

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

información

2013

Informe Especializado



Prospección de mercado:
Proveedores a la minería
en Ecuador

prom
perú

Índice

I. Resumen Ejecutivo	3
II. Alcance del Estudio Especializado: Sector / Línea.....	3
III. Situación Económica y de Coyuntura.....	4
IV. Análisis de la Oferta	5
4.1 Oferta Interna	5
4.2 Oferta de la Competencia.....	6
4.3 Oferta Peruana	8
4.1.1 Posicionamiento	8
4.1.2 Reconocimiento de Origen, Marcas y Opinión de Productos	9
V. Análisis del Sector.....	9
5.1 Canales de Distribución	9
5.2 Logística	10
VI. Análisis de la Demanda.....	11
6.1 Perfil del Consumidor y segmentación	11
6.2 Tendencias y Hábitos de consumo	12
6.3 Preferencias de Marcas y Origen	13
6.4 Requisitos de Acceso.....	13
VII. Actividades de Promoción.....	14
7.1 Propuestas de Actividades de Promoción	14
VIII. Conclusiones y Recomendaciones.....	14

I. Resumen Ejecutivo

Del estudio realizado en el 2012 referido a "Perfil de mercado para proveedores a la minería en Ecuador", se concluyó en que existe una creciente demanda de empresas ecuatorianas en cuanto a maquinaria, equipos e insumos que permitan la explotación minera.

Los aceites pesados, neumáticos radiales, entre otros productos ya han ingresado al mercado ecuatoriano provenientes del Perú por lo que en estos casos debería emplearse estrategias para lograr un mayor posicionamiento en el mercado ecuatoriano. En partidas como tornillos, pernos y arandelas, además manufacturas de hierro y acero las importaciones provienen de países como Estados Unidos y China donde los precios son bajos. En este caso los productos peruanos podrían ingresar al mercado ecuatoriano empleando estrategias como la diferenciación. En tanto que en partidas como guarniciones de fricción sin montar para frenos, embragues, países cercanos a Ecuador como Colombia, Brasil, Chile son de donde provienen las principales importaciones y al mantener características similares en la región los productos peruanos tienen una gran oportunidad.

Para ello se consideró importante realizar la visita al Expo Minas 2013, a fin de identificar oportunidades de negocio, ampliar los contactos comerciales y obtener información de fuentes primarias en este mercado.

Factores como la calidad, durabilidad de los productos, garantías efectivas, y entrega puntual son elementos muy valorados por empresas ecuatorianas al momento de considerar un proveedor extranjero con productos dirigidos al sector minero. En el caso de Perú la ubicación continua al Ecuador es una ventaja que permite realizar entregas en menor tiempo que proveedores de otros países, además del idioma y la cultura similar que permite establecer negociaciones más efectivas en combinación con las ventajas tecnológicas de la actualidad que permiten la comunicación inmediata.

Las empresas ecuatorianas que han mantenido relaciones con productores peruanos consideran que uno de los aspectos a mejorar es el servicio post – venta y la retroalimentación del proceso de exportación. Las empresas ecuatorianas del sector minero están a la expectativa del mayor ingreso de productos peruanos al mercado ecuatoriano, en varios casos tienen identificados claramente los productos peruanos que necesitan y se encuentra a la espera de establecer relaciones comerciales de mutuo beneficio.

Las importaciones ecuatorianas correspondiente a la línea de proveedores a la minería sumaron US\$ 2,833.73 millones al 2012, siendo sus principales proveedores Estados Unidos (28% participación), China (18%) y Colombia (8%), Perú se encuentra en el puesto sexto con una participación de 4%. Se debe resaltar que en 2012 el mercado ecuatoriano se ubicó como quinto importador mundial de esta línea en la región de Sudamérica después de Colombia, Bolivia, Chile y Venezuela.

II. Alcance del Estudio Especializado: Sector / Línea

Sector Manufacturas diversas: Proveedores a la minería

El estudio analizó un grupo de 31 partidas previamente definidas con la Coordinación de manufacturas diversas de PROMPERÚ. Estas correspondían a:

N°	Partida	Descripción
1	2710193800	PREPARACIONES A BASE DE ACEITES PESADOS: OTROS ACEITES LUBRICANTES
2	4011101000	NEUMATICOS RADIALES
3	8474900000	PARTES DE MAQUINAS Y APARATOS DE LA PARTIDA No 84.74
4	8431439000	LAS DEMÁS PARTES DE MÁQUINAS DE SONDEO O PERFORACIÓN
5	8502131000	GRUPOS ELECTROGENOS PETROLEROS, DE CORRIENTE ALTERNA, POTENCIA >375KVA
6	8479899000	LOS DEMAS MAQUINAS Y APARATOS NO EXPRESADOS NI COMPRENDIDOS EN OTRA PARTE DEL CAPITULO
7	8430410000	MAQUINAS DE SONDEO O PERFORACION AUTOPROPULSADAS
8	7326909000	LAS DEMÁS MANUFACTURAS DE HIERRO O ACERO
9	8207192900	DEMAS BROCAS, EXCEPTO LAS DIAMANTADAS
10	7318159000	LOS DEMAS TORNILLOS, PERNOS Y ARANDELAS DE FUNDICION DE HIERRO O ACERO
11	8430490000	LAS DEMAS MAQUINAS DE SONDEO O PERFORACION AUTOPROPULSADAS.
12	8479900000	PARTES DE MAQUINAS Y APARATOS NO EXPRESADOS NI COMPRENDIDOS EN OTRA PARTE DEL CAPITULO
13	8413819000	LAS DEMAS BOMBAS ELEVADORAS DE LIQUIDOS
14	8207198000	LOS DEMAS UTILES INTERCAMBIABLES PARA HERRAMIENTAS DE MANO, INCLUSO MECANICAS O PARA MAQUINAS HERRAMIENTAS
15	8474109000	LAS DEMAS MAQUINAS Y APARATOS DE CLASIFICAR, CRI BAR, SEPARAR O LAVAR
16	6813200000	GUARNICIONES DE FRICCIÓN SIN MONTAR, PARA FRENOS, EMBRAGUES QUE CONTENGAN AMIANTO (ASBESTO)
17	8708910000	RADIADORES
18	8711200000	MOTOCICLETAS Y VELOCIPEDOS CON MOTOR DE EMBOLO ALTERNATIVO, 50 CC < CIL.
19	8425399000	LOS DEMÁS TORNOS PARA EL ASCENSO Y DESCENSO DE JAULAS O MONTACARGAS EN POZOS DE MINAS
20	8474209000	LOS DEMAS MAQUINAS Y APARATOS DE QUEBRANTAR, TRITURAR O PULVERIZAR
21	8422309000	LAS DEMAS MAQUINAS Y APARATOS PARA LLENAR, CERRAR, TAPAR, ETIQUETAR BOTELLAS, LATAS, CAJAS
22	8503000000	PARTES IDENTIFICABLES COMO DESTINADAS, EXCLUSIVA A MAQUINAS DE PART. 85.01 A 85.02
23	9403200000	LOS DEMAS MUEBLES DE METAL
24	8536909000	DEMAS APARATOS P° CORTE, SECCIONAMI., PROTECC., DERIVACION, EMPALME. P° TENS. <= 1000 V
25	8413701100	LAS DEMAS BOMBAS CENTRIFUGAS MONOCELULARES CON DIAMETRO DE SALIDA INFERIOR O IGUAL A
26	8479820000	MAQUINAS P° MEZCLAR, AMASAR, QUEBRANTAR, TRITURAR, PULVERIZAR, CRIBAR, TAMIZAR, HOMOG
27	8708999900	DEMAS PARTES Y ACCESORIOS DE VEHICULOS AUTOMOVILES DE LAS PARTIDAS 8701 A 8705
28	8483609000	MÁQUINAS Y APARATOS PARA LA PREPARACIÓN DE FRUTOS U HORTALIZAS
29	9032909000	PARTES Y ACCESORIOS DE LOS DEMAS INSTRUMENTOS Y APARATOS PARA REGULACION O CONTROL AU
30	8421299000	LOS DEMAS APARATOS PARA FILTRAR O DEPURAR LIQUIDOS.
31	7610900000	DEMAS CONSTRUCCIONES Y SUS PARTES, DE ALUMINIO, EXC. LAS CONSTRUCCIONES PREFABRICADAS

III. Situación Económica y de Coyuntura

El PBI de Ecuador ha registrado un crecimiento promedio de 6% en el periodo 2001-2012. De acuerdo al Presidente del Banco Central de Ecuador, este crecimiento se explica por un excelente desempeño de la economía no petrolera, que es lo que permite mantener el consumo, inversión y bienestar en los hogares.

La economía ecuatoriana se debilitó en 2009 cuando la recesión redujo los precios de petróleo y de otras exportaciones. El país fue uno de los mayores afectados debido a que es uno de los pocos que ha adoptado al dólar americano como moneda nacional. A pesar de ello, la inversión pública contribuyó a apoyar la economía.

La recuperación empezó en 2011 y el gasto público fue el principal estimulante del crecimiento, ya que ahora se le dedica una mayor proporción (10% del PBI, uno de los mayores en la región). Sin embargo, la economía ecuatoriana empezó a desacelerar su crecimiento durante 2012, debido a los menores precios del petróleo, opciones de financiamiento limitadas y al gasto engarzado. Para ese año, el crecimiento del PBI se situó en 5.0% y sumó US\$ 64,186 millones.

Se espera que para el 2013 el crecimiento sea de 4.4%, menor al registrado en 2012, debido a diversos factores que podrían suscitarse como la reducción de liquidez para las obra públicas, reducción del gasto de las familias, paralización de las áreas de producción petrolera, crisis internacional, entre otros. Este crecimiento tendrá como base el consumo y de un mejor desempeño de las exportaciones.

Además, a pesar de haber controlado la inflación durante 2012, se prevé que esta se sitúe en 6.1%, uno de las más altas en los últimos años. Por último, el desempleo se elevaría de 5.3% a 5.8%. Cabe señalar, que el porcentaje de ecuatorianos en el sector informal actualmente supera el 44%.

Cuadro Nro1: Indicadores economicos en Ecuador

Indicadores	2008	2009	2010	2011	2012	2013*
Crecimiento real del PBI (%)	6.4	1.0	3.3	8.0	5.0	4.4
PBI per cápita (US\$)	4,231	3,970	4,310	4,865	5,311	5,627
Tasa de inflación (%)	8.8	4.3	3.3	5.4	4.2	6.1
Tasa de desempleo (%)	6.9	8.5	7.6	6.0	5.3	5.8

Fuente: FMI (*) Proyectado

La economía ecuatoriana se centra en la industria que incluye petróleo, agroindustria, textiles, químicos y maderas y sus manufacturas (36% del PBI), servicios (54%) y agricultura (19%) respectivamente.

La diversificación de la agricultura está aumentando debido al crecimiento de la demanda externa, sobre todo de productos orgánicos que tiene un gran potencial exportador. Se observa un desarrollo de plantaciones de flores como el mango, maracuyá, melón, sandía y piña. Con respecto a los vegetales, los de mayor producción son: el brócoli, palmito, espárrago y tomate (denominados cultivos no tradicionales). Además, recientemente se ha aprobado un sello oficial nacional que identifica a los productos orgánicos. Los principales productos orgánicos son las hortalizas, el banano, el camarón, la caña, el café y el cacao.

En general, aquellos productores que cuentan con mayores recursos invierten en tecnología agrícola de alta calidad como en la producción de bananos y flores. En el sector pesquero se observa que el atún y el camarón son los productos de mayor importancia dentro de la oferta exportadora ecuatoriana. El primero se ha posicionado en el mercado americano y europeo. Los pocos subsectores con los que cuenta Ecuador están concentrados en las ciudades de Quito y Guayaquil. El procesamiento de atunes, está teniendo un mayor peso en su respectivo sector. Debido a la ubicación estratégica, Manta es uno de los puertos más importantes de la costa pacífica ecuatoriana.

Ecuador tiene una reserva grande de depósitos del metal (principalmente oro y cobre). Éstos están valorados en alrededor de US\$160 mil millones. Actualmente, el sector está en crecimiento, sin embargo ya se encuentra en ejecución proyectos grandes como el de minería aurífera. El país también ha firmado un contrato con una empresa de capital chino que invirtió más de US\$1.4 mil millones en el proyecto de cobre llamado "El Mirador". Por lo que el crecimiento de este sector fue de 2.3% en el 2012.

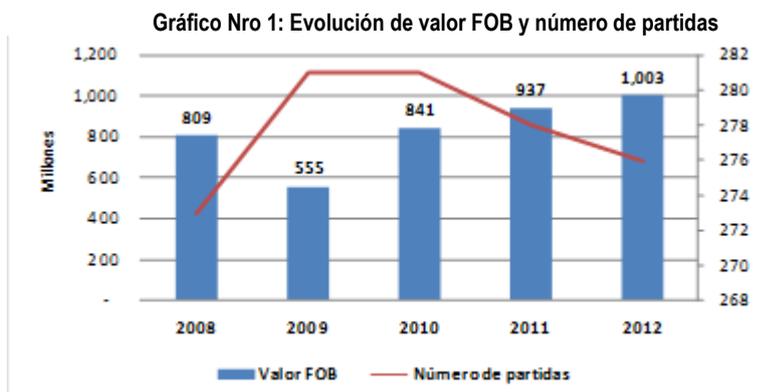
Dentro de la visión del gobierno, el déficit de balanza comercial debe ser controlado y una manera de hacerlo es a través del incremento de los aranceles a la importación de bienes, con el riesgo de que se incremente el contrabando en las fronteras. Por otro lado, el sector privado argumenta que el déficit de balanza comercial debe ser reducido a través de mecanismos como la promoción de las exportaciones y con la firma de tratados comerciales con los Estados Unidos y la Unión Europea principalmente, para incrementar el volumen de exportación hacia dichos mercados o mantener los mismos niveles de exportación.

Los productos que más se han exportado son los enlatados de atún, preparaciones y conservas de pescado, bananas, flores cortadas, café, maderas y el aceite en bruto. En cuanto a las importaciones, las líneas que más han generado importaciones son los materiales de construcción para la industria, maquinaria, aparatos de telecomunicación.

IV. Análisis de la Oferta

4.1 Oferta Interna

La oferta peruana de artículos de proveedores a la minería se ha incrementado a una tasa promedio anual de 5.5% en los últimos cinco años. El monto exportado en 2012 fue de US\$ 1,003 millones lo que representó un crecimiento de 7.1% con respecto al año previo. Cabe resaltar que si bien se incrementó el valor de exportación, el número de partidas exportadas se redujo y pasó de 278 a 276. Entre los nuevos productos exportados en el último año se encuentran las trituradoras de impacto (US\$ 31 mil), productos de hierro o acero laminado (US\$ 18 mil), las demás chapas y tiras de aleaciones (US\$ 7mil), entre otros. En el siguiente gráfico se muestra tanto el valor FOB de exportación como el número de partidas en el periodo 2008-2012.



Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERU

En 2012, el número de mercados de destino fue 112, este número permaneció constante respecto al 2011. Los cinco principales mercados de destino, en conjunto, representan el 70% del total del valor exportado. Entre ellos se encuentran Colombia (20% de participación), Estados Unidos (16%), Bolivia (13%), Chile (11%) y Venezuela (10%). Ecuador es el sexto mercados de destino y los productos con mayor presencia en ese mercado son alambre de cobre refinado (US\$ 20 millones, 28% de participación), propileno en formas primarias (US\$ 5 millones / 7%), las demás partes de máquinas de sondeo (US\$ 3 millones /5%), entre otros.

Las exportaciones a nuestros principales mercados de destino han mostrado una tendencia creciente, a excepción de Colombia que, a pesar de ser nuestro principal socio comercial en esta línea, nuestras exportaciones han registrado un descenso de 15% en el periodo 2011-2012. El que mostró mayor dinamismo, dentro del mismo grupo, fue Chile al pasar de US\$ 75 millones a US\$ 111 millones, en 2011 y 2012 respectivamente. Ecuador ha mostrado un crecimiento sostenido y con tendencia creciente, 11% fue el crecimiento en los dos últimos años.

Gráfico Nro2: Part % por mercado

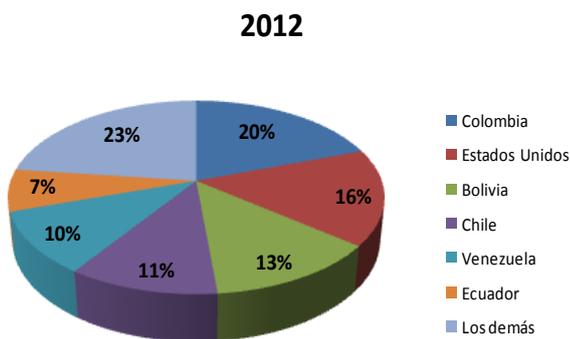
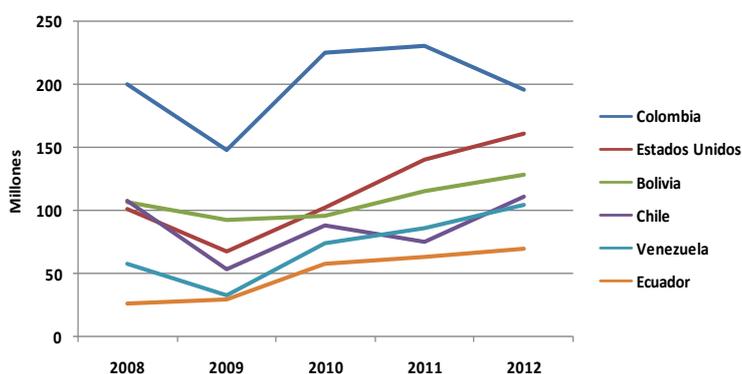


Gráfico Nro3: Tendencia por mercado



Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERU

Por otro lado, en el siguiente cuadro se muestran los principales productos peruanos exportados. Los cinco primeros representan cerca del 50% de participación de las ventas totales. El de mayor presencia son los alambres de cobre refinado (28% de participación), seguido de las barras y perfiles de cobre refinado (6%), barras de hierro y acero sin alear (6%), las demás barras laminadas (5%), entre otros.

Cuadro Nro 2: Exportaciones de artículos para proveedores a la minería
Millones de US\$

RK	DESCRIPCION	2008	2009	2010	2011	2012	PART. 2012
1	ALAMBRE DE COBRE REFINADO	286	148	276	298	281	28%
2	BARRAS Y PERFILES DE COBRE REFINADO	46	22	45	57	62	6%
3	BARRA DE HIERRO O ACERO SIN ALEAR	52	48	39	55	57	6%
4	LAS DEMAS BARRAS LAMINADAS	64	15	34	20	47	5%
5	DESPERDICIOS Y DESECHOS DE COBRE	29	24	39	46	44	4%
6	PARTES DE MAQUINAS Y APARATOS	20	17	13	21	29	3%
7	ALAMBRE DE COBRE DE ALEACIONES DE COBRE	26	14	25	27	27	3%
8	LAS DEMAS CHAPAS Y TIRAS DE COBRE REFINA	13	5	12	21	26	3%
9	BOLAS Y ARTICULOS SIMILARES PARA MOLINOS	15	15	18	18	21	2%
10	LAS DEMAS PARTES DE MAQUINAS Y APARATOS	7	11	10	14	18	2%
11	PARTES DE MAQUINAS Y APARATOS NO EXPRESA	0	1	1	1	16	2%
12	LAS DEMAS MANUFACTURAS DE CINC	21	11	16	19	15	1%
13	LOS DEMAS ALAMBRES DE COBRE REFINADO	8	6	12	23	15	1%
14	PERFILES DE HIERRO O ACERO LAMINADO	9	8	9	12	15	1%
15	LAS DEMAS BARRAS Y PERFILES DE ALEACIONES	4	2	5	9	15	1%
	LOS DEMAS PRODUCTOS	209	209	288	296	316	31%
	TOTAL	809	555	841	937	1,003	100%

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERU

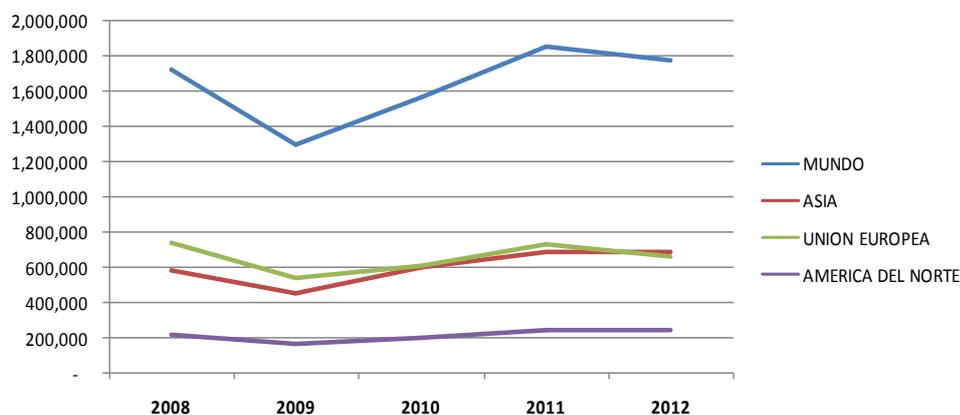
El sector está compuesto por 500 empresas, de las cuales el 44% son microempresas, 39% pequeñas, 15% medianas y 2% son grandes. Este sector registró una tasa de crecimiento promedio anual de 5.5% en el periodo 2008-2012, con lo cual ha pasado de US\$ 809 millones a US\$ 1,003 millones en ventas totales.

4.2 Oferta de la Competencia

En el siguiente gráfico se puede observar la tendencia de exportación de artículos para proveedores a la minería en los últimos cinco años, tomando en consideración el comercio mundial, Asia, Unión Europea, América del Norte y, América Latina y el Caribe. Actualmente, el continente asiático cuenta con la mayor participación, representando el 39% de las exportaciones totales, los países que destacan son China, Japón y Corea del Sur. Le

sigue la Unión Europea, con el 37%, y entre los principales países exportadores se encuentra Alemania, Italia y Francia. Estados Unidos, Canadá y México, en conjunto, cuenta con el 14%. Como se puede observar Latinoamérica tiene un reto muy grande para incrementar oferta de artículos para proveedores a la minería, debido a que cuenta solo con el 4% del comercio mundial.

Gráfico Nro4:Exportaciones de artículos para proveedores a la minería
Millones de US\$



Fuente: Trademap. Elaboración: PROMPERU

En el siguiente cuadro se detallan los principales países exportadores de artículos para proveedores a la minería, cabe resaltar que son 5 los mercados que, en conjunto, tienen el 47% de participación de mercado. En 2012, el país que lidera las exportaciones es China con una participación de 15% (US\$ 264,133 millones) y con crecimiento promedio anual de 4.5% en los últimos cinco años. Le sigue Alemania con 11% (US\$ 194,878 millones) y Estados Unidos con 10% (US\$ 180,523 millones). El Perú se encuentra ubicado como proveedor nro 64, con US\$ 1,083 millones como valor de exportación en 2012 y un crecimiento promedio de 6.0% en el periodo 2008-2012

Cuadro Nro 3: Exportaciones de artículos para proveedores a la minería
Millones de US\$

	Exportadores	2008	2009	2010	2011	2012	VAR% 2008/2012	VAR% 2012/2011	PART. 2012
RK	Mundo	1,727,089	1,297,856	1,570,843	1,855,302	1,779,528	0.8	-4.1	100
1	China	221,811	160,743	212,744	253,554	264,133	4.5	4.2	15
2	Alemania	213,449	158,787	181,176	217,064	194,878	-2.2	-10.2	11
3	Estados Unidos	154,846	122,385	147,655	175,174	180,523	3.9	3.1	10
4	Japón	89,734	67,343	93,890	104,463	100,297	2.8	-4.0	6
5	Italia	97,566	69,834	75,626	89,582	83,733	-3.8	-6.5	5
6	Corea del Sur	45,458	38,228	49,376	58,027	57,475	6.0	-1.0	3
7	Hong Kong	48,705	40,103	52,418	54,858	56,756	3.9	3.5	3
8	Francia	64,446	46,950	50,721	58,415	54,151	-4.3	-7.3	3
9	Australia	45,631	35,988	45,086	56,097	49,544	2.1	-11.7	3
10	Países Bajos	49,861	38,910	43,366	56,181	49,311	-0.3	-12.2	3
11	Reino Unido	51,217	37,156	40,837	45,782	42,176	-4.7	-7.9	2
12	Singapur	38,384	29,194	36,635	41,306	37,954	-0.3	-8.1	2
13	Bélgica	45,660	31,998	36,098	42,881	37,677	-4.7	-12.1	2
14	Canadá	37,396	25,999	30,498	36,673	35,443	-1.3	-3.4	2
15	México	27,183	19,912	26,222	29,187	32,631	4.7	11.8	2
	Los demás mercados	494,202	373,508	448,089	535,956	502,832	0.4	-6.2	28

Fuente: Trademap

De acuerdo con el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, la minería chilena invertirá US\$ 104,300 millones hacia el 2020 y el Latinoamérica se invertirá el doble en el mismo periodo. Hay, en consecuencia, un enorme potencial de mercado para proveedores a la minería.

Actualmente un porcentaje menor de los proveedores en Chile son de clase mundial o están en una ruta de clase mundial. Es decir, son pocos los que pueden ofrecer en forma competitiva su oferta de bienes y servicios en distintos países mineros del mundo o enfrentarse de

igual a igual a los actores internacionales que con una posición dominante concentran un gran porcentaje de las ventas para esta industria.

La medida 58 de la Agenda de Impulso Competitivo consiste en la ampliación del programa "Proveedores de la Minería de Clase Mundial". A través de este programa se busca desarrollar capacidades de gestión e innovación entre los distintos proveedores de la minería, teniendo como objetivo principal poder tener a 250 empresas proveedoras en una ruta de clase mundial al año 2014.

Dado que los programas de Desarrollo de Proveedores de Clase Mundial son de largo plazo y con un alto compromiso de recursos por parte de las compañías mineras, un porcentaje importante de los proveedores que se encuentran desarrollando estos proyectos, son los que BHP Billiton y Codelco han venido implementando como pioneros del programa (en el caso de BHP desde hace 4 años y en el caso de Codelco desde hace 2 años). Si bien nuevas empresas mineras se han unido al programa y han empezado a trabajar estos proyectos como proyectos piloto, se espera que a partir del año 2013 puedan empezar a trabajar con un número relevante de proveedores para poder cumplir el año 2014 con la meta de 250 proveedores en una ruta de clase mundial.

4.3 Oferta Peruana

4.1.1 Posicionamiento

El Perú se encuentra en el puesto n°7 y tiene el 4% de participación del total de las importaciones ecuatorianas. La tendencia ha sido creciente en los últimos cinco años y el crecimiento registrado en el periodo 2011-2012 fue de 40.1%.

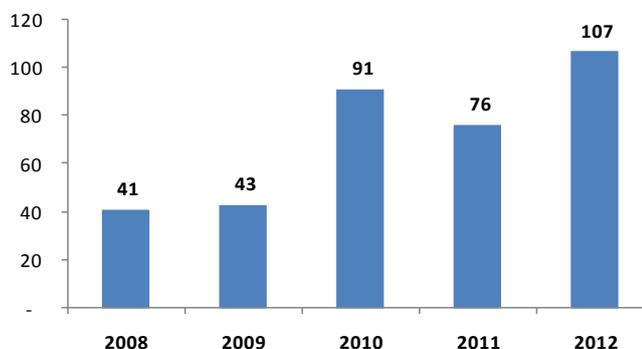
Los productos peruanos con mayor demanda en el mercado ecuatoriano son los alambres de cobre refinado, polipropileno en formas primarias, las demás máquinas de sondeo, entre otros.

Cuadro Nro 4: Importaciones de Ecuador de artículos para proveedores a la minería
Millones de US\$

RK	Proveedores	2008	2009	2010	2011	2012	VAR% 12/11	PART. 2012
1	Estados Unidos de América	591	538	776	523	803	53.4	28
2	Colombia	177	143	175	203	218	7.6	8
3	Brasil	171	134	149	166	161	-2.9	6
4	China	264	149	233	509	524	2.9	18
5	Federación de Rusia	52	12	14	59	44	-25.6	2
6	Chile	95	89	98	84	79	-5.1	3
7	Perú	41	43	91	76	107	40.1	4
8	India	16	12	24	42	34	-18.2	1
9	Alemania	53	52	94	103	155	50.3	5
10	Italia	59	44	78	87	71	-18.7	2
	Demás	536	370	618	822	683	-16.9	24
	TOTAL	2,054	1,586	2,350	2,674	2,880	7.7	100

Fuente: Trademap

Gráfico Nro5: Evolución de las exportaciones peruanas a Ecuador de artículos para proveedores a la minería
Millones de US\$



Fuente: Trademap

4.1.2 Reconocimiento de Origen, Marcas y Opinión de Productos

La oferta exportable peruana de esta línea no está promocionada a nivel internacional. Las empresas tanto ecuatorianas como chilenas con las que tuvimos contacto, sabían que existía una oferta en el Perú, pero no habían tenido ningún contacto previo y les interesó mucho que se realice la práctica de una misión comercial de empresas de esa línea vs empresas internacionales interesadas en concretar negocios.

Las instituciones con las que se sostuvo reuniones en el marco de la prospección coincidieron en que las regulaciones peruanas de protección para el tema minero no son restrictivas y por el contrario, a su opinión deberían ser más proteccionistas y regulatorias. También coinciden en que Perú está muchísimo más desarrollado que el Ecuador en temas mineros y que por lo mismo los productos y servicios que ofrecen las empresas peruanas calzan en la demanda de la creciente industria minera en el Ecuador.

Es importante la realización de actividades que conlleven a la promoción de las empresas peruanas de este rubro como misiones, ruedas de negocios, eventos especializados, participación en ferias y congresos a fin de dar a conocer la oferta exportable con la que cuenta el país.

V. Análisis del Sector

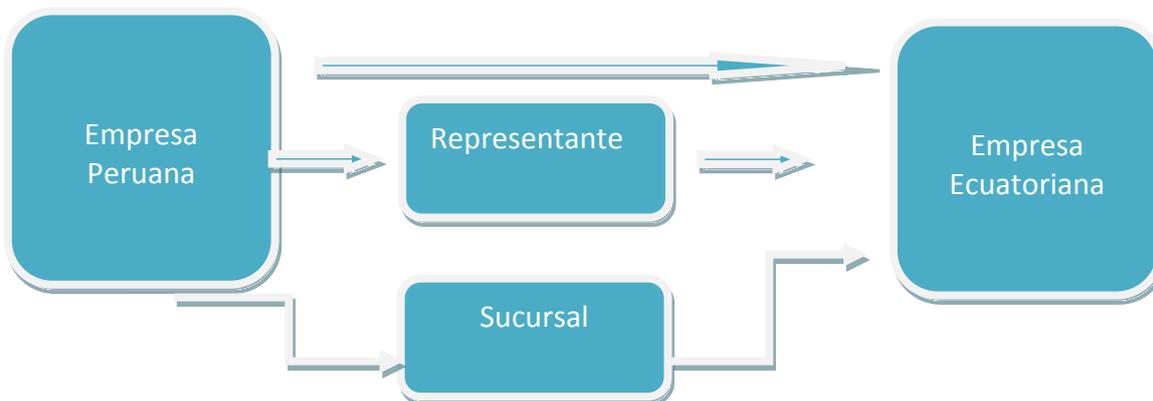
5.1 Canales de Distribución

Los productos peruanos para el sector minero, deberían estar dirigidos hacia empresas ecuatorianas consideradas como usuarios finales y a comercializadoras que tienen como clientes a estas empresas en caso de que no se realice importaciones directas, ya que, aunque en el sector minero ecuatoriano existan grandes empresas como representaciones internacionales, el abastecimiento de productos para éstas se lo realiza por medio de procedimientos ya establecidos y tienen proveedores definidos para las representaciones a nivel mundial, por lo que ingresar a este sector sería bastante complicado.

En el Ecuador, se han identificado tres canales para la comercialización de productos mineros como:

- Ventas Directas: Exportaciones peruanas a clientes ecuatorianos, multinacionales y al mismo estado.
- Representante: éste se encarga de ingresar los productos en este mercado.
- Filial o sucursal: donde las posibilidades de concretar negocios se amplían, pero así también las responsabilidades y costos asociados a instalarse en el Ecuador.

Gráfico Nro6: Canales utilizados para el ingreso de productos de la minería en el Ecuador



Fuente: Estudio proveedores a la minería en Ecuador. Elaboración: PROMPERÚ

Por último cabe destacar que las compras por parte del estado (Empresa Nacional de Minería) se realizan a través de un sistema de compras públicas (www.compraspublicas.gov.ec) donde solo empresas instaladas en Ecuador pueden participar.

Para participar en licitaciones internacionales, las empresas peruanas deben contar con el RUP (Registro Único de Proveedores) y cuyo costo de trámite es de US\$ 500, el cual se tramita mediante apoyo de abogados.

De acuerdo a un estudio elaborado por ICEX, el sistema portuario de Ecuador consta de siete puertos estatales (carga general y petróleo) y diez muelles privados; incluyen tres puertos petroleros (Balao, La Libertad y Salitral) y cuatro puertos utilizados para el comercio de bienes, los cuales son Guayaquil, Puerto Bolívar, Esmeraldas y Manta. El puerto más importante es el de Guayaquil, en donde se reciben la mayor parte de las exportaciones e importaciones del Ecuador.

En el puerto de Esmeraldas, se ubica la principal terminal para la exportación del petróleo y también es punto de salida del banano. Otro puerto importante es el de Manta por donde transitan las exportaciones ecuatorianas de cacao y café y Puerto Bolívar es el principal puerto de embarque de las exportaciones de los bananos. Los principales aeropuertos en Ecuador son el Mariscal Sucre en Quito y el Simón Bolívar en Guayaquil.

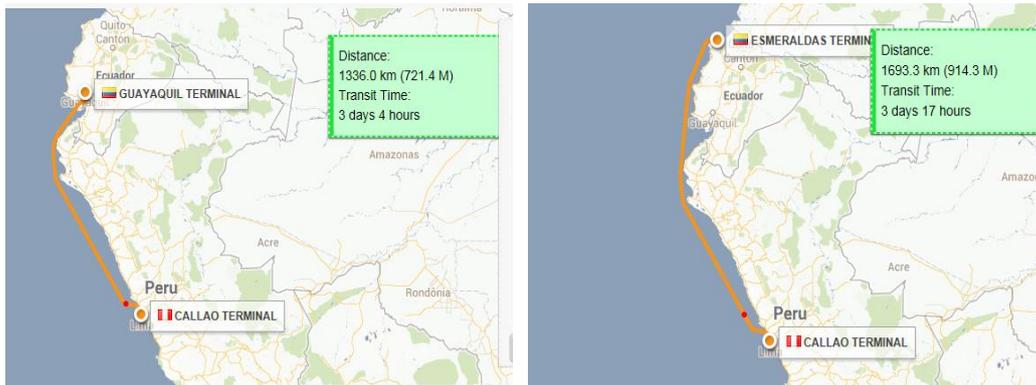
Gráfico Nro7:Puertos en Ecuador



5.2 Logística

En cuanto a las rutas utilizadas para la llegada a dicho mercado es importante considerar lo siguiente:

Gráfico Nro8: Distancias y tiempos desde el Puerto del Callao hacia: Puerto Guayaquil, Esmeraldas y Manta



Fuente: Searates.com

Es importante mencionar que la frecuencia de salida para cargas marítimas es semanal tanto para Guayaquil como para Esmeraldas



Fuente: Searates.com

En cuanto a los costos de envíos de mercancía de acuerdo a la base de datos callao on line, para un contenedor de 40 pies el costo sería:

Gráfico Nro9: Costos de envíos contenedor 40 pies

EXPORACION					
Concepto	Unidad Cobro	P. Unitario	Total	Moneda	Factura
CONTAINER DELIVERY ORDER FEE	Contenedor	200.00	200.00	SOLES	COSMOS
GASTOS ADMINISTRATIVOS AGENCIA	Factura	30.00	30.00	SOLES	COSMOS
GASTOS ADMINISTRATIVOS DEPOSITOS	Factura	28.00	28.00	SOLES	NEPTUNA
SERVICIO DE ADMINISTRACIÓN DE CONTENEDORES 40'	Contenedor 40'	63.87	63.87	SOLES	COSMOS
GATE OUT 40'	Contenedor 40'	320.65	320.65	SOLES	NEPTUNA
DOC FEE	BL	260.00	260.00	SOLES	COSMOS

Precio valido hasta : 31/07/2013

Fuente: Callao on line

Para el caso de un contenedor de 20 pies sería:

Gráfico Nro10: Costos de envíos contenedor 20 pies

EXPORACION					
Concepto	Unidad Cobro	P. Unitario	Total	Moneda	Factura
Container Control	Contenedor	170.00	170.00	SOLES	COSMOS
Servicio de administracion de contenedores (SAC)	Contenedor	60.00	60.00	SOLES	COSMOS
Gastos Administrativos	Factura	52.50	52.50	SOLES	COSMOS
Gate Out Dry 20'	Contenedor 20'	315.00	315.00	SOLES	APM
Servicio Documentario	BL	360.00	360.00	SOLES	COSMOS

Los montos no incluyen IGV

Fuente: Callao on line

VI. Análisis de la Demanda

Desde la vigencia de la nueva Ley Minera, cuya finalidad es poner fin a la explotación ilegal, se aprobaron 1,700 concesiones mineras y se prevé la generación de alrededor de 11 mil empleos.

Existe gran expectativa entre los inversionistas y las poblaciones cercanas por la explotación de los cinco proyectos emblemáticos de minería a gran escala: Mirador, Fruta del Norte, Panantza - San Carlos, Quimsacocha y Río Blanco.

Asimismo, en el Ecuador existe un Catálogo de Inversión para Proyectos Estratégicos, el que incluye posibilidades de inversión de maquinaria y equipamiento para la industria alimentaria. Estos proyectos ubicados en las distintas provincias del Ecuador, incluye la explotación de metales como: oro, plata, plomo, zinc, cobre, molibdeno y arenas ferrosas.

- Cordillera de Nanguipa : Zamora Chinchipe (oro , cobre y molibdeno)
- Telimbela: Bolívar (cobre y molibdeno)
- La Tola Norte: Esmeraldas (arenas ferrosas)
- San Miguel : Bolívar (Cobre)
- El Torneado: Bolívar y Los Ríos (oro , cobre y molibdeno)

6.1 Perfil del Consumidor y segmentación

- Las matrices, sucursales y plantas se encuentran en las principales ciudades de Ecuador: Quito, Guayaquil, Cuenca y Machala. En empresas que son representaciones de empresas internacionales, a más de tener sucursales y plantas en las ciudades antes mencionadas, su matriz se encuentra en Estados Unidos.
- Relaciones estratégicas: Pudo determinarse que las empresas mantienen varios socios o relaciones estratégicas. Las relaciones estratégicas no se concentran con un socio en específico, las empresas mantienen varios socios dependiendo de la línea de productos que comercializan o utilizan. La gran mayoría de empresas no mantienen aliados para la distribución u sub-distribución de sus productos.
- Las principales ventajas competitivas de los productos que distribuyen las empresas son:
 - Productos con garantías efectivas
 - Productos con repuestos en el mercado
 - Productos con prestigio en el mercado

- Servicio al cliente

6.2 Tendencias y Hábitos de consumo

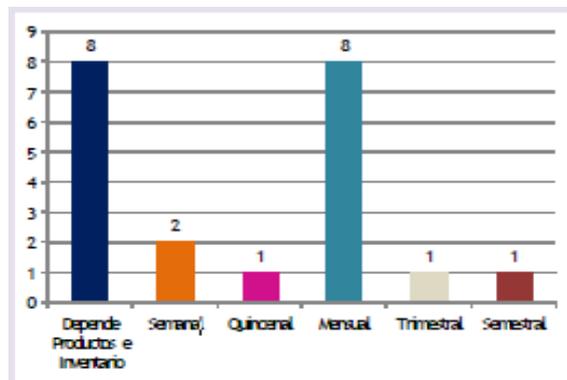
Los principales productos consumidos, corresponde a los que se utilizan para tareas específicas dentro de la industria de la minería, sin sufrir modificaciones relevantes.

Son varios los principales proveedores internacionales como:

- Goulds Water
- Ingersollrand
- Royal Steel
- Caterpillar
- Fundición Central
- Boart Longyear

La frecuencia de compra de los productos está dada por las particularidades de cada empresa y las características de los productos que distribuye, como se muestra en el gráfico a continuación:

Gráfico Nro11: Frecuencia de compra



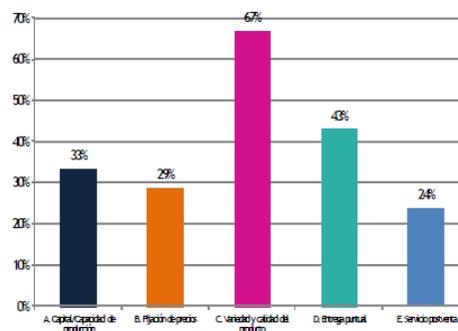
Fuente: Estudio proveedores a la minería en Ecuador –BDO

Se puede observar en el gráfico, 8 de 10 empresas el 38% realizan las compras de productos dependiendo de los inventarios que tienen, requerimientos de clientes, etc. Estas empresas no tienen una frecuencia definida. El siguiente 38% realiza compras de productos mensuales, y el 24% restante realizan compras semanales, quincenales, trimestrales y semestrales.

La forma de pago más empleada por las empresas es crédito y contado.

De acuerdo a la investigación realizada, los criterios claves más importantes para seleccionar un proveedor se muestran en el siguiente gráfico:

Gráfico Nro12: Frecuencia de compra



Fuente: Estudio proveedores a la minería en Ecuador –BDO

Ecuador se encuentra en el proceso hacia la minería responsable a gran escala, razón por la cual las tendencias de los involucrados en este sector apuntan a los siguientes ámbitos:

- Minería responsable, explotando la capacidad minera del Ecuador en base a los principios de responsabilidad social y cuidado ambiental.

- Tecnificación de los procesos para empresas que se encuentran desarrollando sus actividades dentro del sector minero, para lograr el
- menor impacto ambiental y social, el control de efluentes y la remediación integral de la zona de explotación afectada.
- Actitud de anticipación responsable tanto a las exigencias legales y requerimientos internos, así como a las demandas de la sociedad en
- cuanto a los efectos de la actividad sobre el medio ambiente.
- Utilización en los procesos de productos de alta calidad que cumplan con normas y especificaciones técnicas que así lo demuestren.
- La atención a la seguridad y la salud ocupacional es primordial y el cumplimiento de las normas que esto involucra.
- Sustentabilidad de los estándares ambientales y sociales, este aspecto es muy importante ya que la actividad minera debe dirigirse hacia el manejo responsable de los recursos naturales en función del equilibrio ambiental y natural de la región.

6.3 Preferencias de Marcas y Origen

Como fue mencionado las empresas mantienen varias líneas de productos dirigidas a diferentes segmentos, razón por la cual, las marcas que comercializan son muy variadas, entre las principales se pueden destacar:

- Goulds Water
- Ingersollrand
- Royal Steel
- Caterpillar
- Fundición Central
- Boart Longyear
- Entre otras marcas

En cuanto a estándares de calidad la gran mayoría de las empresas requieren que:

- Los productos mantengan garantías efectivas
- Sin bien no es un requerimiento obligatorio se prefiere que los productos tengan certificación ISO 9001.
- Productos que cumplan con las especificaciones técnicas a nivel mundial.

Con relación al origen de los productos, de acuerdo a las reuniones sostenidas en el marco de la prospección pudimos identificar que a nivel regional se abastecen de empresas de Chile y Colombia principalmente. Con las cuales, ya han mantenido relaciones comerciales y en algunos casos han incrementado el precio de sus productos o en algunos casos fallado en el envío de los mismos.

Del estudio se pudo identificar que los compradores sostienen relaciones comerciales con empresas de América del Norte (Estados Unidos, Canadá y México), Asia (Japón, Taiwán, China) y Europa (Reino Unido, Inglaterra, España, Italia, Dinamarca y Alemania) y de América (Costa Rica, Chile y Colombia)

6.4 Requisitos de Acceso

La política de comercio exterior de Ecuador está a cargo del Consejo de Comercio Exterior e Inversiones (COMEXI), el cual establece aranceles, medidas de salvaguardia y otros mecanismos relacionados al acceso de bienes y servicios a Ecuador.

Los productos peruanos no pagan aranceles para ingresar a Ecuador. Nuestro país junto con Ecuador, Bolivia y Colombia forman parte de la Comunidad Andina (CAN) y entre los cuatro miembros de este sistema de integración existe una zona de libre comercio.

Cabe señalar que en julio de 2010 quedó sin efecto la salvaguardia por balanza de pagos que impuso Ecuador a un número importante de productos importados, incluso a aquellos provenientes de los países de la CAN. Por ello, en la actualidad la totalidad de productos peruanos tienen arancel cero en este país.

Ecuador aplica el arancel externo común de la CAN a los productos importados que ingresan a su territorio, excepto a los provenientes de los países de la CAN y a los de países con los cuales ha firmado acuerdos comerciales.

El arancel externo de la CAN tiene cuatro niveles. A la mayoría de materias primas se le aplica el 5%, a los bienes de capital 10.0% y 15.0% para bienes intermedios. Los bienes de consumo tienen un arancel de 20% en su mayoría y, en general, el arancel promedio aplicado por Ecuador durante el año 2009 fue de 10.1%. Por otro lado, este arancel está adecuado al nuevo texto único de la NANDINA, nomenclatura arancelaria común de los países de la CAN.

Los productos peruanos importados por Ecuador deben pagar el FDI (0.5%), el IVA (12%). Los aranceles y otros impuestos que gravan a las importaciones en Ecuador pueden ser consultados en la Aduana de Ecuador. (Para mayor consulta: <http://www.aduana.gob.ec/>)

Ecuador prohíbe la importación de sustancias psicotrópicas como se detalla en una lista publicada por el Ministerio de Comercio Exterior (MCE). Sólo podrán ser importadas las sustancias controladas de uso médico previa autorización del MCE. Además, Ecuador exige la autorización previa de algunos ministerios para alimentos procesados, cosméticos, licores, ampollas, etc.

Cuadro Nro 5: Acuerdos comerciales

Acuerdos Comerciales de Ecuador		
Acuerdos Comerciales no vigentes y en negociación		Fecha de suscripción
Negociaciones en curso	Corea	-
	Alianza del Pacífico	-

Fuente: OMC. Elaboración: Promperú

Acuerdos Comerciales de Ecuador		
Acuerdos Comerciales en Vigor		Entrada en vigor
Acuerdos multilaterales	Miembros de la OMC	21-ene-1996
Uniones Aduaneras	Comunidad Andina	26-may-1969
Acuerdos de alcance parcial	Guatemala	19-feb-2013
	Chile	25-ene-2010
	México	06-ago-1987
	MERCOSUR-Colombia y Venezuela	18-oct-1994

Fuente: OMC. Elaboración: Promperú

Para los productos objeto del estudio (33 partidas) y de la prospección de mercado los aranceles de ingreso son de 0% al amparo de la CAN

VII. Actividades de Promoción

7.1 Propuestas de Actividades de Promoción

Es importante que se continúe con el desarrollo de misiones comerciales a este mercado. De acuerdo a la prospección realizada, hay interés en mantener relaciones comerciales tanto de cooperación técnica, inversión y adquisición de productos que comprende la línea de proveedores a la minería en el Perú.

Es importante considerar, además que se debe tener en cuenta que la ley de la minería está siendo reformada junto con su reglamento (incluyendo el uso del mercurio en el proceso de extracción), así como la reforma tributaria mediante la cual aplican impuestos a las ganancias extraordinarias en la que se incluyen las minas.

Además, el Perú está varios pasos por delante de la minería en el Ecuador, lo que se convierte en una oportunidad para ofrecer consultorías y asesorías en temas mineros, capacitaciones en universidades y empresas del rubro. Luego de la prospección se identificó el interés por la demanda de servicios a la minería y el desarrollo de estudios de pre-factibilidad, laboratorios para análisis mineros, entre otros.

La participación en ferias y eventos de esta línea son vitales para las empresas del sector como por ejemplo:

- Congreso de minería – Ecuador: Septiembre del 2013
- Congreso internacional de Minería – CONMINAS: Agosto 2013
- Expo Minas 2013: Abril 2013

Una forma de dar a conocer la oferta exportable peruana, es mediante la publicación de anuncios en revistas especializadas y dirigidas al sector minero. Algunas publicaciones importantes son: Revista Nueva Minería y Energía, Minería Industrial responsable, Journal Oil & Power and Oils.

Ya que el enfoque de la minería en el Ecuador está dirigido hacia la responsabilidad y sustentabilidad de las actividades mineras, los productos, equipos e insumos direccionados a este sector deberían ser amigables con el ambiente en cuanto a conservación y utilización de energías limpias.

La sustentabilidad ambiental y las acciones entorno a las comunidades se han convertido en elementos cruciales para la viabilidad de la actividad minera que debe incluir conceptos sobre manejo responsable de los recursos naturales en función del equilibrio ambiental y natural, estos factores se incluyen en la ley de minería razón por la que las empresas de este sector están en la necesidad de adquirir productos cada vez más amigables con el ambiente en torno al cumplimiento de la normativa y a los aspectos de responsabilidad social.

VIII. Conclusiones y Recomendaciones

CONCLUSIONES

- Esta prospección se llevó a cabo como resultado del estudio realizado en el 2012 y coincidió con la feria Expo Minas 2013, lugar idóneo para el desarrollo de la rueda de negocios entre 16 empresas peruanas y 31 importadores ecuatorianos.
- La minería artesanal en Ecuador se encuentra atravesando una transición progresiva hacia el desarrollo industrial sostenible. Es por ello que la explotación a gran escala genera mucha expectativa entre profesionales y expertos en minería.

- Entre los factores decisivos al momento de escoger un proveedor extranjero, las empresas ecuatorianas del rubro minero encuestadas para el estudio indicado consideran muy importante la variedad y la calidad de los productos (67%), el tiempo de entrega (43%), el capital y la capacidad de producción (33%), y finalmente la fijación de precios (29%) y el servicio post-venta (24%).
- La oferta exportable peruana de esta línea no está promocionada a nivel internacional. Las empresas tanto ecuatorianas como chilenas con las que tuvimos contacto, sabían que existía una oferta en el Perú, pero no habían tenido ningún contacto previo y les interesó mucho que se realice la práctica de una misión comercial de empresas de esa línea vs empresas internacionales interesadas en concretar negocios.
- Existen oportunidades para las empresas peruanas, tanto para proveer maquinarias e insumos para esta línea como para ofrecer capacitaciones, consultorías y desarrollo de servicios para la industria de la minería. Sin embargo, es importante que se concreten los cambios a la ley y reglamento para la minería en Ecuador.
- De las reuniones con las instituciones Arcom, Ministerio de Recursos Naturales no Renovables y Cesme, se puede concluir que todas estas instituciones coinciden en que las regulaciones peruanas de protección para el tema minero no son restrictivas y por el contrario, a su opinión deberían ser más proteccionistas y regulatorias. También coinciden en que Perú está muchísimo más desarrollado que el Ecuador en temas mineros y que por lo mismo los productos y servicios que ofrecen las empresas peruanas calzan en la demanda de la creciente industria minera en el Ecuador.

RECOMENDACIONES

- Luego del desarrollo de un estudio o perfil es importante realizar una visita al mercado objeto de la consultoría, ya que permite conocer de cerca el comportamiento del consumidor, las tendencias de mercado y de esta forma identificar oportunidades para las empresas peruanas de las líneas objeto de la investigación.
- Realizar actividades conjuntas con los CEC de manera que nos puedan brindar información e interés (oportunidades de mercado, restricciones y acceso a mercado) para las empresas peruanas interesadas en ingresar a dicho mercado.
- Enviar información a los compradores/importadores/inversores interesados en empresas peruanas exportadoras de estas líneas, tanto de los productos/servicios de las empresas de la misión como de las otras líneas que ofrece este sector.
- Luego de misión, es importante realizar un seguimiento de si los contactos conseguidos durante la rueda se concertaron fueron beneficiosos para la empresa peruana.
- Es importante que la coordinación de la misión se tome en cuenta lo siguiente:
- Las empresas participantes en la misma deben ser definidas en su totalidad, con por lo menos dos semanas antes de desarrollarse la misión.
- Se debe saber con exactitud los nombres de los representantes de cada uno de las empresas que asistirán a la misión, así como los datos de contacto de los mismos.
- Se debe recibir el perfil de las empresas compradoras también con anticipación, a fin de que las empresas locales puedan evaluar las reuniones con las mismas.
- Se debe programar por lo menos 3 visitas a empresas del giro