



PREVIEW EJECUTIVO

CÓMO DECIDE HOY EL COMPRADOR DE AUTOS EN LIMA METROPOLITANA

Decisión de compra, financiamiento y dinámica postventa

Informe Ejecutivo de Investigación de Mercado - Edición 2026

©IMA GO! - Todos los derechos reservados



Contexto: El mercado automotor peruano atraviesa uno de los periodos de mayor expansión de los últimos años.

EL MERCADO AUTOMOTOR YA NO SE EXPLICA POR MARCA. SE EXPLICA POR ACCESIBILIDAD.



SUV domina

+50% del mercado. Redefine la categoría.

Marcas chinas

Mayor dinamismo de crecimiento en el mercado, con casos que superan el 100% anual.

Con 4 marcas en Top 10 de ventas.

Acceso

Mayor oferta, financiamiento y menores barreras de entrada están ampliando el mercado y redefiniendo la competencia.

+33.6% crecimiento del mercado (AAP, Q1 2026)

LA MARCA YA NO DEFINE SOLA LA DECISIÓN

Incluso eliminando la barrera económica, Toyota, Kia y Hyundai siguen liderando la preferencia del comprador urbano.

El comprador **amplió su universo aceptable de marcas**.

La funcionalidad y el acceso pesan más que el lujo tradicional.

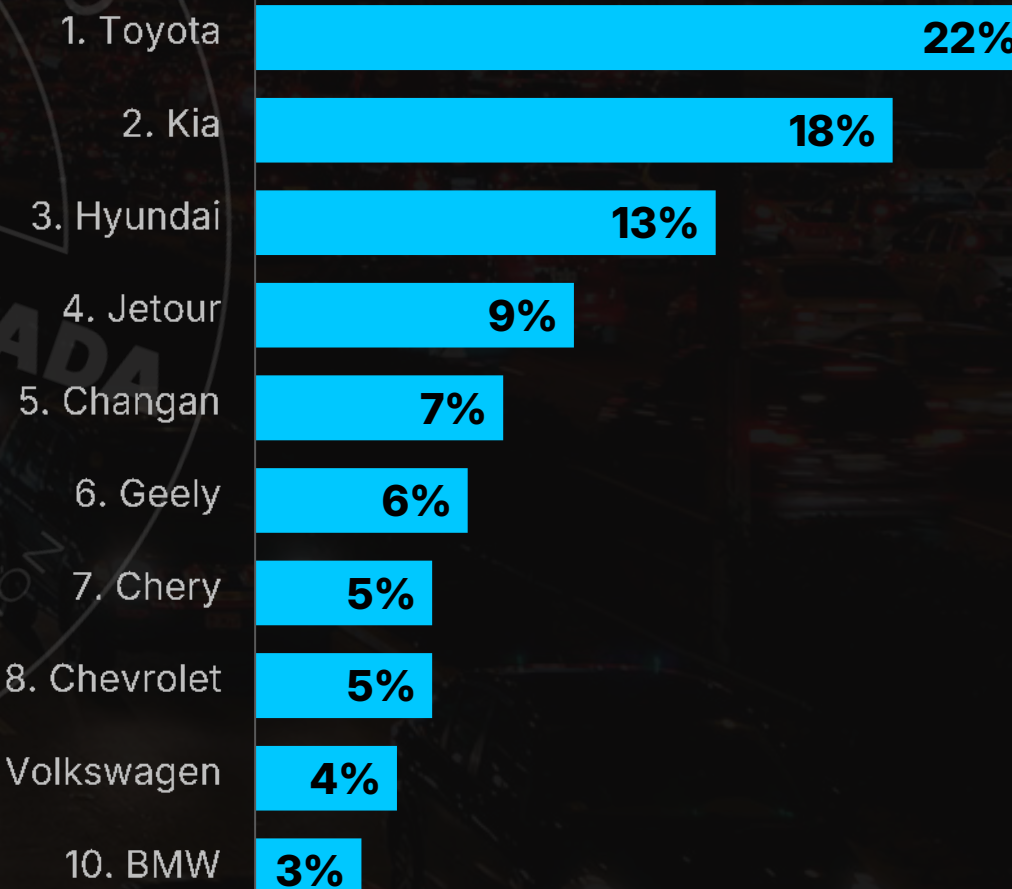
Las marcas chinas ya entraron en la conversación aspiracional.

La decisión no se define solo por marca.
Se define por conveniencia, acceso y valor percibido.

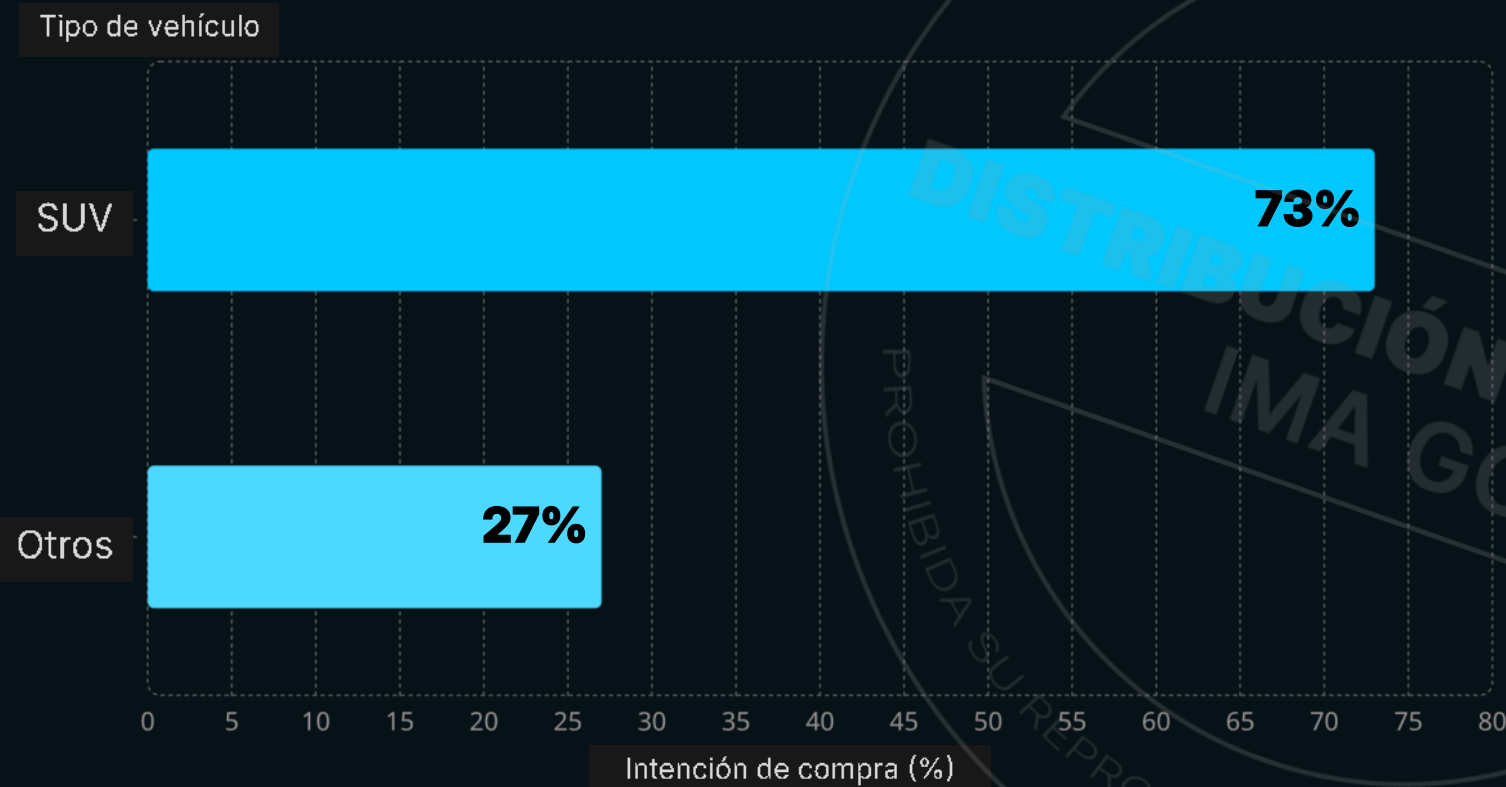
LAS MARCAS QUE HOY ESTÁN GANANDO PREFERENCIA EN LIMA METROPOLITANA

↑ TOP 10 DE MARCAS QUE EL COMPRADOR ELEGIRÍA COMO AUTO IDEAL PARA ÉL O SU FAMILIA

Si tuviese ahora mismo el dinero o crédito para comprar su auto ideal



EL CLIENTE YA LLEGA CON LA DECISIÓN TOMADA SOBRE EL TIPO DE VEHÍCULO



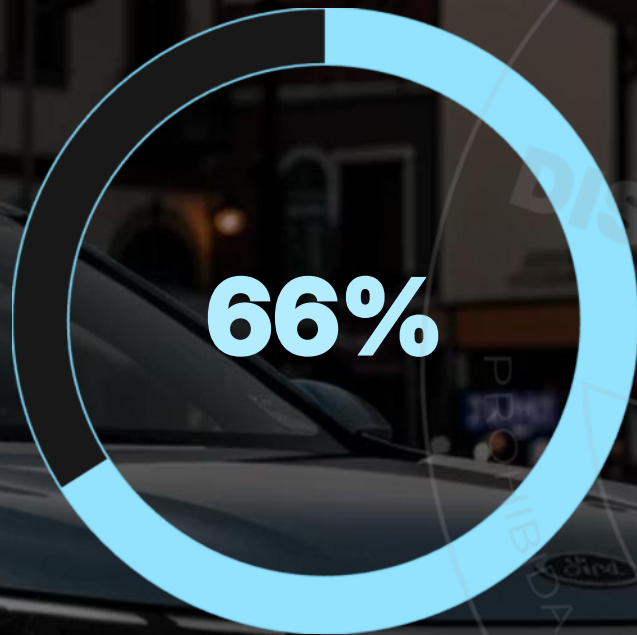
La categoría es una condición de entrada.

73% migraría a SUV.

El cliente no decide en el punto de venta.

68% no consideró otro tipo de vehículo antes de comprar.

LA CUOTA MENSUAL HACE QUE AUTOS DE DISTINTO PRECIO COMPITAN



compraría su nuevo auto a crédito

La cuota mensual pesaría más que el precio total en la comparación entre opciones.

Autos de distinto precio total compiten si entran en el mismo rango de cuota.

El financiamiento no es coyuntural: se mantiene como la manera de decidir para la siguiente compra.

POSTVENTA: EL MANTENIMIENTO OCURRE FUERA DEL CONCESIONARIO

El mecánico de confianza domina la relación

Decide qué repuesto se instala.

56% realiza mantenimiento de sus vehículos fuera del concesionario.

Alta frecuencia de mantenimiento

El 31% lleva su auto al taller cada 2 meses y 30% cada 6 meses

Esto ocurre incluso en autos recientes (1 a 5 años de antigüedad)



El problema no es perder la postventa (como siempre). **Es dejar de defenderla.**

Hoy puedes vender más... y perder el control de la experiencia de tu cliente.

La compra se ha democratizado: el cliente obtiene más por el mismo precio.

Cada vez más decisiones de postventa estarían ocurriendo fuera del ecosistema de la marca.

Y ESO DEBILITA EL NEGOCIO.

¿Quieres profundizar en los hallazgos?

Los datos generan información. La ventaja está en saber interpretarlos.

INFORME COMPLETO



ACCEDE AL INFORME COMPLETO

- ✓ Versión extendida
- ✓ Insights integrados

Solicítalo por Whatsapp +51 987934633 →

O escríbenos a masqueinvestigacion@ima-go.pe

CONVERSACIÓN ESTRATÉGICA



Agenda una conversación estratégica con IMA GO!

- ✓ Lectura estratégica de los hallazgos
- ✓ Implicancias para tu negocio
- ✓ Espacio para preguntas y discusión

Solicitar reunión →

Revisaremos los principales hallazgos y conversaremos sobre sus implicancias para tu categoría y tu negocio.

INFORME EJECUTIVO

PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN SIN AUTORIZACIÓN

DISTRIBUCIÓN LIMITADA

IMAGO!

imgo!