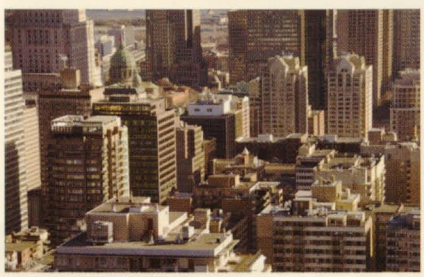

Canada se presenta para las empresas de la provincia como una buena oportunidad para vender sus productos.

Once empresas de la provincia conocen el mercado canadiense

La Cámara Oficial de Comercio e Industria de Ciudad Real ha coordinado una Misión Comercial Multisectorial a Canadá con la colaboración de la Oficina Comercial de la Embajada de España en Toronto y de la Consultora especializada en el mercado canadiense Intercambios.

Para el desarrollo de esta actividad, se organizaron agendas de trabajo en destino, lo que permitió a las once empresas participantes en esta acción de promoción mantener entrevistas personales con importadores y/o distribuidores interesados en sus respectivos productos.

Con el fin de que las empresas de nuestra demarcación pudieran conocer las oportunidades de negocio que ofrece Canadá, desde la Oficina Comercial, se indicó que las mayores oportunidades se centran el sector agroalimentario, en productos industriales y en productos de consumo de muy alta calidad. De hecho, las bodegas contaron con los servicios de una consultora especializada en el sector vinos en Canadá, contratada especialmente para la ocasión.

Recordar que Canadá cuenta con una población de aproximadamente 33 millones de habitantes con alto poder adquisitivo -38.400 $CAD per cápita en términos de paridad de poder adquisitivo, PPP- por lo que, a priori, tiene un alto potencial como país consumidor de cualquier producto que incorpore alta calidad y un valor añadido.

No obstante, y a pesar de contar con una superficie de 10 millones de kilómetros cuadrados, el grueso de la población vive en ciudades situadas cerca de la frontera con Estados Unidos. Las principales urbes son Toronto, Montreal, Vancouver y Calgary, que en los últimos años han aumentado su población debido al boom experimentado por la industria petroquímica a raíz del comienzo de la explotación de las arenas bituminosas en el norte de la provincia de Alberta.

Canales Globales de Distribución

Teniendo en cuenta la información sobre las vías de comunicación en Canadá, la participación de Canadá en NAFTA y la tendencia a la globalización de los canales de distribución, la empresa que desee entrar en el mercado canadiense no debe descartar otras opciones además de las citadas que pueden resultar tanto o más beneficiosas para su negocio, como puede ser enviar las mercancías a un punto de entrada en Estados Unidos y, desde allí, aprovechar canales de distribución ya establecidos para hacer llegar las mercancías a las grandes ciudades canadienses.

Ante la actual situación económica, Canadá ha dejado claro que no quiere esperar sentado a que la recuperación de Estados Unidos tenga reflejo sobre su economía, y el que presume de ser uno de los países más solventes del mundo, ha retomado iniciativas para diversificar sus socios comerciales.

Aunque ciertos sectores como las industrias culturales, el bancario, las telecomunicaciones y los recursos naturales están limitadísimos a la inversión extranjera, Canadá es un país totalmente liberalizado, y en el sector servicios, concesiones y medio ambiente la empresa española está muy presente. De hecho, tanto las autoridades federales como las provinciales están impulsando medidas para el fomento de la inversión en sectores estratégicos de la economía mediante subvenciones a inversiones en energías renovables o en proyectos de I+D+i.

La empresa media canadiense, desconoce por regla general, las oportunidades que le ofrece España. Este desconocimiento se traslada a los productos agroalimentarios, a excepción del vino y quizá del jamón ibérico, donde la barrera es cultural, y se necesita mucha educación al consumidor, y a los bienes de consumo, sectores todos donde el producto español, poco presente, pugna con productos de Italia y Francia, muy afincados por la histórica influencia de la inmigración.

Biblioteca Virtual de Castilla-La Mancha. Empresa, La. 9/2009.