

*La calidad*  
está en nuestra **naturaleza**



# Invertir en agroalimentación: una apuesta segura en **América del Norte**



Canadá es el lugar idóneo para invertir —  
Déjenos mostrarle por qué.



Government  
of Canada

Gouvernement  
du Canada

Canada 



**El Tratado de Libre Comercio de América del Norte ha creado un mercado único con más de 435 millones de canadienses, estadounidenses y mexicanos. Nuestro mercado continental ofrece un sinfín de oportunidades lucrativas a las empresas de bebidas y productos alimentarios tanto tradicionales como innovadores.**

---

La balanza comercial de Canadá con Estados Unidos en el sector de los alimentos y las bebidas sigue inclinándose a favor de Canadá. En 2005, el excedente de la balanza comercial canadiense frente a Estados Unidos en este sector fue de 2 500 millones de \$. Comprender los factores que impulsan esta tendencia puede ser muy ventajoso para su empresa.

## Para la prosperidad de su empresa

La producción de alimentos y bebidas es un sector extremadamente competitivo. No es ningún secreto, sin embargo, cuáles son los ingredientes que dan a los fabricantes y distribuidores canadienses una ventaja en el mercado de América del Norte.

He aquí algunos:

- **Una mano de obra productiva y fiable**
- **Ventajas en los costes de producción**
- **Acceso fiable a materias primas seguras y de calidad superior**
- **Proximidad a mercados de gran densidad demográfica**
- **Tecnologías alimentarias avanzadas**

**Para saber más sobre las ventajas de costes y producción, abra las solapas.**

**LAS SIGUIENTES EMPRESAS SE HAN BENEFICIADO ESCOGIENDO A CANADÁ. DESCUBRA POR QUÉ.**

Archer Daniels Midland  
Dow AgroSciences  
Frito-Lay Canada  
Heinz  
Hershey Food Corp.  
Mars, Incorporated  
McCormick & Company Inc.  
Nestlé Canada Inc.  
Puratos  
Unilever

# Invierta en Canadá, donde prosperar es un modo de vida.



© UNILEVER CANADA

## Prosperar como Unilever

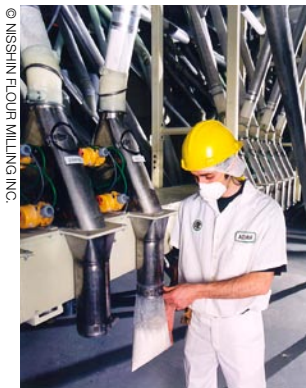
Unilever, uno de los principales fabricantes internacionales de alimentos, ha escogido a Canadá como base de producción norteamericana para dos de sus marcas más conocidas: Lipton y Knorr. En 2006, Unilever Canadá ampliará sus instalaciones en Bramalea (Ontario) para cumplir con su nuevo mandato. La fábrica se ha impuesto como eficaz productor de los platos de acompañamiento Lipton y Knorr para toda América del Norte, aunque hasta hace poco, sólo producía sopas para el mercado canadiense. El éxito obtenido convenció a la empresa matriz de ampliar el mandato para incluir la producción de sopas también para el mercado estadounidense.



© OCEAN NUTRITION CANADA

## Prosperar como Ocean Nutrition

Ocean Nutrition Canadá Ltd (ONC) es un proveedor mundial de ingredientes de marca MEG-3® omega-3 (EPA/DHA) para los mercados de suplementos dietéticos y alimentos saludables. ONC suministra ingredientes de alta calidad, fabricados a base de productos marinos a clientes de América del Norte, Europa, Asia y Australia. Ocean Nutrition Canadá es el mayor fabricante de ácidos grasos omega-3 concentrados de cadena larga procedentes de aceite de pescado, y fue la primera empresa en conseguir la verificación de la Farmacopea de Estados Unidos (USP) para once de sus aceites. ONC tiene en la actualidad 19 familias de patentes (composiciones, procesos y usos nuevos), que incluyen 68 patentes otorgadas o pendientes en 18 países de todo el mundo.



© NISSHIN FLOUR MILLING INC.

## Prosperar como Nisshin

Nisshin Flour Milling Inc. de Japón ha duplicado la capacidad de sus instalaciones canadienses, que adquirió hace 17 años, con el fin de aprovechar los mercados nacionales de alta gama, así como nuevas e interesantes oportunidades de mercado al otro lado de la frontera, en Estados Unidos. En 1989, Nisshin adquirió Rogers Foods Ltd., de Armstrong (Colombia Británica), un molino local conocido por su harina de calidad y sus productos integrales naturales. En un primer momento, Nisshin apoyó la ampliación y modernización del molino de Armstrong, pero no fue suficiente para responder a la demanda creciente de sus productos. En 2005, Rogers inauguró un nuevo molino que puede procesar 250 toneladas por día en la localidad de Chilliwack (Colombia Británica), y que le ha permitido ampliar sus ventas de harina en los mercados de panadería y elaboración de alimentos de Vancouver y de la costa oeste de Estados Unidos.

“Con su gran comunidad de especialistas en ciencias marinas y una mano de obra cualificada y estable, así como créditos fiscales para la I+D y fácil acceso a los mercados de Estados Unidos y Europa, Halifax es un lugar único para hacer prosperar nuestra empresa. El secreto de nuestro éxito ha sido nuestra gente y su creatividad para desarrollar productos de marca y tecnologías en una comunidad sumamente favorable”.

**Robert Orr, Presidente y Director General  
Ocean Nutrition**



# Aumente sus beneficios en el sector de la agroalimentación-Canadá ofrece una ventaja de costes del 4,0% frente a Estados Unidos



En marzo de 2006, KPMG publicó un estudio detallado en el que analizaba los costes de las empresas de elaboración de alimentos en nueve países, a saber, Estados Unidos, Canadá, el Reino Unido, Francia, Alemania, Italia, los Países Bajos, Japón y Singapur.

**Canadá ocupó la primera posición de América del Norte, con una ventaja de costes del 4,0 por ciento frente a Estados Unidos.**

Esa ventaja supone, de media, una ganancia neta de 6,9 por ciento en las ventas en Canadá, en comparación con el 3,1 por ciento de Estados Unidos, esto es, una tasa de beneficio de más del doble.

En el estudio hay otros países que ofrecen también una ventaja de costes con respecto a los productores agroalimentarios estadounidenses, pero

ninguno de ellos tiene un acceso tan fácil a los mercados de Estados Unidos. El Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) ha dado a Canadá un acceso privilegiado a los mercados de Estados Unidos: 17 de las 20 mayores ciudades canadienses se encuentran a menos de una hora y media de camino de Estados Unidos.

En el contexto de América del Norte, Sherbrook, Edmonton y la región de Waterloo ocupan la primera, tercera y cuarta posición respectivamente, como los lugares de procesamiento agroalimentario con los costes más bajos.

El modelo de costes de empresas utilizado por KPMG se basa en una pequeña empresa independiente de procesamiento de alimentos que fabrica productos no perecederos de valor medio, tales como productos de confitería o alimentos envasados, secados o enlatados.



## Una nueva y apasionante herramienta para los inversores

Para completar el estudio, KPMG elaboró un modelo de costes accesible en línea, así como un sitio web interactivo, que permite a los inversores estudiar los costes de establecimiento y explotación de una empresa a lo largo de 10 años en más de 128 ciudades.



¿Quiere descubrir usted mismo las ventajas en costes netos que ofrece Canadá con respecto a Estados Unidos? Eche un vistazo a los datos del sitio web. Aplique sus propios criterios, haga sus propias comparaciones y elija los lugares donde podría instalar su empresa o ampliar sus operaciones.

Compruebe todas las ventajas que le ofrece Canadá en:  
**[www.CompetitiveAlternatives.com](http://www.CompetitiveAlternatives.com)**

## Comparación de costes anuales – Procesamiento de alimentos

Costes por categorías principales (en miles de dólares US)

	América del Norte		Europa					Asia-Pacífico	
	Canadá	EE.UU.	Alemania	Italia	Reino Unido	Francia	Países Bajos	Japón	Singapur
<b>Ingresos</b>	<b>29 400</b>	29 400	29 400	29 400	29 400	29 400	29 400	29 400	29 400
<b>Costes</b>									
Salarios y sueldos	<b>4 169</b>	4 403	5 097	3 654	4 244	3 649	4 294	6 451	2 544
Cotizaciones obligatorias	<b>428</b>	554	1 280	1 059	543	1 483	622	1 173	299
Otras cotizaciones	<b>880</b>	1 376	1 245	913	1 576	677	1 470	742	401
Mano de obra y prestaciones sociales	<b>5 477</b>	6 332	7 622	5 625	6 363	5 808	6 385	8 366	3 244
Transporte	<b>1 291</b>	1 870	619	1 046	492	720	381	1 055	488
Servicios públicos	<b>761</b>	859	1 024	854	662	709	630	1 251	824
Interés y amortización	<b>884</b>	1 021	1 266	922	1 005	932	1 004	1 147	478
Impuestos (excl.. sobre ganancias)	<b>240</b>	260	122	132	242	207	22	241	38
Costes no sensibles al emplazamiento	<b>17 640</b>	17 640	17 640	17 640	17 640	17 640	17 640	17 640	17 640
<b>Beneficio antes de impuestos</b> (sobre ganancias)	<b>3 107</b>	1 417	1 106	3 182	2 996	3 383	3 337	(299)	6 689
Impuestos sobre ganancias <sup>1</sup>	<b>1 067</b>	505	543	1 393	907	1 125	995	63	1 312
Tasa real	<b>34,4%</b>	35,6%	49,1%	43,8%	30,3%	33,3%	29,8%	N/A	19,6%
<b>Beneficio después de impuestos</b>	<b>2 040</b>	912	563	1 788	2 089	2 258	2 341	(362)	5 377
Beneficio neto en ventas en Canadá	<b>6,9%</b>	3,1%	1,9%	6,0%	7,1%	7,7%	7,9%	(1,2%)	18,3%
<b>Costes anuales totales</b>	<b>27 361</b>	28 487	28 837	27 612	27 311	27 141	27 058	29 762	24 024

1. Los impuestos sobre ganancias pueden ser positivos o negativos, independientemente de que las ganancias antes de impuestos sean positivas o negativas, debido al efecto de reglas específicas relativas a deducciones por gastos, impuestos mínimos y créditos fiscales reembolsables sobre ganancias. Los tipos impositivos reales no se indican cuando los resultados no son significativos debido a una baja rentabilidad.

Fuente: *Choix concurrentiels : Competitive Alternatives: KPMG's Guide to International Business Costs*, Edición de 2006.

KPMG - Estudio de 2006 sobre las empresas

“La ampliación de nuestras operaciones en Canadá demuestra que en este país tenemos un establecimiento de primera clase y que Canadá es una excelente base para las compañías de alimentos que desean triunfar tanto en el mercado canadiense como el estadounidense. Hemos demostrado que somos capaces de producir productos alimentarios a precios competitivos y, al mismo tiempo, de máxima calidad”.

Jeffrey Allgrove, Presidente  
Unilever Canadá

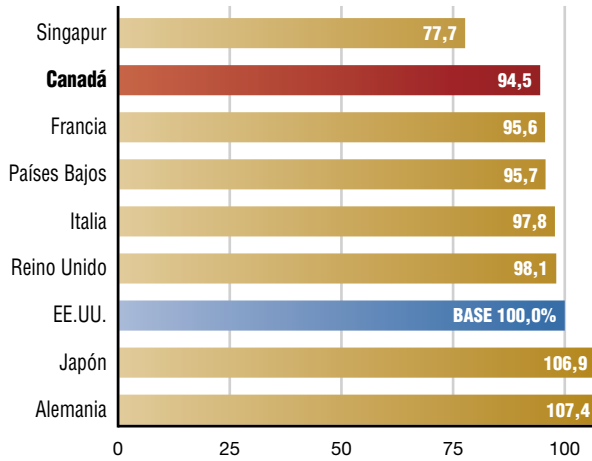
“General Mills ofrece a las familias canadienses productos alimentarios innovadores que llevan algunas de las marcas más conocidas del mercado. Es la combinación de nuestras excelentes marcas y de las personas extraordinarias, que hemos conseguido atraer a nuestro equipo en Canadá lo que impulsa nuestro crecimiento en el mercado canadiense”.

Christi Strauss, Presidenta  
General Mills Canadá

## Comparación de los costes anuales – Media de 12 industrias

Promedio global de 12 industrias.\*

Coste porcentual con relación a Estados Unidos.



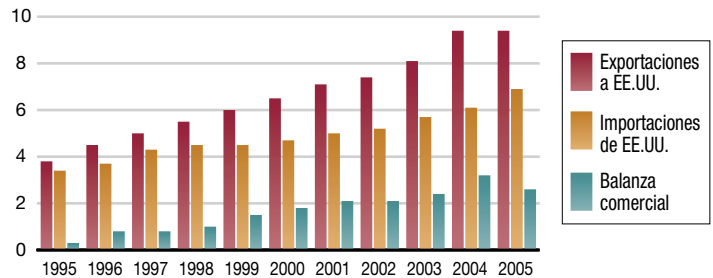
\*El total de los costes de las empresas comprende la suma de los costes sensibles al emplazamiento y los costes no sensibles al emplazamiento.

Fuente: *Competitive Alternatives: KPMG's Guide to International Business Costs*. Edición de 2006.



## Intercambios comerciales Canadá/Estados Unidos de bebidas y productos alimentarios procesados

En miles de millones de dólares US\*

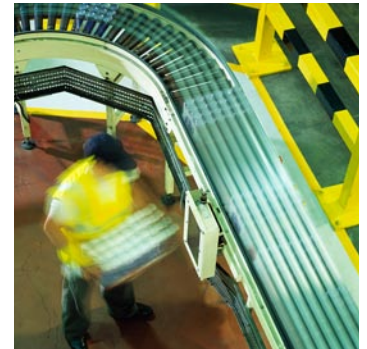


\*Fuente: Dirección General de Estadísticas de Canadá

Canadá encabeza la lista de 16 países en cuanto a productividad en el sector del procesamiento de alimentos

En noviembre de 2005, la Agencia de Desarrollo de las Competencias Sectoriales del Reino Unido publicó un estudio internacional de las competencias sectoriales y de productividad, *An International Study of Sector Skills and Productivity*, en el que Canadá se situó en primer lugar en el sector de los alimentos y bebidas, seguido, en segunda posición, por el Reino Unido.

La Agencia comparó la productividad total de los factores (PTF), considerada comúnmente como la forma más completa de medir la productividad de una industria. La PTF incluye la contribución de factores tales como los estudios y la formación, así como las ventajas técnicas, organizativas y de gestión.



# ¿Por qué es Canadá un lugar ideal para hacer negocios?

## UNA ECONOMÍA FUERTE Y ESTABLE

Canadá es el único país del G7 con un excedente presupuestario ininterrumpido durante los últimos años, registrando su octavo excedente anual consecutivo al término del ejercicio financiero 2005-2006. La tasa de inflación interanual de Canadá, cuyo promedio entre 2000 y 2004 fue de un discreto 2,4 por ciento, descendió a 1,7 por ciento en 2005.

## DIRIGENTES Y TRABAJADORES DE ALTO NIVEL

Canadá cuenta con el porcentaje más alto del mundo de personas con formación universitaria o politécnica, y es el líder norteamericano en cuanto a estabilidad laboral y lealtad de los empleados hacia la empresa. Su mano de obra multilingüe ofrece a las empresas valiosos recursos para triunfar a escala mundial.

## SALARIOS RAZONABLES

El estudio de costes empresariales realizado por KPMG en 2006 reveló que los costes medios de la mano de obra en Canadá son los más bajos del G7 y considerablemente inferiores a los costes de Estados Unidos. El estudio reveló además que los costes medios de la mano de obra en Estados Unidos (incluidas las prestaciones) son cerca del 12 por ciento superiores a los costes canadienses generales.

## UN SISTEMA DE SALUD NACIONAL QUE AHORRA COSTES A LAS EMPRESAS

El sistema público de salud de Canadá ayuda a las empresas a mantener en buena salud a su mano de obra y reduce drásticamente los costes de las prestaciones de los trabajadores.

“Rogers Foods fusiona la pasión tradicional de Canadá por la excelencia con nuevas tecnologías interesantes y servicios de transporte de primera clase para comercializar en los mercados de Estados Unidos productos de calidad a base de semillas. Y nuestro éxito en esos mercados estadounidenses no deja de crecer”.

Vic Bell, Presidente  
Rogers Food Ltd.

## EXCELENCIA EN I+D CON ENORMES AHORROS

El tratamiento fiscal que Canadá ofrece a la I+D es uno de los más generosos del mundo industrializado. El estudio de KPMG *Competitive Alternatives* de 2006 destaca la ventaja de costes del 10,9 por ciento que ofrece Canadá frente a Estados Unidos en materia de I+D en biotecnología.



## ACCESO AL MERCADO DE AMÉRICA DEL NORTE

En el marco del TLCAN, Canadá tiene acceso a un mercado de más de 435 millones de consumidores, con un PIB combinado de más de 12 billones de dólares US. Canadá y Estados Unidos mantienen la relación comercial más importante del mundo. Canadá se sitúa por delante de China, México y Japón como principal socio comercial de Estados Unidos.

## FACILIDADES PARA LOS INVERSORES

Canadá destacó como líder internacional en el informe *Doing Business in 2006* del Grupo del Banco Mundial. Una de las razones es que para abrir una empresa en Canadá generalmente sólo se necesitan tres días y dos procedimientos.

## EL MEJOR LUGAR EN AMÉRICA DEL NORTE

La Economist Intelligence Unit (EIU) prevé que Canadá será el segundo mejor país del mundo para hacer negocios entre 2005 y 2009 (solo por detrás de Dinamarca). La EIU subrayó la apertura de Canadá al comercio exterior y a los capitales extranjeros, su infraestructura de alta calidad y las excelentes posibilidades comerciales del mercado de América del Norte.



# La calidad

está en nuestra **naturaleza**

## Canadá le ayudará a crear marcas sólidas para sus productos fabricados allí.

Las leyes y reglamentos canadienses, que son aplicados por el Gobierno de Canadá, entre otros por la Agencia de Inspección Alimentaria de Canadá, ofrecen normas de producción reconocidas a nivel mundial para la industria alimentaria y agrícola. Canadá es conocido por su compromiso con la seguridad alimentaria y la buena gestión ambiental, lo que ayuda a incrementar la confianza de los consumidores y facilita el acceso de los productos agrícolas y alimentarios canadienses a los mercados internacionales.

El Ministerio de Agricultura y Agroalimentación de Canadá facilita la exportación de productos agrícolas y alimentarios mediante una amplia gama de programas y servicios, entre los que se incluye una estrategia para apoyar los productos alimentarios y agrícolas de marca canadiense a escala internacional, mediante presupuestos y funcionarios destinados exclusivamente a ello. Tiene además el Programa Internacional de Canadá para la Agricultura y la Alimentación, que provee un apoyo financiero de contrapartida para ayudar a establecer y promover marcas a escala sectorial en mercados internacionales.



Para saber más sobre las oportunidades de inversión en Canadá, visite:

**[www.investincanada.gc.ca](http://www.investincanada.gc.ca)**

Marc Gagnon  
Agregado comercial

### **Embajada de Canadá en España**

Núñez de Balboa, 35  
28001, Madrid  
Teléfono: +34 91 423 3228  
Fax: +34 91 423 3252

Correo-e:  
[marc.l.gagnon@international.gc.ca](mailto:marc.l.gagnon@international.gc.ca)

### **Ministerio de Agricultura y Agroalimentación de Canadá**

Secretaría de Inversiones  
930 Carling Avenue  
Ottawa, Ontario, K1A 0C5, Canadá  
Teléfono: (613) 759-7625  
Fax: (613) 759-1667  
Correo-e: [invest-investir@agr.gc.ca](mailto:invest-investir@agr.gc.ca)

*Para saber más sobre la agricultura y la industria de alimentos y bebidas de Canadá, visite el sitio web:*

**[www.ats-sea.agr.gc.ca](http://www.ats-sea.agr.gc.ca)**

### **Ministerio de Comercio Internacional de Canadá**

Gobierno de Canadá  
111 Sussex Drive  
Ottawa, Ontario, K1A 0G2, Canadá  
Teléfono: (613) 954-5031  
Fax: (613) 954-2340  
Correo-e:  
[investincanada@international.gc.ca](mailto:investincanada@international.gc.ca)

*Permítanos mostrarle por qué invertir en Canadá es una apuesta segura:*

**[www.investincanada.gc.ca](http://www.investincanada.gc.ca)**