



Lima, 10 de abril 2017

Señores.

**SUPERINTENDENCIA DEL MERCADO DE VALORES**

Lima.-

Ref. "Hechos de Importancia"

Atención: Registro Público de Valores e Intermediarios

**FABRICA NACIONAL DE ACUMULADORES ETNA S.A** de conformidad con lo dispuesto por el artículo 28° del D. Leg. 861, Ley de Mercado de Valores y el artículo 16° de la Resolución CONASEV N° 107-2002-EF/94 -10, informa lo siguiente:

Que el día de hoy, 10 de Abril del 2017, ha sido publicada en el diario El Comercio en el suplemento Día 1 (pág. 24), declaraciones de nuestro Gerente de Marketing Sr. Raul Salvatierra.

Sin otro particular, quedamos de ustedes.

Atentamente,

  
Claudia Tello Rojas

Representante Bursátil



Tan positivo ha sido el inicio del 2017 que en la Asociación Automotriz del Perú (AAP) esperan que la venta de autos nuevos crezca 10% este año, sobre el 2016.

# SE ACELERAN LAS VENTAS

## Reactivación a la vista

**Expectativa.** El mercado automotor tuvo un buen inicio de año y el optimismo reina en el sector.

Los representantes de automóviles en el país empezaron el año con mayores ventas y entre enero y febrero el mercado creció un 4,5%, según datos de la Asociación Automotriz del Perú (AAP). Al fin una buena tasa de crecimiento, luego de dos años de caídas.

Los sedanes (categoría de vehículos ligeros) han sido los que más crecieron con 11,8%; así continúan liderando el ranking de los más vendidos con un 40% del total del mercado, seguidos de la SUV: 33%, y los hatchbacks: 18%.

Diego Mantilla, jefe de Marketing de Hyundai Perú, tiene motivos especiales para celebrar tras el primer trimestre. "Estamos sumamente contentos por ser la marca de vehículos más vendida en lo que va del 2017", dice Mantilla y destaca el comportamiento de los sedanes Accent, Elantra y Grand i10; y el de las hatchback y SUV.

En Suzuki también están contentos. "El 2016 fue bastante complicado, pero este año ha empezado superando nuestras expectativas. Nuestras ventas han crecido un 9% frente al primer trimestre del

2016", afirma Verónica Pardo, gerenta de Suzuki, con amplia presencia entre los citycar (con Celerio) y en el segmento de SUV (con Vitara).

**PERSPECTIVAS**

Ante este buen inicio del año, las perspectivas para el 2017, que eran moderadas, han empezado a despejar, y en la AAP ya se habla de la posibilidad de crecer hasta un 10% en ventas de autos nuevos.

Sin embargo, existe conciencia de que el panorama todavía no es del todo claro. La crisis de El Niño costero ordena prudencia.

"En Maquinarias estamos reevaluando nuestras proyecciones, debido a los últimos acontecimientos que ha sufrido nuestro país", señala, por ejemplo, Carlos Rubio, gerente de Marketing de Renault, que tiene a la SUV Duster como buque insignia.

Las ventas de Nissan, la otra marca de Maquinarias, crecieron 4% en el primer bimestre, revela a su turno Armando Chang, gerente de Marketing de Nissan. La marca japonesa tuvo el Versa como su modelo más vendido entre enero y febrero.



Los sedanes son los tipos de vehículos más vendidos. El 40% del total de nuevos vendidos es sedán.

**MARCAS CHINAS**

En el segmento de marcas chinas, las cosas también están aceleradas. José Luis Vásquez, gerente de Nuevos Negocios de Incheape Latam Perú (que adquirió Indumotora a finales del año pasado), resalta que el año empezó con muy buenos resultados para sus marcas.

"En este primer trimestre estamos creciendo un 20% con respecto al último trimestre del 2016. Nos lo nosotros, vemos que la penetración de las marcas chinas en el mercado peruano cada vez toma mayor protagonismo", afirma. En efecto, las marcas chinas se vienen posicionando ya no solo entre los citycar y algunos sedanes, sino que han incrementado su presencia con las SUV, siempre

teniendo como arma un precio atractivo.

En el caso de Incheape, la marca BYD tiene al sedán F3 como el modelo de más ventas, mientras que la marca DFSK gana mercado con sus minivan C37, K07 y Glory.

**REPUESTOS**

Junto al crecimiento del parque automotor, un sector en despegue es el de los repuestos, razón por la cual la inversión en talleres y depósitos

que realizan las propias automotrices es cada vez mayor.

Igualmente, repuestos complementarios también experimentan un despegue. Citando un análisis propio del mercado de vehículos del país, Raúl Salvatierra, gerente de marketing de Baterías Etna, señala que las ventas en su rubro crecieron 10% el año pasado, alcanzando un total de 1,4 millones de unidades.

El estudio también revela algunas tendencias importantes en el mercado automotor, como un incremento de la oferta de vehículos full equipo y el uso intensivo de computadoras y otros elementos digitales, como los sistemas 'Start Stop', de encendido y apagado automático.

**En autos de alta gama**  
**Crecimiento de lujo**

En el segmento de autos de lujo, las ventas sorprendieron gratamente y se elevaron un 33% respecto del año pasado, según indica Mario Sarco Saetone, gerente comercial de BMW Perú. "En nuestro caso, hemos representado el 45% del total de ventas de la categoría. La Serie 1, X1, Serie 3 y X3 han representado el 80% de las ventas en lo que va del año", detalla Sarco. En BMW apuntan ahora a superar las ventas record alcanzadas en el 2016.

En Porsche también son optimistas. "El mayor porcentaje de ventas se concentra en nuestras dos SUV: Macan y Cayenne. Hasta febrero el modelo que lideraba las ventas es el Cayenne, pero el Macan le sigue los pasos", señalaron.

**1.401**  
unidades de la Hilux se vendieron en el primer bimestre, según datos de la AAP.

Fue el pedido más vendido del período.

GETTYIMAGES