



*Blanca Fernández Barjau\**

*Carlos Gómez García\*\**

Coordinadores

## INTRODUCCIÓN

Las relaciones comerciales entre España y Canadá están muy condicionadas por su ubicación geográfica. Ambos países concentran sus intercambios comerciales en distintas áreas económicas: España en la EU y Canadá con su vecino del sur. Además, su tamaño, dispersión y fragmentación hacen que las empresas españolas aborden el mercado canadiense de una forma secundaria, supeditado a su estrategia en el mercado de EE. UU. Sin embargo, Canadá es un país con un alto nivel de renta y una gran estabilidad política que ofrece importantes oportunidades para las empresas españolas.

En este monográfico sobre Canadá, se revisará el presente y el futuro de nuestras relaciones económicas y comerciales, señalando las oportunidades de negocio que se abren para la empresa española e identificando los retos que debe afrontar para acceder al mercado. Para ello, los distintos artículos se agrupan en tres bloques con objeto de analizar el marco general de nuestra relación comercial, identificar los sectores que ofrecen mejores oportunidades para nuestras empresas y resumir la experiencia acumulada por aquellas que han decidido apostar por este mercado.

Abre el primer bloque el artículo firmado por **Blanca Fernández Barjau**. En este trabajo, se analiza la estructura económica de Canadá y sus implicaciones, tanto sobre su política comercial como sobre su estrategia de crecimiento a largo plazo. La estructura económica canadiense caracterizada por un potente sector industrial, importantes recursos naturales y un mercado doméstico reducido conforma un país con una clara orientación al exterior. Esta vocación exterior tiene su reflejo en el activo papel que juega Canadá en la defensa del multilateralismo y del buen funcionamiento de la Organización Mundial del Comercio. Su integración comercial con EE. UU. explica la importancia que conceden las autoridades canadienses a la firma del nuevo acuerdo comercial Canadá-USA-México (CUSMA). Sin embargo, la enorme dependencia de EE. UU. empuja a la Administración canadiense a diversificar el destino de sus exportaciones mediante la negociación de acuerdos comerciales con otras áreas económicas. Entre ellos, destaca el Acuerdo Económico y Comercial Global (CETA, por sus siglas en inglés), firmado con la UE.

La entrada en vigor del Acuerdo Integral Económico y de Comercio entre la Unión Europea y Canadá (CETA) ha supuesto un punto de inflexión en sus relaciones económicas. Trascurridos cuatro años desde la entrada en vigor provisional del acuerdo, **Javier Gorriz Waddington** hace balance del grado de ▷

\*Consejera Económica y Comercial Jefe de la Oficina Económica y Comercial de España en Ottawa.

\*\* Consejero Económico y Comercial Jefe de la Oficina Económica y Comercial de España en Toronto.

aprovechamiento que están haciendo las empresas exportadoras españolas. Comienza este ejercicio repasando las principales disposiciones del acuerdo, atendiendo al interés de las mismas para las empresas españolas. El CETA supondrá la eliminación de aranceles para el 92 % de las exportaciones de productos agroalimentarios y para la totalidad de los productos industriales. Además, da protección a 24 denominaciones de origen, consagra la apertura del mercado de compras públicas y mejora el acceso al mercado de servicios. Los flujos de comercio, aunque modestos, muestran una tendencia creciente solo interrumpida por la pandemia causada por la COVID-19. Sin embargo, y a pesar del alto grado de aprovechamiento que están haciendo nuestras empresas de las preferencias arancelarias, se esperaba, según el autor, un mayor efecto sobre el volumen de comercio bilateral entre España y Canadá. La existencia del acuerdo no parece haber animado a las empresas a iniciar una actividad exportadora en este mercado, pero sí a consolidarla, si existía antes.

Subsisten, sin embargo, toda una serie de dificultades y trabas no arancelarias especialmente en los sectores agroalimentarios que dificultan el acceso al mercado canadiense. Algunas solo se advierten cuando se intenta abordarlo. El artículo de **José Luis Atristain y Pilar Randolph** nos desvela esa «letra pequeña de la exportación de alimentos a Canadá». Una primera batería de obstáculos deriva de los sistemas de gestión de la oferta (*supply management*) implantados por la Administración canadiense. Resulta de especial interés para los exportadores españoles conocer el sistema de contingentes de importación que se aplica en el caso del queso europeo y que dificulta la expansión de este subsector. El mercado de las bebidas alcohólicas se encuentra fragmentado en varios mercados provinciales distintos, y la importación y distribución del producto en cada uno de ellos está en manos de monopolios provinciales que condicionan la estrategia y el posicionamiento de las bodegas. Se percibe también una cierta discriminación a favor del producto local. Más sutiles, pero no por ello más fáciles de superar, son los obstáculos que se derivan de los muy rigurosos procedimientos de importación de productos cárnicos, especialmente los porcinos, o de la prolija regulación sobre envases de alimentos.

El segundo bloque de este monográfico analiza una serie de sectores que ofrecen buenas oportunidades para las empresas españolas. **Nathalie Béchamp** (Invest in Canada) reseña en su artículo las fortalezas de Canadá como país receptor de inversión directa. Destaca lo sofisticado de la cadena de valor canadiense con abundancia de talento y materias primas, la facilidad para acceder a otros grandes mercados merced a los acuerdos de libre comercio en vigor y los generosos incentivos fiscales concedidos, tanto por el Gobierno federal, como por los Gobiernos provinciales. Se centra, a continuación, en tres grandes sectores de oportunidad para la inversión española: el sector de la agroindustria, el de las energías limpias y todos aquellos subsectores relacionados con la cadena de valor del vehículo eléctrico.

La seguridad jurídica y los ambiciosos planes de inversión en infraestructuras hacen de Canadá un mercado muy atractivo para las empresas españolas. **Carlos Planelles**, Director Ejecutivo de ACCIONA para Norteamérica, desgrana en su artículo las oportunidades que se abren para nuestras empresas como consecuencia de los principales proyectos de infraestructuras proyectados para Montreal, el área metropolitana de Toronto, y las provincias de Alberta y la Columbia Británica. Además, y como complemento de su análisis, nos traslada la experiencia de ACCIONA en el mercado canadiense.

La Secretaría de Estado de Comercio ha identificado dentro de su estrategia PASE (Países con Actuación Sectorial Estratégica) a varios de los subsectores más relevantes de la industria agroalimentaria. En su aportación a este monográfico, **Carlos Gómez García** nos resume la estrategia que viene desarrollando ▷

ICEX en colaboración con la Oficina Económica y Comercial de España en Toronto para impulsar las ventas de alimentos y vinos en el mercado canadiense. Las distintas actuaciones se articulan en un Plan Integral de Promoción de Alimentos y Vinos, llamado a ampliar la base de empresas exportadoras, expandir su mercado y diferenciar la oferta agroalimentaria española. Este plan está compuesto por cuatro programas concatenados que abarcan desde la fase inicial de acceso al mercado hasta el establecimiento de planes de *marketing* por producto. Así, conforman el Plan Integrado los siguientes programas: Programa de Acceso al Mercado, Programa de Consolidación y Expansión, Programa de Gastronomía y Programa de Planes Sectoriales.

Este repaso de las oportunidades que brinda el mercado canadiense estaría incompleto si no incluyera la visión de los principales protagonistas: las empresas. El bloque final está dedicado, por tanto, a trasladar sus experiencias. La perspectiva europea la aporta **Delphine Adenot-Owusu**, Directora Ejecutiva de la Cámara de Comercio de la Unión Europea en Canadá (EUCCAN). Esta Cámara aglutina a empresas privadas de ambos lados del Atlántico y cuenta con el apoyo de la Delegación de la UE en Canadá. En su trabajo, procede a realizar un análisis de las oportunidades que se abren en materia de contratación pública y comercio electrónico como consecuencia de la entrada en vigor del CETA. Seguidamente, pasa revista a otros sectores industriales de interés desde la óptica empresarial europea como son los relacionados con la transición ecológica, la digitalización o la industria agroalimentaria.

La experiencia directa de las empresas españolas nos la traslada la **Cámara de Comercio de España en Canadá**, y lo hace a través de una serie de entrevistas con empresas españolas ya implantadas en este mercado. Contestan preguntas relacionadas con su experiencia empresarial y sus proyectos profesionales empresas referentes en sus distintos sectores. Así, AMPER, PRODESA, SENER, CaixaBank, Esteban España y FTA Engineering dan testimonio de su experiencia, de las razones que les llevaron a apostar por este mercado y de los obstáculos que encontraron en el camino.

