

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

información

2013

Informe Especializado



Oportunidades
Comerciales en Ghana

prom
perú

Contenido

1. Indicadores macroeconómicos	3
2. Perfil del consumidor ghanés.....	4
3. Oportunidades de Negocio	5
4. Estadísticas de Comercio Exterior	6

OPORTUNIDADES COMERCIALES EN GHANA

1. Indicadores macroeconómicos

La economía de Ghana ha registrado una tendencia creciente en los últimos cinco años de manera sostenida y a tasas superiores al 4%, generando un ambiente de negocios medianamente competitivo y reduciendo, así, paulatinamente los niveles de pobreza. Esto es resultado conjunto de una responsable gestión macroeconómica que viene ejecutando el Gobierno Ghanés y del incremento de los precios del petróleo, oro y cacao. Todos estos factores han ayudado a sostener el crecimiento del PIB en el periodo 2008 – 2012. Esta tendencia, según el FMI, continuará hacia 2015, con un incremento sostenido a tasas superiores al 8%. De cumplirse esta tendencia a mediano plazo, Ghana se convertirá en una de las diez economías que crecen más dinámicamente en esta década.

**Indicadores Macroeconómicos
Ghana 2011 - 2015**

Producto	2011	2012	2013	2014*	2015*	Var .% 2012 - 2011
PBI (miles de millones de US\$)	38.4	40.1	42.6	48.6	53.6	4.5
Crecimiento del PBI (%)	8.4	4	8	14.4	8.2	-
PBI Per - Cápita (miles de US\$)	1.3	1.1	1.4	1.6	1.6	-11.8
Inflación (%)	22.5	23.1	23.7	24.3	24.9	-

Fuente: FMI Elaboración: PROMPERÚ

*Proyecciones FMI

La inflación es uno de los problemas más notorios en la economía ghanesa, mostrando un leve crecimiento a lo largo de los años y manteniéndose sobre la tasa de 20% y se prevé que esto continúe para los próximos años. Además, pese a los esfuerzos del gobierno, la población que aún vive bajo la línea de pobreza es de 28.5%, aunque se prevé que este porcentaje disminuya con el paso de los años.

En cuanto a lo relativo a actividades económicas, el sector relacionado a los servicios aporta en 47.9% al PIB nacional y está compuesto principalmente por actividades que giran en torno a la actividad aurífera y a las remesas individuales. Mientras tanto, la industria y la agricultura aportan en un 27.4% y 24.6% respectivamente al PIB ghanés. Sin embargo, el sector agricultura emplea más del 56% de la población, mientras que el sector servicios solo lo hace en 29%, lo cual muestra también la disparidad social y económica que aún persiste, en gran manera, en el país. La mano de obra aun es poco calificada, así como los servicios brindados. Es por ello que en el último ranking de competitividad del Foro Económico Mundial (2012 – 2013), Ghana se encuentra ubicado en el puesto 114 de un total de 168 países.

Pese a lo expuesto la producción de petróleo en el yacimiento marino de “Jubilee Field”, iniciado a finales de 2010, se espera que impulse el crecimiento económico. Gracias a ello, las reservas de petróleo ghanés han subido a casi 700 millones de barriles, convirtiéndose así en el sexto país con más reservas en África.

2. Perfil del consumidor ghanés

En la región de África Subsahariana, Ghana es el segundo país más poblado por detrás de Nigeria con poco más de 25 millones de habitantes. Su población, en mayoría, es joven y crece a una tasa promedio anual de 2%; sin embargo, su esperanza de vida es de solo 57 años. Las regiones más pobladas son Ashanti (Kumasi la principal ciudad) y Greater Accra, en la cual se ubica la capital Accra. Cabe agregar que Ghana es uno de los pocos países africanos que posee mayoría cristiana, superior al 60% de la población.

Con el paso de los años, cada vez es mayor el número de personas que asisten a centros especializados de formación y universidades como medio para conseguir mayores ingresos, lo cual junto con el desarrollo económico ha abierto paso a una importante clase media con capacidad de consumo.

A la par de que la clase media comienza a percibir el beneficio de las reformas económicas, la demanda de bienes de consumo ha ido en aumento en un promedio de 20% desde 2002. La demanda de ordenadores, teléfonos móviles, electrónica de consumo, electrodomésticos, neumáticos, partes de automóviles, artículos de papelería, perfumes y cosméticos ha venido registrando un crecimiento constante.

El consumidor promedio de Ghana le da mucha importancia al empaquetado del producto, los diseños coloridos, alegres y atrayentes llaman su atención. La sensibilidad al precio es uno de los ítems más importantes a la hora de examinar la conducta de este consumidor. Los sectores más acomodados está empezando a tener conciencia respecto a la relación precio – calidad, así como al servicio post venta para los productos comprados. La marca, el precio y la calidad son muy importantes en el mercado ghanés. Para los consumidores más exigentes no es lo mismo una prenda “Made in EEUU” que una “Made in China”, ya que para ellos las marcas foráneas son símbolo de estatus y calidad de vida.

Es muy importante el establecimiento de relaciones personal, el comprador ghanés suele cerrar sus tratos de manera personal con el vendedor foráneo, rara vez se cierran negocios a través de teléfono o correo electrónico, esto sobre todo en personas de raza negra. La existencia de dominios corporativos y páginas web, incluso en organismos oficiales, son casi inexistentes y se suele utilizar cuentas públicas de Hotmail, Yahoo y Gmail. Cabe agregar que debido a la poca información y a la falta de páginas web y dominios públicos institucionales se han aumentado el fraude y la estafa vía internet.

Por último, los negocios minoristas modernos (supermercados, tiendas de conveniencia, etc.) y las empresas importadoras en Ghana suelen estar manejados por capitales extranjeros, principalmente, libaneses e hindúes. Mientras que la distribución mayorista tradicional está controlada por empresas locales ghanesas. El canal tradicional, a través de puestos ambulantes y tiendas de barrio, prevalecen notoriamente sobre el canal moderno aún.

3. Oportunidades de Negocio

Ghana representa, como ya se dijo, uno de los mercados más dinámicos dentro de los países del África Subsahariana. En 2009, la entrada de IED alcanzó los US\$ 1,685, en gran parte, relacionados al sector minero extractivo y la construcción, representando un 38.11% respecto a 2008. Los orígenes de estas inversiones son diversos, desde el Reino Unido, pasando por India, China y Líbano.

Metodología CEPAL Productos peruanos con potencial en Ghana

Producto	Sector	Clasificación
Los demás pescados congelados, excluidos filetes, hígados y huevas	Pesca	Prometedor
Las demás baldosas y azulejos esmaltados (revestimientos cerámicos)	Materiales y acabados para la construcción	Prometedor
Los demás productos de hierro o acero galvanizado de otro modo	Siderometalúrgico	Prometedor
Bolas y artículos para molinos	Metalmecánico	Prometedor
Máquinas de sondeo o perforación autopropulsadas	Metalmecánico	Prometedor
Los demás alambres de hierro o acero sin alear	Siderometalúrgico	Prometedor

Fuente: SUNAT Elaboración: PROMPERÚ

Las oportunidades de negocio que ofrece Ghana son múltiples. En primer lugar, el sector minero ghanés, donde destaca el gran dinamismo en cuanto a explotación de oro y piedras preciosas, aun se desarrolla, en gran parte, a nivel artesanal debido a la falta de tecnología y mano de obra calificada. Este sector solicita continuamente, directamente proporcional a su crecimiento, alquiler y compra de equipo de todo tipo, desde tractores y excavadoras, hasta repuestos y máquinas menores. El Perú, siendo uno de los productores mineros más importantes a nivel mundial y con larga experiencia en el mismo, podría aprovechar esta ventaja competitiva e incursionar en el mercado ghanés. Así, podría exportar desde servicios de consultoría, hasta pequeñas maquinarias producidas en el país como las máquinas de sondeo o perforación, producto "prometedor" en el mercado ghanés. Solo en enero de 2013 se exportaron al mundo US\$ 3 millones, principalmente por la empresa peruana RESEMIN S.A., que ya tiene experiencia en mercados africanos como Tanzania (3º destino de esta partida en enero 2013). Otro producto interesante en este sector son las bolas y artículos similares para molinos que nuestro país viene exportando con éxito a países de la región como Chile.

En el sector alimentos, si bien es cierto Ghana es un productor importante de frutas y vegetales en el África, tienen notable demanda de productos ricos en proteínas pero de bajo precio como las menudencias de aves y pescados de poco valor monetario. El pescado representa poco más del 50% de la ingestión de proteínas del ghanés promedio. El Perú, en 2011, ya tuvo exportaciones pesqueras no tradicionales por más de \$20 millones a este país, compuesto por conservas de pescados y jureles principalmente. Dentro del análisis CEPAL, se identifica que una subpartida prometedora de este sector que todavía no tomada en cuenta por los exportadores peruanos es "los demás pescados congelados excluidos filetes, hígados y huevas". Las importaciones de Ghana en este sector son, principalmente, de origen regional, países como Marruecos, Mauritania y Senegal son sus principales proveedores; sin embargo, destaca la presencia de Argentina en el sexto lugar, mientras que Perú se ubica en la décima

primera posición. Cabe agregar, que en el mercado ghanés existen preferencias por pescados ahumados (tilapia y bagre) en vez de frescos o congelados.

Otro rubro bastante dinámico en Ghana y que ofrece oportunidades para productos extranjeros es el sector construcción. Este rubro se viene expandiendo rápidamente con un crecimiento de 20% en 2011, y se ubica como el segundo mayor contribuyente al PBI nacional ghanés. Si bien es cierto, Ghana cuenta con materia prima suficiente para sostener este crecimiento (madera, piedra, cal y mano de obra barata), existe una gran demanda en otros productos con valor agregado, como productos y materiales para acabados de construcción con valor agregado, así como cemento y maquinaria pesada.

4. Estadísticas de Comercio Exterior

En los últimos cinco años la balanza comercial ha sido favorable para el Perú. El valor de nuestras exportaciones han sido volátiles en el periodo 2008 – 2012, registrando una tasa promedio de crecimiento negativa de -5.3%. Esto debido a que, en 2011, logramos un pico máximo en nuestras exportaciones, el cual sin embargo, registró una caída de 89% en 2012, principalmente, debido a la disminución de importación de productos pesqueros por parte de Ghana.

Comercio Internacional Perú - Ghana
(Miles de dólares)

	2008	2009	2010	2011	2012	TCP % 2008 - 2012
Exportaciones	3,004	513	1,454	22,056	2,420	-5
Importaciones	186	190	248	643	1,296	63
Balanza Comercial	2,818	323	1,206	21,413	1,124	-
Intercambio Comercial	3,190	703	1,702	22,699	3,716	4

Fuente: Trademap Elaboración: PROMPERÚ

I

En cuanto a las importaciones, estas mantienen una tendencia de crecimiento sostenido desde hace cinco años, y en el periodo 2008 – 2012, han alcanzado una tasa de crecimiento promedio anual de 62.5%. Actualmente, Ghana se ubica en la posición noventa y dos alrededor del mundo y el noveno mercado africano para nuestras exportaciones no tradicionales.

4.1 Exportaciones por sectores (en miles de dólares)

Los productos exportados en los últimos cinco años a Ghana son principalmente del sector No Tradicional. Pese a la notable caída en las exportaciones peruanas a Ghana en 2012, principalmente por la disminución de exportaciones pesqueras, el sector metal mecánico fue el único que registró crecimiento (+24%), gracias a las exportaciones por US\$ 85 mil de hornos para tostación, fusión u otros tratamientos térmicos y sus repuestos. Otros sectores no tradicionales en los cuales los productos peruanos han tenido una presencia sostenida en el tiempo son los agropecuarios (US\$ 85 mil en 2012), maderas y papeles (US\$ 4 mil en 2012) y pesca (US\$ 2.2 millones en 2012).

**Exportaciones peruanas a Ghana por sectores
(Miles de dólares)**

SECTOR	2008	2009	2010	2011	2012	Var. % 2012 - 2011
Agropecuario	2,710	203	1,442	789	85	-89
Maderas y papeles	0.1	0.3	-	2	0.4	-80
Pesquero	20	108	-	20,748	2,212	-89
Químico	84	-	1	1	-	-100
Sidero - Metalúrgico	5	200	-	54	-	-100
Textil	-	-	-	0.1	-	-100
Varios (Inc. Joyería)	-	-	-	0.1	-	-100
Metal - Mecánico	-	1	6	98	122	24
Minería No Metálica	-	-	6	-	-	-
TOTAL NO TRADICIONAL	3,004	513	1,454	21,692	2,420	-89
Harina de Pescado	-	-	-	364	-	-100
TOTAL TRADICIONAL	-	-	-	364	-	-100

Fuente: SUNAT Elaboración:
PROMPERÚ

4.2 Principales Productos No Tradicionales

En 2012, se exportaron productos no tradicionales por US\$ 2,4 millones aproximadamente, compuesto por once subpartidas arancelarias. Los productos pesqueros representan el 91.4% del total de exportaciones peruanas no tradicionales a Ghana, siendo los productos con mayor participación en este rubro las demás preparaciones y conservas de pescado entero o en trozos, excepto picado (68% de participación 2012), así como los jureles (23% de participación 2012). En cuanto a productos con mayor dinamismo tenemos a el suero de mantequilla, leche y nata cuajada, yogurt y demás leches y natas aromatizadas con frutas u otros frutos o cacao que tuvo un crecimiento, en 2012, de 528.6% en comparación con 2011.

Otro producto importante son los hornos de tostación, fusión y otros tratamientos térmicos, así como sus partes, que en 2012 comenzaron a exportarse a Ghana (+ US\$ 99 mil entre ambos) y que sirvieron para impulsar el crecimiento de las exportaciones metalmecánicas peruanas en el país africano.

**Principales productos peruanos exportados a Ghana
(Miles de dólares)**

Partida	Descripción	2011	2012	Var. % 2012 - 2011	Part. % 2012
1604190000	Demás preparaciones y conservas de pescado entero o en trozos, excepto picado : Conservas de jurel	4,636	1,652	-64	68
3035500000	Jureles (Trauchurus SPP.)	-	561	-	23
8417100000	Hornos para tostación, fusión u otros tratamientos térmicos de los minerales metalife	-	85	-	4
4039090100	Aromatizados o con frutas u otros frutos o cacao, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante	13	79	529	3
8417900000	Partes para hornos industriales o de laboratorio, incluso incineradores	-	14	-	1
-	Resto	17,044	30	99.8	1
Total		21,692	2,420	-89	100

Fuente: SUNAT Elaboración: PROMPERÚ

4.3 Número de empresas y partidas exportadas

En 2012 se registró un total de 11 empresas peruanas exportadoras a Ghana, 2 menos que en 2011. De ellas, la empresa pesquera Austral Group S.A.A. obtuvo una participación de 66.5% del total de exportaciones, siendo su principal producto de exportación las demás conservas y preparaciones de pesca (US\$ 1,6 millones). En ese orden, le sigue la Pesquera Diamante S.A. con una participación de 18,2% y que tiene como único producto exportado a Ghana a los jureles o trachurus por un total de US\$ 440 mil. En el tercer puesto tenemos a Alerta Técnica Import E.I.R.L con una participación de 4.4%, constituyéndose como el único proveedor peruano de hornos para la tostación y sus repuestos en el mercado ghanés cuyo valor sumó un total de US\$ 106 mil. Le sigue Gloria S.A. con una participación de 3.2%, empresa que solo exporta el suero de mantequilla, leche y nata cuajada, yogurt y demás leches y natas aromatizadas con frutas u otros frutos o cacao. Cabe agregar, que Gloria tuvo exportaciones notables en 2011 de leche evaporada por US\$ 770 mil; sin embargo, en 2012, no registró exportación alguna de este producto.

Por último, es relevante señalar que, en 2012, el 97% de nuestras exportaciones entraron por el puerto de Tema, otros puertos ghaneses con menor afluencia de productos peruanos son Lautoka y Pointe Noire.