

MEMORIA ANUAL 2022



# CRECIMIENTO CONTINUO Y TRANSFORMACIÓN

**maf**  
Innovación  
Financiera

# DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

El presente documento contiene información veraz y suficiente del negocio de Mitsui Auto Finance Perú S.A. correspondiente al ejercicio 2022.

Sin perjuicio de la responsabilidad que compete a la empresa, los firmantes se hacen responsables por su contenido conforme a los dispositivos legales aplicables.

**Yasushi Imai**

Director Gerente General (CEO)

Marzo 2023



## ÍNDICE

PERFIL CORPORATIVO PÁG. 04

---

ENTORNO MACROECONÓMICO PÁG. 16

---

PERÚ: MERCADO AUTOMOTRIZ PÁG. 19

---

DESEMPEÑO OPERATIVO 2022 PÁG. 26

---

RESULTADOS FINANCIEROS 2022 PÁG. 34

---

PLAN 2023 Y FUTURO PÁG. 40

---

MEMORIA ANUAL 2022



1

PERFIL  
CORPORATIVO

## MAF EN DATOS

Somos parte de la Unidad de Negocio de Movilidad I, una de las 16 unidades de negocio de Mitsui & Co.

MAF es una empresa financiera [CIU 65994], autorizada por la SBS a plazo indeterminado de duración, inscrita en la partida 11033345 de los Registros Públicos, Oficina Registral de Lima y Callao, especializada en financiamiento automotriz.



**Nombre:** Mitsui Auto Finance Perú S.A.



**Fundación:** Abril 1998.



**Accionistas y Grupo Económico:** 100% Mitsui & Co., Ltd. a través de Mitsui Auto Finance Chile Ltda. (99.999%) y Mitsui Automotriz S. A. (0.001%).



**Capital Social:** S/ 156 747 778 (US\$ 39 millones) distribuidos en 156 747 acciones de una sola clase, totalmente suscrito y pagado. \*



**Patrimonio:** S/ 315 874 704 (US\$ 83 millones) a Diciembre 2022. \*



**Empleo:** 261 (245 en planilla + otras modalidades de trabajo) a Diciembre 2022.

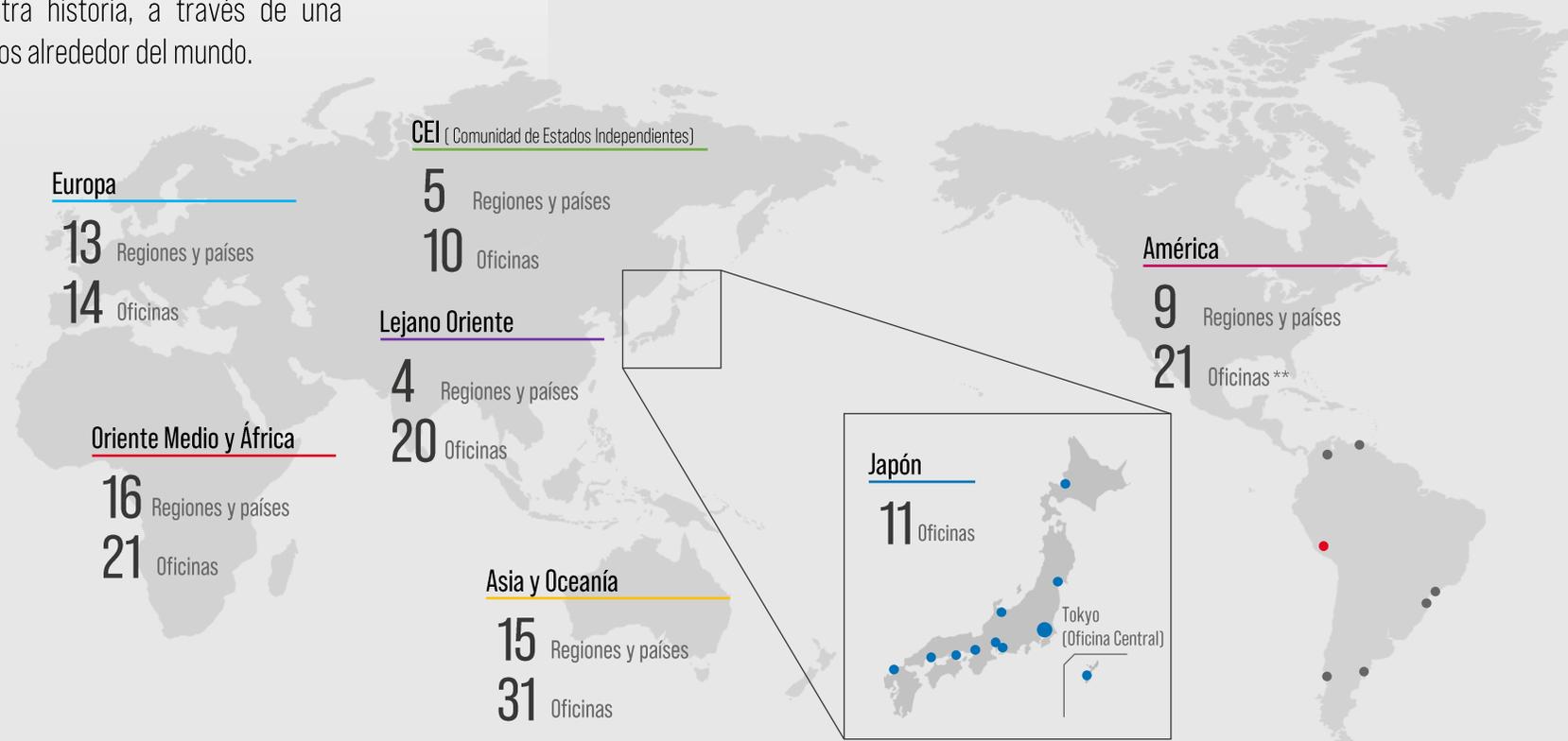
# LA RED GLOBAL DE MITSUI & CO.

Trabajamos para **construir futuros más brillantes**, utilizando para ello las redes que hemos desarrollado a lo largo de nuestra historia, a través de una diversidad de negocios alrededor del mundo.

UBICACIONES DE OFICINAS\*

**63** REGIONES Y PAÍSES

**128** OFICINAS



# MITSUI & CO. ESENCIA Y RESULTADOS

## Misión

Construir un futuro más brillante en todas partes del mundo.

## Visión

Innovadores empresariales de 360°.

## Valores

Tomar la iniciativa;  
Prosperar en diversidad;  
Crecimiento continuo;  
Actuar con integridad.



Total Activos

US\$ **114.8**  
mil millones

Total Patrimonio\*

US\$ **47.5**  
mil millones

Ingresos

US\$ **106.8**  
mil millones

Utilidad\*\*

  
US\$ **8.4**  
mil millones

Flujo de caja operativo\*\*\*

  
US\$ **9.0**  
mil millones

Número de empresas afiliadas para consolidación



**513**

Número de empleados (consolidado)



**46,811**

Cifras en base a Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF). Los montos en dólares estadounidenses representan conversiones de los montos en yenes japoneses a tasa de ¥134.00 = US\$ 1, tipo de cambio aproximado al 31 de marzo de 2023.

\*: Patrimonio total atribuible a los propietarios de la matriz; \*\*: Beneficio del año atribuible a los propietarios de la matriz; \*\*\*: Flujo de caja operativo = "Flujos de efectivo de las actividades operativas" - "Cambios en el capital de trabajo".

# NUESTRA HISTORIA

## Fase I: Parte de MASA\*

1998

Se estableció **Mitsui-MASA Leasing S.A. (MML)** con licencia de arrendamiento financiero autorizada por la SBS.

**Mitsui Auto Finance Chile (MAFC)** compró el 100% de las acciones de MML.

2009

En el mes de diciembre se obtuvo la licencia de financiera y cambió su nombre a **Mitsui Auto Finance Perú S.A.** Inició operaciones en enero del 2011.

## Fase II: Financiera Regulada

2010

Bajo nueva gerencia se inició la etapa de transformación y mejoras en gobernabilidad, nuevo plan estratégico a mediano y largo plazo, cambios en la estructura directiva y ejecutiva.

2019

- Fortalecimiento de la alianza con Toyota y lanzamiento de Canal Digital MAF.
- Récord histórico de colocación de créditos vehiculares.
- Diversificación de productos (maquinarias y préstamos corporativos).

2020

- Nuevo récord histórico de colocación de créditos vehiculares.
- Lanzamiento del producto préstamo personal.
- Lanzamiento de Mi Portal Web MAF.
- Tres años consecutivos de récord de utilidad.

2021

- Presentación y difusión de nueva identidad corporativa (Misión, Visión y Valores).
- Inicio del Proyecto Mudanza, nuevas oficinas corporativas.
- Lanzamiento del producto préstamo agrícola.
- Penetración de Seguro Toyota mayor al 50%.
- Mejora e implementación de canales digitales (Toyota y otros).

## Fase Actual: Financiera Consolidada

2022

## Crecimiento Continuo y Transformación MAF

## LIMA METROPOLITANA



## SUCURSALES

### MITSUI

Molina 1

Miraflores

Molina 2 (Lexus)

Canadá

Santa Anita

### AUTOESPAR

Fiori

Plaza Norte

Comas

San Luis

Puente Piedra

### GAMAN AUTOS

Chorrillos

Mall del Sur

### Grupo Pana

Surco

San Miguel

Surquillo



## PROVINCIAS

## SUCURSALES

### AUTOESPAR

Ica

### AUTOMÓVILES S.A. CONCESIONARIO TOYOTA AUTORIZADO

Huancayo

### Autonort

Trujillo Salón

Mall Trujillo

Chimbote

Huaraz

Cajamarca

Talara

Tarapoto

Jaén

Chachapoyas

### GRUPO NIPAL

Huánuco

Pucallpa

Pasco

### NORAUTOS

Piura

Lambayeque

### MANNUCCI MOTORS

Trujillo Principal

Trujillo Real P.

### CONAUTO

Juliaca

Arequipa

### CORASUR

Cusco

### MITSUI

Arequipa

### MATSURI

Tacna

# IMAGEN CORPORATIVA

Con base en un enfoque estratégico de largo plazo, este proyecto se nutre de tres grandes pilares cuyo impacto es transversal y está alineado a nuestros objetivos corporativos.



## 1 COMUNICACIÓN

### GESTIÓN DE COMUNICACIÓN

(Interna y Externa)

De Marzo 2021 a la fecha

DESDE 2021

## 2 CAMBIO CULTURAL

### MISIÓN, VISIÓN Y VALORES (MVV)

Inicio del Proyecto  
Abril 2021

Análisis de Resultados  
Enero 2022

Redefinición MVV  
Julio 2022

2021 - 2022

## 3 IDENTIDAD VISUAL

### REBRANDING

Diagnóstico de Marca  
Julio 2022

Aprobación en Directorio  
Diciembre 2022

### MUDANZA

Inicio de Obra e Implementación  
Diciembre 2022

2022

MISIÓN, VISIÓN  
Y VALORES (MVV)

## Inicio del Proyecto

Abril 2021

## Análisis de Resultados

Enero 2022

## Redefinición MVV

Julio 2022

En junio de 2022, se aprobó la nueva Misión, Visión y Valores corporativos que reflejan el compromiso de sostenibilidad de MAF con sus grupos de interés.

Este proceso se inició en abril de 2021, aplicándose encuestas de alcance interno y externo a nuestros principales grupos de interés con el objetivo de convertirlos en participantes activos de esta iniciativa liderada por nuestra Alta Gerencia.



## MISIÓN

Convertir los sueños de nuestros clientes en realidad, impulsando la inclusión financiera y nuevos negocios de “Movilidad”, contribuyendo al desarrollo sostenible del país.



## VISIÓN

Ser reconocidos como el líder financiero que desarrolla y promueve soluciones innovadoras y accesibles con alta calidad de servicio.



## VALORES

**Con Integridad**

Actuemos con sinceridad, honestidad y respeto.

**Entre Nosotros**

Colaboremos con responsabilidad, planificación y comunicación.

**Por Clientes**

Trabajemos con agilidad y de manera proactiva.

**A Stakeholders**

Aportemos al crecimiento del Grupo Mitsui & Co., socios estratégicos y la sociedad 360°.

# 3

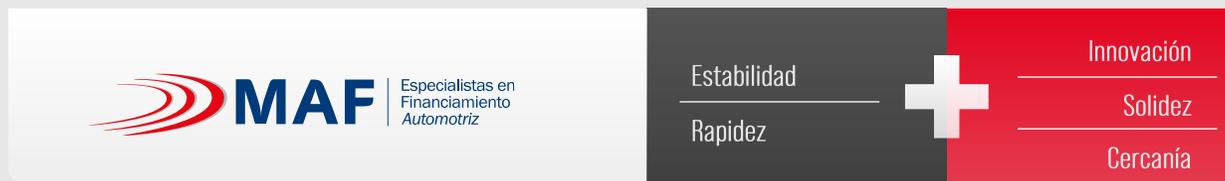
## IDENTIDAD VISUAL

### REBRANDING

Diagnóstico de Marca  
Julio 2022

Aprobación en Directorio  
Diciembre 2022

Refrescar nuestra imagen corporativa de forma disruptiva, en línea con nuestra nueva MVV la cual está alineada con el pilar estratégico Transformación Cultural.



**maf**  
Innovación  
Financiera

**maf**  
Innovación  
Financiera

# 3

## IDENTIDAD VISUAL

### MUDANZA

Inicio de obra e implementación  
Diciembre 2022



### EDIFICIO PLAZA DEL SOL

Calle Las Begonias  
475 - Piso 10,  
San Isidro

Vista - Av. Javier Prado

Vista - Calle Las Begonias

Como parte de nuestra estrategia corporativa, en agosto del 2022 se firmó el contrato de arrendamiento con el Edificio “Plaza del Sol”.

Nuestras nuevas oficinas, están ubicadas en el centro financiero de San Isidro, con una vista privilegiada en la que convergen diferentes avenidas principales y la Vía Expresa.

## Transformación MAF



### SENSIBILIZACIÓN

Nuestro modelo se basa en **generar cambios comportamentales de manera individual** que confluyan en un comportamiento colectivo y social.



### COMPROMISO

Durante el 2022 nos enfocamos en la categoría "Comunicación", los colaboradores elaboraron sus compromisos personales para mejorar en este aspecto desde **situaciones cotidianas hasta crear alternativas para compartir información.**



### POTENCIANDO LIDERAZGO

Con nuestro programa "Creciendo como Líderes", **buscamos reforzar las competencias de nuestros líderes** desde mandos medios hasta Alta Gerencia.

El programa abarca formación en habilidades blancas, capacitaciones técnicas, coaching, conferencias y cursos de **perfeccionamiento externo** que les permitan potenciar su gestión.

MEMORIA ANUAL 2022



## 2

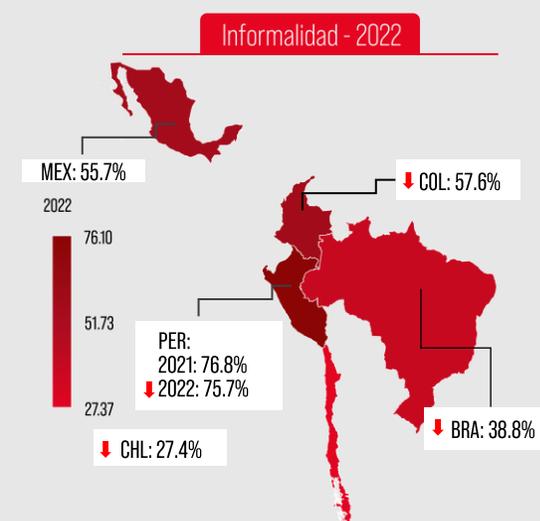
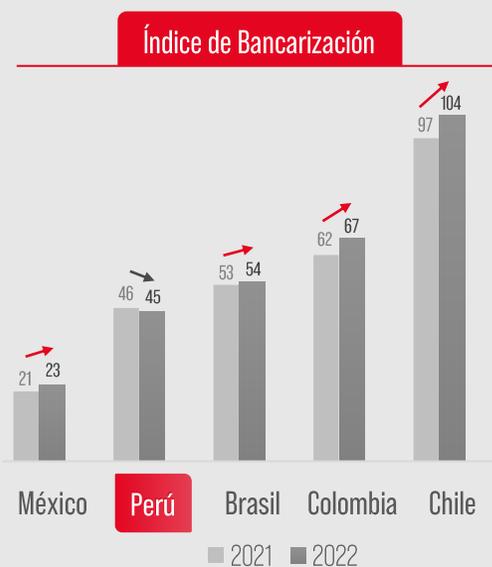
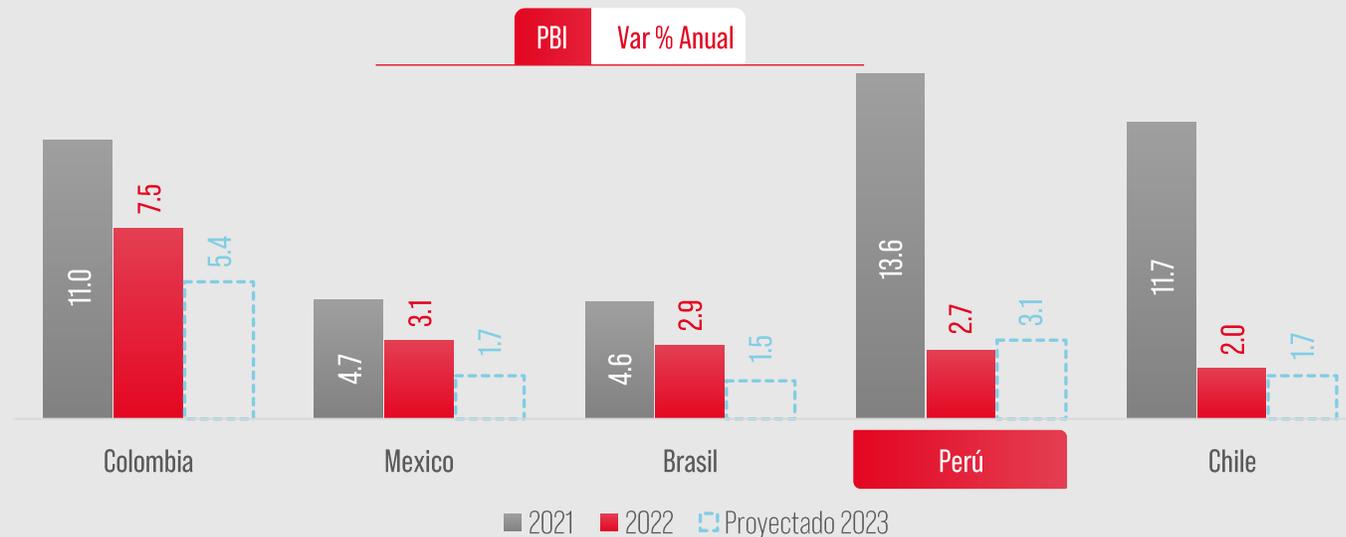
## ENTORNO MACROECONÓMICO

## DESACELERACIÓN ECONÓMICA Y OPORTUNIDADES

Pese a un entorno político y social desfavorable, el crecimiento del Perú en el 2022 fue de 2.7%, cercano al nivel de otros países de la región.

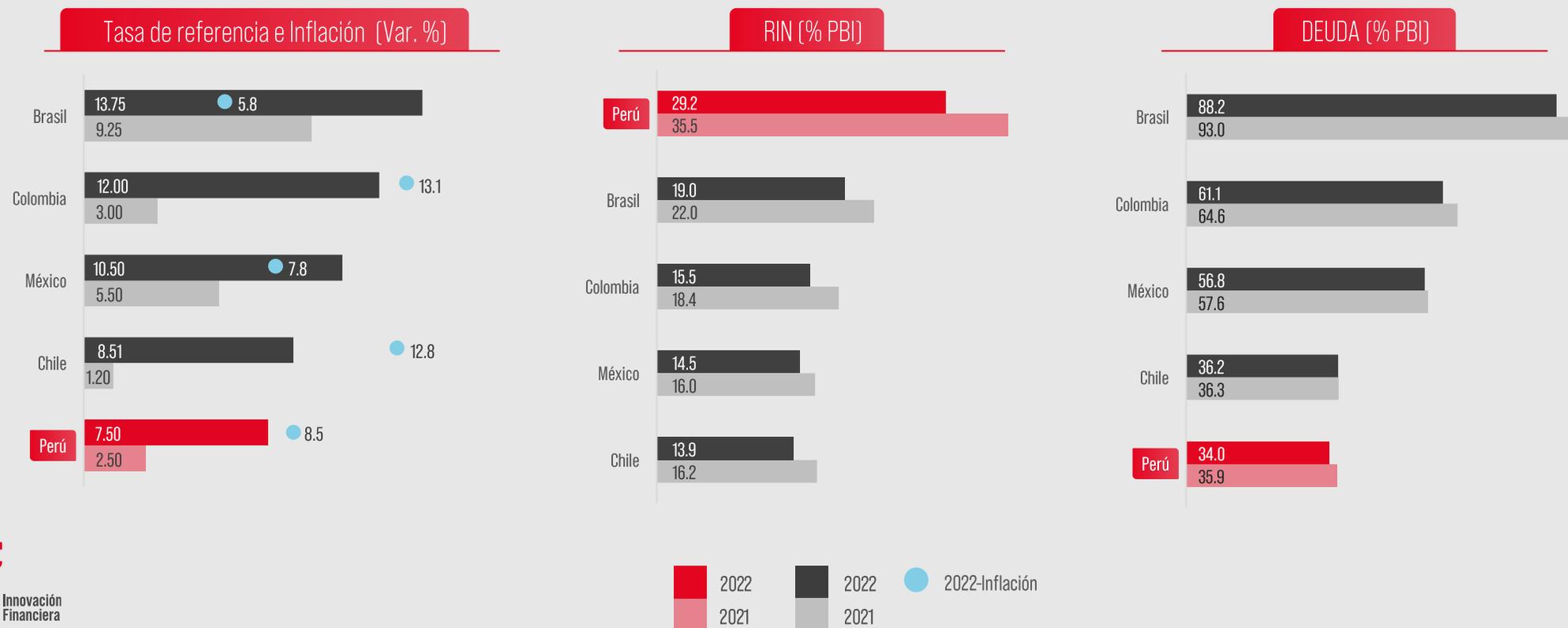
Por otro lado, el índice de bancarización (saldo de créditos/PBI) continúa reflejando una oportunidad para el sector financiero. Perú se ubica entre los países con una de las tasas más bajas de bancarización (45%), contrastando con Chile (104%) el país más bancarizado de la región.

Finalmente, según datos de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), el Perú posee uno de los índices más altos de empleo en el sector informal de la región, con una tasa de 76.1%, lo cual es un desafío y una oportunidad, pues exige atender a este sector con productos financieros innovadores y acordes a su realidad económica.



# SÓLIDOS FUNDAMENTOS MACROECONÓMICOS

Las persistentes presiones inflacionarias a nivel internacional como consecuencia del COVID-19 y la guerra entre Rusia y Ucrania, han llevado a que los bancos centrales suban sus tasas de referencia. Si bien la inflación del país se encuentra por encima del rango meta, se mantienen los fundamentos macroeconómicos reflejados en un elevado ratio de reservas internacionales netas (RIN), así como un menor endeudamiento público en comparación a los principales países de la región.



MEMORIA ANUAL 2022



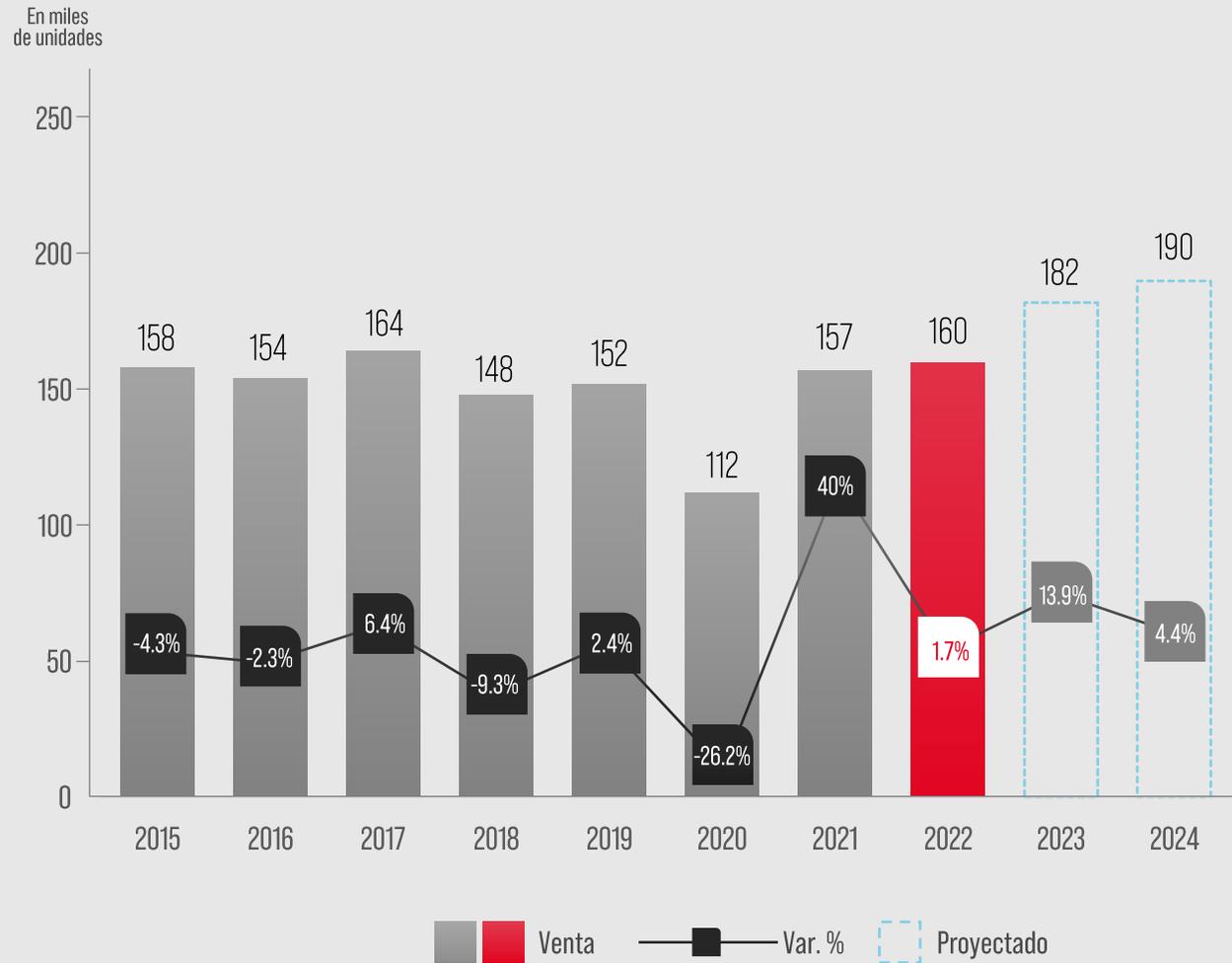
**3**

PERÚ:  
MERCADO  
AUTOMOTRIZ

## VENTA DE VEHÍCULOS NUEVOS

En 2022 se vendieron 160 mil unidades de vehículos livianos nuevos en el Perú, con un crecimiento de 1.7%, luego del repunte experimentado el año 2021.

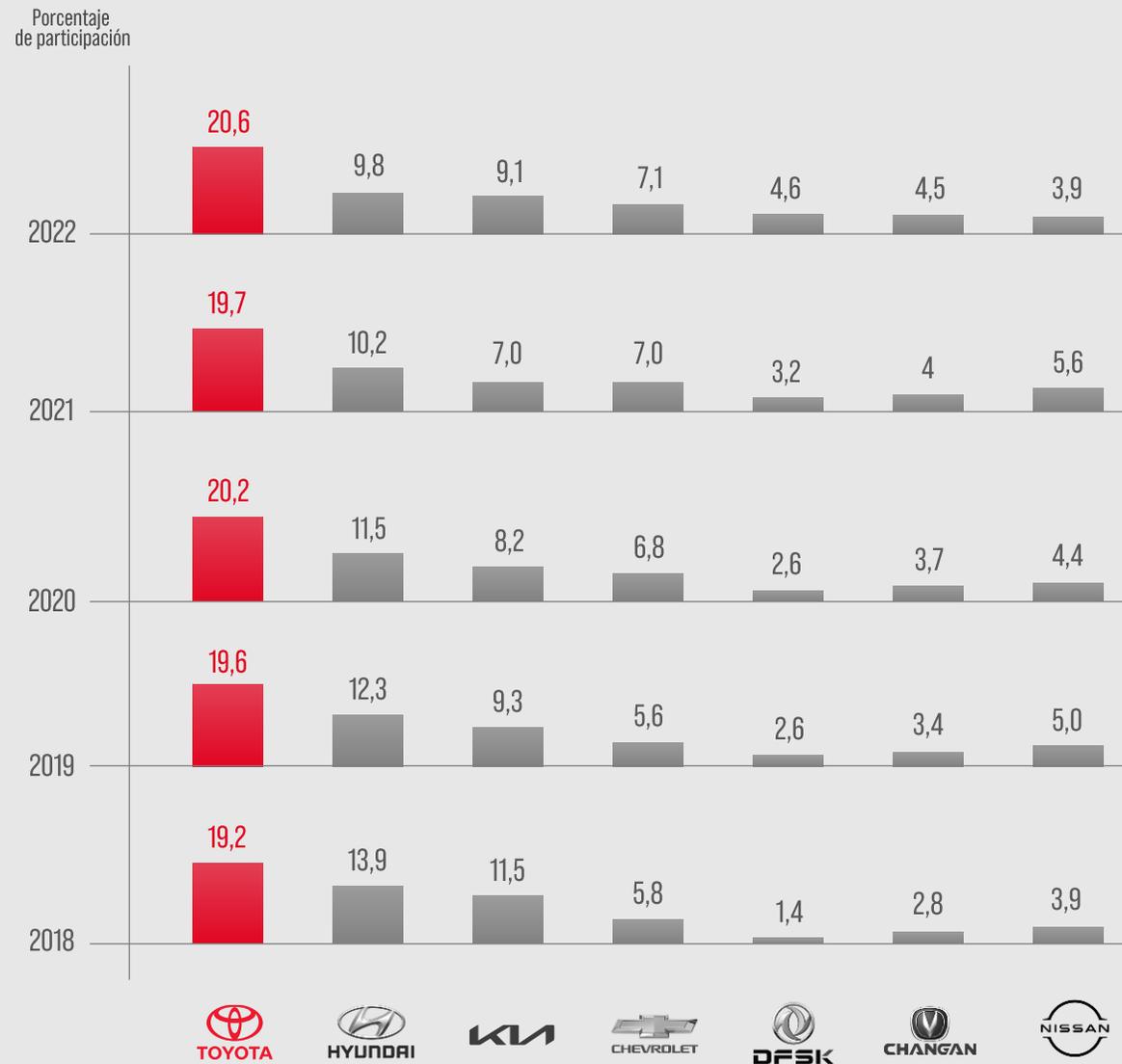
El crecimiento del año 2022 fue atenuado por la desaceleración de la demanda interna producto de la inestabilidad política y la contracción del consumo privado.



## EVOLUCIÓN DE MARCAS

En 2022 la marca Toyota mantuvo su liderazgo por treinta y un años consecutivos. Su competidor más cercano (Hyundai) redujo su cuota de mercado y Kia la aumentó, otras marcas tuvieron resultados mixtos pero su participación sigue siendo significativamente menor a la de Toyota.

En vehículos pesados, Hino (marca de Toyota), obtuvo una cuota de mercado de 9,8% en camiones.



# RECUPERACIÓN DEL MERCADO VEHICULAR

En el 2022 se registró un aumento generalizado de las ventas en el sector automotriz, siendo Perú el país con índice de motorización más bajo y el de más alto potencial de crecimiento.



**Leyenda**

- Venta vehículos nuevos
- Transferencias de vehículos usados
- Índice de Parque Automotor
- Variación respecto al año anterior

	NUEVOS		USADOS		VEHÍCULOS EN CIRCULACIÓN	
	Ventas 2022	Índice de Motorización <sup>1</sup>	Transferencias 2022	Índice de transferencias <sup>2</sup>	Índice de parque automotor <sup>3</sup>	
<b>México</b> PBI p.c. US\$ 10.0K	1,124,994 7.5%	8.9	11,500,000 12.0%	90.8	419.2 3.7%	2021
<b>Colombia</b> PBI p.c. US\$ 6,1K	262,595 4.8%	5.1	1,134,636 56.9%	22.0	119.8 8.7%	2017
<b>Brasil</b> PBI p.c. US\$ 7.5K	2,027,541 -0.4%	9.5	15,000,000 17.8%	70.0	290.5 2.2%	2022
<b>Perú</b> PBI p.c. US\$ 6.6K	177,543 1.6%	5.3	509,460 35.4%	15.1	89.3 2.8%	2022
<b>Chile</b> PBI p.c. US\$ 16.3K	445,937 2.7%	22.9	1,429,335 8.5%	73.3	306.1 9.2%	2021

(1) Índice de motorización: Vehículos nuevos / 1000 hab.  
 (2) Índice de transferencias: Transferencias / 1000 hab.  
 (3) Índice de parque automotor: Vehículos en circulación / 1000 hab. Datos de Colombia al 2017, México y Chile al 2021, Brasil y Perú al 2022.

Fuente: Asociación Automotriz del Perú (AAP), WorldBank y datosmacro.expansion.com

## MERCADO DE FINANCIAMIENTO VEHICULAR

El crédito vehicular en Perú, continúa ofreciendo una gran oportunidad de crecimiento. Al cierre del 2022 la penetración de los créditos vehiculares sobre la venta de vehículos nuevos, alcanzó tan solo la mitad en comparación con países de la región y menos de un tercio comparada con mercados desarrollados como Estados Unidos (80% aproximadamente).



**Leyenda**

 Con financiamiento

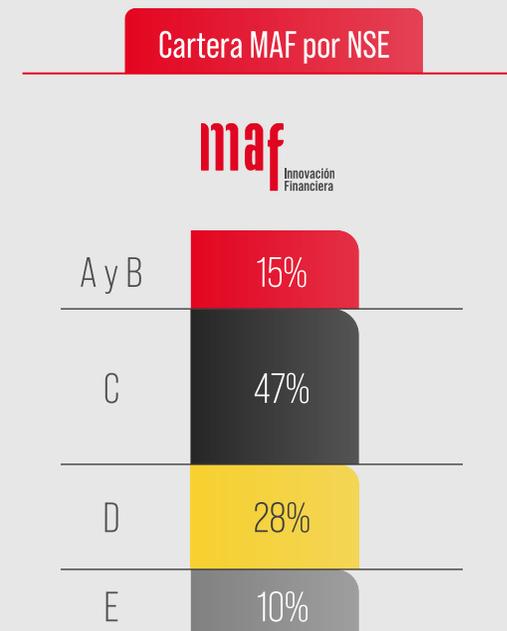
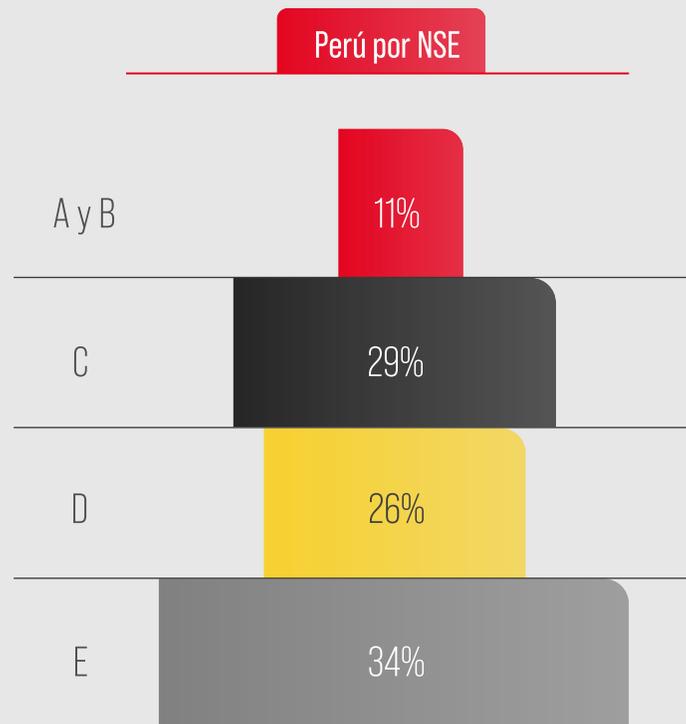
 Al contado

	2019	2020	2021	2022
<b>México</b> PBI p.c. US\$ 10.0K	 59.4%	 61.4%	 59.3%	 59.2%
<b>Colombia</b> PBI p.c. US\$ 6,1K	 55.0%	 55.0%	 51.1%	 51.0%
<b>Brasil</b> PBI p.c. US\$ 7.5K	 55.8%	 56.8%	 50.7%	 47.1%
<b>Perú</b> PBI p.c. US\$ 6.6K	 29.9%	 24.5%	 20.6%	 23.3%
<b>Chile</b> PBI p.c. US\$ 16.3K	 50.0%*	N/D	N/D	N/D

## PERFIL DE CLIENTES

El porcentaje hogares por NSE<sup>1</sup> del país muestra una alta concentración en D y E (60%), el cual está asociado al segmento de menores ingresos, ello representa una oportunidad para MAF teniendo en cuenta que su portafolio de productos le permite satisfacer las necesidades de todos los segmentos del mercado.

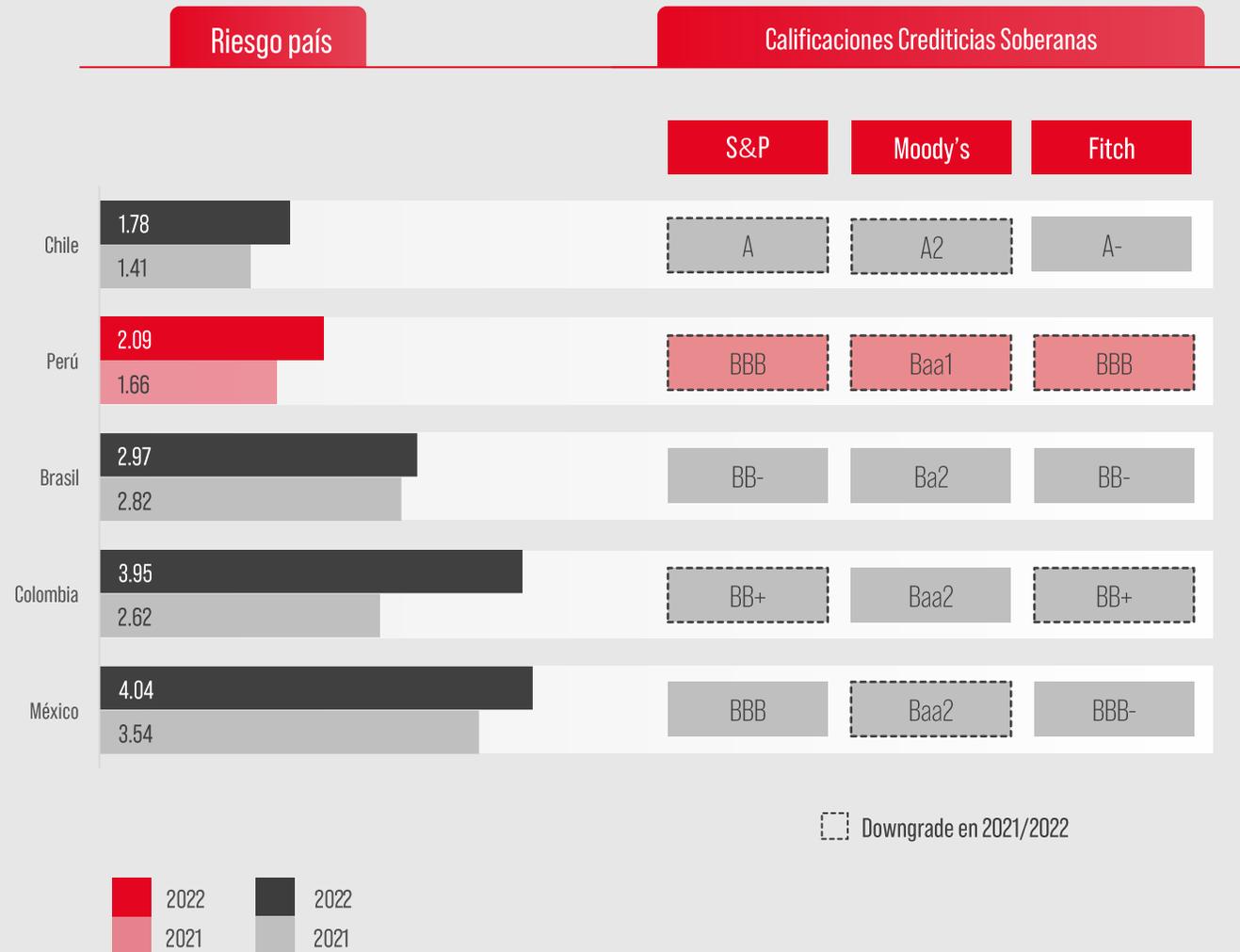
Actualmente, el 62%<sup>2</sup> de nuestro portafolio se concentra en NSE A, B y C, sin embargo también atendemos perfiles NSE D (38%).



## PERÚ MANTIENE BAJO RIESGO

En un contexto de mayor riesgo global por las persistentes presiones inflacionarias que han llevado a que los bancos centrales adopten una política monetaria contractiva, el riesgo de los países de la región se incrementó de manera generalizada.

Perú se mantiene como el segundo país de menor riesgo en la región y su calificación crediticia mantiene el grado de inversión.



M E M O R I A   A N U A L   2 0 2 2

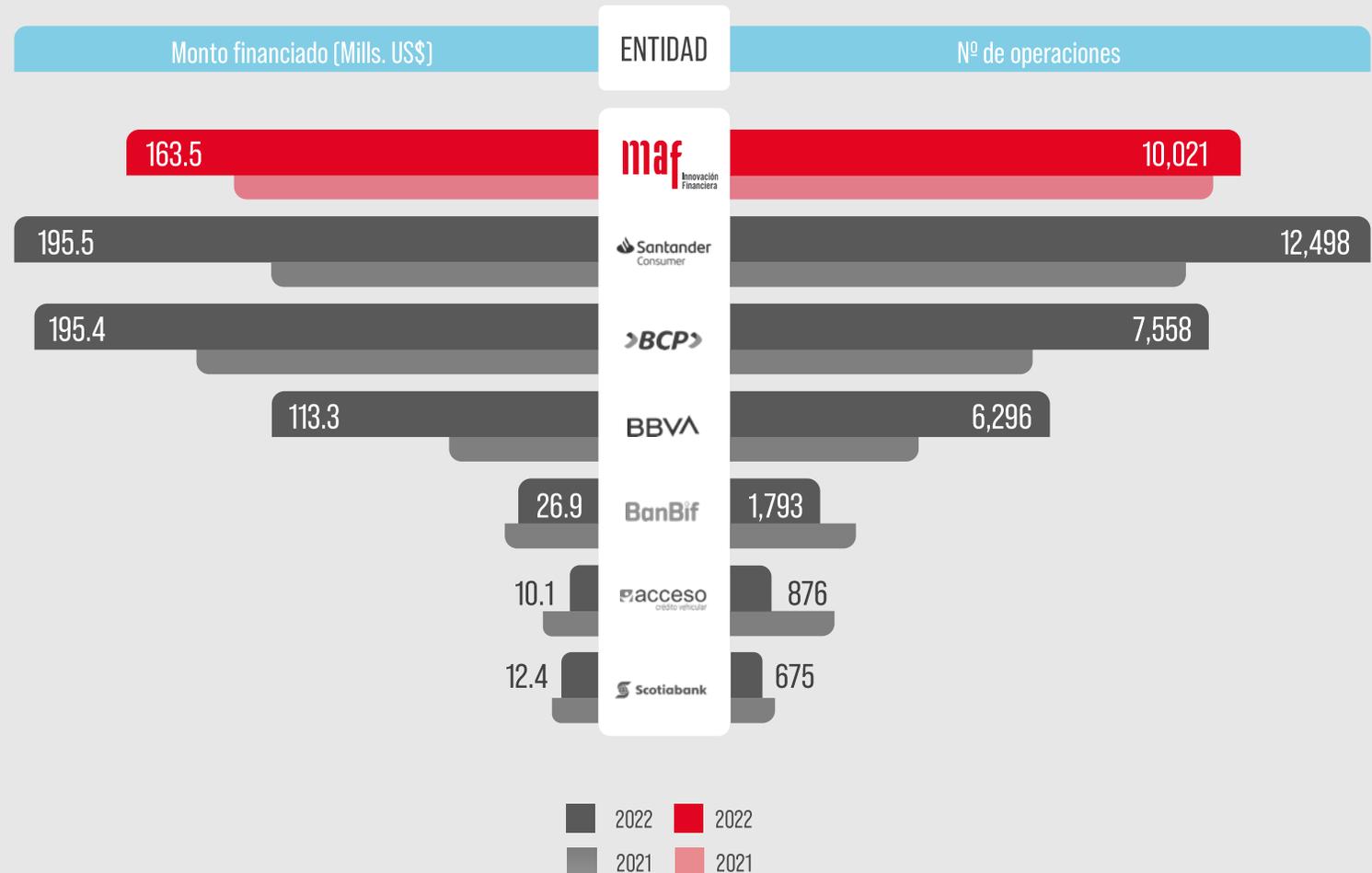


**4**

DESEMPEÑO  
OPERATIVO  
2022

## FINANCIAMIENTO VEHICULAR 2022

Durante el 2022 el mercado de financiamiento vehicular incrementó su dinamismo en un 13% en unidades y 37% en monto financiado respecto del 2021, en este contexto terminamos ubicándonos como una de las entidades con mayor colocación de vehículos financiados a nivel nacional.



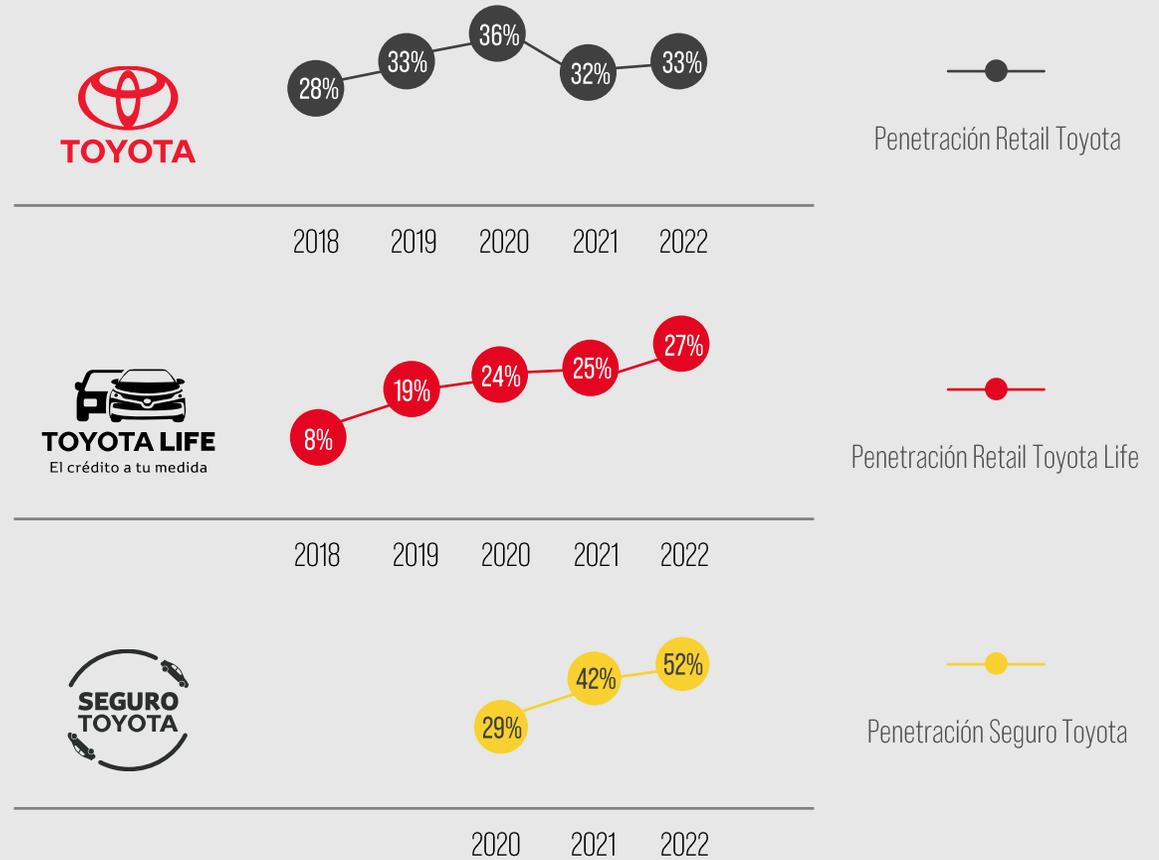
Fuente: Información de la Asociación Automotriz del Perú (AAP) con base en la información proporcionada por las instituciones financieras.

## FORTALECIENDO LA CADENA DE VALOR DE TOYOTA

Por cuarto año consecutivo mantuvimos una penetración superior al 30% sobre las ventas de Toyota, incrementando nuestra colocación en más de 500 créditos.

Nuestra participación en el programa Toyota Life, que permite renovar los vehículos cada 2 o 3 años, se incrementó en más de 870 unidades.

El producto de protección vehicular Seguro Toyota, continúa su consolidación en el mercado alcanzando una penetración de 52% sobre las ventas de Toyota.



# PORTAFOLIO DE PRODUCTOS PARA DIVERSIFICACIÓN

## PRÉSTAMO PERSONAL



145 solicitudes aprobadas.



S/ 1 035 000 desembolsados



65% de clientes fluctúa entre 31 y 45 años de edad.



24 meses es el plazo de financiamiento de mayor preferencia.

## VEHÍCULOS USADOS



Se obtuvo un crecimiento del 24% de financiamientos respecto al año anterior.



Optimización de procesos operativos.



90% de tasa de aprobación de solicitudes



Nuevas alianzas comerciales con concesionarios.

## MAQUINARIA DE CONTRUCCIÓN



46 máquinas financiadas desde el año 2019



Cientes de perfil Mediana Empresa con una facturación anual entre S/3MM y S/10MM.



USD 6,595 M desembolsados durante el año.

## PÓLIZAS DE SEGURO



14, 825 pólizas de seguro vehicular activadas.



8, 427 pólizas de seguro de desgravamen activadas.

## MAQUINARIA AGRÍCOLA <sup>1</sup>



Primer desembolso en Octubre.



Financiamiento de tractores marca New Holland.

## TELEMETRÍA



9, 687 dispositivos de GPS activados.

## GESTIÓN INTEGRAL DE RIESGOS

Durante el 2022, continuamos fortaleciendo la gestión de riesgos mediante la incorporación de nuevos scores/ratings, actualización de políticas, y límites dinámicos acorde al apetito por el riesgo y al plan estratégico.

Se continuó con el monitoreo del riesgo estratégico, así como del riesgo de reputación.

### RIESGO OPERACIONAL

Se culminó con la evaluación de riesgos y controles al 100% de los procesos de Maf, acorde a lo previsto; para los riesgos más relevantes se establecieron planes de acción, los cuales registraron un 93% de implementación a diciembre 2022.

### RIESGO DE CREDITO

Se continuó admitiendo perfiles de mejor riesgo, validados por nuestros modelos de score y rating, así como por el monitoreo y actualización oportuna de nuestras políticas crediticias. Es así que, el riesgo del portafolio mostró un resultado mejor al apetito.

### RIESGO DE LIQUIDEZ

El nivel de riesgo fue bajo, reflejándose en los holgados ratios de liquidez en MN (17%) y en ME (32%); así como a nivel de descalses, en particular el de 6 meses que cerró en 13.5% respecto al patrimonio efectivo, holgado respecto a su límite interno de 30%.

### RIESGO DE MERCADO

La exposición a este tipo de riesgo es acotada, a la posición global de cambios, cuya exposición fue de sobreventa fue menor al 0.1% del patrimonio efectivo.

### RIESGO ESTRATEGICO

Son cuatro los riesgos del entorno que están siendo monitoreados para la toma de acciones oportunas, estos asociados principalmente a la situación económica del país, de el entorno político y social; así como del entorno global de una mayor inflación (tapering) y de una escasez de chips que viene regularizándose gradualmente.

### RIESGO DE REPUTACION

Se cumplió con el 100% de los planes de acción que se diseñó para la gestión de este riesgo en los distintos grupos de interés, continuando con monitoreo y control al Comité de Riesgos.



# RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

En MAF nuestras iniciativas de sostenibilidad se encuentran enmarcadas dentro de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) impulsados por la ONU como un llamamiento universal para poner fin a la pobreza, proteger el planeta y garantizar que para el 2030 todas las personas disfruten de paz y prosperidad.

Nuestras acciones están enfocadas a los objetivos adoptados por la Unidad de Negocio de Movilidad I a la que pertenecemos (una de las 16 unidades de negocio de Mitsui & Co.) y buscan generar un impacto continuo y positivo en la inclusión y educación financiera, así como contribuir al desarrollo sostenible del país.



## NUESTRO ALINEAMIENTO A LOS ODS

### MISIÓN



Convertir los sueños de nuestros clientes en realidad, impulsando la inclusión financiera y nuevos negocios de "Movilidad", contribuyendo al desarrollo sostenible del país.



### VISIÓN



Ser reconocidos como el líder financiero que desarrolla y promueve soluciones innovadoras y accesibles con alta calidad de servicio.



### VALORES



#### Con Integridad

Actuemos con sinceridad, honestidad y respeto.



#### Entre Nosotros

Colaboremos con responsabilidad, planificación y comunicación.



#### Por Clientes

Trabajemos con agilidad y de manera proactiva.



#### A Stakeholders

Aportemos al crecimiento del Grupo Mitsui & Co., socios estratégicos y la sociedad 360°.



# RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

Cumplimos las mejores prácticas de gobierno corporativo, contamos con **calificación de riesgo de Moody's**, **mecanismos anticorrupción** y de **prevención de lavado de activos**.

Contamos con **programas extendidos de salud y seguridad para nuestros trabajadores** (p.ej. salud mental, vacunación para familiares, entre otros).

**Promovemos la igualdad de género**, 46% de nuestras colaboradoras son mujeres y nuestros puestos gerenciales son ocupados en un 45% por mujeres.

Contamos con planes de continuidad ante desastres naturales y **estamos planificando acciones de reciclaje y voluntariado**.

Participamos de actividades sociales como el pintado de un comedor popular, mantenimiento de parques, recojo de residuos en playas y plantado de árboles como **parte del Programa Project 4000 de Mitsui del Perú** (marzo 2023).

Promovemos la **inclusión y educación financiera**, así como la innovación como **parte de nuestra cultura organizacional**.



NUESTRAS ACCIONES Y RESULTADOS 2022

## PROGRAMA WITH INTEGRITY

Noviembre es el mes de la integridad para todas las empresas que somos parte de Mitsui & Co., es así que el 2022 decidimos reforzar la importancia de este valor desde un enfoque de sostenibilidad cultural que considera la integridad personal como el reflejo de nuestra integridad corporativa.

Es así que en el marco de la campaña “Somos Integridad, Somos MAF”, desplegamos un plan de comunicación integral que contempló charlas a cargo de Mitsui & Co. – Nueva York y nuestro Presidente del Directorio, activaciones lúdicas, piezas gráficas informativas, stickers corporativos, entre otros.



Mitsui & Co. tomó medidas a nivel global para construir una organización que demuestre integridad. Es así que se formularon las “Directrices de Integridad” que describen la filosofía y enfoque básico del grupo hacia la integridad y el cumplimiento. En MAF, nuestros colaboradores implementan estas directrices en su trabajo diario con buena fe y sinceridad, para mantenernos a la altura de la confianza depositada en nosotros por la sociedad.



MEMORIA ANUAL 2022



**5**

RESULTADOS  
FINANCIEROS  
2022

## RESUMEN DE NUESTROS ESTADOS FINANCIEROS (IFRS)

Durante el 2022, pese a la moderación del crecimiento de la economía post-covid, la coyuntura política y la conflictividad social, MAF logró resultados positivos.

Los ingresos netos de MAF ascendieron a 59 millones de dólares, superando en 15,7% el registro del 2021. Asimismo, el ROA mantuvo un nivel similar al 2021 y el ROE creció en 1.0%.

MAF ha registrado una importante mejora en el indicador de mora real y una adecuada cobertura de cartera.

Estado de situación financiera (Mills.\$)	2021	2022	Var. (%)
Cartera Bruta	265	311	17.5
Total de Activos	293	345	18.1
Provisiones de crédito	23	24	1.1
Adeudados y Obligaciones Financieras	190	238	25.3
Patrimonio Neto	78	83	6.0
Estado de resultados (Mills.\$)	2021	2022	Var. (%)
Ingresos financieros	45	53	17.0
Ingresos netos	51	59	15.7
Margen financiero neto	35	41	17.0
Margen operacional neto	15	17	13.3
Resultado integral del ejercicio	12	14	12.3
Ratios de Desempeño (Mills.\$)	2021	2022	Var.
Mora	6.0 %	4.4%	-1.6%
Cobertura de cartera	147.4%	172.8%	25.4%
Ratio de Capital Global (RCG)	15.7%	15.7%	0.0%
ROA	4.4%	4.3%	-0.1%
ROE	16.5%	17.5%	1.0%

Fuente: Elaboración propia.

## EXPANSIÓN DEL SALDO DE CARTERA (IFRS y SBS)

A diciembre 2022, MAF ha superado los 300 millones de dólares de cartera registrando una tendencia de crecimiento sostenido, logrando una participación de mercado de 13.1%. MAF ha incluido dentro de su portafolio créditos de consumo e incursionará en nuevos productos, ampliando su mercado objetivo.

### Crecimiento Saldo de Cartera Bruta

### MAF vs. Mercado



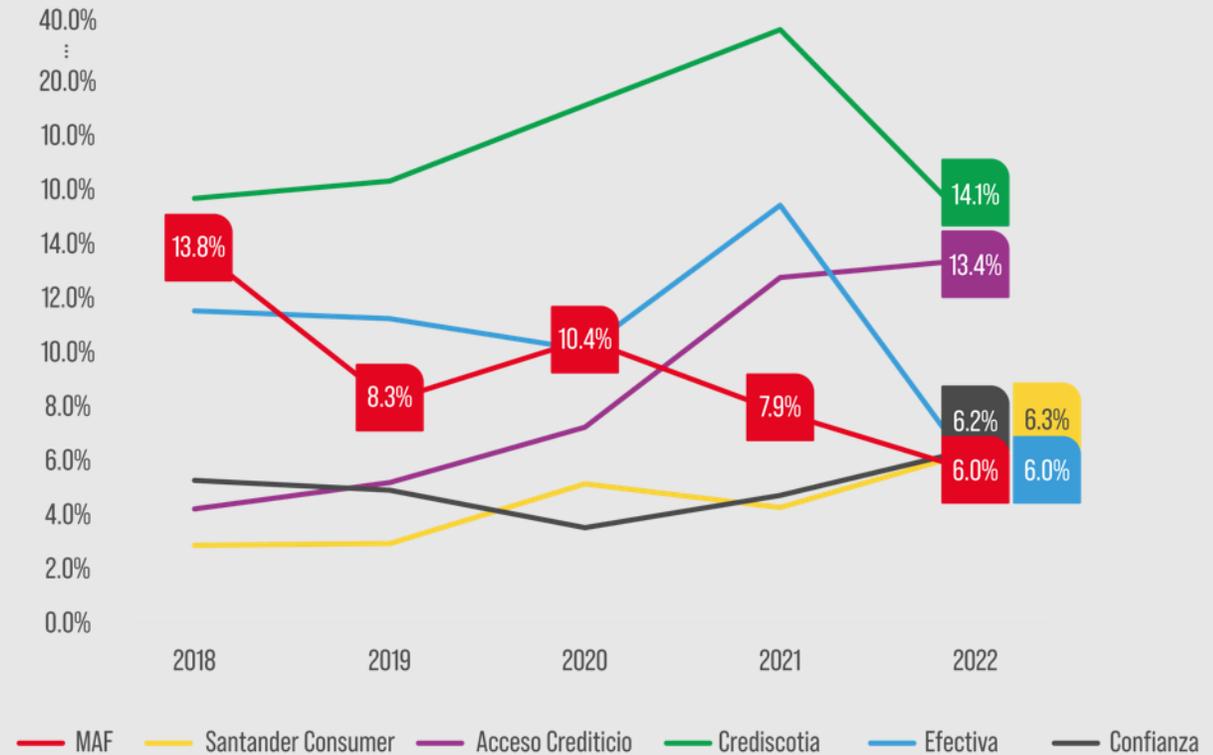
## MEJORA CONTINUA DEL ÍNDICE DE MOROSIDAD (SBS)

A diciembre 2022, la morosidad real de MAF se redujo a 6,0% con una variación de -1,9 puntos porcentuales (pp) respecto del 2021. Reflejando el resultado de la mejora de la calidad y administración de la cartera.

A nivel de nuestros competidores somos una de las entidades financieras que ha reportado una tendencia estable en la mejora del indicador de morosidad.

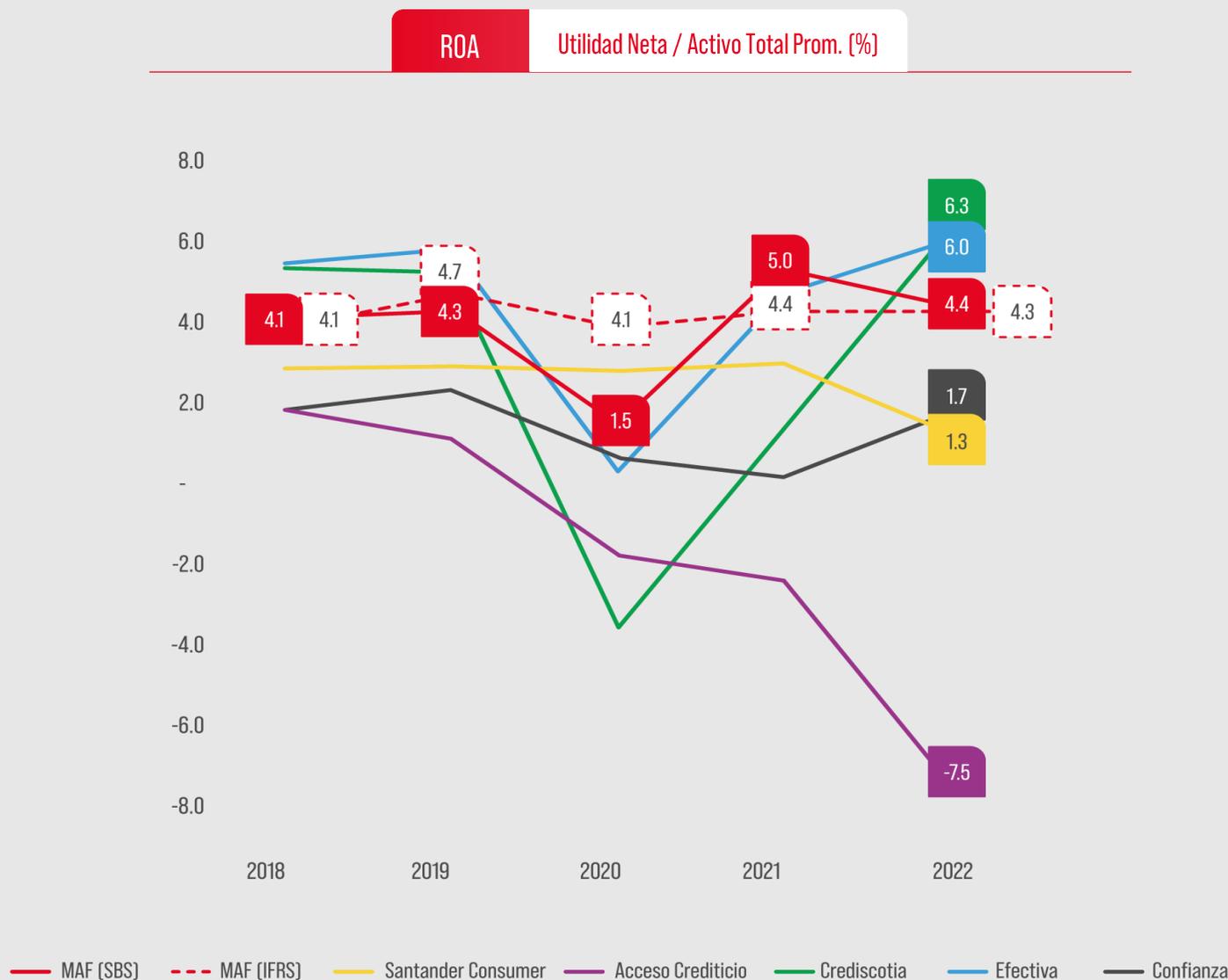
Indicador de Mora Real SBS

(Cartera atrasada + Castigos) / Créditos directos



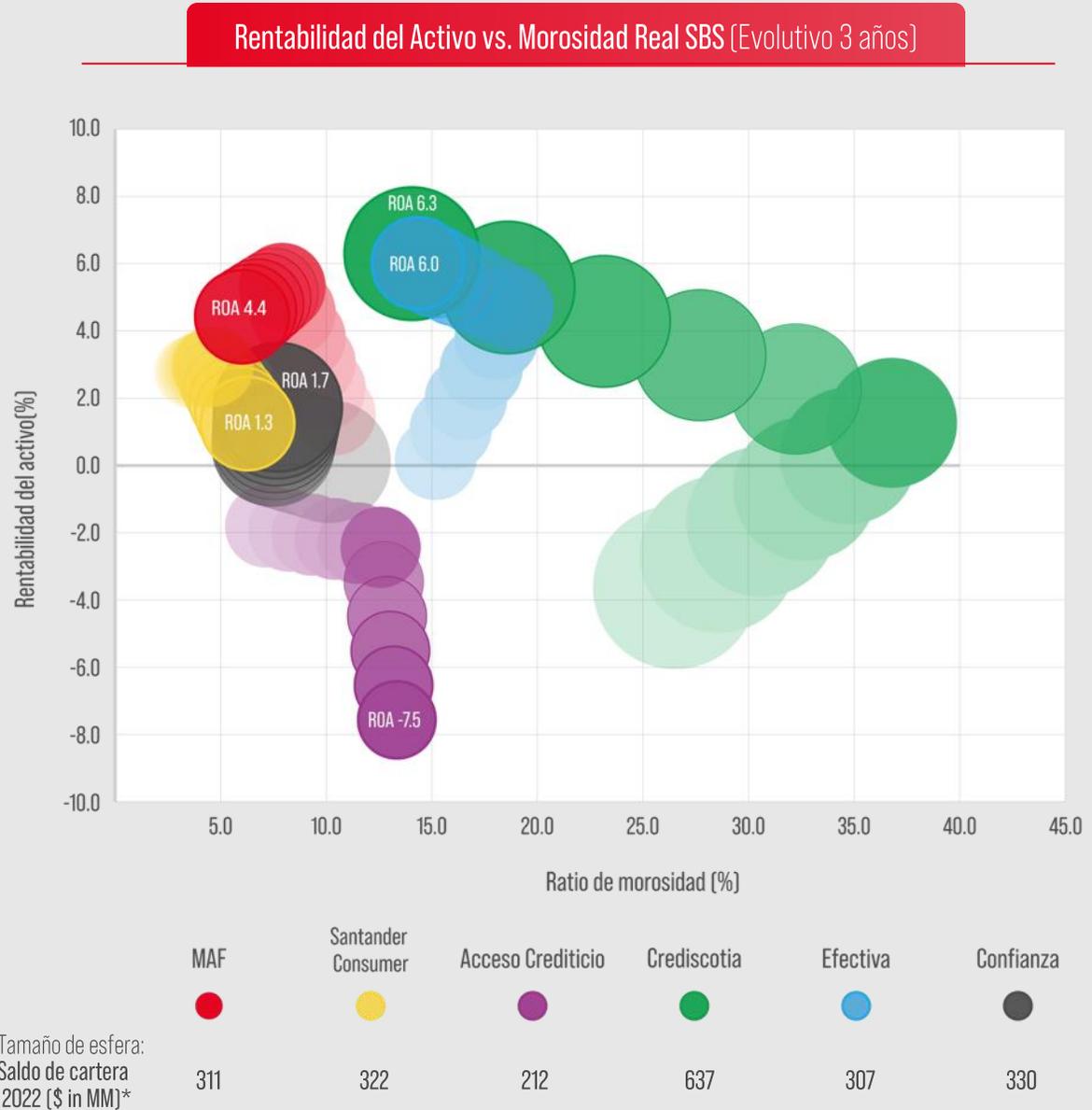
## RENTABILIDAD SOBRE LOS ACTIVOS ROA (IFRS y SBS)

MAF obtuvo una rentabilidad sobre sus activos de 4.3% (IFRS). No obstante, teniendo en cuenta el contexto de incrementos sucesivos de la tasa de referencia que impactó en los márgenes de ingreso por el efecto de traspaso a las tasas de interés activas, MAF es una de las entidades financieras con la mayor rentabilidad promedio.



## RENTABILIDAD DEL ACTIVO VS. MOROSIDAD REAL (SBS)

MAF mejoró su riesgo (mora real), incrementó su cartera en un 12% y generó rentabilidad del activo en 4.4%. MAF es una de las entidades financieras que ha mantenido adecuados niveles de rentabilidad de acuerdo a su perfil de riesgo, con un enfoque de crecimiento con calidad de cartera.



M E M O R I A   A N U A L   2 0 2 2



**6**

PLAN 2023  
Y FUTURO

# NUESTRO PROPÓSITO PARA EL 2023

## CADENA DE VALOR TOYOTA

Fortalecer nuestro negocio principal mejorando la **Cadena de Valor Toyota**, presencia y confianza en MAF, y el ciclo de vida de los clientes\*, hasta alcanzar nuestro objetivo de penetración de 50% sobre la venta retail de Toyota.

## DIGITALIZACIÓN

Promover la **digitalización del ciclo de vida del cliente**, brindando una experiencia completamente digital en todas las etapas de nuestro negocio (venta, post venta y servicios relacionados).

## STAKEHOLDERS

- Socios (Toyota y Dealers)
- Clientes
- Accionistas
- Mitsui & Co.
- Colaboradores

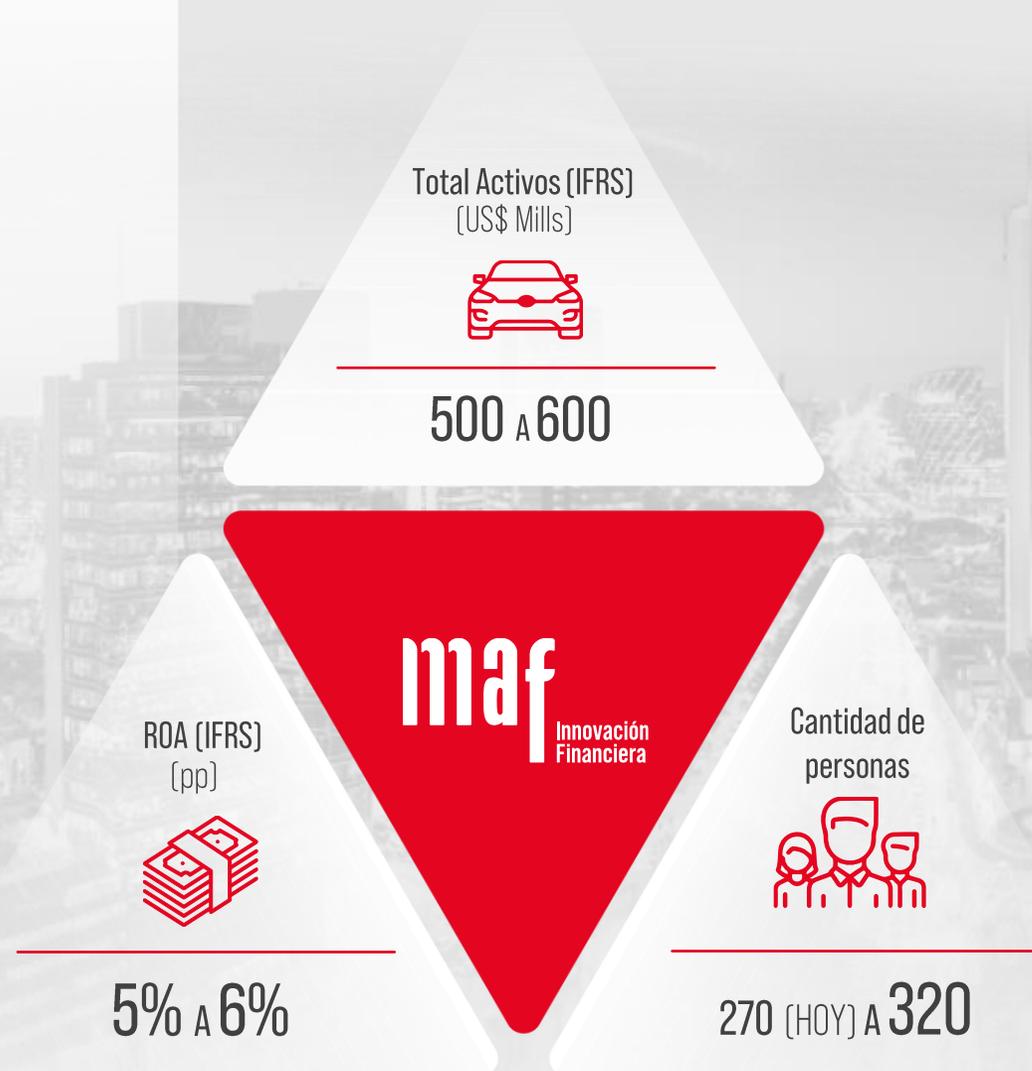
## DIVERSIFICACIÓN

Incrementar el portafolio a través de nuevas oportunidades de negocio, atendiendo las necesidades de distintos segmentos de clientes y desarrollando nuevas líneas de negocio: **autos usados, consumidor y emprendedor, negocios fintech, etc.**

## TRANSFORMACIÓN

De la Transformación "institucional" ya implementada y la Transformación cultural e individual en proceso (MAF 2.0), continuar avanzando hacia una **Cultura MAF 3.0** más proactiva, creativa, eficiente y efectiva.

# NUESTRO PLAN HACIA EL 2025





[www.mafperu.com](http://www.mafperu.com)

Mitsui Auto Finance Perú S.A.

Edificio Plaza del Sol

Calle Las Begonias 475 - Piso 10, San Isidro, Lima - Perú

Teléfono: (511) 630 8500

