

Mineras bajan de 40% a 21% presupuesto para exploración de nuevos depósitos en dos décadas

Esto se debe principalmente a que la exploración no generativa -vinculada a activos conocidos o cercana a yacimientos mineros- ha capturado mayor presupuesto y relevancia, según un estudio de GEM.

MATÍAS VERA

El envejecimiento de las minas afecta, paralelamente, a la exploración minera. Pues consecuentemente delinea la estrategia de las compañías. Es más efectivo explorar yacimientos cercanos al territorio explotado que a uno totalmente nuevo y desconocido. Es ahí donde la exploración no generativa, o no nueva, ha cobrado mayor relevancia presupuestaria en las compañías, versus la generativa, que apuesta a encontrar vetas nuevas.

Esto muestra un estudio elaborado por la consultora GEM Mining Consulting, a nombre de su líder de economía, Patricio Faúndez. Allí examina la actividad exploratoria de las últimas dos décadas, entre 2005 y 2025, sustentado en la base global de exploración minera no ferrosa de S&P Global Market Intelligence, que para el 2025 estimó un total de 2.160 compañías exploradoras activas en el mundo.

En el periodo de análisis, la exploración generativa muestra una disminución presupuestaria de 40% a 21% respecto del total. Esto no se explica en particular porque la exploración nueva haya caído, sino que la exploración no generativa, de activos conocidos o cercana a yacimientos, ha aumentado y se lleva más porción del capex destinado a la exploración minera.

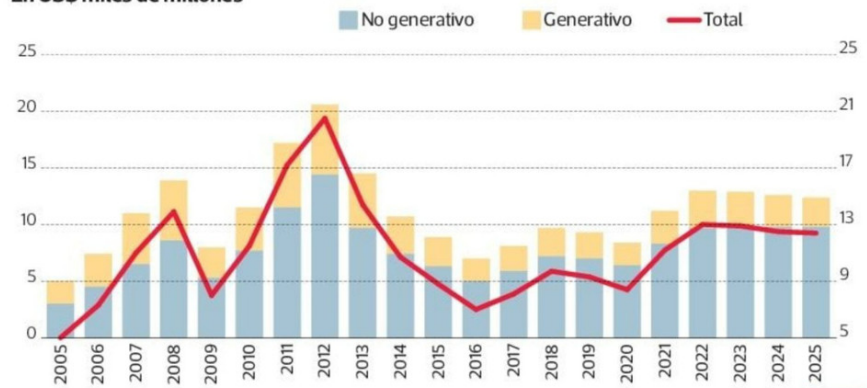
Por ejemplo, el 2005 el presupuesto de inversión para exploración nueva llegó a los US\$ 2 mil millones, y dos décadas después, el 2025, totalizó US\$ 2,6 mil millones. Sin embargo, la exploración no generativa creció sustantivamente, pasando de US\$ 3 mil millones a US\$ 9,8 mil millones. Esto es un incremento de 60% a 79% al año pasado.

En niveles consolidados por año, el presupuesto de exploración no ha variado considerablemente en los últimos tres años, manteniéndose en US\$ 12 mil millones. No obstante, está muy por debajo de los máximos alcanzados entre los años 2011 y 2012, cuando se destinaron US\$ 17 mil millones y US\$ 20 mil millones, respectivamente, para esta actividad.

El capital, por tanto, está siendo direccio-

PRESUPUESTO DE EXPLORACIÓN GENERATIVA Y NO GENERATIVA

En US\$ miles de millones



FUENTE: GEM

LA TERCERA



nado por las compañías hacia yacimientos que consideran más seguros y conocidos, que a nuevas búsquedas de depósitos.

MADURACIÓN DE YACIMIENTOS: "LO QUE QUEDA SUELE ESTAR MÁS PROFUNDO"

El estudio analiza que una primera razón del fenómeno exploratorio sería la maduración del portafolio minero. Es así como descubrimientos mineralógicos previos usualmente continúan hacia etapas maduras, y contando con recursos, estudio y factibilidad de desarrollarse, absorben presupuesto de exploración avanzado.

"Ese proceso es natural. El problema es que no está entrando con la misma fuerza una nueva generación de programas generativos. En la práctica, la industria está destinando más recursos a profundizar y extender lo ya conocido que a buscar los próximos grandes descubrimientos", examina el informe.

Añade que "ese mismo proceso ayuda a explicar por qué la exploración brownfield se vuelve cada vez más atractiva. Explorar cerca de una mina existente ofrece un perfil riesgo-retorno superior al de abrir una nueva frontera geológica. En un entorno brownfield, la compañía ya conoce mejor la geología, cuenta con infraestructura, equipos operativos, información histórica

y una vía más directa para incorporar nuevos recursos al plan minero".

El informe desarrollado por GEM complementa que "una campaña que extiende mineralización alrededor de una operación existente compite mejor por capital interno que un programa de exploración generativa cuyo horizonte de monetización puede estar a diez, quince o incluso más años de distancia".

El problema central del asunto es que descubrir nuevos yacimientos es cada vez más complicado, ya que en diferentes jurisdicciones los depósitos grandes, superficiales y sencillos de encontrar ya fueron descubiertos. "Lo que queda suele estar más profundo, bajo cobertura o en contextos geológicos más complejos. Esto ayuda a explicar por qué los grandes descubrimientos han disminuido con el tiempo", afirma el estudio.

Es por ello que el análisis de la consultora plantea que "para encontrar la misma cantidad de recursos nuevos, la industria necesita aumentar la probabilidad de descubrimiento de la exploración generativa. Eso puede lograrse invirtiendo más en exploración generativa, mejorando la tecnología, por ejemplo, con el uso de inteligencia artificial y usando mejor la información geológica disponible".