

Electromovilidad: los retos pendientes

El mercado peruano de los vehículos eléctricos aún enfrenta barreras como el precio, la infraestructura de carga y la necesidad de una normativa actualizada que permita acelerar su masificación.

POR **Fernando Olivera Ch.**

El mercado peruano de vehículos electrificados registró en el 2025 su mayor nivel de ventas hasta la fecha. Según datos de la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP), se colocaron 10.239 unidades, 54.1% más que las 6.646 registradas el 2024, lo que constituye una cifra récord para el segmento. De ese total, 780 corresponden a eléctricos puros (BEV), 534 a híbridos enchufables (PHEV), 4.589 a híbridos convencionales (HEV) y 4.336 a microhíbridos (MHEV).

Esta expansión, sin embargo, aún es limitada, ya que representa el 5% de las ventas totales de vehículos, a pesar de los inmensos beneficios que ofrece esta tecnología en términos de calidad ambiental. Si bien todas las categorías señaladas contribuyen a la reducción de emisiones nocivas, en el caso de los BEV esta es del 100%, ya que no cuentan con motor de combustión interna, por lo tanto no queman gasolina ni diésel y no generan gases de escape ni emiten dióxido de carbono, óxidos de nitrógeno ni material particulado.

Estas ventajas resultan especialmente valiosas en Lima, una ciudad afectada por altos niveles de contaminación atmosférica. Además, el gasto operativo en energía puede ser hasta 80% menor en comparación con los vehículos de combustión. Así lo señala Ellioth Tarazona, gerente de Asuntos Técnicos Regulatorios y de Sostenibilidad de la Asociación Automotriz del Perú (AAP).

DESAFÍOS

El ejecutivo enfatiza que impulsar la electromovilidad de manera adecuada implica trabajar en varios frentes. Se necesita, por ejemplo, una hoja de ruta que establezca metas claras en el tiempo, así como adecuar las normas a esta nueva tecnología. “¿Qué pasa cuando un vehículo eléctrico va a una planta de inspección técnica? El procedimiento establece que se le debe medir los gases de escape, lo cual es un absurdo, porque no genera emisiones”.

Por otro lado, las unidades eléctricas puras y enchufables que circulan en el Perú requieren estaciones de carga o electrolineras. Si se busca impulsar

+
87.000

vehículos electrificados se comercializaron en Colombia en el 2025 (volumen que supera en más de ocho veces lo vendido en el Perú), es decir, 35 de cada 100 unidades vendidas incorporaron tecnologías electrificadas.

Fuente:
Asociación Nacional de Movilidad Sostenible (ANDEMOS)



CERO EMISIONES

El Estado peruano se ha propuesto que, hacia el 2040, todos los vehículos nuevos, medianos y pesados destinados al transporte público y de carga que se incorporen al sistema sean de cero emisiones.

la electromovilidad, se requiere implementar infraestructura para que la carga sea posible en 20 o 30 minutos. Como en otros países, los cargadores pueden ubicarse en centros comerciales, edificios nuevos y estacionamientos públicos.

INCENTIVOS TRIBUTARIOS

Por ahora, Tarazona considera que el eje más importante son los incentivos tributarios. “En 2021 planteamos propuestas vinculadas al IGV, al impuesto al patrimonio vehicular y al impuesto a la renta, entre otras”. “Finalmente, nos hemos quedado con una sola: la reducción



IMPULSO

1 BARRERA DE ENTRADA

En los vehículos 100% eléctricos, el precio es una barrera de entrada, pues el costo inicial es mayor frente a modelos equivalentes que funcionan con motor de combustión, aunque su uso cueste menos.

2 FINANCIAMIENTO

Javier Mosqueira, director del Centro de Innovación y Desarrollo Empresarial (CINDE) de la Universidad Antonio Ruiz de Montoya (UARM), señala que, además de incentivos tributarios, se requiere habilitar el financiamiento verde masivo, con “créditos con menor tasa, mayor plazo y garantía parcial (COFIDE/ banca) para BEV y cargadores domiciliarios”.

3 OPCIONES

El leasing y el renting con beneficios serían estrategias adecuadas para hogares de ingresos medios y pymes.

temporal del IGV para la venta de vehículos eléctricos, cargadores y baterías. Esto ha resultado muy bien en países como Colombia, donde en un mes se venden más vehículos eléctricos que en el Perú en un año”, detalla Tarazona, en referencia al Plan Nacional de Electromovilidad que impulsa la AAP desde hace varios años.

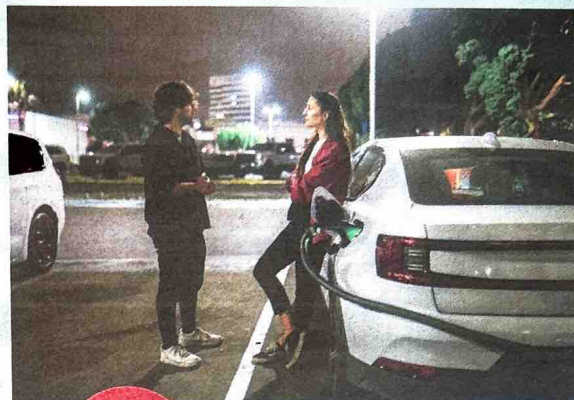
MÁS ALLÁ DE LA VENTA

Acelerar el avance de la electromovilidad supone cambios en las empresas, como diseñar estrategias integrales y fortalecer los procesos de comercialización y posventa. Además, se requiere educación para que los usuarios comprendan el funcionamiento de las diferentes tecnologías electrificadas y sus beneficios.

“Conocer cómo funcionan las tecnologías electrificadas, sus costos reales de operación y mantenimiento, y sus beneficios a lo largo plazo permite a los usuarios tomar mejores decisiones. Durante el 2025, en Toyota del Perú hemos creado espacios de educación y sensibilización en ocho regiones del país, alcanzando a más de 2.000 estudiantes y funcionarios públicos, con el objetivo de acercar la electromovilidad a las distintas realidades y descentralizar el conocimiento técnico”, expresa Stephanie Guerra, especialista de Asuntos Corporativos & ESG de Toyota del Perú S.A.

ADAPTABILIDAD

Para que la electromovilidad crezca, no basta con promover la opción más avanzada (como los vehículos 100% eléctricos), sino que es necesario promover alternativas acordes con las condiciones actuales del país. Por ejemplo, “los vehículos híbridos eléctricos autorrecargables



AVANCES EN LA REGIÓN

América Latina y el Caribe han registrado el avance más moderado en materia de transición energética durante la última década, según informa el Foro Económico Mundial. No obstante, Brasil y Chile figuran entre los 20 países con mejor desempeño en el índice del 2024, mientras que Costa Rica y Colombia también ocupan posiciones favorables.

(HEV) se han consolidado como una puerta de entrada, ya que permiten reducir el consumo de combustible y las emisiones sin depender de infraestructura de carga externa, lo que disminuye las barreras de adopción y los costos asociados”, explica la experta.

En el 2025, esta marca vendió más de 3.500 vehículos electrificados en el Perú y alcanzó cerca del 33% de participación de mercado, lo que refleja la creciente adopción de estas tecnologías.

El desafío de la electromovilidad ya no es demostrar sus beneficios, sino crear las condiciones para que más peruanos puedan acceder a esta tecnología. ■

