

Respecto a las topadoras, 153 unidades fueron importadas durante el 2015 y 343 en el 2014, evidenciándose un notorio descenso del orden de -55.39%. Finalmente las cifras de importación de tractores mostraron un descenso, pasando de 2,413 en 2014 a 1,751 en 2015 (-27.43%, 662 unidades menos).

**CAMIONES Y TRACTO CAMIONES**

En lo referente a la adquisición de buses y camiones, máquinas imprescindibles para la construcción, las cifras de la APP indicaron que durante todo el 2015 se trajeron un total de 9,902 camiones, lo que significa un retroceso del 23.8% respecto al 2014 en que se importaron 12,955 unidades. Los meses con mayor número de importaciones fueron marzo (929 unidades), septiembre (923) y mayo (855).

Por marcas de camiones destacaron Hino (1,511 unidades), Isuzu (1,158), Mitsubishi (1,043), Hyundai (1,006), Volvo (682), JAC (583),

Mercedes Benz (511), Foton (480), Dongfeng (466), Forland (242), Scania (218), JMC (216), Volkswagen (187), Internacional (185), Iveco (145) y Sinotruk (140).

Otras marcas destacadas fueron Freightliner, Jinbei, Beijing Automobile Works, FAW, T-King, Shacman, Yuejin, CNJ, CAMC, Shifeng, Lishen, Sitom y XCMG.

Los modelos de camión nuevos más importados fueron el Hyundai

HD65 (676 unidades), Mitsubishi Canter Euro 3-5 Tn (515 unidades), Hino Dutro (501 unidades), Foton Aumark (379), Isuzu NPR75L-KL-5VAYN (295), Hino FC DSL (269), Volvo FMX 6X4R (251), Hyundai HD78 (233), Mitsubishi Canter 4x3 3 Tn (219) y el Isuzu FVR34UL-QDPES (195).

En el rubro de tractocamiones, durante el 2015 se importaron 2,999 máquinas, lo que significa



El Hyundai HD65 fue el modelo de camión más importado.



**Tabla N° 3: Inmatriculación de vehículos pesados**

Clase	ene 15	feb 15	mar 15	abr 15	may 15	jun 15	jul 15	ago 15	set 15	oct 15	nov 15	dic 15	% Participación Dic-15*	Acumulado ene-dic 2015*	% Part Acum ene-dic 2015	dic-14	% Var DIC*	Acumulado ene-dic 2014	% Var Acum
Camiones	821	723	929	845	855	834	713	848	923	810	823	778	66.3%	9,902	63.7%	804	-3.2%	12,955	-23.6%
Tractocamiones	285	190	211	217	204	307	180	238	306	278	377	206	17.5%	2,999	19.3%	151	36.4%	3,124	-4.0%
minibus, omnibus	205	213	233	201	228	225	233	234	271	207	199	190	16.2%	2,639	17.0%	184	3.3%	3,145	-16.1%
Total general	1,311	1,126	1,373	1,263	1,287	1,366	1,126	1,320	1,500	1,295	1,399	1,174	100.0%	15,540	100.0%	1,139	3.1%	19,224	-19.2%

Fuente: Aduanas - AAP.

**Utilidad neta de Ferreycorp creció 75% en 2015**

La corporación Ferreycorp obtuvo una utilidad neta de S/ 161 millones en el año 2015, superior en 75% al resultado alcanzado en 2014 (S/ 92 millones), en línea con su evolución favorable en los últimos trimestres. Las empresas de la corporación alcanzaron ventas de S/ 5,333 millones en el año, 9% mayores a las del 2014 (S/ 4,878 millones), impulsadas especialmente por las entregas de máquinas a la gran minería, en atención a pedidos de compañías mineras en etapa de expansión. Las entregas respondieron a órdenes de compra recibidas en 2014, en gran medida, así como a nuevas compras cerradas en el 2015. La marca Caterpillar obtuvo una participación de mercado superior

al 80% en camiones mineros y de más de 70% en cargadores de bajo perfil para la minería subterránea. Asimismo, se mantuvo un alto volumen de ventas en el sector construcción: a pesar de una reducción del mercado que viene presentándose durante dos años consecutivos, la marca de bandera de la corporación, Caterpillar, reafirmó su liderazgo e incluso elevó su participación de mercado. Los equipos Caterpillar alcanzaron en el 2015 una participación cercana al 70% en la construcción pesada y ligera, uno de los niveles más altos obtenidos en los últimos años.

En el marco de la estrategia de diversificación y crecimiento de la corporación, las

operaciones de Ferreycorp fuera del Perú alcanzaron un porcentaje de 12% del total de las ventas consolidadas en el año 2015. Mariela García de Fabbri, gerente general de Ferreycorp, informó que la línea de repuestos y servicios incrementó su participación en los negocios de la corporación, llegando a un 41% del total de las ventas en el 2015. A su vez, esta línea creció 14% frente al ejercicio previo. “Como parte de nuestra estrategia, aportamos a los clientes un soporte postventa de alto nivel durante la vida útil de sus equipos, que integran una importante población de maquinaria en los países donde operamos”, sostuvo.

Fuente: UNICON.