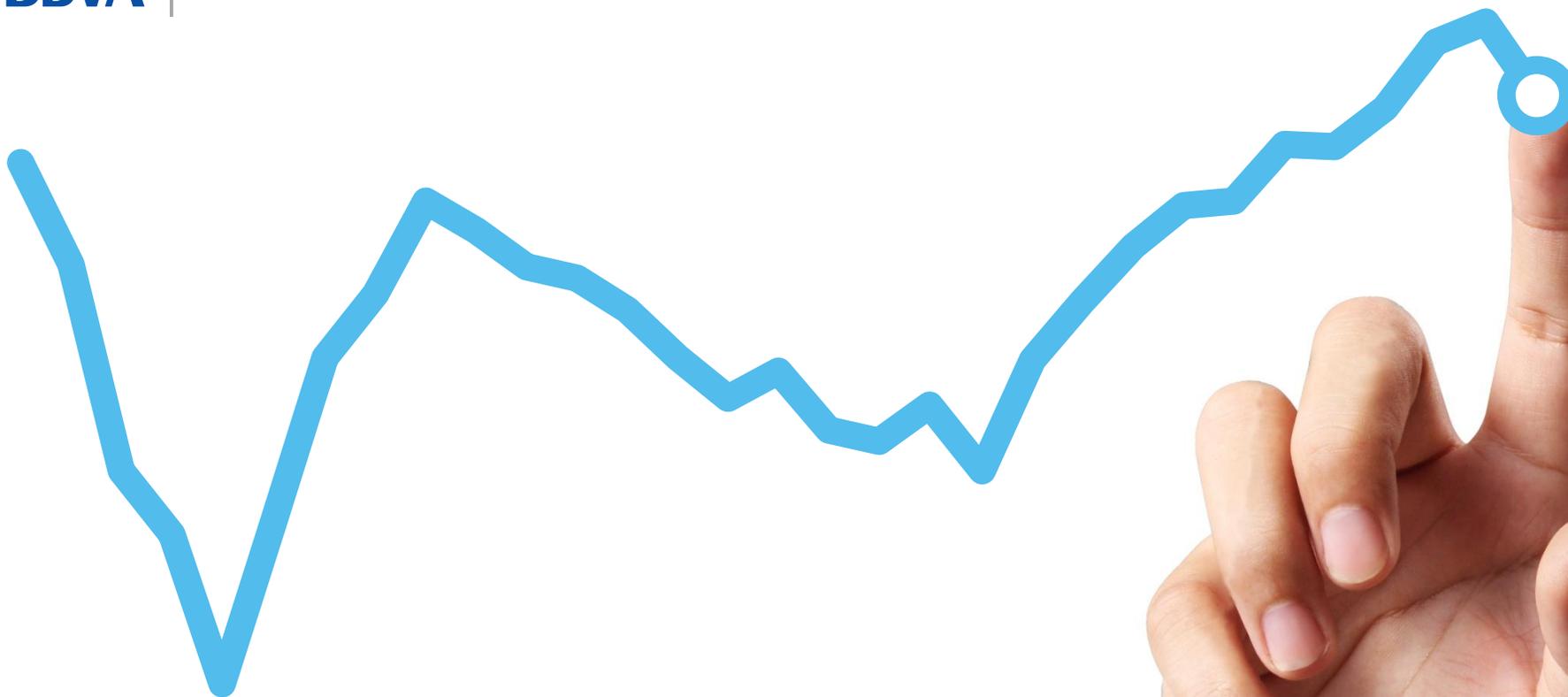


Últimos datos disponibles: Perú, México, India, China, Chile, Brasil, Bolivia y Argentina (2011), Japón (2009) y USA (2008).

**Calidad de infraestructura en carreteras**  
(Posición)



1 = Extremadamente subdesarrollado, 7 = Extensa y eficiente para estándares internacionales



# Anexos



# Anexo 1: Ranking de autos ligeros

## Ligeros: participación de autos según marca \*

En número de unidades, %

2015	Marca	Participación (% del Total) *		Crecimiento (%) 2015/2014
		2015	2014	
1	Kia	17	17	-7
2	Toyota	16	16	-7
3	Hyundai	15	16	-7
4	Chevrolet	8	10	-24
5	Nissan	8	7	12
6	Suzuky	7	6	4
7	Mazda	3	3	2
8	Volkswagen	3	2	24
9	Renault	2	3	-16
10	Subaru	2	2	-2
11	Chery	1	2	-10
12	Mitsubishi	1	1	0
13	Honda	1	1	-18
14	BMW	1	1	9
15	Great Wall	1	1	0
16	Otros	12	12	-7
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>-6</b>

Participación 50%  
Var.% -7%

### Las marcas que más crecieron



Crecimiento  
12% o 1 029  
más unidades en  
comparación  
2014



Crecimiento 4%  
o 341 más  
unidades en  
comparación  
2014



Crecimiento 2%  
o 80 más  
unidades en  
comparación  
2014

# Anexo 2: Ranking de autos de carga

## Comercial y de carga: participación de autos según marca\*

En número de unidades, %

2015	Marca	Participación (% del Total) *		Crecimiento (%)	
		2015	2014	2015/2014	
1	Toyota	20	19	-10	} Participación 40% Var.% -15
2	Hyundai	9	9	-10	
3	Mitsubishi	6	6	-14	
4	Nissan	5	7	-34	
5	Mercedes Benz	3	3	3	
6	Hino	3	3	-8	
7	Foton	3	3	2	
8	Volkswagen	3	4	-25	
9	Isuzu	3	3	-6	
10	Jac	3	3	-34	
11	Volvo	2	3	-30	
12	International	2	2	-9	
13	Changan	2	1	52	
14	Freightliner	2	1	5	
15	DFSK	2	2	3	
16	Otros	31	31	-9	
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>-11</b>	

Primer lugar en unidades vendidas

Comerciales  
2015: -7%



Camiones / Remolcador  
2015: -6%



Ómnibus  
2015: 46%



\*Enero – Noviembre 2015. El rubro de comercial y de carga está conformado por las ventas de vehículos comerciales (Pick up, microbuses, minibuses), que representan el 64%, los camiones y remolcadores representa el 31% y los Ómnibus el 5%. Del total de unidades vendidas.

# Anexo 3: Ranking de ventas de autos nuevos en departamentos (no considera Lima)

## Livianos

		Participación (%)	Variación (%)
1	Arequipa	27	-14
2	La Libertad	15	11
3	Cusco	9	-6
4	Lambayeque	8	1
5	Piura	8	-1
6	Junin	8	2
7	Ancash	5	-2
8	Tacna	5	7
9	Ica	3	36
10	Puno	3	10
11	Huánuco	2	27
12	Cajamarca	2	-5
13	San Martín	1	-9
14	Ayacucho	1	-3
15	Tumbes	1	-9
16	Ucayali	1	-19
17	Moquegua	0	-25
18	Apurímac	0	33
19	Loreto	0	-40
20	Madre de Dios	0	169

## Comerciales, Camiones y Ómnibus

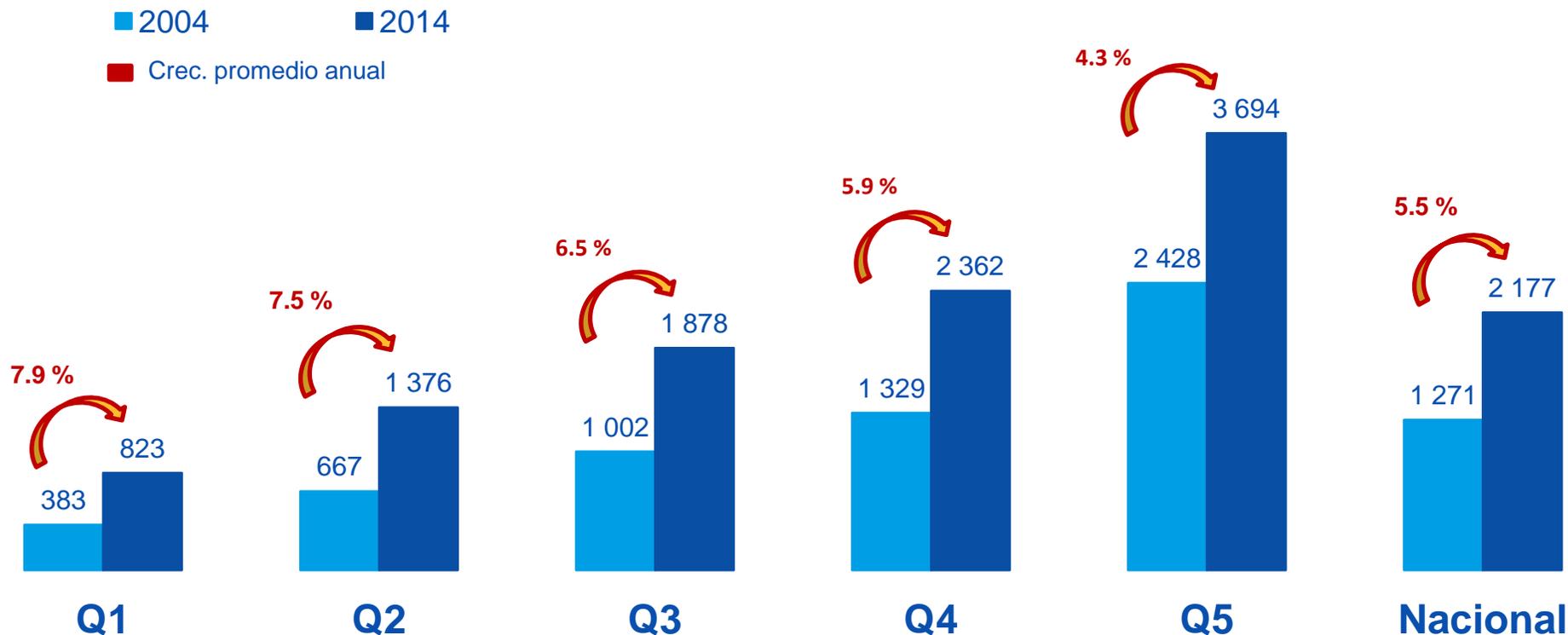
		Participación (%)	Variación (%)
1	Arequipa	28	-7
2	La Libertad	12	-13
3	Cusco	9	-1
4	Piura	9	-15
5	Lambayeque	9	-11
6	Junin	7	-16
7	Tacna	5	-15
8	Puno	5	-10
9	Ancash	4	1
10	Cajamarca	4	-23
11	Huanuco	2	2
12	Ica	2	16
13	San Martín	2	-15
14	Ayacucho	1	-17
15	Ucayali	0	-29
16	Tumbes	0	-12
17	Loreto	0	-67
18	Moquegua	0	-79
19	Madre de Dios	0	-50
20	Apurímac	0	-71
21	Amazonas	0	-100

# Anexo 4: Gasto mensual de los hogares según quintil

## Perú: Gasto mensual de los hogares según quintil

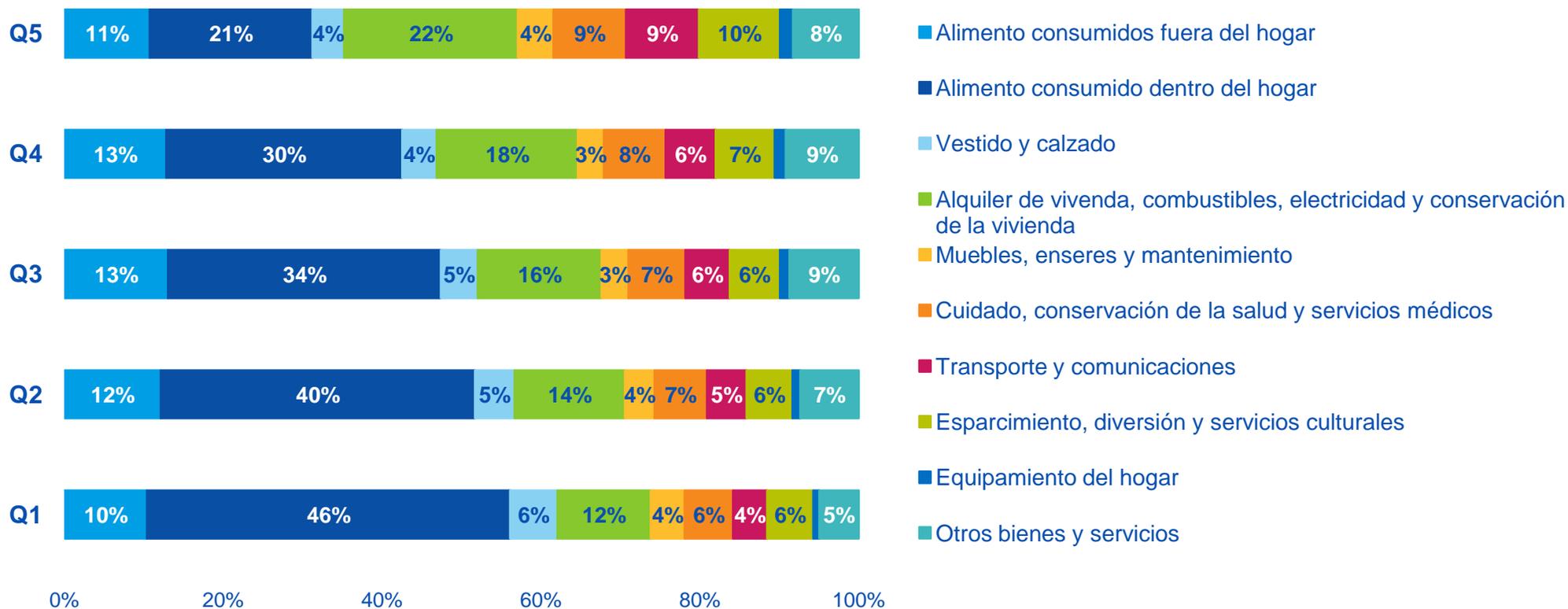
(nuevos soles)

Fuente: ENAHO – INEI y Apoyo Consultoría



\*Los quintiles más altos son los hogares que cuentan con mayores ingresos

# Anexo 5: Patrones de consumo por quintiles



\*Los quintiles más altos son los hogares que cuentan con mayores ingresos

Diciembre  
2015



Situación

# Automotriz