



Cámara de Comercio de España en Canadá

CANADÁ, PAÍS DE OPORTUNIDADES. EXPERIENCIA EMPRESARIAL ESPAÑOLA EN CANADÁ

Las grandes expectativas de crecimiento económico en Canadá brindan a las empresas españolas una oportunidad única de demostrar su experiencia y capacidad técnica en pro del desarrollo económico y social del país norteamericano. Los testimonios de las principales empresas referentes en su sector, recogidas en este artículo, nos permiten entender las ventajas y dificultades de uno de los mercados más exigentes del mundo.

Palabras clave: Canadá, inversión, infraestructuras, *start-up*, crecimiento económico.

Clasificación JEL: F21, H54, O51.

1. Introducción

Canadá se caracteriza por ser un mercado sólido, con una gran seguridad y estabilidad jurídica que lo convierte en un escenario atractivo para empresas de todo el mundo, entre ellas las españolas. Un país de grandes dimensiones y oportunidades, pero un país exigente que requiere de un auténtico despliegue de conocimientos y recursos, así como de valores cada vez más indispensables, como la sostenibilidad y el medio ambiente, que forman parte del ADN de la sociedad.

En la actualidad, Canadá tiene en marcha ambiciosos planes de inversión en infraestructuras y grandes expectativas de crecimiento económico muy sustentado por una política muy enfocada de inmigración. Este contexto brinda a las empresas

españolas la oportunidad única de demostrar su experiencia y capacidad técnica en pro del desarrollo económico y social de Canadá.

Para dar apoyo a las empresas españolas que deciden apostar por Canadá, se ha creado la Cámara de Comercio de España, presidida por Carlos Planelles, Director General de ACCIONA en Norteamérica, destinada a estrechar lazos entre ambos países y facilitar la entrada y su posterior posicionamiento de las compañías españolas de todos los sectores empresariales en el país.

En este artículo preguntamos a algunas de las personas que mejor nos pueden dar su visión sobre lo que representa la experiencia canadiense: Narcís Avellana, CEO de AMPER S&C IoT; José Ricardo Castro, co-CEO de PRODESA; Ángel Ares, Senior Vice President Business Development de SENER Canadá; Bárbara Carmona, Chief Representative Officer de la Oficina de Representación de CaixaBank en ▷

Versión de octubre de 2021.

DOI: <https://doi.org/10.32796/bice.2021.3140.7295>

Canadá; Ignacio Rodríguez Sáez de Ibarra, Vicepresidente de Ventas en Norteamérica para Esteban Espuña; y Álvaro Ruiz, CEO-COO, y Raúl Valcárcel, CEO-CTO, de FTA Engineering.

Contestando a preguntas sobre su experiencia empresarial y sus proyectos profesionales desarrollados en Canadá, las siguientes entrevistas nos ofrecen una amplia visión del mercado canadiense, las principales ventajas que empujan a las empresas españolas a apostar por él y los obstáculos que pueden encontrarse. Una oportunidad para conocer de primera mano los testimonios de empresas referentes en su sector en uno de los mercados más exigentes del mundo.

2. Entrevista a Narcís Avellana, CEO de AMPER S&C IoT

Breve descripción de la empresa y de su interlocutor

AMPER S&C IoT S.L. (S&C) es una pyme fundada en el año 2006 por dos emprendedores españoles, y desde el año 2019 participada por el grupo industrial AMPER, S. A. Ofrece soluciones y aplicaciones de internet de las cosas (IoT, por sus siglas en inglés) basando su tecnología, productos y servicios en soluciones de valor añadido en la nube, con desarrollo de algoritmos de inteligencia artificial para el análisis de datos y desarrollo de funcionalidades en diferentes áreas de aplicación.

Narcís Avellana, CEO de AMPER S&C IoT, es director ejecutivo experimentado con un historial demostrado de trabajo en la industria de *software*, electrónica, microelectrónica e IoT. Profesional en desarrollo de negocios con habilidades en *marketing* de productos, *start-ups*, liderazgo, desarrollo de productos e investigación y desarrollo. Narcís cofundó dos empresas

de tecnología, S&C y NVision Systems & Technologies, en 2006, que siguen operando actualmente. Previo a la actual empresa, fue director de Marketing en Epson Europe Electronics GmbH, en Múnich. En 2001, regresó a Barcelona para establecer el Centro de I+D+i de Seiko-Epson, donde fue director general.

¿Desde cuándo está en Canadá y por qué han elegido entrar aquí?

Estamos oficialmente en Canadá desde junio de 2019. Decidimos implantarnos aquí siguiendo nuestra estrategia de internacionalización. Somos una empresa tecnológica que ofrece soluciones globales en el ámbito de la IoT, que son válidas tanto para el mercado nacional como para la mayoría de los países. Tenemos socios comerciales en Sudamérica, India y Oriente Medio, sin embargo, en Norteamérica no teníamos ningún representante sólido. Estuvimos valorando implantarnos en Estados Unidos o en Canadá y, finalmente, nos decantamos por este último por las facilidades que ofrecía este país, por su proximidad al mercado estadounidense y también porque la idiosincrasia de los canadienses es más cercana a la europea. Nuestra empresa tiene su filial en Montreal, que es un *hub* de conocimiento y empresas en inteligencia artificial, una disciplina clave para evolucionar nuestras soluciones y personalizarlas al uso concreto en cada área geográfica. Esto nos ha de permitir ofrecer soluciones locales con una tecnología global desarrollada en España.

¿Qué ventajas y oportunidades ofrece Canadá a las empresas españolas? ¿Y para su sector en concreto?

Canadá ofrece facilidades a las empresas españolas que se quieran instalar; por ejemplo, crear una filial es un proceso sencillo y ▷

rápido, así como la obtención de un permiso de trabajo. En nuestro caso estuvimos asesorados en todo momento por una agencia gubernamental local, Montreal Internacional, que nos informó del proceso y nos recomendó a los profesionales más idóneos para dar de alta la empresa, así como para temas relacionados como abrir una cuenta bancaria. Por otro lado, la ubicación estratégica de Canadá, y en nuestro caso concreto de Montreal, es también un valor añadido con buenas comunicaciones con Nueva York, Chicago, Boston o Washington, apoyado por el tratado de libre comercio entre Estados Unidos, México y Canadá, lo que abre un abanico de oportunidades comerciales.

Si nos centramos en el sector tecnológico al que pertenecemos, las ventajas más relevantes han sido el acceso al conocimiento, así como los incentivos y ayudas a la R&D (*research and development*). Montreal es considerado un *hub* de inteligencia artificial. Las universidades han formado un gran número de personas en esta disciplina y se ha creado un ecosistema de empresas, centros de investigación y universidades que ofrecen diferentes posibilidades a la hora de desarrollar soluciones, ya sea subcontratando o bien incorporando talento. Por otro lado, existen multitud de programas de ayudas directas, créditos e incentivos fiscales para invertir en R&D en Canadá, algunas de ellas en cooperación con la Unión Europea.

¿Cuáles son los principales retos a los que se enfrenta la empresa española en Canadá?

El acceso a talento. En Montreal no existe prácticamente paro en el perfil de recursos humanos que requerimos, por lo que es difícil atraer talento, y más siendo una empresa recientemente implantada en el país. Sin

embargo, le hemos dado una vuelta a este factor y lo hemos articulado en nuestro beneficio. España es un país que tiene buena reputación en Canadá y, a su vez, Canadá la tiene en España. Esto nos ha llevado a preparar un programa de intercambio de empleados/as en las dos direcciones: por un lado, damos la posibilidad de formarse y de desarrollarse durante un periodo de uno o más años en España, y, por otro lado, aprovechamos el atractivo de Canadá para estancias de nuestros empleados también durante un periodo en Canadá. Al fin y al cabo, durante la pandemia de la COVID-19 ya hemos visto en el ámbito tecnológico que el trabajo remoto no ha tenido un impacto negativo en los resultados.

¿Cómo valora el proceso de entrada en el país y la posterior actividad?

El primer paso fue el de investigar desde España la implantación en Canadá, proceso en el que el ICEX nos ayudó con información de calidad y ajustada a lo que queríamos conocer. Seguidamente estuvimos un año realizando *networking* con clientes potenciales. Para ello, contamos con el apoyo de la agencia Montreal Internacional, que nos facilitó contactos, reuniones e información relevante del mercado al que nos dirigimos. En esta fase, comprobamos que los clientes requerían nuestra presencia en Canadá para poder materializar cualquier negocio, por una cuestión de confianza y de proximidad en el soporte. Nuestro modelo de negocio es B2B (*business-to-business*), nuestro cliente adapta nuestra solución para sus clientes, por lo que en la fase inicial del negocio hay un proceso de personalización y, para ello, es necesario la participación de nuestro cliente en esta fase de definición junto con nuestro equipo de desarrollo. Además, en las fases posteriores ▷

de explotación, hay dos elementos trascendentes para ganar su confianza:

- Un equipo técnico para resolver todos los problemas que puedan aparecer.
- La evolución de su solución para una mejora continua y el desarrollo de nuevas funcionalidades, por lo que un equipo técnico y comercial a nivel local es un valor añadido, o necesario.

¿Qué consejos puede dar a las empresas que quieran entrar en este mercado?

Creo que cada empresa tiene sus particularidades y es muy difícil dar consejos que sirvan para todos. Lo más prudente es recoger el máximo de información que nos permita analizar e identificar la idoneidad de cada caso, por lo que seguramente es de gran valor un proceso de *networking* y de interacción y diálogo con entidades que puedan acercarte a la realidad de Canadá y a un mercado concreto. En este sentido, la Cámara de Comercio de España en Canadá puede ser, sin duda, de gran ayuda, puesto que aquí podemos encontrar representados diferentes sectores y la experiencia de empresarios en el aterrizaje en Canadá.

¿Por qué se ha sumado a la iniciativa de la Cámara de Comercio de España en Canadá? ¿Qué puede aportar esta asociación a las relaciones entre los dos países?

Formar parte de la Cámara de Comercio me permite compartir mis experiencias y conocimientos con otros empresarios conocedores de la realidad en Canadá. En gran medida puede decirse que estando en Canadá te sientes más conectado con España, y esto se traduce a nivel

práctico en un mejor asesoramiento, *networking* tanto con empresas españolas como canadienses, posibilidad de asociaciones o consorcios para atacar un mercado o cliente/negocio, etc.

El objetivo prioritario de la Cámara de Comercio es fomentar los negocios entre los dos países. Es un beneficio directo y un objetivo común entre ambos países y el conjunto de los asociados, por lo que cabe esperar la complicidad gubernamental entre España y Canadá en su evolución.

3. Entrevista a José Ricardo Castro, co-CEO de PRODESA

Breve descripción de la empresa y de su interlocutor

Ingeniería especializada en suministrar soluciones llave en mano para la producción de *pellets* y una referencia en el mercado global de plantas de producción de biocombustibles.

Desarrollo de proyectos a medida de plantas completas de *pellets* o líneas de proceso en los que se cubren todas las etapas del proyecto, desde la ingeniería hasta la puesta en marcha y servicios posventa de operativa y mantenimiento de plantas.

La sede central se encuentra en Zaragoza, tiene delegaciones en Estados Unidos, Francia, Letonia y Vietnam, y proyectos en más de quince países.

¿Desde cuándo está en Canadá y por qué han elegido entrar aquí?

En 2011 abrimos la sede en el estado de Georgia para abordar los mercados de Estados Unidos y Canadá. José Ignacio Pedrajas, cofundador y presidente de PRODESA, se estableció en Atlanta para dirigir la delegación. ▷

En 2015, PRODESA consiguió su primer gran proyecto en Estados Unidos con la construcción de una planta de *pellets* de 500.000 toneladas al año para uno de los principales productores del país. Este proyecto afianzó la empresa en la región y reforzó la imagen de PRODESA en el sector.

Tras varios años de prospección comercial, de participación en asociaciones como la estadounidense US Industrial Pellet Association (USIPA), el instituto Pellet Field Institute (PFI) o la canadiense Wood Pellet Association Canada (WPAC), concursando en licitaciones, realizando visitas comerciales y promoción en ferias y conferencias, en 2018 la compañía se consolidó en el país gracias a tres proyectos de gran envergadura en las regiones de Columbia Británica, Nuevo Brunswick y Quebec. En 2020, desplegamos, en High Level (Alberta), la línea de secado térmico de mayor superficie de Canadá.

Actualmente, trabajamos por todo el país y lo hacemos con los principales productores de *pellet* a nivel mundial. Los proyectos desarrollados por PRODESA en Canadá suman una capacidad de producción total de 820.000 toneladas de *pellets* al año y, una vez que los proyectos se entregan al cliente, seguimos presentes dando servicio técnico y de ingeniería.

Escogimos Canadá por el potencial del sector de los biocombustibles; hay una gran disponibilidad de materia prima y unos costes asequibles de adquisición, proceso productivo y financiación.

¿Qué ventajas y oportunidades ofrece Canadá a las empresas españolas? ¿Y para su sector en concreto?

En general, Canadá es uno de los mercados más potentes y competitivos del mundo y, desde 2017, se encuentra en vigor el Acuerdo

Económico y Comercial Global (CETA) entre la UE y Canadá, que facilita la exportación y reduce aranceles y burocracia.

Para nuestro sector, una de las grandes ventajas de Canadá es la disponibilidad de materia prima en varias regiones y en ambas costas. La superficie forestal total del país es de 418 millones de hectáreas —la española es de 26 millones— y es el tercer país con mayor área de bosque a nivel global, por detrás de Rusia y Brasil. Además, existe una importante industria de producción maderera que aporta residuos susceptibles de convertirse en biomasa y biocombustible. Más del 90% de la superficie forestal pertenece al ámbito público y posee el sello Programa de Biomasa Sostenible (SPB), que acredita la trazabilidad y sostenibilidad de toda la cadena de suministro de la biomasa.

El punto clave es el potencial como productor y exportador de *pellet*. Canadá es el segundo país productor por detrás de Estados Unidos, y el tercero que más exporta, solo superado por Estados Unidos y Vietnam. La demanda de *pellet* global, según este mismo portal, seguirá creciendo en los próximos años gracias a la consolidación de los mercados del norte de Europa y de Japón, con cada vez más centrales energéticas realizando la conversión de carbón a biomasa como fuente de alimentación.

En 2019 se produjeron casi 3,5 millones de toneladas de *pellets* en Canadá, según la asociación WPAC, de las que 2,6 millones se exportaron a mercados exteriores. Los mercados destino fueron, en gran medida, Reino Unido, a donde fueron a parar más de la mitad de las exportaciones —en su mayoría, procedentes de plantas productivas de la costa Este—, y Japón, que se llevó el 20%, procedente de instalaciones en la costa Oeste. En 2020, la producción de *pellet* de Canadá creció un 7%, ▷

situándose como segundo país con mayor producción del mundo.

¿Cómo valora el proceso de entrada en el país y la posterior actividad?

Además de aportar soluciones innovadoras y tecnológicas, la clave para entrar y consolidarse en el mercado fue cubrir un nicho de mercado: los proyectos llave en mano. Hasta el momento, ninguna empresa estaba ofreciendo soluciones integrales que, junto a la adaptación al proyecto y al cliente, han permitido consolidarnos en el país. El primer proyecto de gran envergadura lo conseguimos en 2018 tras años de prospección comercial y, poco a poco, hemos ido haciéndonos un hueco en el mercado y poniendo en valor la marca PRODESA en el sector.

¿Cuáles son los principales retos a los que se enfrenta la empresa española en Canadá?

Canadá es uno de los mercados más potentes y competitivos del mundo. El principal reto de la empresa española es proporcionar soluciones competitivas y adaptadas al mercado y a sus clientes.

La innovación como soporte del progreso es otro de los retos principales. Canadá es un país orientado a la innovación y nuestras soluciones deben estar basadas en la innovación y el desarrollo tecnológico. Asimismo, destacamos la incorporación de nuevos escenarios digitales y la integración de herramientas de inteligencia artificial, el *big data* o *blockchain* aplicadas a nuestras plantas de *pellets*, que nos permite adelantarnos con análisis predictivos y de optimización de producción.

En definitiva, la innovación, el desarrollo tecnológico y el talento como motor de la proyección de las compañías.

¿Qué consejos puede dar a las empresas que quieran entrar en este mercado?

Nosotros animaríamos a todas las compañías que pueden ofrecer soluciones competitivas, diferenciadoras y tecnológicas a que dieran el paso. Las propuestas basadas en la innovación y en el desarrollo tecnológico aportan valor añadido y tienen cabida en el mercado.

¿Por qué se ha sumado a la iniciativa de la Cámara de Comercio de España en Canadá? ¿Qué puede aportar esta asociación a las relaciones entre los dos países?

Se trata de una iniciativa muy interesante, y más tratándose de un mercado tan potente como Canadá. Nosotros siempre estamos abiertos a la colaboración entre empresas, ya que creemos que la unión hace la fuerza, y las empresas españolas que trabajamos en Canadá compartimos intereses y preocupaciones. Entre todos podemos aportar conocimiento y compartir experiencias.

Los mercados son dinámicos y fluctúan constantemente, lo que proporciona nuevas posibilidades, desafíos y soluciones. Canadá es un mercado con muchísimo potencial, y de la cooperación pueden surgir sinergias, iniciativas y acciones que proporcionan una imagen firme, sólida y competente de nuestra marca país a nivel tecnológico.

4. Entrevista a Ángel Ares, Senior Vice President Business Development de SENER Canadá

Breve descripción de la empresa y de su interlocutor

SENER es un grupo privado de ingeniería y tecnología fundado en 1956, que busca ▷

ofrecer a sus clientes las soluciones tecnológicas más avanzadas y que goza de reconocimiento internacional por su compromiso con la innovación.

El grupo SENER cuenta con un amplio bagaje de proyectos, experiencia internacional y un equipo de miles de profesionales que son coautores de las innovaciones que han marcado y marcarán el futuro de SENER. Hoy en día, más de 2.350 profesionales trabajan en sus oficinas en cinco continentes. Es líder mundial en el desarrollo de proyectos con una elevada carga tecnológica, muchos de ellos entregados como llave en mano, en cuatro grandes sectores: aeroespacial, infraestructuras, energía y naval. En todos ellos aporta soluciones innovadoras y destina una inversión en I+D que, en 2019, rondó los 20 millones de euros.

En Canadá, SENER dispone de una relevante presencia en el sector del Railway & Transit, con participación en proyectos claves en ciudades como Toronto, Ottawa, Montreal o Edmonton.

Ángel Ares, Senior Vice President Business Development de SENER Canadá, con más de veinticinco años de experiencia en el sector de las infraestructuras, está involucrado en el desarrollo e implantación de SENER en Canadá desde 2015.

¿Desde cuándo está en Canadá y por qué han elegido entrar aquí?

Los primeros proyectos de SENER en Canadá estaban ligados a nuestra actividad en el sector naval y comenzaron hace más de veinte años. Actualmente, aunque mantenemos nuestra actividad naviera, nuestro perfil ha cambiado mucho y el grueso de nuestros contratos se desarrolla en el sector de las infraestructuras: en transporte urbano, ferrocarriles, puertos, etc.

Abrimos nuestra primera oficina en Toronto, en 2017, y actualmente es nuestra sede principal. Hasta entonces, y desde 2012, habíamos mantenido una actividad notable en el sector de las infraestructuras ferroviarias en Canadá, pero gestionando los proyectos desde España.

¿Qué ventajas y oportunidades ofrece Canadá a las empresas españolas? ¿Y para su sector en concreto?

Es sabido que Canadá es un país bastante atractivo para cualquier inversión extranjera, debido a su estabilidad financiera, social y jurídica, a lo cual se añaden unas ratios macroeconómicas que podríamos definir como envidiables.

Adicionalmente, es un país joven, multicultural y muy abierto, donde un extranjero se siente integrado rápidamente, tanto en su vida social como laboral.

El frío en invierno parece que asusta un poco, pero, como dicen aquí, es una singularidad que se puede aprender a manejar y disfrutar.

Para una ingeniería del perfil de SENER, el sector de las infraestructuras en Canadá es igualmente atractivo, ya que ofrece relevantes oportunidades, tanto en el desarrollo de nuevas infraestructuras (ligadas, en gran medida, al fuerte crecimiento demográfico que Canadá viene experimentando en los últimos años y que se prevé que se mantenga en las próximas dos décadas) como en proyectos de actualización o mejora de las infraestructuras existentes.

¿Cuáles son los principales retos a los que se enfrenta la empresa española en Canadá?

En primer lugar, superar las barreras de entrada, que en el mundo de la ingeniería son siempre muy elevadas, en cualquier país. Si lo comparamos ▷

con geografías donde la presencia española es más frecuente, como por ejemplo en Latinoamérica, posiblemente para acceder al mercado canadiense el nivel de exigencia sea superior.

La primera gran barrera es el idioma, que en el caso de Canadá, además, tiene dos diferentes, el inglés y el francés. No contar con capacidades de producción en uno de los dos idiomas oficiales supone cerrarse la puerta a una parte del país.

Por otro lado, otro hándicap relevante es que en Canadá las mayores ingenierías del mundo juegan como locales, por lo que es difícil traer y ofrecer valor diferencial desde una gran corporación española. En el caso de SENER, nuestra apuesta en Canadá siempre se caracterizó por la focalización en productos demandados en el mercado y que pocas ingenierías podían satisfacer. Esta focalización nos ayudó a apalancar nuestra presencia y, una vez ganamos conocimiento y experiencia locales, pudimos acceder a otros ámbitos y sectores.

Otra singularidad que no debemos perder de vista son los modelos de *procurement* más usuales en el sector de infraestructuras, los P3 (Public Private Partnership), caracterizados por una única licitación que incluye todo el proyecto, usualmente de varios billones de dólares, y con largos calendarios de licitación. Esto significa que, para los mismos niveles de inversión, las oportunidades de contratación se reducen en número en comparación con los modelos típicos usados en España y que el *pipeline* de oportunidades se lamina bastante. Por todo ello, es recomendable plantearse Canadá como una larga carrera de fondo.

¿Cómo valora el proceso de entrada en el país y la posterior actividad?

Sin duda tengo que decir que es positivo. Posiblemente en Canadá se han unido varios

elementos que nos han ayudado a avanzar con fuerza, entre ellos: las lecciones aprendidas en otros países; el aprendizaje en el terreno durante muchos años, antes de decidimos a abrir una oficina local; el desarrollo de un buen estudio de mercado para determinar bien «qué vender» con éxito; la focalización solo en productos en los que realmente ofrecemos valor en este mercado, olvidándonos del resto (con lo difícil que es decir «no»); y, posiblemente, añadiría otro hecho, y es que la oficina de Toronto la abrimos desde nuestra oficina en California, es decir, desde un mercado muy parecido y que presenta, incluso, mayores barreras.

Es importante subrayar el apoyo desde el ICEX, facilitando información exhaustiva sobre planes de inversiones, históricos y futuros, en diferentes provincias, que nos ayudaron a entender mejor el mercado canadiense.

¿Qué consejos puede dar a las empresas que quieran entrar en este mercado?

Los resumiría en tres. El primer consejo es que una de las primeras acciones de implantación sea disponer de buen asesoramiento legal y fiscal. Canadá es un país muy ordenado, y haciendo las cosas bien desde el principio te ahorras enormes problemas futuros. En segundo lugar, aconsejaría medir bien qué voy a ofrecer al mercado. Ahí es fundamental hacer un buen estudio de mercado y determinar dónde encuentro un nicho en el que alguno de mis productos «estrella» encaje, y subrayo lo de «estrella», ya que se competirá con locales de alto prestigio y capacidad. Y, si hay suerte, que no es fácil por lo dicho anteriormente, focalizarse hasta conseguir penetrar en dicho mercado. Por último, aconsejo disponer de buen pulmón financiero y de un buen equipo, ya que asentarse en Canadá es una larga carrera de fondo. ▷

**¿Por qué se ha sumado a la iniciativa de la Cámara de Comercio de España en Canadá?
¿Qué puede aportar esta asociación a las relaciones entre los dos países?**

Existe una doble motivación, la principal es ayudar a hacer país en Canadá y a que España mejore y crezca, y más en los adversos tiempos en los que nos ha tocado vivir. La otra es que vemos claro que, a través de la Cámara, se contribuye a mejorar las relaciones comerciales entre España y Canadá, que ya son muy buenas en este momento. La Cámara puede abrir nuevos canales de *networking* tanto para las empresas que ya estamos en el país como para aquellas que se quieran incorporar a la aventura canadiense.

5. Entrevista a Bárbara Carmona, Chief Representative Officer de la Oficina de Representación de CaixaBank en Canadá

Breve descripción de la empresa y de su interlocutor

CaixaBank es el grupo financiero líder en España y uno de los más importantes de Portugal, donde controla el 100% de BPI (Banco Portugués de Inversión). El banco tiene 21,1 millones de clientes en el mercado ibérico, la mayor red comercial de la península, y el liderazgo en banca digital con 10,4 millones de clientes digitales.

CaixaBank apoya a sus clientes empresariales en 127 países a través de su red de Banca Internacional y más de 1.700 bancos correspondientes en todo el mundo, además de sus asesores altamente especializados en su país de origen, ofreciendo soluciones a medida y de valor añadido para sus clientes.

La red de Banca Internacional de CaixaBank está compuesta por sucursales en Marruecos, Reino Unido, Alemania, Francia y Polonia; y por dieciocho oficinas de representación repartidas por los cinco continentes.

¿Desde cuándo está en Canadá y por qué han elegido entrar aquí?

CaixaBank está presente en Canadá desde 2018, cuando abrió su oficina de representación en el distrito financiero de Toronto, convirtiéndose entonces en el único banco español con presencia física en el país.

La apertura de esta oficina supuso un paso más en el proceso de internacionalización de la entidad, reforzando su presencia en Norteamérica, un mercado muy atractivo para las empresas españolas y con un gran potencial de crecimiento.

Desde la oficina de representación, CaixaBank ofrece servicios de acompañamiento y asesoramiento en comercio exterior, banca de empresas y banca corporativa a empresas españolas con intereses y actividades en Canadá, y a multinacionales y empresas canadienses que operan en España. Entre los clientes a los que presta este servicio hay tanto pymes y microempresas que inician su actividad exportadora como grandes corporaciones y grupos empresariales que gestionan proyectos internacionales más complejos.

De esta manera, CaixaBank quiere convertirse, en Canadá, en banco de referencia para las empresas que operan en ambos países.

**¿Qué ventajas y oportunidades ofrece Canadá a las empresas españolas?
¿Y para su sector en concreto?**

Canadá es un país que ofrece importantes ventajas para las empresas españolas. Su ▷

facilidad para el desarrollo de los negocios, su atractivo comercial y su estabilidad financiera convierten al país en un mercado de grandes oportunidades. En los últimos años, las relaciones comerciales entre España y Canadá están aumentando, haciendo de Canadá un socio comercial cada vez más relevante para España.

El país norteamericano es el vigesimotercer mejor país del mundo en facilidad para hacer negocios y ocupa el tercer puesto en apertura de un negocio, según el *ranking* Doing Business 2020 del Banco Mundial. Además, su cercanía y conexión con el mercado de Estados Unidos ofrece la oportunidad de acceder a un mercado de más de 400 millones de consumidores.

Para el sector financiero, si bien es un mercado altamente competitivo dominado por la banca local, presenta un entorno de regulación estable y transparente para el desarrollo de la actividad.

Además, para aquellas empresas que quieran instalarse a largo plazo en el país, se pueden beneficiar de un mercado muy dinámico para atraer talento con una alta calidad de vida, sanidad gratuita y educación de primer nivel.

¿Cuáles son los principales retos a los que se enfrenta la empresa española en Canadá?

En Canadá es importante tener credenciales en el país; de lo contrario, podría suponer una barrera de entrada para compañías que quieren iniciar su actividad en este mercado.

Para poder acceder al mercado de la contratación de proyectos es importante poner en valor la experiencia previa de la empresa, con casos concretos, aunque sean ejemplos de otras jurisdicciones, teniendo en cuenta las particularidades del mercado canadiense.

Otro aspecto importante es el idioma, pues es un país eminentemente bilingüe. El dominio del inglés, y del francés en la región francófona canadiense, es un requisito fundamental para llevar con éxito un proyecto, y afecta a múltiples aspectos, como el etiquetado bilingüe de productos, por ejemplo.

Otros aspectos relevantes, sobre todo para las empresas exportadoras, son los procedimientos de la entrada de productos en el país, como la documentación de aduanas o los requerimientos de embalaje.

Finalmente, otro aspecto sobre el que también es importante tener el mejor asesoramiento es sobre el régimen fiscal a las ventas, tanto a nivel provincial como federal.

¿Cómo valora el proceso de entrada en el país y la posterior actividad?

Para CaixaBank fue un proceso sencillo, en el que se pudieron cumplir los plazos estipulados de puesta en marcha sin que hubiera retrasos.

Por otro lado, el proceso inmigratorio para poder trasladar empleados desde origen se produjo de una manera fácil y ágil, cumpliendo todas nuestras expectativas en cuanto a tiempo y forma.

Cabe destacar la cálida bienvenida de organismos públicos canadienses, como la Embajada de Canadá en España, el Gobierno de Ontario a través de sus diferentes departamentos de atracción a la inversión y Toronto Global, entre otros, que nos brindaron información de valor y contactos iniciales que, sin duda, fueron de gran ayuda para el mejor desembarco en el país.

Además, contamos con la colaboración de la Embajada de España en Canadá y sus oficinas comerciales de Ottawa y Toronto. ▷

¿Qué consejos puede dar a las empresas que quieran entrar en este mercado?

El principal consejo es contar con el mejor asesoramiento para que la entrada sea lo más fácil y exitosa posible. Nuestra recomendación es involucrar desde la fase más embrionaria del proyecto a los organismos públicos canadienses de atracción a la inversión. Estos brindan un asesoramiento gratuito de gran valor para todo el proceso de toma de decisiones, con información y consejos sobre aspectos relevantes del proceso que pueden ayudar a la empresa española que quiere instalarse en el país.

Además, elegir la localización más idónea para el negocio en el país es de suma importancia. Canadá es el segundo país más extenso del mundo, después de Rusia, y, dependiendo de la actividad de la empresa, la logística asociada, la climatología y otros muchos aspectos, unas zonas pueden ser más adecuadas que otras para cada tipo de empresa.

¿Por qué se ha sumado a la iniciativa de la Cámara de Comercio de España en Canadá? ¿Qué puede aportar esta asociación a las relaciones entre los dos países?

Hasta la fecha no existía una Cámara española en Canadá ni un lugar de encuentro común para el sector empresarial español en el país en el que compartir experiencias, explorar oportunidades de negocio y potenciar el vínculo que nos une a todos los que tenemos relaciones con los dos países. De esta manera, la Cámara de Comercio brinda la oportunidad de encuentro no solo entre empresas españolas, sino también con empresas canadienses que tienen intereses en España.

Estoy convencida de que la nueva Cámara no solo aportará la posibilidad de encuentro de

nuestro colectivo a nivel social, tan necesario, y especialmente en tiempos como el actual, sino también a nivel de negocios, permitiendo salvar de alguna manera, si cabe, las distancias que se crean en un país de tal dimensión.

Además, la presencia de una Cámara española en Canadá aportará representatividad de España y de la marca España ante autoridades y otros organismos como la European Chamber of Commerce in Canada (EUCCAN), donde la Cámara ocupa un puesto de dirección en la junta directiva en representación de España como país miembro.

Desde aquí quiero aprovechar para felicitar a todos aquellos que han hecho posible esta iniciativa, que seguro será un éxito.

6. Entrevista a Ignacio Rodríguez Sáez de Ibarra, Vicepresidente de Ventas en Norteamérica para Esteban Espuña

Breve descripción de la empresa y de su interlocutor

Espuña es una empresa cárnica familiar fundada en Olot, Girona. Su historia se remonta al año 1947, cuando Esteve Espuña empezó a elaborar fuets y longanizas en una masía de la Garrotxa, Girona. Desde entonces hemos crecido por todo el mundo, a través de nuestras fábricas en España y Estados Unidos. Hoy en día vendemos nuestros productos en más de cincuenta países, incluyendo Canadá desde 2015. Actualmente, Espuña tiene ventas de más de 100 millones USD, trabaja directamente con los mayores *retailers* del mundo (Walmart, Lidl, Aldi, Carrefour, etc.) y con todos los principales *retailers* en Canadá (Loblaw, Sobeys, Metro, Walmart Canada, etc.). ▷

Soy un International Business Development Manager con un enfoque principal en los negocios alimentarios y CPG (*consumer packaged goods*) en Norteamérica. Empecé a trabajar en Estados Unidos en 2012, con la construcción y puesta en marcha de una innovadora planta de procesado cárnico en Upstate New York y, gracias al trabajo desarrollado desde entonces, esa fábrica está actualmente trabajando al cien por cien de capacidad después de sucesivas ampliaciones. En estos momentos gestiono las empresas subsidiarias de España en Estados Unidos y Canadá, mientras también gestiono otros territorios como México y el Caribe, y algunas cuentas seleccionadas en el resto del mundo donde la perspectiva de desarrollo de negocio e innovación es esencial para España.

¿Desde cuándo está en Canadá y por qué han elegido entrar aquí?

España comenzó su aventura en Canadá en 2014, después de una revisión del plan estratégico en la que se decidió cambiar el foco de la compañía hacia los mercados norteamericanos como palanca principal de crecimiento.

En aquel momento percibimos Canadá como un mercado potencialmente muy interesante para nosotros debido a su parecido con algunos mercados europeos que ya conocíamos bien:

- *Retailers* nacionales organizados con capilaridad muy fuerte.
- Logística centralizada muy perfeccionada.

Pero al mismo tiempo sin el nivel de competencia agresiva que tenemos en Europa.

Comenzamos desarrollando *focus groups* en Canadá para completar nuestra estrategia y nos encontramos con que el consumidor canadiense tenía un interés muy fuerte en la gastronomía española, sobre todo en las tapas, y una percepción muy positiva al respecto.

Estos factores, más nuestra capacidad y experiencia interna para exportar a mercados regulatoriamente complicados, facilitaron nuestra decisión y en 2015 ya estábamos vendiendo en algunos *retailers* canadienses nuestra línea «España Tapas Essentials».

¿Qué ventajas y oportunidades ofrece Canadá a las empresas españolas? ¿Y para su sector en concreto?

Durante mucho tiempo Canadá ha sido un mercado regulatoriamente complicado para las empresas cárnicas extranjeras, teniendo a la vez un tamaño mucho menor que su vecino del sur. Creemos que esto ha disuadido a muchas empresas, europeas y de otros países, a la hora de iniciar la entrada al mercado. De este modo, la competencia en nuestro sector no es tan fuerte en Canadá como lo es en otros países, lo cual hace que sea un mercado muy atractivo para las empresas que son capaces de afrontarlo.

Otro factor muy importante es que el imperio de la ley y el respeto a los contratos y la palabra dada es total en Canadá, y los canadienses son especialmente formales y profesionales a la hora de hacer negocios. Y, por otro lado, siempre hemos dispuesto de mucha ayuda e información muy detallada por parte de las oficinas comerciales de España en Canadá, que son especialmente activas y tienen relaciones establecidas desde hace tiempo con la mayoría de los *retailers* canadienses. ▷

¿Cuáles son los principales retos a los que se enfrenta la empresa española en Canadá?

Canadá, desde mi punto de vista, es un mercado que solo se puede afrontar desde una perspectiva a largo plazo. Su tamaño, geografía y diversidad lo hacen muy poco adecuado para desarrollos rápidos, con el coste y los riesgos que ello conlleva. Las compañías españolas deben tener esto muy claro y estar dispuestas a invertir en el mercado durante un tiempo sustancial antes de pensar en tener beneficios.

¿Cómo valora el proceso de entrada en el país y la posterior actividad?

Como ya teníamos las fábricas autorizadas para exportar a Canadá y cumplíamos con todos los requisitos, el proceso de entrada al mercado no fue muy complicado. Encontramos bastante rápidamente una buena red de socios locales para brókeres de aduanas, almacenaje y transporte, y después de todos estos años estamos encantados con ellos: son muy efectivos y profesionales. Esta red de proveedores locales hizo que el proceso fuera mucho más fácil que si lo hubiéramos intentado hacer todo solos a través de nuestra subsidiaria canadiense.

¿Qué consejos puede dar a las empresas que quieran entrar en este mercado?

Creo que lo más importante para asegurar el éxito es tener una estrategia estructurada de estudio de mercado antes de iniciar el proceso de exportación. Canadá es extremadamente diversa, tanto étnica como geográficamente, y no todos los productos funcionan igual en

todos los grupos de consumidores o territorios. Familiarizarse de antemano con el *retail* canadiense antes de empezar a exportar es fundamental si quieres triunfar.

Del mismo modo, muchas compañías fallan en el mercado canadiense porque asumen que se trata de una versión más pequeña del mercado USA, pero esencialmente igual, y nada más lejos de la realidad. Son dos mercados radicalmente distintos, tanto en conformación como en hábitos de consumo.

¿Por qué se ha sumado a la iniciativa de la Cámara de Comercio de España en Canadá? ¿Qué puede aportar esta asociación a las relaciones entre los dos países?

Uno de nuestros focos principales es ayudar a reforzar los lazos entre Canadá y España, tanto desde un punto de vista de consumidor como de negocio.

Ayudar a triunfar a otras empresas españolas que tengan una visión a largo plazo del mercado canadiense siempre revertirá en un crecimiento global de las diferentes categorías y de la percepción de España por el consumidor canadiense, lo que nos beneficia a todos.

7. Entrevista a Álvaro Ruiz, CEO-COO, y Raúl Valcárcel, CEO-CTO, de FTA Engineering

Breve descripción de la empresa y de su interlocutor

FTA Engineering es una *start-up* dinámica centrada en desarrollar tecnología para motores y generadores eléctricos, así como ingeniería para automoción y transporte. Actualmente trabaja en la finalización de las ▷

pruebas definitivas de su propia tecnología para motores eléctricos para vehículos. Además, tiene en fabricación diferentes prototipos. Se pretende optimizar e innovar en este sector.

Álvaro y Raúl son los precursores de esta empresa. Álvaro, CEO-COO, planifica, organiza, gestiona al personal y crea los procesos a seguir dentro de la empresa; Raúl, CEO-CTO, se encarga del desarrollo de ideas y su implementación técnica con el soporte del departamento de ingeniería y diseño.

¿Desde cuándo están en Canadá y por qué han elegido entrar aquí?

Apenas llevamos unos meses en Canadá y seguramente no tengamos una visión tan amplia como nuestros compañeros. Sin embargo, nuestro punto de vista de *start-up* recién llegada es bastante positivo. Nos han acogido muy bien, tanto que recibimos de manera continua correos, mensajes y llamadas de otras empresas del sector en este maravilloso país.

Decidimos venir a Canadá por la oferta de inversión de nuestros actuales socios, y la confianza que su CEO nos ha brindado desde el inicio. Además, tras estudiar las posibilidades de crecimiento, la proyección, el entorno, las oportunidades y un largo etcétera, entendimos que no había mucho que pensar, ya que las ventajas son muchas y grandes, y la única cosa complicada era todo lo referente al cambio de país y lidiar con la burocracia que la COVID-19 ha provocado. Esta nos ha hecho ver la entrada al país desde otra perspectiva. Nos ha retrasado la llegada en numerosos meses e incluso ha originado varios cambios en la negociación de la inversión, llegando a pensar que nos quedaríamos a las puertas del comienzo. Asimismo, hemos replanteado y optimizado

el presupuesto, la gestión de personal y la infraestructura hasta en seis ocasiones. Ahora trabajamos con los mínimos recursos y aprovechando cada segundo para obtener el mayor rendimiento de nuestras máquinas gracias a la avanzada experiencia y conocimiento de nuestros ingenieros.

¿Qué ventajas y oportunidades ofrece Canadá a las empresas españolas? ¿Y para su sector en concreto?

Cuando estábamos valorando nuestra decisión, obviamente preguntamos a amigos y conocidos. Hablando con uno de ellos, nos dijo:

Mirad, la gente siempre piensa en Estados Unidos como tierra de oportunidades para establecer sus *start-ups* y empresas emergentes, pero no recuerdan que Canadá tiene las mismas oportunidades sin los inconvenientes sociales, sanitarios y educativos del país vecino, siendo una sociedad segura, abierta de mente y con calidad de vida. El único inconveniente puede ser el clima, sobre todo si venís de un país como España.

Esta fue la punta de lanza, lo que comenzó todo y acabó desencadenando la decisión de establecernos allí, y es que cuanto más investigas, más cosas buenas encuentras. No solo desde un punto de vista financiero o económico, sino desde «el *pack* completo», pensando en pasar una temporada larga en el país. Así, y en colaboración con la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Canadá y canadiense en España, nos documentamos acerca de nuestro sector, la automoción, para entender todas las opciones disponibles.

Por un lado, el Gobierno canadiense te da la bienvenida y pone a tu disposición varias ▷

opciones para empezar a trabajar allí, a través de Invest in Canada, facilitando el acceso a la información sobre potenciales colaboradores y asociados, proveedores y todo lo que puedas necesitar. En nuestro caso concreto, además, Toronto Global también nos ha acompañado para esto mismo desde un punto de vista más local.

Por otro lado, diferentes empresas nos contactan asiduamente para comenzar acuerdos e intereses varios. Hace unos días nos contactaron ofreciendo una ampliación de nuestro negocio, usando nuestro *know-how* con sus procesos, personal y estructura, así como instalaciones. No en todos los países ocurren estas cosas.

Además, Canadá abre puertas. Por su trayectoria, por su saber hacer bien las cosas, su multicultural biodiversidad y por su sistema educativo de calidad. Referentes en diferentes ámbitos, ofreciendo salidas profesionales y formando a grandes personas.

¿Cuáles son los principales retos a los que se enfrenta la empresa española en Canadá?

Con casi total seguridad, uno de los principales retos a los que nos enfrentamos a nivel *start-up* es la adaptación a esta cultura. Es decir, la burocracia española, los horarios de España y ese tipo de matices son los que pueden complicarnos la existencia. Al fin y al cabo, estamos acostumbrados a un ritmo de vida diferente, incluso a nuestros vecinos europeos, y ahora estamos más lejos aún de casa.

También a la manera de hacer las cosas, de comunicarnos, de llegar a acuerdos. Sumando a esto que nuestros inversores son extranjeros, de países asiáticos, es un plus y, a su vez, un gran reto. Tres continentes con un mismo objetivo. El éxito está en culminar con un lazo

afectivo, poner todo en común sobre la mesa y trabajar en una misma dirección.

Otro de nuestros retos es llegar al intercambio comercial significativo. Nuestra misión es crecer y expandirnos en un tiempo estimado de cinco años. Tendremos la suficiente energía y motivación para conseguirlo gracias al país de enlace. Desde Canadá es más fácil abrir camino, podremos coger la velocidad deseada para llegar a la globalización.

¿Cómo valoran el proceso de entrada en el país y la posterior actividad?

Nuestra llegada ha estado marcada por las restricciones debidas a la COVID-19, con un proceso muy exigente por parte del Gobierno canadiense. En ese sentido, ha sido complicado hasta poder viajar y llegar al país. No creemos que en condiciones normales hubiéramos tenido estos problemas y entendemos que es una situación particular por esta pandemia.

Es pronto para hablar de nuestra actividad. Aún estamos trabajando a nivel interno para asentar la base de nuestra empresa. Sin embargo, *a priori*, parece que no será complejo desarrollar esta actividad porque nuestra empresa cumple a la perfección el perfil en la sociedad canadiense por ese cariz tecnológico e industrial.

Esperemos estar en lo cierto y seguir avanzando según lo planificado, acordado y negociado.

¿Qué consejos puede dar a las empresas que quieran entrar en este mercado?

Canadá y los canadienses te lo pondrán más fácil de lo que esperas, sin embargo, te recomendamos que analices bien el mercado de tu producto, si es viable adaptarlo e iniciar ▷

un proceso de internacionalización. Descubre todas las posibilidades de venta y diseña un buen plan. Esto es clave para determinar el potencial de éxito de tu compañía en este país. Para ello, te aconsejamos que busques un socio local para establecer una realización mercantil antes que una relación accionarial.

Establece objetivos que sepas que vas a cumplir. La internacionalización es un proceso que te va a llevar largo plazo, sé realista contigo mismo y fija retos a medio plazo. Siendo austero durante esta primera etapa te ayudará a soportar posibles desviaciones y contratiempos.

Es muy importante destacar los recursos de los que disponemos antes de aventurarnos. Sin una base económica sólida que nos permita movernos con total seguridad será un riesgo en el futuro. Partir de esto hará que en el exterior alcances tu punto de equilibrio hasta el crecimiento.

Añadir que, para entrar tanto en este mercado como en cualquier otro, los contactos y las relaciones son fundamentales. Tener en cuenta la capacidad de arrastre de clientes que ya poseemos y queremos mantener en el país extranjero y trabajar en abrir relaciones manteniendo las actuales son la clave de la responsabilidad comercial. Además, hay que considerar todos los aspectos administrativos y burocráticos. Una buena gestión administrativa y conocimiento a la perfección de las particularidades de la legislación contable, fiscal, laboral y

mercantil de Canadá. Se debe ser muy estricto en el cumplimiento de las obligaciones fiscales y laborales, así evitaremos contingencias que puedan suponer una grave amenaza para el futuro de nuestra empresa.

***¿Por qué se ha sumado a la iniciativa de la Cámara de Comercio de España en Canadá?
¿Qué puede aportar esta asociación a las relaciones entre los dos países?***

En una amplia mayoría de los casos, la unión hace la fuerza. Estar en una iniciativa como esta nos permite estar a la vanguardia de las relaciones comerciales entre nuestros países y con nuestros compañeros. Las sinergias que pueden surgir están ahí y suelen desencadenarse en el proceso «se genera una necesidad/problema → se pone en común en la plataforma → se aportan ideas y se desarrollan soluciones entre varios asociados».

España es un país con un tremendo potencial, un excelente acceso a la Unión Europea para la empresa canadiense, sin embargo, no se valora como es debido y no se fomenta demasiado. Canadá, por su parte, tiene el potencial de guiarnos y potenciar todo ese talento. Además, con el soporte y apoyo de la Cámara de Comercio de España en Canadá fomentaremos las relaciones industriales, tecnológicas y económicas, accediendo a cumplir con los desafíos propuestos.