

Acelerando hacia el futuro: los desafíos del vehículo eléctrico en el Perú

Andrea Santillán

Senior Research Director
de Marketing Strategy and
Understanding- Ipsos Perú



Acelerando hacia el futuro: los desafíos del vehículo eléctrico en el Perú

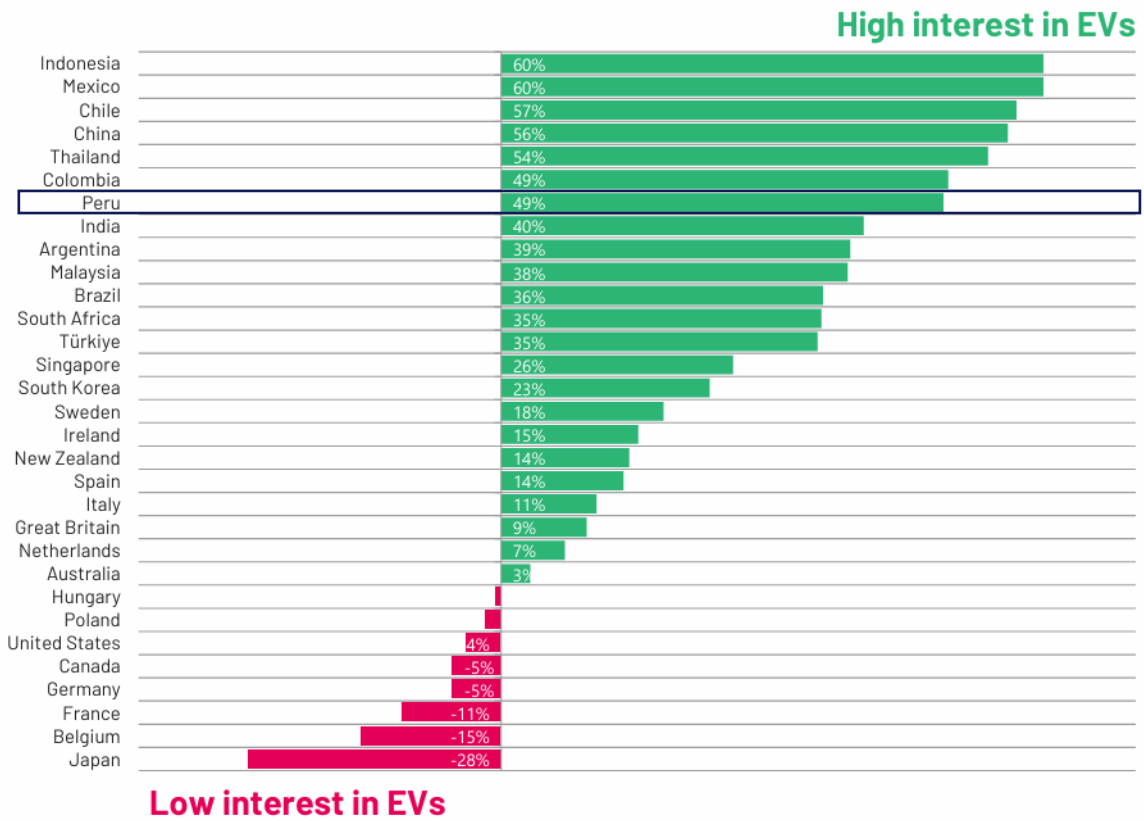
Andrea Santillán

Senior Research Director de MSU - Ipsos Perú

Mail: Andrea.Santillan@ipsos.com

La industria automotriz atraviesa uno de los periodos más transformadores de su historia a nivel global, impulsado por la electrificación y automatización de los vehículos, donde marcas tradicionales y nuevas del mercado asiático se disputan el dominio. A esto se suman políticas públicas que proponen reducir las emisiones de CO2 que impactan directamente en el medio ambiente.

En este contexto, el consumidor peruano muestra una actitud positiva frente a los cambios. El "Ipsos Mobility Report 2026", realizado en 31 países de manera online, revela que los peruanos conectados considerarían atractivo conducir un vehículo eléctrico, una cifra que nos posiciona como uno de los mercados con mayor entusiasmo de la región, muy por encima del escepticismo de Europa y Norteamérica.



¿Qué tan de acuerdo está con las siguientes afirmaciones con respecto a los automóviles eléctricos con baterías? Conducir un automóvil eléctrico/ ... Me parece atractivo

Pero, ¿este interés se está traduciendo en compras reales? ¿O es solo un deseo lejano?

Según el informe de la Asociación Automotriz del Perú (AAP), basado en datos de SUNARP, el entusiasmo no es solo una percepción. Durante el primer trimestre de 2026, la venta de vehículos electrificados en el país creció un 77.3% en comparación con el mismo periodo del año anterior, sumando 3,627 unidades. Para ponerlo en perspectiva, como señaló Alberto Morisaki, gerente de Estudios Económicos y Estadísticas de la AAP, "el volumen comercializado solo en los primeros tres meses del 2026 ya superó todo lo vendido en 2022".

Sin embargo, a pesar de este dinamismo, la AAP advierte que la penetración de estas tecnologías en Perú apenas alcanzó el 5% de las ventas totales de vehículos a febrero de 2026, situándonos todavía lejos de los líderes regionales como Colombia (36%) o Ecuador (24%).

Un estudio realizado por Inchcape e Ipsos sobre los consumidores de América Latina y su disposición a adoptar vehículos híbridos o eléctricos, reveló que, si bien el Perú tiene una percepción favorable hacia este tipo de movilidad, la intención efectiva de compra de un vehículo eléctrico o híbrido todavía es del 30%, por lo que se debe seguir trabajando en los desafíos para aumentarla.

¿Qué frena una adopción más masiva? El principal obstáculo sigue siendo el precio. A esto se suma la percepción de riesgo sobre el costo de las baterías o el valor de reventa, la infraestructura disponible y la ausencia de incentivos económicos a gran escala (subsidios, exoneraciones tributarias) que sí han sido determinantes en otros mercados.

Oscar Chero, gerente ejecutivo de la División de Movilidad y Asuntos Corporativos de Toyota Perú indica que “no existe una única solución que funcione para todos los mercados. La estrategia de múltiples opciones tecnológicas parte de reconocer que cada país tiene una realidad energética, económica, e infraestructura distinta. En el Perú, avanzar implica combinar tecnologías viables hoy, como los híbridos o el GNV, con soluciones en toda la cadena de valor —financiamiento, posventa y nuevos modelos de uso— que permitan que más personas accedan a estas tecnologías.”

El potencial de crecimiento es grande al tener un consumidor mentalmente preparado y entusiasmado por el futuro de la movilidad, y un mercado que crece, pero que aún lucha por despegar en volumen.

Para ello es clave monitorear de cerca y comprender cómo evoluciona el proceso de adopción del consumidor peruano hacia vehículos eléctricos. Como bien menciona Laura Viegas, directora de Comunicaciones y Sostenibilidad de Inchcape Américas, “la transición hacia la movilidad sostenible no se trata solo de tecnología, se trata de personas. Al escuchar a los consumidores y comprender sus expectativas, preocupaciones y motivaciones, podemos habilitar soluciones que respondan tanto a los objetivos globales de sostenibilidad como a las necesidades de movilidad de los consumidores”.

Fuentes:

1. Ipsos (2026) "Mobility Monitor 2026". Estudio realizado entre población conectada en 31 países
2. Asociación Automotriz del Perú (2026) <https://aap.org.pe/prensa/electromovilidad%20AAP%20trimestre%202026%20ventas%20sunarp>
3. Peru21 (2026) <https://peru21.pe/economia/los-vehiculos-hibridos-electricos-autorrecargables-son-una-alternativa-eficiente/>
4. Automundo (2025) <https://automundo.pe/2025/09/08/3-de-cada-10-peruanos-tienen-intencion-de-comprar-un-vehiculo-de-nuevas-energias/>