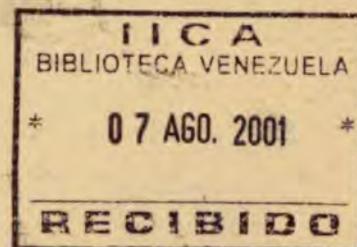


IICA
E21
15

CONSEJO REGIONAL DE
COOPERACIÓN
AGRÍCOLA



CONSEJO
AGROPECUARIO
CENTROAMERICANO



Canadá, un socio comercial para Centroamérica

Lecciones, desafíos y oportunidades para el sector agroalimentario regional

Secretaría de Coordinación



Abril, 2001



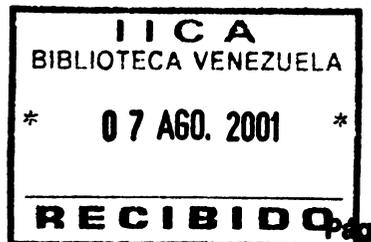
THE WORLD
BANK

PROYECTO CORECA/RUTA/BIRF: Fortalecimiento de las Capacidades institucionales a nivel Nacional y Regional para la Gestión de Políticas Comerciales para la Agricultura.

La Secretaría del CORECA-CAC agradece a este Proyecto haber hecho posible la elaboración y publicación del estudio Canadá, un socio comercial para Centroamérica: lecciones, desafíos y oportunidades para el sector agroalimentario regional.

00005084

JICA
E21
15



ÍNDICE

PRESENTACIÓN	1
RESUMEN EJECUTIVO	3
I. PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE CANADÁ	7
GEOGRAFÍA Y POBLACIÓN.....	7
REGIONES SOCIOECONÓMICAS Y PRINCIPALES CIUDADES.....	10
GOBIERNO.....	12
ECONOMÍA	13
Comercio	13
Inversiones	16
II. EL SECTOR AGROALIMENTARIO DE CANADÁ	19
CEREALES Y OLEAGINOSAS.....	19
PAPA.....	21
OTRAS HORTALIZAS	23
EL SECTOR CÁRNICO.....	26
Carne bovina	26
Carne de cerdo.....	29
Avicultura.....	31
LECHE Y PRODUCTOS LÁCTEOS.....	32
COMERCIO AGROALIMENTARIO.....	35
III. LA POLÍTICA AGRÍCOLA	39
FONDO DE ESTABILIZACIÓN DEL INGRESO NETO	41
SEGUROS DE COSECHA.....	41
PROGRAMAS DE EMERGENCIA	41
CRÉDITO AGROPECUARIO.....	41
PROGRAMAS NACIONALES DE COMERCIALIZACIÓN.....	42
Programa de Precios Consolidados (<i>Price Pooling Program</i>)	42
Programa de Pagos Adelantados (<i>Advance Payment Program</i>).....	42
Programa de Crédito Adelantado de Primavera (<i>Spring Credit Advance Program</i>).....	42
Programa de Crédito Cooperativo y de Mejoramiento de la Agricultura (<i>Farm Improvement and Marketing Cooperative Loans Act</i>)	43
PROGRAMAS DE REGULACIÓN DE LA OFERTA DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS.....	43
Sector lácteo.....	43
Sector avícola.....	45
SUBSIDIOS AL TRANSPORTE.....	46
IV. POLÍTICA COMERCIAL AGROPECUARIA	47
ACCESO A MERCADOS	47
PROMOCIÓN Y APOYO A LA EXPORTACIÓN	50
SUBVENCIONES A LAS EXPORTACIONES	53
EMPRESAS COMERCIALES DEL ESTADO	55
Comisión Canadiense del Sector Lácteo (CCL).....	56
Junta Canadiense del Trigo (JCT)	56
La Junta de Comercialización de los Productores de Frijoles de Ontario	57
Juntas de Comercialización para Productos Avícolas	57
ORGANIZACIÓN PARA LAS NEGOCIACIONES COMERCIALES INTERNACIONALES.....	58
PARTICIPACIÓN DE CANADÁ EN LA OMC, EL ALCA Y OTROS PROCESOS DE INTEGRACIÓN	59
Organización Mundial de Comercio (OMC)	60

Area de Libre Comercio de las Américas (ALCA)	63
El Grupo Cairns	63
Acuerdos Regionales y Bilaterales.....	64
V. ANÁLISIS DEL COMERCIO DE PRODUCTOS DE ORIGEN AGROPECUARIO, FORESTAL Y PESQUERO ENTRE CANADÁ Y CENTROAMÉRICA.....	69
COMERCIO DE CANADÁ CON EL MERCADO COMÚN CENTROAMERICANO (MCCA)	69
Exportaciones del MCCA a Canadá de productos de origen agropecuario, forestal y pesquero.....	70
Importaciones del MCCA provenientes de Canadá de productos de origen agropecuario, forestal y pesquero.....	72
COMERCIO CON PANAMÁ.....	74
COMERCIO CON BELICE.....	75
OPORTUNIDADES COMERCIALES EN CANADA PARA ALGUNOS PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS DE LOS PAÍSES DEL ISTMO CENTROAMERICANO	77
Tendencias del comportamiento del consumidor canadiense	77
Alimentos específicos que gozan de las preferencias del consumidor canadiense	78
Oportunidades comerciales.....	80
Consideraciones básicas para las exportaciones de productos agroalimentarios a Canadá.....	84
VI. GUÍA PARA LA BÚSQUDA DE INFORMACIÓN EN INTERNET SOBRE EL SECTOR SECTOR AGROALIMENTARIO DE CANADÁ	87
INFORMACIÓN DE CARÁCTER GENERAL SOBRE CANADÁ.....	87
SECTOR AGROALIMENTARIO	88
Ministerio de Agricultura y del Sector Agroalimentario	88
COMERCIO.....	90
Ministerio de Asuntos Exteriores y Comercio Internacional (<i>Department of Foreign Affairs and International Trade</i>).....	90
Ministerio de Industria (<i>Industry Canada</i>)	92
Oficina de Promoción del Comercio de Canadá (<i>Trade Facilitation Office Canada</i>).....	93
Estadísticas Canadá.....	94
Conclusiones	97
Bibliografía	101
SIGLAS	103
ANEXO ESTADÍSTICO.....	105

ÍNDICE DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1	Canadá: Área y población por provincia y territorio. 1999. 7
Cuadro 2	Canadá en relación con los demás países del G7: Datos socioeconómicos básicos. 1999 8
Cuadro 3	Canadá en relación con los países de Centroamérica: Datos socioeconómicos básicos. 1999 9
Cuadro 4	Canadá: Comercio exterior y balanza comercial por origen y destino 14
Cuadro 5	Canadá: Valor de las exportaciones según rubro. 1995-1999 15
Cuadro 6	Canadá: Valor de las importaciones según rubro. 1995-1999 16
Cuadro 7	Canadá: Balance alimentario de los principales cereales y oleaginosas. 1999 21
Cuadro 8	Canadá: Producción, valor bruto de la producción, exportaciones e importaciones de las principales hortalizas cultivadas. 1999 24
Cuadro 9	Canadá: Balance alimentario de los principales productos pecuarios 26
Cuadro 10	Canadá: Importaciones de carne bovina fresca o congelada, dentro del contingente arancelario y de los permisos suplementarios de importación. 1999-2000 28
Cuadro 11	Canadá: Subsidios pagados al productor de leche 95/96 - 99/00 33
Cuadro 12	Canadá: Cálculo del ingreso neto para el productor por ventas de leche, basado en los precios de sustentación federales para mantequilla y leche en polvo descremada (efectivo a partir de febrero del 2001) 34
Cuadro 13	Canadá: Equivalente de Apoyo al productor 40
Cuadro 14	Canadá: Calendario de reducción del subsidio a la producción de leche 44
Cuadro 15	Canadá: Volumen de los contingentes arancelarios para productos seleccionados. 1998-2000 49
Cuadro 16	Canadá: Aranceles aplicados dentro y fuera de algunos contingentes arancelarios. 1998 50
Cuadro 17	Canadá: Exportaciones subvencionadas y compromisos de reducción de subvenciones a la exportación en el marco de la OMC 53
Cuadro 18	Canadá: Utilización del sistema de solución de diferencias de la OMC. Casos del sector agroalimentario 62
Cuadro 19	Miembros del Grupo Cairns 64
Cuadro 20	MCCA: Importaciones, exportaciones y balanza comercial con Canadá de productos de origen agropecuario, forestal y pesquero. 1994-1999 70
Cuadro 21	MCCA: Exportaciones a Canadá de productos de origen agropecuario, forestal y pesquero. 1994-1999 71
Cuadro 22	MCCA: Importaciones provenientes del Canadá de productos de origen agropecuario, forestal y pesquero. 1994-1999 73
Cuadro 23	Panamá: Principales exportaciones de productos de origen agropecuario, forestal y pesquero a Canadá. 1994-1999 74
Cuadro 24	Panamá: Principales importaciones de productos de origen agropecuario, forestal y pesquero desde Canadá. 1994-1999 75
Cuadro 25	Belice: Principales exportaciones de productos de origen agropecuario, forestal y pesquero al Canadá. 1994-1999 76
Cuadro 26	Belice: Principales importaciones de productos de origen agropecuario, forestal y pesquero desde Canadá. 1994-1999 76
Cuadro 27	Principales proveedores del mercado de importación de frutas y hortalizas frescas de Canadá. 1998 81
Cuadro 28	Canadá: Importaciones de pescado y mariscos. 1999 83
Cuadro 29	Canadá: Importaciones de pescado y mariscos según países seleccionados. 1999 84

ÍNDICE DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1	Canadá: División política 11
Figura 2	Canadá: Distribución relativa de la producción de papa. 1999 22
Figura 3	Canadá: Utilización de leche fresca para la fabricación de productos lácteos. 1999 35
Figura 4	Canadá: Estructura de las exportaciones agroalimentarias según producto 1999 36
Figura 5	Canadá: Estructura de las exportaciones agroalimentarias según destino. 1999 36
Figura 6	Canadá: Estructura de las importaciones agroalimentarias según producto. 1999 37
Figura 7	Canadá: Estructura de la asistencia a la exportación ofrecida por la Corporación de Fomento de las Exportaciones. 1997 55
Figura 8	MCCA: Estructura de las exportaciones de productos de origen agropecuario, forestal y pesquero a Canadá. 1994-1999 71
Figura 9	MCCA: Estructura de las importaciones de productos de origen agropecuario, forestal y pesquero provenientes de Canadá. 1994-1999 73
Figura 10	Página inicial del sitio web del Ministerio de Agricultura de Canadá 89
Figura 11	Página inicial del Ministerio de Comercio Internacional 91
Figura 12	Página inicial del Ministerio de Industrias 93
Figura 13	Página de la Oficina de Promoción del Comercio de Canadá 94
Figura 14	Página web de Estadísticas Canadá 95

ÍNDICE DE RECUADROS

Recuadro 1	Canadá: Estrategias de mercado para la industria agroalimentaria 52
Recuadro 2	Canadá: Propuesta de acceso a mercados en las negociaciones de la OMC sobre la Agricultura 61
Recuadro 3	TLC Canadá-Chile: Productos agroalimentarios de Chile incluidos en el programa de desgravación 67
Recuadro 4	Canadá: alimentos de mayor dinamismo 80
Recuadro 5	"Creando Exportadores" a Canadá 85

PRESENTACIÓN

Los países que conforman el Mercado Común Centroamericano, MCCA (Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua) se encuentran en el proceso de negociación de un Tratado de Libre Comercio con Canadá. Esta negociación con Canadá se lleva a cabo en forma separada por Costa Rica y el grupo CA-4 (El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua).

Costa Rica inició el proceso luego de que su Presidente, en visita oficial a Canadá (31 de enero - 2 de febrero del 2000), anunciara el acuerdo para realizar consultas internas y explorar las posibilidades de iniciar las negociaciones. El 15 de marzo del 2000, el Ministerio de Comercio Exterior anunció que las negociaciones con Canadá se basarían en el texto del Tratado de Libre Comercio Canadá-Chile. Durante los primeros días de julio del 2000, el Gobierno de Canadá, por medio de su Gabinete, emitió el mandato requerido por su legislación para iniciar formalmente las negociaciones.

En marzo del 2001 ya se habían realizado seis rondas de negociaciones, estructuradas en cuatro mesas: i) Acceso a Mercados; ii) Compras del Gobierno, Políticas de Competencia y Antidumping; iii) Solución de Controversias y Disposiciones Institucionales; iv) Jefes de Delegación. Se espera que las negociaciones del Tratado concluyan en abril del 2001 y que el documento sea firmado en el marco de la III Cumbre de las Américas en Quebec, Canadá.

En el orden regional, el 28 de setiembre del 2000, luego de una reunión de Jefes de Estado de Centroamérica y Canadá, se anunció que comenzarían consultas internas en los respectivos países para el inicio de negociaciones conducentes a un Tratado de Libre Comercio. Posteriormente, el 9 de enero del 2001, Canadá anunció formalmente el inicio de las negociaciones. Como sucedió en el caso de Costa Rica, se espera que las negociaciones tomen como base el texto del TLC entre Canadá y Chile.

En vista de lo anterior, la Secretaría del CORECA - CAC incorporó, en su agenda de trabajo, la elaboración de una investigación sobre Canadá, con el objetivo de brindar al sector agropecuario de la región, tanto público como privado, información que le permita – al menos en forma general - establecer las ventajas, oportunidades y retos implícitos, en la firma de un tratado de libre comercio con esa nación.

El documento contiene un resumen ejecutivo que sintetiza los aspectos relevantes encontrados en la investigación. El estudio está dividido en seis Capítulos. En el primero se realiza una descripción de las principales características geográficas, demográficas y económicas del Canadá, que permite ubicar a dicho país en relación con otros países desarrollados (G-7) y con las naciones del Istmo Centroamericano. En el segundo Capítulo se hace un esfuerzo por analizar al sector agroalimentario de Canadá; la estructura del

sector, los productos más importantes, desde el punto de vista canadiense y desde la óptica centroamericana, y el comportamiento del comercio agroalimentario de Canadá con el mundo.

El Capítulo III hace referencia a la política agrícola de Canadá. Analiza las principales medidas y programas de apoyo a la producción agroalimentaria de ese país. El cuarto Capítulo se concentra en la política comercial agropecuaria; destaca los principales elementos que la conforman y cómo se relaciona con los objetivos de la política agrícola.

En el Capítulo IV, se realiza un análisis del comercio de productos de origen agroalimentario, forestal y pesquero entre los países del Istmo Centroamericano y Canadá. Se resaltan los principales productos transados y se hace un esfuerzo por determinar las posibilidades y oportunidades para un mayor intercambio de bienes con Canadá; a tal fin, se consideran las tendencias, los gustos y las preferencias del consumidor canadiense.

En el Capítulo V se presenta una guía para que los lectores puedan realizar búsquedas de información en Internet de acuerdo con sus intereses específicos. Esa guía se complementa con un listado de los sitios de Internet consultados para la realización de este documento. Eso permitirá al usuario actualizar o profundizar la información que aquí se presenta.

VI Finalmente, se presentan las conclusiones del estudio y un anexo con estadísticas de los principales productos de origen agropecuario, forestal y pesquero, transados entre cada país del MCCA y Canadá.

Se agradece al Centro para la Integración y el Desarrollo Agroempresarial (CIDAE), del Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA), su colaboración con este estudio, al facilitar valiosa información sobre el sector agroalimentario del Canadá por medio de su proyecto "Creando Exportadores". Un especial reconocimiento, además, a la Secretaría del Tratado General de Integración Económica Centroamericana (SIECA), por haber suministrado, para la elaboración de este trabajo, su base de datos sobre el comercio agroalimentario de la región.

RESUMEN EJECUTIVO

1. Canadá es el segundo país más grande del mundo. Es 24 veces más extenso que Centroamérica, aunque, su población de 30,5 millones de habitantes es inferior a la de esta región. Por condiciones meteorológicas, históricas y económicas, el 90% de sus habitantes se concentra en una banda de 250 km de ancho, que corre desde el océano Pacífico hasta el Atlántico, paralela a la frontera con Estados Unidos.
2. Canadá es una nación orientada al comercio. El aumento de las corrientes de comercio y de inversión son un elemento clave de la estrategia de desarrollo económico de Canadá, tanto por su potencial para impulsar el crecimiento como por su capacidad para crear empleo y diversificar los mercados.
3. El tamaño de su mercado ha condicionado de forma imperativa el establecimiento de una estrategia de desarrollo económico basada en el comercio exterior. Los resultados de dicha estrategia se reflejan en su elevado ingreso por habitante, el segundo de los países del G-7; en su tasa de crecimiento económico, más de 4% anual desde 1992; en su balanza comercial positiva; en el hecho de que las exportaciones representan el 43% del PIB (más que cualquier otro país del G-7), y en la circunstancia de que uno de cada tres puestos de trabajo dependen del comercio exterior.
4. El comercio de Canadá está dominado por las corrientes bilaterales con Estados Unidos. Ambos son los mayores socios comerciales entre sí. Esto refleja las ventajas naturales derivadas de la proximidad geográfica, reforzados por el Acuerdo de Libre Comercio entre Canadá y Estados Unidos (CUSFTA, por su sigla en inglés) y el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN). Desde que entró en vigor el Acuerdo de Libre Comercio entre Canadá y Estados Unidos, en 1989, el comercio de mercancías en ambos sentidos ha crecido al doble.
5. En términos absolutos, la balanza comercial de Canadá es superavitaria por más de \$33 mil millones, situación que se fundamenta en su intercambio comercial favorable con Estados Unidos. Sin embargo, el comportamiento del comercio canadiense con el resto de los países arroja un saldo negativo cercano a los \$27 mil millones.
6. La agricultura, en su concepto ampliado, sigue siendo uno de los sectores más importantes de la economía canadiense. Contribuye con un 9% del PIB, emplea cerca de cuatro millones de personas (casi uno de cada siete canadienses), las exportaciones agroalimentarias representan el 7% del total y el área sembrada por cultivos o pastizales ocupan 68 millones de hectáreas, que equivalen al 7% del territorio del país.
7. Canadá se ubica entre los tres principales productores y exportadores de cereales del mundo. Es el tercer productor mundial de trigo, cebada y avena. Ocupa el segundo lugar en las exportaciones de trigo, el tercero en cebada y el primero en avena. Los cereales canadienses son reconocidos a nivel global por su calidad consistente y superior, la cual es resultado de la interacción entre los entes de coordinación y apoyo de la cadena agroalimentaria: las organizaciones de productores, los centros de investigación, las juntas de comercialización, la Comisión Canadiense de Granos y la Agencia Canadiense de Inspección de Alimentos.
8. Asimismo, Canadá se ubica en la vanguardia a nivel mundial en la producción y comercio de semilla y aceite de canola; carne de cerdo, ganado y carne de bovino. Es el principal exportador de semilla y aceite de canola y carne de cerdo del mundo; se ubica como el cuarto exportador mundial de ganado y carne bovina.

9. Es posible ubicar dos tipos de sistemas agroalimentarios en Canadá. El primero corresponde a los productos que se destacan por su proporción en la producción exportada; allí se encuentran los cereales (trigo, cebada y avena), la semilla de canola, la papa y la carne bovina y porcina. Las políticas dirigidas a esos productos implican una serie de medidas conducentes a aumentar la competitividad de éstos en los mercados mundiales. La posición de sus gremios frente a los diferentes escenarios de negociación es buscar el mayor acceso a mercados y la eliminación de subvenciones a la exportación. Como se ha explicado, Canadá mantiene posiciones de liderazgo en las exportaciones de esos productos a nivel mundial.
10. El segundo sistema agroalimentario corresponde a los productos cuya oferta está regulada; está constituido por los productos lácteos y avícolas. Tradicionalmente, esos sectores han requerido la intervención estatal, con el fin de satisfacer dos objetivos contrapuestos: la maximización de los ingresos de los productores, por un lado, y la estabilización de los precios y la oferta al consumidor por otro. Esos dos objetivos son satisfechos por medio de diferentes medidas y programas de política, entre los que se destacan: el establecimiento de cuotas de producción, el adelanto de pagos, el sostenimiento de precios, la fijación de precios, cuentas mancomunadas de ingresos, la unificación de la oferta exportable y la utilización de contingentes arancelarios. Otro elemento que caracteriza a esos productos es su exclusión de las listas de desgravación arancelaria de todos los tratados de libre comercio que ha firmado Canadá.
11. Durante la última década, Canadá ha incrementado la orientación hacia el mercado de su política agrícola, al tiempo que ha disminuido los desembolsos por concepto de ayuda a la producción. Esa situación es acompañada por una reducción en el uso de medidas relacionadas con el sostenimiento de los precios, que han sido sustituidas en parte por medidas de apoyo directo al ingreso, del tipo caja verde.
12. A pesar de la reducción efectiva observada en el apoyo a la agricultura, medido a través del Equivalente de Apoyo al Productor calculado por la OCDE, los apoyos recibidos por la agricultura canadiense siguen siendo de una cuantía importante. El monto de US\$4 955 millones del ESP de Canadá representa aproximadamente un 9% del PIB de los países del istmo centroamericano y un 40% de sus exportaciones totales. Al establecer la relación por agricultores de tiempo completo, el resultado es de US\$9 000 por agricultor. Si la relación se hace con base en el área cultivada es de US\$52/ha.
13. Uno de los elementos sobresalientes de la política agrícola y comercial canadiense es el funcionamiento de las empresas comerciales del Estado. La Junta Canadiense del Trigo, la Comisión Canadiense del Sector Lácteo y las cuatro juntas de comercialización del sector avícola son algunas de las más representativas. Este tipo de empresas tienen la particularidad de que conjugan en sí mismas una serie distinta de medidas de política que incluyen: sostenimiento de precios, pagos por adelantado, financiamiento de la producción, servicios de comercialización, monopsonios de compra, monopolios y subvenciones a la exportación, entre otros. Sus actividades, junto con las de otros países, son cuestionadas en el marco de las negociaciones de la OMC, debido al riesgo de distorsión del comercio.
14. Las particularidades de las medidas de apoyo a la producción, de restricciones a la importación y de apoyo a la exportación de productos lácteos han sido motivos de controversia, al punto de que Canadá ha sido llevado a diversos paneles para la solución de diferencias en el marco de la OMC.
15. Pese al dinamismo observado en las exportaciones de productos agroalimentarios de Canadá, éstas se concentran mayoritariamente en un reducido grupo de productos y destinos. El trigo, el ganado bovino en pie y la carne de bovino, la semilla de canola, la carne de cerdo, las papas congeladas para freír y el whisky engloban el 42% de las exportaciones de productos agroalimentarios; Estados Unidos recibe el 61% de ellas. Esa

situación condiona tanto los esfuerzos de Canadá por lograr una mayor diversificación de su oferta exportable como los destinos a los cuales se dirige.

16. La política comercial canadiense es de enfoque múltiple; pretende que los acuerdos multilaterales, regionales y bilaterales se refuercen entre sí. El objetivo ulterior de su política es que los bienes, los servicios y las inversiones crucen libremente las fronteras nacionales en todo el mundo.
17. Canadá comparte con los países de la región centroamericana objetivos similares en las negociaciones multilaterales de la OMC. Así, la eliminación de las subvenciones a la exportación, la mayor reducción posible de los apoyos a la producción que tiene efectos de distorsión del comercio, y también la búsqueda de mejoras reales y sustanciales del acceso a mercados para todos los productos agroalimentarios, forman parte de la agenda de negociaciones de Canadá y Centroamérica.
18. Canadá es uno de los países líderes del proceso de conformación del ALCA; promueve su política de negociaciones de acuerdos comerciales dentro de las Américas. Es partidario de que el esquema de negociación en ALCA coexista con los acuerdos preferenciales actuales, entre ellos el TLC con Chile y los eventuales TLC con Centroamérica. Asimismo, debe destacarse que Canadá apoya a Chile en su intento por vincularse al TLCAN, hecho que es explícitamente reconocido en el TLCCC. Lo mismo podría esperarse de los acuerdos con Centroamérica. De ese modo, la región aspiraría a obtener, al menos, los mismos derechos de acceso que goza México actualmente en el marco del TLCAN.
19. El comercio de productos agroalimentarios y forestales entre Canadá y los países del Istmo Centroamericano presenta, como principales características, el dinamismo y la concentración en pocos productos. La balanza comercial tiende a ser equilibrada; no obstante, si no se tomaran en cuenta los productos forestales, sería ampliamente favorable a la región centroamericana.
20. Entre los productos provenientes de Canadá se destacan las compras de trigo y papel para prensa, que engloban el 65% de las importaciones. Del mismo modo, resaltan las compras de papas congeladas para freír, cereales como malta, avena y cebada, y frijoles secos.
21. La región no ha logrado diversificar sus exportaciones a Canadá. Los principales productos enviados siguen siendo bienes considerados tradicionales. El café y el azúcar concentran el 67% de todas las exportaciones de productos agroalimentarios a Canadá. En el resto de los productos exportados se destacan productos del mar, desechos animales no comestibles, plantas, flores y algunos vegetales exóticos para los canadienses, como el palmito y las raíces y tubérculos.
22. Se observa una marcada concentración en cuanto al origen de las exportaciones centroamericanas a Canadá. Costa Rica y Guatemala son los principales socios comerciales en la región. Estos dos países concentran el 78% de las exportaciones y reciben el 75% de las importaciones provenientes de Canadá. La participación del resto de los países (incluyendo a Belice y Panamá) en el comercio agroalimentario con Canadá, es relativamente pequeña.
23. Los principales factores que condicionan el comportamiento del consumidor canadiense de productos agroalimentarios son: a) lento crecimiento de la población; b) el envejecimiento; c) cambios en la estructura de la familia; d) el crecimiento de la diversidad étnica. Los productos agroalimentarios de la región que aspiren a competir en el mercado canadiense deben tomar muy en cuenta estos factores.
24. Una vez establecidos el contraste entre las condiciones de producción en Canadá, las medidas actuales que regulan la importación de productos agroalimentarios, las tendencias

del consumidor canadiense, el comercio actual y la oferta real exportable de Centroamérica, se observa que en términos generales las oportunidades de acceso a dicho mercado se reducen a: frutas y hortalizas, plantas y flores y, en menor medida, pescado y mariscos. En el corto y mediano plazo, los productos tradicionales como café, banano y azúcar, continuarán siendo los principales productos centroamericanos de exportación a Canadá.

25. Canadá se ubica como uno de los mayores importadores per cápita de productos agroalimentarios del mundo. La gran apertura comercial en la mayoría de los productos donde existen posibilidades para la región, la escasa regulación *antidumping* y el alto poder adquisitivo promueven una feroz competencia por lograr una porción de ese mercado que, pese a lo anterior, es pequeño (30.5 millones de habitantes). Por lo tanto, para incursionar exitosamente en Canadá, los exportadores centroamericanos deben ofrecer productos completamente nuevos o desplazar a la competencia mediante un paquete atractivo en calidad, servicio y precio.

Nota

En este documento se utiliza el signo de dólar (\$) para referirse al dólar canadiense. Cuando se trata del dólar de Estados Unidos de América se utiliza el símbolo US\$. El tipo de cambio utilizado en el estudio es de 1.473 dólar canadiense por US\$, vigente en enero del 2000.

I. PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE CANADÁ

En este Capítulo se brinda una semblanza de las principales características geográficas, demográficas y económicas de Canadá. Con ello se pretende ubicar a este país en el contexto mundial, principalmente en relación con el grupo de países del G-7 (Estados Unidos, Alemania, Italia, Reino Unido, Francia, Canadá y Japón) y con los países del Istmo Centroamericano. Se destacan los grandes contrastes al interior de este país en materia geográfica y poblacional, se describen sus principales regiones y las ciudades más importantes, y se resaltan los avances económicos obtenidos en el último quinquenio. Se hace hincapié, asimismo, en el énfasis que Canadá pone en su política comercial y de inversiones, en la cual fundamenta buena parte de su desarrollo económico.

GEOGRAFÍA Y POBLACIÓN

Con un total de 9.98 millones de km², Canadá es el segundo país más grande del mundo; de este a oeste abarca 6 husos horarios. Hacia el sur, comparte 8 892 km de frontera con Estados Unidos, mientras que al norte limita con el océano Ártico y la Federación Rusa. Por el este limita con el océano Atlántico y por el oeste con el océano Pacífico.

Políticamente, Canadá está dividido en diez provincias y tres territorios (Cuadro 1).

Cuadro 1
Canadá: Área y población por provincia y territorio. 1999

Provincia/territorio	Población	%	Area (km ²)	%
Terranova	541 000	1.77	405 212	4.08
Isla del Príncipe Eduardo	137 980	0.45	5 660	0.08
Nueva Escocia	939,791	3.08	55 284	0.55
Nuevo Brunswick	754 969	2.48	72 908	0.73
Quebec	7 345 390	24.09	1 542 056	15.44
Ontario	11 513 808	37.76	1 076 395	10.78
Manitoba	1 143 509	3.75	647 797	6.49
Saskatchewan	1 027 780	3.37	651 036	6.52
Alberta	2 964 689	9.72	661 848	6.63
Columbia Británica	4 023 100	13.19	944 735	9.46
Territorio del Yukon	30 633	0.10	482 443	4.83
Territorios del Noroeste	41 606	0.14	1 346 106	13.48
Territorio de Nunavut	27 039	0.09	2 093 190	20.96
Total	30 491 294	100.00	9 984 670	100.00

Fuente: Estadísticas Canadá, 2000

En relación con su extensión territorial, Canadá es un país escasamente poblado. Su población asciende a 30.5 millones, que equivalen a una densidad

de 3 hab/km², la más baja de los países del G-7, según se puede apreciar en el Cuadro 2.

En comparación con Centroamérica, se observa que pese a ser 24 veces más grande, posee 2 millones de habitantes menos (Cuadro 3).

La población de Canadá no está distribuida proporcionalmente en toda su superficie geográfica. Por condiciones climáticas, históricas y económicas, el 90% de sus habitantes se concentra en una banda de 250 km de ancho, que corre desde el océano Pacífico hasta el Atlántico, paralela a la frontera con Estados Unidos.

Como se observa en el Cuadro 1, las provincias de mayor población son Ontario y Quebec, que concentran el 60% de los habitantes del país.

Canadá es mayoritariamente urbano. El 76% de su población vive en comunidades con 1000 o más habitantes. De las diez provincias canadienses y sus tres territorios, solamente Nuevo Brunswick, la Isla del Príncipe Eduardo, Nunavut y los territorios del Noroeste presentan poblaciones eminentemente rurales.

Cuadro 2
Canadá en relación con los demás países del G7:
Datos socioeconómicos básicos. 1999

Variable	Unidad	Canadá	Estados Unidos	Francia	Italia	Reino Unido	Alemania	Japón
Area	Miles de km ²	9 985	9 372	549	301	245	357	378
Población	Miles	30 500	269 092	58 845	56 979	59 237	82 024	126 486
Tasa de crecimiento	1997/1998, %	1.0	0.9	0.4	0.2	0.4	0.0	0.3
Densidad	Hab / km ²	3	29	107	189	242	230	335
Producto Interno bruto	Miles de millones US\$	624	9 980	1 434	1 162	1 423	2 109	4 380
PIB per cápita	US\$	25 900	33 900	21 900	21 800	22 300	23 600	26 600
Contribución sectorial al PIB								
Agricultura	% del PIB	2.9	1.7	3.2	3.1	1.3	1.3	1.7
Industria	% del PIB	33.0	26.1	26.1	30.4	28.8	32.1	37.2
Servicios	% del PIB	64.0	72.2	70.8	66.5	69.9	66.6	61.1
Comercio Internacional (1998)								
Importaciones (M) (CIF)	Miles de millones US\$	201.4	944.4	286.0	215.6	320.3	471.6	280.6
Exportaciones (X) (FOB)	Miles de millones US\$	214.6	681.4	300.5	242.1	273.4	543.8	388.1
Índice de apertura	M+X/PIB	0.67	0.16	0.41	0.39	0.42	0.26	0.15

Fuente: *Estadísticas Canadá*, 2000.

Cuadro 3
Canadá en relación con los países de Centroamérica: Datos socioeconómicos básicos. 1999

Variable	Unidad	Canadá	Centroamérica	Costa Rica	El Salvador	Guatemala	Honduras	Nicaragua	Belice	Panamá
Área	Miles de km ²	9 985	411	50.9	20.9	108.9	112.1	118.4	22.9	77.1
Población	Miles	30 500	32 431	3 933	6 154	11 090	6 316	4 938	235	2 812
Tasa de crecimiento	1990-1999	1.0		2.6	1.9	2.4	2.6	2.6	2.3	1.6
Densidad	Hab / km ²	3.0	78.9	77.3	294.0	101.8	56.3	41.7	10.2	36.5
Producto Interno bruto	Miles de millones US\$	624	46.3	11.8	8.2	11.4	4.0	2.4	0.5	8.0
PIB per cápita	US\$	25 900	1 647	2 987	1 319	1 024	640.3	485	2 400	2 845
Importaciones	Miles de millones US\$	201.4	16.7	5.9	2.5	2.8	2.6	1.5	0.3	6.6
Exportaciones	Miles de millones US\$	214.6	8.1	6.6	3.9	4.2	1.8	0.5	0.2	5.2

Fuentes: BID/INT/STA, 2000
 Estadísticas Canadá, 2000
 Secretaría del Consejo Monetario Centroamericano, 2000

REGIONES SOCIOECONÓMICAS Y PRINCIPALES CIUDADES

Es posible dividir a Canadá en cuatro regiones bien diferenciadas: a) Canadá Central, formado por las provincias de Ontario y Quebec; b) Las Praderas; c) la región del Pacífico; d) la región del Atlántico.

Canadá Central. Esta región, conformada por Ontario, con 11.5 millones de habitantes, y Quebec, con 7.3 millones, alberga a tres quintas partes de la población canadiense. Puede decirse que es el corazón industrial del país. Estas provincias son altamente urbanizadas, con ingresos relativamente altos y con un desempleo relativamente bajo. En ellas se llevan a cabo más del 62% de todas las ventas al por menor que se efectúan en Canadá. Al sur de Ontario se ubica gran parte de la industria manufacturera canadiense y allí también se encuentra la mayoría de los clientes prósperos y opulentos.

Pese a compartir muchas características en común, Ontario y Quebec poseen rasgos bien diferenciados, desde el punto de vista cultural y social. Ontario es de habla inglesa, mientras que en Quebec el idioma principal es el francés.

Toronto, ubicada en Ontario, es la ciudad más grande de Canadá. Es capital de la provincia, y es el foco central de la industria y las finanzas del país. El 75% de las empresas más importantes de la nación, bancos, instituciones financieras, grandes importadores y distribuidores, se asientan en Toronto. Esta ciudad se caracteriza, además, por una diversa y creciente riqueza étnica, proveniente de inmigrantes procedentes de Europa Oriental, América Latina y Asia.

Montreal, es la segunda ciudad más poblada de Canadá; goza de la distinción de ser la ciudad francoparlante más grande del mundo, fuera de Europa. El ingreso per cápita y las ventas al por menor sobrepasan la media nacional. Montreal es un centro financiero y comercial importante, específicamente en algunos sectores como la moda, el diseño, la ingeniería, la actividad aeroespacial y las finanzas. Al igual que Toronto, se destaca por su creciente diversidad étnica.

La región de **Las Praderas** está integrada por las provincias de Alberta, Manitoba y Saskatchewan. Estas provincias, que albergan el 17% de la población del país, son la base de la producción de ganado y cereales. Sin embargo, el descubrimiento de minerales y petróleo ha transformado la economía de la región, promoviendo una rápida urbanización y crecimiento, a partir de los años setenta.

Fig. 1
Canadá: División política



Fuente: *Canada On Line*, www.canada.gc.ca

Calgary, ubicada en Alberta, es la ciudad más importante de la región. Cuenta con 851 600 habitantes y está orientada hacia actividades financieras y comerciales. Es la base de la industria del petróleo y el gas, así como también de empresas de tecnología de punta y de servicios. Es un mercado sumamente próspero, con una población que cuenta con un ingreso que supera en un 15% la media nacional.

La **región del Pacífico**, constituida por Columbia Británica, concentra el 12% de la población de Canadá. Pese a contar con una economía en proceso de rápida diversificación, aún persiste su dependencia de la silvicultura, la minería, y la pesca.

Vancouver es la ciudad más importante de todo el occidente canadiense y es la puerta hacia los mercados de Asia y el Pacífico. Su riqueza étnica y cultural es

enorme, constituida en gran parte por inmigrantes chinos y de otras regiones de Asia. Muchos canadienses han decidido mudarse en los últimos años a esta ciudad, para gozar de su clima templado, excelentes oportunidades recreacionales y sofisticado estilo de vida. Compañías forestales y mineras constituyen la base empresarial de Vancouver, pero el sector de la manufactura y el de servicios se ha desarrollado notablemente en la última década, lo cual ha conducido a una economía local más diversificada.

La **región del Atlántico** está conformada por las provincias de Nueva Brunswick, Nueva Escocia, Isla del Príncipe Eduardo y Terranova. Con 2.4 millones de habitantes, cuenta con aproximadamente el 8% de la población del país. Las actividades económicas más importantes giran alrededor de la agricultura y la pesca. En términos generales, esta región es la de mayor ruralidad y la menos diversificada de Canadá. Halifax, la capital de Nueva Escocia, con 346 800 habitantes, es la ciudad de mayor importancia de esta región.

GOBIERNO

El Dominio de Canadá es una Federación compuesta por 10 provincias y 3 territorios. El Gobierno Federal opera con base en un sistema parlamentario, cuya cabeza es la Reina, quien está representada en Canadá por la Gobernadora General. Todo acto del Gobierno es hecho en nombre de la Reina, pero la autoridad para hacerlo emana del pueblo canadiense.

El Parlamento está compuesto por la Reina, el Senado y la Cámara de los Comunes. La Cámara de los Comunes es la institución del Gobierno Federal con mayores responsabilidades en materia legislativa. Los miembros de la Cámara de los Comunes son electos por voto popular. El Senado se encarga de refrendar las decisiones de la Cámara de los Comunes, sus miembros son nombrados por la Gobernadora General con base en las recomendaciones del Primer Ministro.

El Poder Ejecutivo lo ejerce el Primer Ministro y su Gabinete (Consejo de Ministros), quienes a su vez, son miembros de la Cámara de los Comunes. El líder del partido ganador en las elecciones generales es llamado por parte de la Gobernadora General a formar su Gabinete.

Las provincias mantienen autonomía del Gobierno Federal en un sinnúmero de actividades. En cada provincia opera una asamblea legislativa, que al contrario del Parlamento Federal es unicameral. Los Gobiernos de las Provincias tienen poderes relativos a impuestos, comercio, negocios, recursos naturales, prisiones, hospitales, municipalidades, derechos civiles y de propiedad, creación de cortes y administración de la justicia, educación, entre otros.¹

¹ Mayor información en www.parl.gc.ca

ECONOMÍA

Con un Producto Interno Bruto que excede los US\$624 mil millones y un mercado de más de 30 millones de habitantes, Canadá se ubica entre las siete economías más grandes del mundo (Cuadro 2). Los canadienses, con un ingreso per cápita de US\$25 000, disfrutan de un envidiable estatus y de una excelente infraestructura. El país cuenta con una fuerza laboral altamente educada y especializada; además, es visto como un socio comercial exitoso y confiable por el resto del mundo.

Durante la década de los noventa, la economía canadiense logró excelentes resultados macroeconómicos; entre ellos, un constante aumento de la producción, a tasas superiores al 4% desde la última recesión de 1992 y una baja en la inflación, así como la reducción del déficit fiscal.

Comercio

El comercio exterior es uno de los principales motores del crecimiento económico de Canadá en la última década. En 1999, las exportaciones representaron un 43% del PIB, mientras que las importaciones significaron un 40%. Estos datos demuestran el grado de apertura de la economía canadiense.

En los últimos 6 años, las exportaciones crecieron a un ritmo del 8%, motivadas por la bonanza económica de Estados Unidos, su principal socio comercial, a donde se dirige el 86% de las exportaciones. Luego se ubican en orden de importancia la Unión Europea y Japón, quienes adquirieron el 5% y el 2.5% de las exportaciones canadienses de mercancías en 1999 (Cuadro 4) .

Las importaciones muestran un crecimiento acelerado en los últimos años, al pasar de \$207,8 mil millones en 1994 a \$326.8 mil millones en 1999, con un incremento del 57%. Estados Unidos continúa siendo el principal exportador a Canadá; concentra el 76% de los envíos de bienes a dicha nación. Del mismo modo, la Unión Europea y Japón se ubican como el segundo y tercer exportador a Canadá, respectivamente (Cuadro 4).

El comercio de Canadá está dominado por las corrientes bilaterales con Estados Unidos. Ambos son los mayores socios comerciales entre sí. Esto refleja las ventajas naturales derivadas de la proximidad geográfica, reforzados por el Acuerdo de Libre Comercio entre Canadá y Estados Unidos (CUSFTA) y ahora el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN). Desde que entró en vigor el Acuerdo de Libre Comercio entre Canadá y Estados Unidos, en 1989, el comercio de mercancías en ambos sentidos se ha duplicado.

Cuadro 4
Canadá: Comercio exterior y balanza comercial por origen y destino
(en millones de \$)

	1994	1995	1996	1997	1998	1999
	\$ millones					
Exportaciones	228 167.1	265 333.9	280 079.3	301 544.3	322 517.0	360 608.8
Estados Unidos	181 049.3	205 690.6	222 461.3	242 679.0	269 516.1	309 397.2
Japón	10 788.5	13 286.1	12 423.4	12 267.9	9 594.2	9 218.0
Unión Europea	13 039.8	18 256.3	17 404.8	17 048.4	17 802.9	18 229.5
Otros OCDE ¹	4 536.0	4 563.4	5 087.8	8 033.5	7 560.4	7 160.9
Otros países ²	18 753.5	23 537.6	22 702.0	21 515.6	18 043.4	16 603.2
Importaciones	207 872.5	229 936.5	237 688.6	277 751.1	303 420.4	326 820.9
Estados Unidos	155 661.3	172 516.5	180 010.1	211 460.9	233 777.2	249 324.8
Japón	8 315.4	8 427.6	7 227.4	8 711.0	9 657.7	10 594.4
Unión Europea	16 404.3	20 289.1	20 575.8	24 247.2	25 271.2	28 431.8
Otros OCDE ¹	7 364.7	7 942.3	9 040.6	11 376.6	11 393.0	13 254.1
Otros países ²	20 126.9	20 761.0	20 834.6	21 955.4	23 321.2	25 215.8
Balance	20 294.6	35 397.4	42 390.7	23 793.2	19 096.6	33 787.9
Estados Unidos	25 388.0	33 174.1	42 451.2	31 218.1	35 738.9	60 072.4
Japón	2 473.1	4 858.5	5 196.0	3 556.9	-63.5	-1 376.4
Unión Europea	-3 364.5	-2 032.8	-3 171.0	-7 198.8	-7 468.3	-10 202.3
Otros OCDE ¹	-2 828.7	-3 378.9	-3 952.8	-3 343.1	-3 832.6	-6 093.2
Otros países ²	-1 373.4	2 776.6	1 867.4	-439.8	-5 277.8	-8 612.6

¹ Organización para la Cooperación Económica y Desarrollo, excluidos Estados Unidos, Japón y la Unión Europea

² Otros países que no pertenecen a la Unión Europea ni a la OCDE

Fuente: Estadísticas Canadá, 2000

La estructura del comercio bilateral de estas naciones presenta la característica especial de las transacciones intrafirma e intrasectoriales². El comercio intrafirma de empresas controladas por Estados Unidos representa, por sí solo, cerca del 45% del comercio bilateral.

Desde la entrada en vigor del TLCAN, en 1994, el comercio entre Canadá y México en ambos sentidos ha crecido rápidamente. Sin embargo, el nivel de participación de las transacciones con México es aún pequeño, comparado con las realizadas con Estados Unidos. Pareciera que puede existir una subestimación del comercio con México, debido a que gran parte del mismo pasa por Estados Unidos, y se registra como comercio de ese último país.

El comercio de Canadá con otros países está dominado tradicionalmente por la Unión Europea y el Japón, pero su participación relativa disminuye cada año, desde la entrada en vigor del TLCAN.

² Comercio intrafirma se refiere a las transacciones ocurridas entre empresas pertenecientes o subsidiarias de una misma compañía. Comercio intrasectorial hace alusión al intercambio de bienes entre empresas que operan en un mismo sector. Por ejemplo, el complejo agroindustrial del trigo o el maíz, o las relaciones entre molinos de maíz y los *feedlots*.

En términos absolutos, la balanza comercial de Canadá es superavitaria por más de \$33 mil millones, situación que se fundamenta en su intercambio comercial favorable con Estados Unidos. Sin embargo, el comportamiento del comercio canadiense con el resto de los países arroja un saldo negativo cercano a los \$27 mil millones.

La estructura de las exportaciones continúa con la tendencia a largo plazo de exportar menos productos básicos, aunque los productos primarios siguen representando algo más del 30% del total de las ventas al exterior (Cuadro 5).

La actividad exportadora está bastante concentrada. Cinco grandes empresas representan el 21% de las exportaciones del Canadá y los 45 exportadores siguientes representan casi el 30%.

Las importaciones canadienses se concentran básicamente en bienes de inversión y materias primas para la industria (vehículos, maquinaria, equipo, metales, etc.). Este grupo de rubros contribuye con un 75% de las importaciones totales. De acuerdo con los Cuadros 5 y 6, es notorio que el sector agropecuario canadiense tiene una balanza comercial favorable de \$8 mil millones

Cuadro 5
Canadá: Valor de las exportaciones según rubro. 1995-1999
(en millones de \$)

	1995	1996	1997	1998	1999
Exportaciones	265 333.9	280 079.3	301 544.3	322 517.0	360 608.8
Productos agrícolas y pesqueros	20 966.1	23 167.7	24 963.0	25 202.3	25 567.7
Trigo	4 325.2	4 658.6	5 093.6	3 677.3	3 406.8
Otros productos agrícolas y pesqueros	16 640.9	18 509.1	19 869.4	21 525.0	22 160.9
Productos energéticos	20 393.1	26 053.1	27 125.7	23 765.7	29 722.4
Petróleo crudo	8 263.5	10 497.2	10 371.2	7 834.1	11 015.4
Gas natural	5 649.1	7 432.8	8 625.6	8 967.1	10 951.4
Otros productos energéticos	6 480.5	8 123.1	8 128.9	6 964.5	7 755.6
Silvicultura	36 745.5	34 528.4	34 847.8	35 173.2	39 116.5
Productos madereros	13 993.1	15 802.7	16 803.8	16 563.1	19 659.5
Pulpa de madera y otros productos de madera	9 657.7	6 480.6	6 505.1	6 226.0	6 961.9
Papel periódico, otros tipos de papel	13 094.7	12 245.1	11 538.9	12 384.1	12 495.1
Materiales y bienes industriales	50 899.3	52 332.7	56 067.1	57 580.1	57 429.3
Metales	5 863.1	5 915.8	5 960.5	5 420.5	5 081.7
Fertilizantes, plásticos y químicos	15 135.1	15 358.0	17 096.6	17 529.0	18 518.1
Metales y aleaciones	19 427.3	19 711.2	20 048.5	19 752.9	18 292.6
Otros materiales y bienes industriales	10 473.8	11 347.7	12 961.5	14 877.7	15 536.9
Maquinaria y equipo	56 031.6	61 935.4	68 265.4	78 947.1	85 985.3
Maquinaria agrícola e industrial	12 239.9	13 220.8	14 811.2	16 597.0	16 591.0
Aviones y otros equipos de transportes	10 680.0	12 467.4	12 961.1	16 381.5	17 852.9
Otra maquinaria y equipo	33 111.7	36 247.2	40 493.1	45 968.6	51 541.4
Productos automotrices	62 917.4	63 369.7	69 095.2	77 381.1	95 493.8
Autos de pasajeros y chasis	34 090.3	33 737.9	35 685.2	41 840.2	51 054.6
Camiones y otros vehículos de motor	12 901.9	12 467.8	14 422.2	13 988.7	19 375.7
Partes de motor	15 925.2	17 164.0	18 987.8	21 552.2	25 063.5
Otros bienes de consumo	8 315.6	9 501.5	10 667.4	12 400.8	13 470.7
Transacciones comerciales especiales	2 865.1	3 154.5	4 074.5	5 563.4	7 348.4
Ajustes	6 200.3	6 036.2	6 438.1	6 503.4	6 474.8

Fuente: Estadísticas Canadá, 2001

El sector externo ha sido un factor importante para la creación del empleo. Según las autoridades canadienses, el 39% de los empleos creados en la primera mitad de la década anterior se debieron a las exportaciones. Se estima que, por cada mil millones de dólares que se exportan, se crean entre 6 000 y 8 000 empleos nuevos, y que uno de cada tres empleos canadienses depende del comercio exterior.

Cuadro 6
Canadá: Valor de las importaciones según rubro. 1995-1999
(en millones de \$)

	1995	1996	1997	1998	1999
Importaciones	229 936.5	237 688.6	277 751.1	303 420.4	326 820.9
Productos agrícolas y pesqueros	19 375.1	14 137.9	15 655.3	17 264.5	17 643.4
Frutas y vegetales	3 905.8	4 012.2	4 353.8	4 715.6	4 931.3
Otros	9 469.3	10 125.6	11 301.4	12 548.9	12 712.1
Productos energéticos	7 237.1	9 605.4	10 627.6	8 624.2	10 706.7
Petróleo crudo	4 833.2	6 707.8	7 189.4	5 217.6	7 160.3
Otros	2 403.9	2 897.6	3 438.2	3 406.6	3 548.4
Productos forestales	2 038.3	1 913.7	2 386.1	2 500.8	2 740.8
Bienes industriales	45 569.1	46 484.2	54 560.3	60 292.1	62 130.9
Metales	12 175.8	11 751.9	14 393.9	15 328.3	14 086.7
Plásticos y químicos	16 307.8	17 378.5	19 610.1	21 521.1	22 675.8
Otros	17 085.5	17 353.8	20 556.3	23 442.7	25 368.4
Maquinaria y equipo	75 699.8	76 384.2	91 346.8	101 126.1	108 168.2
Maquinaria agrícola e industrial	20 558.0	19 995.5	25 625.5	28 234.4	27 768.2
Aviones y otros equipos de transporte	7 609.9	8 212.7	10 988.1	12 488.3	13 226.0
Máquinas y equipo de oficina	12 859.8	13 149.5	14 881.0	15 741.7	16 908.1
Otros	34 672.1	35 026.5	39 852.2	44 661.7	50 265.9
Productos automotrices	50 085.8	51 106.6	60 825.7	66 785.9	75 916.1
Autos de pasajeros y chasis	13 056.6	13 538.2	17 688.8	17 630.0	19 587.3
Camiones y otros vehículos de motor	6 768.9	7 092.4	8 598.5	9 652.6	10 644.6
Partes y repuestos	30 260.3	30 476.0	34 538.4	39 503.3	45 684.2
Otros bienes de consumo	25 546.3	25 839.7	29 733.3	34 678.6	36 954.2
Vestido y calzado	5 143.3	4 869.2	5 818.3	6 618.8	6 644.7
Misceláneos	20 403.0	20 970.5	23 915.0	27 959.8	30 109.5
Transacciones especiales	5 441.4	7 075.9	6 954.4	6 326.1	6 325.3
Ajustes	4 944.0	5 140.8	5 661.6	5 922.4	6 233.4

Fuente: Estadísticas Canadá, 2001

Inversiones

Se estima que el financiamiento de una proporción considerable del desarrollo económico de Canadá depende de las inversiones extranjeras directas (IED). Las autoridades canadienses calculan que 1 de cada 10 empleos, el 50% de las exportaciones totales y el 75 % de las exportaciones manufactureras son resultados de las IED. Se considera que un aumento de mil millones de dólares canadienses en nuevas IED genera alrededor de 45 mil empleos nuevos y representa 4 500 millones de dólares canadienses en el PIB.

La composición sectorial de las IED muestra un cambio de orientación, al pasar de las industrias relacionadas con la explotación primaria de recursos naturales a los servicios, los productos químicos y el sector agroalimentario.

Canadá es un importante inversionista en el plano mundial. Las inversiones canadienses directas en el extranjero (IDE) aumentaron a un promedio anual del 10% entre 1990 y 1997. En 1996, las inversiones canadienses directas en el extranjero superaron las inversiones extranjeras en Canadá. En 1997 las IED de Canadá se aproximaron a los 194 mil millones de dólares canadienses, suma equivalente al 103% de las IED en el Canadá.

Estados Unidos es el país en el que más invierte Canadá (50%), seguido del Reino Unido. Los canadienses, al invertir en el extranjero, prefieren el sector de servicios (45% del total de las IDE en 1997).



II. EL SECTOR AGROALIMENTARIO DE CANADÁ

Históricamente, el sector agroalimentario ha sido la base de la economía canadiense. Hoy ha cedido su lugar a otros sectores como los de industria y servicios; no obstante, continúa realizando aportes importantes a la producción, el empleo y las exportaciones. Contribuye con un 9% del PIB, emplea cerca de cuatro millones de personas (casi 1 de cada 7 canadienses) y el área sembrada por cultivos o pastizales ocupa 68 millones de hectáreas, que equivalen al 7% del territorio del país.

En este Capítulo se caracteriza la producción de los cultivos y productos pecuarios más importantes del Canadá, desde la perspectiva del volumen producido, su participación en el comercio internacional, su importancia socioeconómica y su relevancia para el Istmo Centroamericano. Los productos incluidos en el estudio son: cereales y oleaginosas, hortalizas, carne de bovino, carne de cerdo, leche y productos lácteos, carne de aves y huevos..

Asimismo, se realiza un análisis del comercio agroalimentario canadiense, donde se pone de manifiesto su concentración, tanto a nivel de socios comerciales (Estados Unidos, Unión Europea y Canadá), como a nivel de productos transados, cereales y carnes principalmente.

CEREALES Y OLEAGINOSAS

La producción de cereales y oleaginosas en Canadá se beneficia de excelentes suelos y una corta temporada de cultivo que rompe el ciclo de plagas y enfermedades. Este país se destaca, entre otros, en la producción de trigo, cebada, avena, canola, soya y maíz. Esos productos gozan de una alta reputación en el mercado mundial, al ser reconocida su calidad consistente y superior (Cuadro 7).

El trigo es el principal cultivo. En 1999 ocupó el 42% del área sembrada, que equivale a aproximadamente 10.3 millones de ha, para una producción de 26.9 millones de t, de las cuales se exporta el 71%. Canadá es el tercer productor mundial, detrás de Estados Unidos y Argentina; ocupa la segunda posición en cuanto a exportaciones (19.1 millones de t).

La cebada es el segundo cereal en importancia de Canadá. En 1999 se produjeron 13.2 millones de t y se exportaron 1.7 millones de t. Los volúmenes producidos y exportados ubican a Canadá como el tercer productor y exportador a nivel mundial. La cebada canadiense se encuentra entre las de mayor prestigio mundial por su calidad cervecera. De igual forma, es reconocida la buena calidad de la carne obtenida a partir del ganado bovino engordado con raciones de cebada.

La producción y la comercialización de trigo y cebada se realizan bajo la coordinación de la Junta Canadiense del Trigo (JCT) (*Canadian Wheat Board*). La JCT es una empresa mixta (pública-privada) de carácter federal, con facultades para comprar, recibir, almacenar, vender o disponer del trigo y la cebada de la zona comprendida por las provincias de Alberta, Manitoba, Saskatchewan y la región del río Peace de Columbia Británica. La JCT actúa, además, como monopolio de exportación (más detalles en la segunda sección del Capítulo IV).

Pese a que Canadá no se ubica entre los principales productores o exportadores a nivel mundial de maíz, la producción y el comercio de este cereal en el país es de importancia relevante. En 1999 se produjeron 9 millones de t, se exportaron 360 mil t y se importaron 691 mil t. Los rendimientos obtenidos en la zona suroeste de Ontario, principal región productora, son comparables con los de la franja maicera de Estados Unidos.

La avena es otro cereal de gran importancia en Canadá. En 1999 se había sembrado un total de 1.4 millones de hectáreas, que produjeron un total de 3.6 millones de t. El 36% de la producción (1.3 millones de t) se exportan. Este volumen ubica a Canadá como el principal exportador de avena del mundo.

La producción y comercialización de granos se beneficia de la Comisión Canadiense de Granos (*Canadian Grain Commission*), la agencia gubernamental encargada de ejecutar los controles de calidad y de coordinar la investigación básica y aplicada en este sector³.

La canola⁴ es la semilla oleaginosa más importante del Canadá, al ocupar el 66% (5.6 millones de ha) del área dedicada a estos cultivos y producir el 75% del aceite vegetal (1.2 millones de t). A nivel mundial, es el principal productor y exportador. Las exportaciones canadienses de semilla, aceite y torta de canola representaron en 1999 más de US\$2 mil millones.

³ www.cgc.ca

⁴ Canola es la semilla de una variedad fitomejorada por el Canadá de colza (*Brassica napus*), junto con *Brassica campestris/rapa*. Contiene bajos niveles de ácido erúico (1% o menos) y glucosinolatos, lo cual la convierten en adecuada para el consumo humano (en aceite) y para el consumo animal (torta de canola). El aceite y la torta de canola se extraen de las semillas provenientes de vainas, de un quinto del tamaño de una vaina de frijol común. Cada semilla contiene un 40% de aceite; el resto se utiliza para la fabricación de torta para el consumo animal. El aceite de canola es reconocido por tener la mejor relación de ácidos grasos en los aceites vegetales. Posee menor cantidad de grasas saturadas (7%), un contenido relativamente alto de grasas monoinsaturadas (61%) y un nivel moderado de poliinsaturadas (22%). Estas características convierte el aceite de canola en una de las mejores opciones para una dieta saludable y balanceada.

Cuadro 7
Canadá: Balance alimentario de los principales cereales y oleaginosas
1999

Cultivo	Área sembrada (miles ha)	Rendimiento (t/ha)	Producción (miles t)	Importaciones (miles t)	Exportaciones (miles t)	Proporción de la producción exportada (%)	Consumo doméstico (miles t)	Existencias finales (miles t)
Trigo	10 364	2.59	26 850	175	19 165	71	7 900	7 395
Canola	5 564	1.58	8 798	125	3 900	44	3 613	2 065
Cebada	4 069	3.24	13 198	32	1 707	13	11 187	3 071
Avena	1 398	2.60	3 641	5	1 300	36	2 377	1 057
Maíz	1 150	7.91	9 096	691	363	4	9 369	950
Soya	1 002	2.77	2 776	400	900	32	2 286	173

Fuente: *Production, supply and demand estimates. USDA, 2000; Agriculture and Agrifood Canada, 2001*

PAPA

La papa es la hortaliza más importante de Canadá. En 1999 el valor bruto de la producción ascendió a \$714 millones, que equivale al 40% del valor bruto de la producción conjunta de vegetales. El área sembrada alcanza las 159 300 ha, mientras que la productividad promedio en 1999 fue de 27.3 t/ha.

La producción de papa, que fue de 4.3 millones de t en 1999, se concentró principalmente en las provincias del Atlántico, con un 46%, seguidas de Las Praderas (34%), y Quebec y Ontario (20%) (Fig. 2).

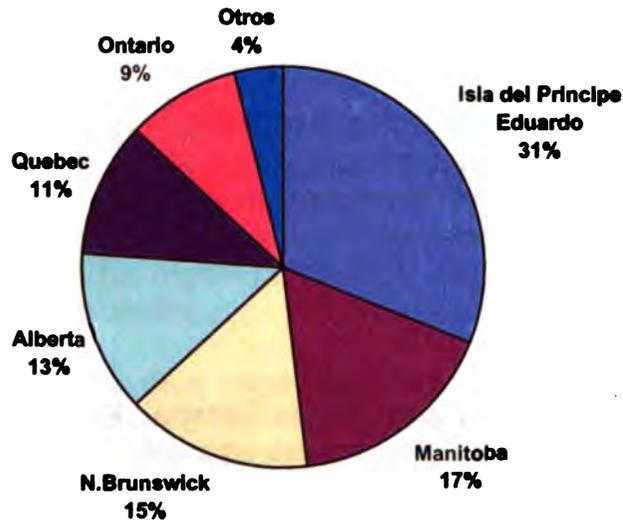
Canadá ocupa el decimotercer lugar en la producción mundial de papa, al abarcar un 1.5% del total. Asimismo, se ubica como el segundo exportador a nivel global de papas congeladas para freír, luego de Holanda.

Entre las principales variedades sembradas se encuentran las siguientes:

- Para freír: *Russet Burbank* y *Shepody*
- Para chips: *Snowden*, *Atlantic*, *Norchip* y *Superior*
- De mesa: algunos tipos de *Russet*, *Superior*, *Norland*, *Kennebec* y *Yukon Gold*.

En Canadá se siembran más de 150 variedades de semilla de papa por un total de 815 agricultores, en un área de 23 032 ha.

Fig. 2
Canadá: Distribución relativa de la producción de papa. 1999



Cerca del 50% de la producción canadiense de papa se procesa, principalmente, en papas congeladas para freír y de 10% a 15% de la cosecha se convierte en *chips* o se deshidrata.

La producción de papas para freír ascendió a 985 mil t en 1999. Esta industria muestra un crecimiento acelerado de cerca del 8% anual desde el año 1990. Este incremento de la producción es estimulado por la expansión de la industria procesadora que, a su vez, responde a los cambios en los hábitos del consumidor, motivados por la expansión de las cadenas de comidas rápidas. *McCain*, una de las transnacionales de la papa más grande del mundo, es de origen canadiense.

El consumo de papa en Canadá se situó, en 1999, en 72.25 kg por habitante por año. Esto representa el 50% del consumo total de vegetales. Aunque desde 1971 el consumo total parece mantenerse constante (aumento de 1.2 kg en 28 años), lo que sí ha cambiado radicalmente es su estructura, con una marcada tendencia hacia las papas congeladas listas para freír.

El comercio exterior de papa en todas sus presentaciones muestra una balanza positiva para Canadá de \$536 millones. En 1999 se exportó un total de \$746 millones y se importaron \$210 millones.

Con respecto a las papas frescas, se exportaron 373 283 t por un valor de \$120 millones. Los principales mercados, fuera de Estados Unidos (\$89 millones) son países de América Latina y el Caribe: Venezuela (\$9.4 millones), Trinidad y

Tobago (\$4.9 millones), República Dominicana (\$3.8 millones), Barbados (\$3.2 millones) y Guyana (\$1.6 millones)⁵.

En 1999, se reportaron exportaciones de semilla por un valor de \$60 millones; Estados Unidos importó el 76%. América Latina y el Caribe se constituyeron en mercados importantes para la semilla de papa canadiense. Uruguay (\$12.2 millones) y Cuba (\$5.9 millones) lideraron las importaciones.

De las diferentes formas de presentación, las papas para freír congeladas son el principal producto de exportación. En 1999 se enviaron al exterior un total de 573 422 t, por un monto de \$566 millones. Casi el 85% de las exportaciones se dirigieron hacia Estados Unidos; sin embargo, Japón (6%), países de la cuenca del Pacífico (5%) y Latinoamérica y el Caribe (4%) se constituyen en mercados importantes. En total, Canadá exporta papas para freír congeladas a más de 90 países en el mundo.

OTRAS HORTALIZAS

En 1999 se sembraron en Canadá un total de 114 394 ha de hortalizas (sin incluir la papa). El valor bruto de la producción obtenida se situó en \$1.1 mil millones. Se estima que existen al menos 11 440 productores y la finca promedio mide 11.3 ha.

Estadísticamente, la producción se divide en hortalizas para consumo fresco, hortalizas para procesamiento y hortalizas de invernadero (Cuadro 8).

La producción de hortalizas para consumo fresco totalizó las 2 millones de t en 1999. Dentro de este grupo de productos se destacan la zanahoria, la cebolla, el repollo y la lechuga. El valor bruto de la producción de este grupo ascendió a \$537 millones y el precio promedio por kg al productor fue de \$0.39 en 1999.

Por su parte, la producción de hortalizas para procesar se ubicó en 1.03 millones de t, y su valor bruto fue de \$145 millones. Tomate, zanahoria, guisantes, frijoles, pepinos y maíz dulce son los principales cultivos para procesar. El precio promedio al productor fue de \$0.14/kg en 1999.

La producción de hortalizas en invernadero es una de las más dinámicas de este subsector. En 1999 se produjeron 270 380 t, valuadas en \$429 millones. Nuevas variedades de chiles, pepinos, lechugas y tomates, en asocio con nuevas tecnologías de manejo, han incrementado la producción. Ontario y Columbia Británica dominan la producción de hortalizas bajo techo con el 66% y el 20%, respectivamente, de la producción. Quebec, pese a poseer sólo el 5%

⁵ Los países centroamericanos también importan papas congeladas para freír y frescas de Canadá. Los datos pueden encontrarse en el Capítulo 5.

de la producción total de hortalizas de invernadero del Canadá, es el principal productor mundial de lechugas del mundo.

Cuadro 8
Canadá: Producción, valor bruto de la producción, exportaciones e importaciones de las principales hortalizas cultivadas. 1999

Producto	Producción Miles de t	Valor bruto Millones de \$	Exportaciones Millones de \$	Importaciones Millones de \$
Tomate para procesar	495	57		
Tomate de invernadero	158	256	180	180
Maíz dulce para procesar	228	19	Nd	Nd
Maíz dulce fresco	71	28	Nd	nd
Guisantes para procesar	69	19	Nd	Nd
Frijoles para procesar	42	8	Nd	Nd
Zanahoria para procesar	74	7		
Zanahoria fresca	220	51	29	81
Pepinos para procesar	55	15		
Pepinos de invernadero	90	117	24	32
Chile de invernadero	12	43	57	115
Cebolla	163	47	20	41
Repollo	119	29	16	Nd
Lechuga	83	38		
Lechuga de invernadero	11	13	11	185
Hongos frescos	53	183		
Hongos para procesar	20	43	55	Nd

Fuente: AAFC, 2001

Canadá es un importador neto de hortalizas. En 1999 la balanza comercial fue de -\$694 millones. No obstante, en los últimos años el valor de las exportaciones ha crecido a una tasa del 32% anual, muy superior al 4.4% de crecimiento de las importaciones. En términos generales, la relación de importaciones *versus* exportaciones ha disminuido de 10:1 en 1992 a 3:1 en 1999.

La integración del mercado de Estados Unidos y Canadá ha sido efectiva en el caso de las hortalizas. El intercambio comercial es muy dinámico entre ambos países; lejos de seguir tendencias específicas, parece ser un comercio de oportunidad, donde la escasez en una región es contrarrestada por importaciones de otra.

En 1999 Canadá exportó 298 mil toneladas de hortalizas frescas, por un valor de \$411 millones, y 239 mil t de hortalizas procesadas por \$237 millones. Tomates de invernadero y hongos son los principales productos frescos de exportación. En tanto, los cinco mayores productos procesados de exportación fueron: maíz dulce (\$32 millones), tomate (*ketchup*) (\$29 millones), papas enlatadas (\$24 millones) pepinos dulces (\$20.2 millones) y vegetales mixtos congelados (\$19.5 millones).

Las importaciones de hortalizas frescas y procesadas totalizaron \$1.71 mil millones en 1999. Lechuga (\$184 millones), tomates (\$179 millones), pepinos (\$115) y zanahorias (\$80 millones) son las principales hortalizas frescas que se importan. El 62% de las importaciones de estos productos se realiza entre diciembre y mayo.

Por el lado de las hortalizas procesadas, los productos de mayor importación son: salsa de tomate (\$84 millones), pasta de tomate (\$53 millones), aceitunas (\$43 millones), tomate enlatado (\$35 millones) y jugo de vegetales (\$34 millones).

Los canadienses consumen cerca de 69 kg de hortalizas por habitante por año (sin incluir las papas). El consumo de estos productos se caracteriza por su crecimiento (de 44 kg a 69 kg en 25 años) y por la tendencia a preferir las hortalizas frescas a las procesadas.

Uno de los sectores de la industria hortícola que crece con mayor dinamismo es el de los productos frescos precortados, particularmente dirigidos al sector institucional y el turístico. Se espera que, en los próximos cinco años, la porción del mercado de hortalizas frescas cubierto por los productos precortados llegue a ser del 25%.

Es importante destacar que en el marco del TLCAN opera la Corporación de Solución de Controversias sobre Frutas y Hortalizas. La DRC (por sus siglas en inglés) es una organización privada, sin fines de lucro, de las compañías de frutas y hortalizas de la región del TLCAN. La DRC está dedicada a ofrecer servicios de solución de controversias que sean justos, eficientes, económicos y capaces de hacerse cumplir⁶. La DRC ofrece un solo sistema en toda América del Norte para prácticas de comercio justas y éticas y constituye una alternativa a costosas litigaciones.

En materia de inocuidad de las hortalizas frescas, la Asociación de Comercialización de Frutas y Vegetales Frescos de Canadá y el Consejo Hortícola de Canadá, trabajan junto con organizaciones en Estados Unidos para desarrollar e implementar una iniciativa de aseguramiento de la inocuidad de estos productos, basada en los principios del Análisis de Riesgo y Control de Puntos Críticos (HACCP por sus siglas en inglés), compatible con la iniciativa estadounidense en esta materia.

Otras características importantes de la industria hortícola canadiense son: se sigue el patrón mundial de concentración de operaciones; mayor utilización de la logística de los supermercados y relaciones de compra-venta directas entre productores y minoristas.

⁶ www.fdvrc.com

EL SECTOR CÁRNICO

El sector cárnico es el más grande de la industria agroalimentaria de Canadá y ocupa el quinto lugar a nivel de todas las industrias. Incluye la cría de ganado, el sacrificio, el procesamiento y la venta de carne de bovino, cerdo, ovinos y equinos, así como subproductos como cuero, pieles y grasas. El valor bruto de la producción fue de \$12 mil millones en 1998. Es la mayor fuente de empleo de la industria agroalimentaria: ocupó a 33 000 personas en 457 plantas en 1995 (*Agriculture and Agrifood Canada, 2000*).

Cuadro 9
Canadá: Balance alimentario de los principales productos pecuarios

Producto	Sacrificio (miles)	Producción (miles t)	Importaciones (miles t)	Exportaciones (miles t)	Proporción de la producción exportada	Consumo doméstico (miles t)	Stock (miles t)
Carne de bovino	3 959	1 238	261	508	46	979	28
Carne de cerdos	18 900	1 562	64	631	40	996	33
Carne de pollo	Nd	8 470	76	63	1	866	19
Huevos	24 000 ^a	6 151	735	454	7	6 381	97
Leche	1 110 ^b	8 250	390 ^c	880 ^c	11	8 240	

Notas

a: Gallinas ponedoras

b: Vacas de ordeño

c: Productos lácteos en unidades equivalentes de leche fluida

Fuente: *Production, supply and demand estimates*. USDA, 2000

Carne bovina

El hato bovino de Canadá estaba compuesto en 1999 por 12.9 millones de cabezas, de las cuales 1.1 millones eran vacas productoras de leche; 4.1 millones de vacas de cría para carne, y el resto terneros, novillos y toros. El sacrificio en dicho año fue de 4.0 millones de reses, para una tasa de extracción del 31%. El 80% del sacrificio está compuesto por machos (novillos de hasta 18 meses principalmente), seguido de vacas (11%) y terneros (9%). (USDA 2000).

En 1999, las ventas de ganado en pie a la industria totalizaron la suma de \$6 mil millones, que representa más de una quinta parte del total de ventas del sector agropecuario. Por su parte, la industria procesadora contabilizó ventas por más de \$9 mil millones, lo que la coloca como la mayor industria del sector agroalimentario y la sexta a nivel nacional.

Canadá es el cuarto exportador mundial de carne de bovino y ganado bovino en pie. En 1999, las exportaciones de ganado en pie fueron de \$1.1 mil millones, mientras que las exportaciones de carne totalizaron los \$1.7 mil millones.

El sistema de producción de ganado bovino para carne se concentra en dos tipos diferentes de operación. Las fincas de cría y las operaciones de desarrollo y engorde (*feedlots*).

La mayoría de las fincas de cría preñan sus vacas en junio y julio. Los terneros nacen entre marzo y abril del año siguiente. Esto permite que puedan ser criados en los potreros, durante la primavera, el verano y el otoño. El peso promedio al destete varía entre los 160 kg y los 320 kg, según la edad al destete, los antecedentes genéticos y la condición del pasto durante el verano.

Los terneros más livianos (160 y 225 kg) son dejados pastando extra por 120-150 días, antes de que entren a los programas de desarrollo a base de forrajes y engorde de alto contenido energético (cebada y maíz). Habitualmente son sacrificados entre los 18 y 24 meses. Los terneros de peso medio (225-275 kg) se llevan a desarrollo de baja energía antes de ser llevados a los *feedlots* de alto contenido energético. Se sacrifican entre los 14 y 18 meses. Finalmente, los terneros de mayor peso (275-320 kg) son normalmente colocados de una vez en los programas de *feedlot* por hasta 225 días, y se sacrifican entre los 12 y 14 meses de edad.

La alimentación en los *feedlots* se basa predominantemente en cebada, y en menor medida en maíz. Esto le brinda a la carne canadiense una grasa de distintivo color blanco.

El peso promedio al sacrificio es de 590 kg para machos y 550 kg para hembras. La productividad por animal ha aumentado significativamente. En 1999 la producción de carne por animal fue de 271 kg, 100 kg más que en 1972. Esto se traduce en incrementos en la producción de carne, que llegó a ser de 1.24 millones de t en 1999, 65% mayor que el volumen producido en 1972.

De acuerdo con las estimaciones del Ministerio de Agricultura y del Sector Agroalimentario, se espera un aumento de la capacidad instalada de procesamiento de la industria cárnica de un 10% entre 1999 y el año 2001.

Los aumentos en la capacidad instalada obedecen en parte a la ejecución del Proyecto Ganadero de la Región Noroeste (*Northwest Cattle Project*). Por medio de este proyecto se espera que menos ganado canadiense tenga que ser sacrificado en Estados Unidos y, al mismo tiempo, se aumentará la matanza de ganado estadounidense en Canadá.

Pese a su importancia a nivel nacional, la industria cárnica se caracteriza por ser altamente concentrada desde el punto de vista geográfico. La provincia de Alberta domina el sacrificio de bovinos; concentra un 62% del total, seguida por Ontario con un 20%.

Es un sector con una clara vocación exportadora. Desde 1990, las exportaciones de carnes rojas y de animales vivos se ha incrementado de \$1.9 mil millones a

\$4.4 mil millones. En total, de 1994 a 1998 las exportaciones de carnes rojas han aumentado un 70% y las de ganado en pie un 50%.

Canadá es un reconocido exportador de calidad mundial de material genético para la ganadería. Exporta pie de cría (\$50 millones), semen y embriones.

Existe un activo intercambio de ganado en pie entre Estados Unidos y Canadá. En 1999, 985 215 mil reses fueron exportadas para su sacrificio en Estados Unidos. Por otra parte, en ese año se importaron un total de 220 830 reses de Estados Unidos para matanza en Canadá. Como ya se dijo, con el aumento en la capacidad de procesamiento en Canadá, se espera una mayor importación de reses de Estados Unidos.

En virtud del TLCAN, México y Estados Unidos tiene acceso irrestricto al mercado canadiense, tanto para ganado en pie como para carne bovina fresca o congelada.

Canadá se comprometió, en el marco de los Acuerdos de la Organización Mundial del Comercio (OMC), a abrir un contingente arancelario de 76 409 t de carne de bovino fresca o congelada, de las cuales 35 000 t están reservadas para Australia y 29 600 para Nueva Zelandia. La diferencia de 11 809 t está abierta para el resto de los países, pero en la práctica está cubierta por Argentina y Uruguay. El arancel dentro de contingente es de 0% y fuera del contingente aplica el arancel de nación más favorecida, que actualmente es de 26.5% (Cuadro 10).

Cuadro 10
Canadá: Importaciones de carne bovina fresca o congelada, dentro del contingente arancelario y de los permisos suplementarios de importación. 1999-2000.
(en t)

País	1999	2000	Cambio
Argentina	10 650	26 070	144.8%
Uruguay	14 593	23 989	64.4%
Nueva Zelandia	33 297	19 479	-42.6%
Australia	44 817	38 616	-13.8%
Total	103 989	108 155	4.0%

Fuente: DFAIT, 2001

Asimismo, existe un programa de autorización de permisos suplementarios de importación de carne fresca o congelada con arancel nulo. Estos permisos se han ido incrementando; pasaron de 15 681 t en 1998 a 37 518 t en el 2000.

En total, durante el año 2000 – dentro del contingente arancelario y de los permisos suplementarios de importación – se importaron 108 155 t de carne bovina fresca o congelada, de las cuales un 65% estaba compuesto por *chuck* (carne para uso industrial) y el resto por cortes diversos.

La autorización de permisos suplementarios está sujeta a las siguientes condiciones: a) los precios de importación no pueden ser inferiores a los precios del mismo producto en el origen, ni a los precios en el mercado de EE.UU.; b) que los EE.UU. no hayan completado aún su cuota de importación de 676 621 t y que las importaciones totales de carne bovina fresca o congelada no superen el total de 1994 (114 000 t).

Por otra parte, en el marco del Tratado de Libre Comercio entre Chile y Canadá, Chile otorgó un contingente con franquicia arancelaria de 4 000 t en 1999, que se incrementará hasta 10 000 t en el 2001 para la carne de bovino fresca o congelada. A partir del 2011 este contingente se eliminará (ODEPA 2001).

Canadá otorgó a Chile libre acceso (0 arancel) para las importaciones de carne de bovino, fresca o congelada.

El soporte a la ganadería de carne, medido por el Equivalente de Apoyo al Productor (ESP por sus siglas en inglés), fue de \$452 millones en 1999, que equivale a un ESP porcentual del 9%. El ESP porcentual mide la participación relativa de los distintos tipos de apoyo, dentro del valor bruto de la producción, a precios de mercado. El ESP de la ganadería bovina representa a su vez, el 7.8% del ESP total del sector agropecuario canadiense. (OCDE 2000).

Los programas federales y provinciales de apoyo a la ganadería son de tipo cooperativo, con una fuerte presencia del sector privado. En los últimos cinco años, el Fondo de Desarrollo de la Industria Cárnica (*Beef Industry Development Fund*) ha sido el principal programa de apoyo de la política ganadera canadiense (\$22 millones). Se ha concentrado en: a) aseguramiento de la calidad y la inocuidad; b) sistema de trazabilidad; c) sistemas de liquidación y precios relacionados con calidad del producto final y no con base en canal; d) agregación de valor; e) desarrollo de nuevos productos y desarrollo de mercados.⁷

Canadá se beneficia con uno de los mejores sistemas de aseguramiento de la sanidad y la inocuidad de su producción agroalimentaria. El sector cárnico canadiense ha sido pionero en el desarrollo de los sistemas HACCP y de trazabilidad para la industria de la carne.

Carne de cerdo

La actividad porcina en Canadá aporta el 40% de la producción total de carne en el país. Esta industria se caracteriza por un marcado dinamismo, impulsado por cambios, mejoras y un entorno favorable en diferentes niveles de la actividad. Entre los factores que se consideran responsables del dinamismo de la actividad porcina en Canadá se citan: a) genética; b) nutrición; c) sanidad e inocuidad; d)

⁷ Mayor información en www.cattle.ca

expansión y concentración de las granjas y el procesamiento; e) desarrollo de nuevos productos; f) aumento de la demanda externa y apertura de mercados.

En 1999, se produjeron 1.5 millones de t de carne de cerdo, resultado del sacrificio de 18.9 millones de cerdos. La producción se concentra en las provincias de Quebec (45%), Ontario (17%) y Manitoba (17%), o sea 79% para esa zona.

No obstante, como resultado de la disminución progresiva de los subsidios al transporte de granos, las operaciones porcinas emprenden un proceso de traslado hacia las provincias cerealeras de Las Praderas (Alberta, Manitoba y Saskatchewan).

La industria de procesamiento de la carne de cerdo está en plena expansión y concentración; el número de empresas procesadoras se ha reducido de 536 en 1988 a 480 plantas en 1996. Por su parte, el 50% del sacrificio y el procesamiento está en manos de solo tres empresas: *Maple Leaf Food's*, *Fletcher's Red Dear* y *Smithfield Foods*. Las tendencias observadas en la industria son: mayor capacidad de sacrificio, reducción de las exportaciones de cerdos en pie a Estados Unidos, mayor inversión en granjas (programas de verticalización) y aumento de las exportaciones.

La expansión de la industria porcina canadiense se beneficia de la inversión extranjera. Por ejemplo, pese a afrontar cuestionamientos ambientales, la *Taiwan Sugar Corporation* y *World Wide Pork* planean inversiones para construir granjas que produzcan hasta 150 mil cerdos al año y plantas de sacrificio de hasta 300 mil cerdos.

La verticalización de la cadena agroalimentaria del cerdo en Canadá obedece a las tendencias de concentración, mayor valor agregado y a las necesidades del consumidor de conocer la historia del producto. Por ejemplo, la empresa *Maple Leaf Food's* ofrece contratos a productores que incluyen pagos por adelantado, primas por calidad, programas de mejoramiento genético, asistencia nutricional y protocolos de producción (sanidad e inocuidad). Personeros de esa empresa afirman que "el cerdo con historia" (aquel cuyo origen y proceso de producción es perfectamente trazable), tiene mayor demanda por parte del consumidor.

El consumo de carne de cerdo se ha mantenido estable en la última década: 32 kg/hab/año. La industria, consciente del estancamiento en el crecimiento del consumo, desarrolla una serie de acciones, entre las cuales se destacan las campañas promocionales genéricas y el incentivo para el desarrollo de nuevos productos más atractivos al consumidor. En ese sentido, debe destacarse que el 70% de los productos de carne procesados en el mercado canadiense son hechos a partir de carne de cerdo.

Canadá se convirtió, a partir de 1999, en el principal país exportador de carne de cerdo del mundo; supera a Estados Unidos y Dinamarca. El volumen exportado

en dicho año fue de 631 mil t, que equivalen a un 40% de la producción. De acuerdo con las estimaciones del USDA, se espera que en el 2001 las exportaciones lleguen a 850 mil t. Un 53% de las exportaciones se realizan en forma de carne fresca o congelada, 45% como carne procesada y un 2% se exporta como grasa y subproductos.

Los envíos al exterior se dirigen a 72 países. Los principales mercados son: Estados Unidos, que absorbe el 54%, seguido de Japón (15%), Hong Kong (6%) y Rusia (5%).

Avicultura

Carne de aves

En 1998, Canadá produjo un total de 9 625 millones de t de carne de aves (eviscerada) por un valor de \$1 600 millones, que representa un 5.7% del valor bruto de la producción agropecuaria. En ese año, existían 2 797 productores de pollo y 558 de pavo, debidamente registrados. Un 66% de la producción se concentra en las provincias de Quebec y Ontario.

El consumo per cápita de carne de aves supera al de las carnes rojas. En 1998 se situó en 32.5 kg, de los cuales 26.1 kg correspondían a carne de pollo.

Asociada a la producción primaria avícola (carne y huevos), existe un número importante de actividades conexas. Como industrias proveedoras se contabilizan en Canadá: 109 incubadoras, 119 fábricas de concentrados, 82 formuladoras de suplementos y 44 veterinarias especializadas en la provisión de medicamentos para la industria avícola.

Dentro del grupo de proveedores se destacan dos de las empresas incubadoras más grandes del mundo: *Hybrid Turkey Farms Limited* y *Shaver Poultry Breeding Farms* exportan huevos fértiles y pollitos a más de 37 países.

La producción y el procesamiento de carne de aves es uno de los sectores más especializados y mecanizados del sector agropecuario canadiense. Una persona puede operar una granja de 50 000 pollos de engorde que, con siete lotes al año (7 semanas promedio por lote), produce 640 mil t de carne por año. Del mismo modo, la industria procesadora se caracteriza por su automatización. En una hora, esas plantas procesan 25 000 pollos.

La balanza comercial de productos avícolas (aves, carne y huevos) es negativa en Canadá. En 1999, el déficit comercial registrado fue de \$244 millones. Las exportaciones en dicho año fueron de \$184 millones. Estados Unidos (52%) y Cuba (10%) son los principales mercados para los productos avícolas canadienses.

Las importaciones, durante el año mencionado, se valoraron en \$428 millones. La carne de pollo concentra el 64% de las compras del exterior, seguido de huevos fértiles, pollitos y otras carnes. El 99% de las importaciones proviene de Estados Unidos.

Como parte de su política de regulación del mercado avícola, Canadá administra contingentes arancelarios para huevos fértiles, pollos vivos, carne de pollo, carne de pavo y huevos para consumo. El 63% del valor de las importaciones corresponde a los volúmenes determinados en los contingentes arancelarios.

Huevos⁸

Canadá produce alrededor de 6 mil millones de huevos por año, valorados en \$551 millones. La población de gallinas ponedoras es de 22 millones. Del total de huevos producidos, 82% son vendidos como tales, mientras que el resto se procesan en diferentes formas (líquido, congelado, seco). La producción se concentra en Ontario (39.8%) y Quebec (16.6%).

La producción de huevo, junto con la de carne de aves, es muy mecanizada. En un año, una granja operada por una única persona puede manejar hasta 40 000 gallinas ponedoras, capaces de producir un millón de docenas de huevos.

La industria del huevo está fuertemente regulada; junto con la carne de aves y la leche, forma parte del grupo de subsectores cuya oferta es administrada por Juntas de Comercialización, el Gobierno Federal y las provincias.

Debido a los cambios en los patrones alimenticios de los canadienses, el consumo de huevos ha descendido de 23 docenas por persona por año, en 1960, a 15.2 docenas en 1998. No obstante, se observa un notable incremento en el consumo de huevos en forma procesada.

LECHE Y PRODUCTOS LÁCTEOS

La lechería es uno de los sectores más importantes de la economía agrícola canadiense. En 1999 el valor bruto de la producción lechera se ubicó en \$4 mil millones, colocando al sector como el tercero en importancia, después de la industria de los granos y las carnes rojas.

En 1999, el hato lechero estaba compuesto por 1.4 millones de vacas, distribuidas en 20 500 lecherías. El 81% de las granjas lecheras se encuentran en las provincias de Ontario y Quebec, 14% en Las Praderas y Columbia Británica, y 5% en las provincias del Atlántico. La granja típica canadiense posee en promedio 54 vacas. En consonancia con las tendencias mundiales, el

⁸ Mayor información en www.agr.ca/cb/factsheets/2egg_e.html y en www.agr.ca/mlsb/alsd/poultry/poulsece.htm

número de granjas lecheras ha descendido un 63% en los últimos 30 años; sin embargo, la producción de leche permanece constante.

La producción de leche ascendió en 1999 a 8.06 millones de litros diarios. La producción promedio por animal por 305 días de lactancia es de 8 960 kg, con un contenido de proteínas y grasa promedio de 3.24% y 3.69% respectivamente. Las razas lecheras principales son Holstein (90% del hato), Ayrshire, Jersey, Pardo Suizo, Canadienne, Guernsey y Shorthorn lechera.

La condición genética del hato canadiense está reconocida como una de las mejores del mundo. Esto explica, en buena parte, el éxito observado en sus índices de producción. La Junta Canadiense de Registros Lecheros (*Canadian Milk Recording Board*), que engloba a las agencias encargadas del mejoramiento del hato, y la Red Lechera de Canadá (*Canadian Dairy Network*), responsable de las evaluaciones genéticas, son las principales organizaciones encargadas de los programas de mejoramiento genético de Canadá.

El sector lácteo canadiense opera bajo las condiciones de una política de regulación de la oferta, que incluye cuotas de producción, subsidios (Cuadro 11), precios de sustentación (Cuadro 12), y contingentes arancelarios de importación.

Los principales agentes de coordinación del sector lácteo son: la Comisión Canadiense del Sector Lácteo (*Canadian Dairy Commission*), que se encarga de coordinar la política lechera del país; el Consejo Nacional del Sector Lácteo (*National Dairy Council of Canada*), que engloba a las industrias y las empresas comercializadoras, y la Asociación de Productores de Leche de Canadá (*Canada Dairy Farmers*).

Cuadro 11
Canadá: Subsidios pagados al productor de leche
95/96 – 99/00
(mlles de \$)

95/96	96/97	97/98	98/99	99/00
184 958	150 021	141 234	112 698	83 176

Fuente: CDC, 2001

Cuadro 12

Canadá: Cálculo del ingreso neto para el productor por ventas de leche industrial, basado en los precios de sustentación federales para mantequilla y leche en polvo descremada (efectivo a partir de febrero del 2001) (\$/hectolitro)

Mantequilla			
Precio de sustentación por kilogramo	\$ 5.7261/kg		
Cantidad en un hectolitro de leche	<u>x 4.365 kg</u>		
Precio por hectolitro		\$ 24.99	
Leche en polvo descremada			
Precio de sustentación por kilogramo	\$ 4.8394/kg		
Cantidad en un hectolitro de leche	<u>x 8.51 kg</u>		
Precio por hectolitro		<u>\$ 41.18</u>	
Precio de mercado garantizado (por hectolitro)		\$ 66.18	
Margen para el procesador (por hectolitro)		<u>- 8.31</u>	
Ingreso bruto para el productor			\$ 57.87
Subsidio directo			+ 0.76
Costos de transporte de mantequilla			<u>- 0.07</u>
Ingreso neto			\$ 58.56

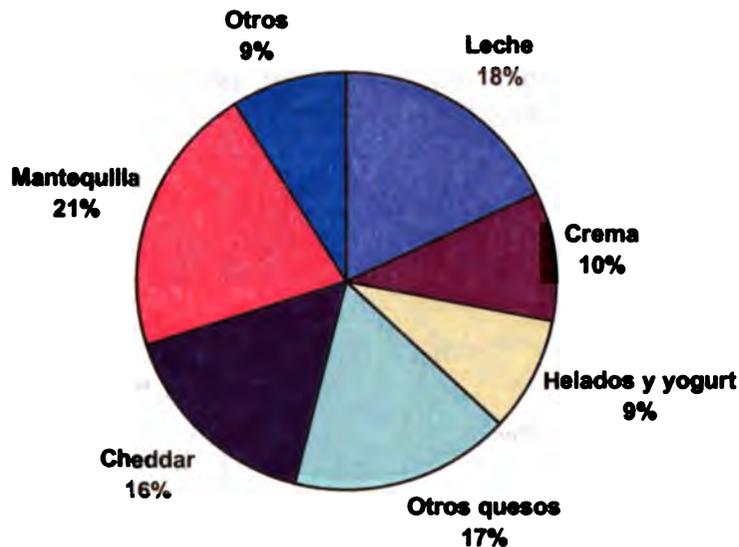
Fuente: CDC, 2001

Por su parte, la industria procesadora de lácteos (271 plantas) tuvo ventas por un total de \$8 500 millones, que corresponde al 14% del total de ventas de la industria alimentaria (alimentos, bebidas y tabaco). Emplea un total de 20 800 personas; se calcula que una cantidad similar depende de las industrias conexas de transporte, empaque, ventas de insumos y comercialización. La racionalización y concentración de las operaciones, que implica la disminución de costos por medio de las economías de escala, es una de las principales características actuales de la industria lechera canadiense.

Existen dos grupos de plantas procesadoras que atienden mercados distintos; 104 plantas se dedican exclusivamente al procesamiento de leche fluida, mientras que 167 plantas operan para el mercado de productos lácteos (mantequilla, quesos, helados, etc.).

En la figura 3, se presenta la utilización de leche fresca en términos relativos, para la fabricación de los distintos productos lácteos en Canadá.

Fig. 3
Canadá: Utilización de leche fresca para la fabricación de
productos lácteos. 1999



COMERCIO AGROALIMENTARIO

El valor de las exportaciones de productos agroalimentarios, sin incluir la pesca, fue en 1999 de \$21.7 mil millones, mientras que las importaciones se ubicaron en \$16.5 mil millones, para una balanza comercial favorable de \$5.2 mil millones.

El trigo es el principal producto de exportación (16%), seguido del ganado bovino en pie y la carne de bovino (10%), la semilla de canola (6%), carne de cerdo (4%), papas para freír (3%) y el whisky (3%) (Fig. 4).

Estados Unidos es el principal destino de las exportaciones agroalimentarias canadienses. Realiza compras por \$13 187 millones, que representan el 61% del total. Japón y la Unión Europea se ubican en un distante segundo y tercer lugar (Fig. 5).

Fig. 4
Canadá: Estructura de las exportaciones agroalimentarias, según producto. 1999

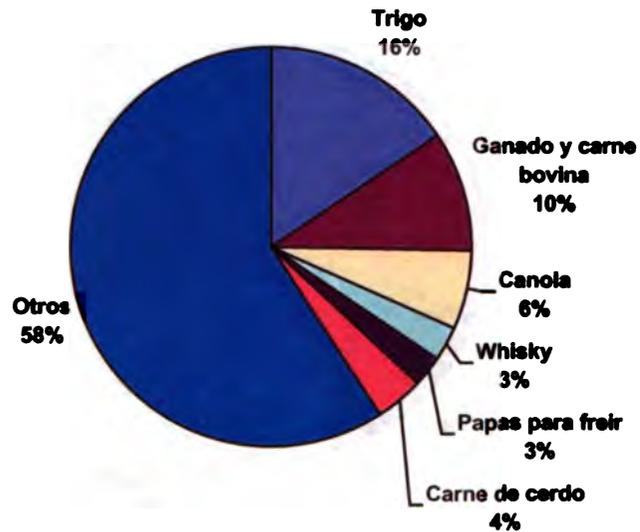
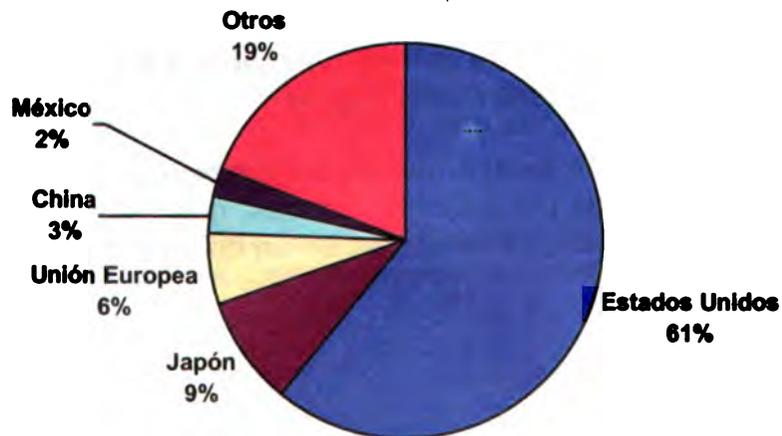


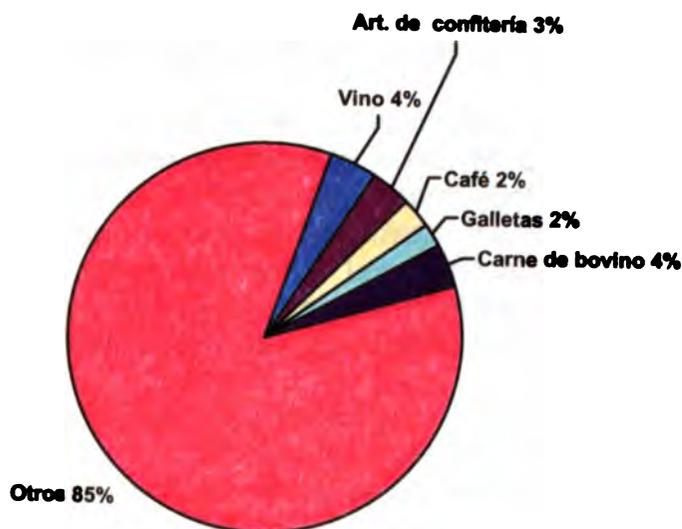
Fig. 5
Canadá: Estructura de las exportaciones agroalimentarias según destino. 1999



En el renglón de importaciones se destacan, entre otros, las compras de vinos, preparaciones a base de azúcar, café, galletas y carne de bovino fresca o congelada. Se observa que, al contrario de lo que sucede con las exportaciones, las importaciones son mucho más diversificadas (Fig. 6).

Estados Unidos mantiene su posición como el principal exportador a Canadá. En 1999 exportó productos agroalimentarios a este país por un valor de \$10 119 millones, que representa el 61 % del total de las importaciones, seguido de la Unión Europea con \$2 151 millones (13%), Brasil \$442 millones (3%) y México \$377 millones (2%).

Fig. 6
Canadá: Estructura de las importaciones agroalimentarias según producto. 1999



1. The first part of the document is a letter from the author to the editor, dated 10/10/1998. The letter discusses the author's interest in the journal and the possibility of publishing a paper. The author mentions that they have a paper on the topic of "The Role of the State in the Development of the Economy" and that they would like to know if the journal is interested in such a paper. The author also mentions that they have a number of references and that they would like to know if the journal is interested in such a paper.

2. The second part of the document is a letter from the editor to the author, dated 10/15/1998. The editor thanks the author for their letter and for their interest in the journal. The editor mentions that they will be looking at the author's paper and that they will get back to the author as soon as possible. The editor also mentions that they will be looking at the author's references and that they will get back to the author as soon as possible.

3. The third part of the document is a letter from the author to the editor, dated 10/20/1998. The author thanks the editor for their letter and for their interest in the journal. The author mentions that they have a number of references and that they would like to know if the journal is interested in such a paper. The author also mentions that they have a number of references and that they would like to know if the journal is interested in such a paper.

4. The fourth part of the document is a letter from the editor to the author, dated 10/25/1998. The editor thanks the author for their letter and for their interest in the journal. The editor mentions that they will be looking at the author's paper and that they will get back to the author as soon as possible. The editor also mentions that they will be looking at the author's references and that they will get back to the author as soon as possible.

5. The fifth part of the document is a letter from the author to the editor, dated 10/30/1998. The author thanks the editor for their letter and for their interest in the journal. The author mentions that they have a number of references and that they would like to know if the journal is interested in such a paper. The author also mentions that they have a number of references and that they would like to know if the journal is interested in such a paper.

6. The sixth part of the document is a letter from the editor to the author, dated 11/5/1998. The editor thanks the author for their letter and for their interest in the journal. The editor mentions that they will be looking at the author's paper and that they will get back to the author as soon as possible. The editor also mentions that they will be looking at the author's references and that they will get back to the author as soon as possible.

7. The seventh part of the document is a letter from the author to the editor, dated 11/10/1998. The author thanks the editor for their letter and for their interest in the journal. The author mentions that they have a number of references and that they would like to know if the journal is interested in such a paper. The author also mentions that they have a number of references and that they would like to know if the journal is interested in such a paper.

8. The eighth part of the document is a letter from the editor to the author, dated 11/15/1998. The editor thanks the author for their letter and for their interest in the journal. The editor mentions that they will be looking at the author's paper and that they will get back to the author as soon as possible. The editor also mentions that they will be looking at the author's references and that they will get back to the author as soon as possible.

9. The ninth part of the document is a letter from the author to the editor, dated 11/20/1998. The author thanks the editor for their letter and for their interest in the journal. The author mentions that they have a number of references and that they would like to know if the journal is interested in such a paper. The author also mentions that they have a number of references and that they would like to know if the journal is interested in such a paper.

10. The tenth part of the document is a letter from the editor to the author, dated 11/25/1998. The editor thanks the author for their letter and for their interest in the journal. The editor mentions that they will be looking at the author's paper and that they will get back to the author as soon as possible. The editor also mentions that they will be looking at the author's references and that they will get back to the author as soon as possible.



III. LA POLÍTICA AGRÍCOLA

En este Capítulo se analizan las principales medidas y programas de la política agrícola canadiense, cuyos objetivos globales son:

- a. Apoyar los ingresos de los productores
- b. Estabilizar los precios
- c. Regular los mercados
- d. Eliminar diferencias entre regiones

Diversos programas gubernamentales incluyen actividades relacionadas con la preparación, el acceso y el desarrollo de mercados, y la competitividad global.

Las políticas pueden agruparse en: i) aquellas medidas o programas de política de aplicación general para la mayoría de los productos agropecuarios; ii) programas específicos por producto o grupos de productos.

Por su sistema federal, la definición y ejecución de la política agrícola canadiense es de jurisdicción compartida entre el Gobierno Federal y los Gobiernos de las Provincias. El Gobierno Federal, junto con los Gobiernos de las Provincias, son los responsables del financiamiento de la política agrícola, en una relación de 55/45, respectivamente. Los agricultores financian parte del presupuesto de apoyo a la producción mediante el pago de primas de seguros de cosecha y de programas provinciales de estabilización.

En los últimos años, el total de desembolsos por concepto de los programas de apoyo a la producción se ha reducido, al pasar de un 16% del valor de la producción a nivel de finca, en 1992, a solo un 6% en 1999.

Las estimaciones de la OCDE indican que el apoyo total a la agricultura, calculado como el Equivalente de Apoyo al Productor (ESP, por su sigla en inglés)⁹ es de US\$ 4 955 millones, que representan un 0.78% del PIB de 1999. Esto equivale, por ejemplo, en términos de agricultores a tiempo completo, a US\$9 000 por agricultor. Si la relación se hace con base en el área cultivada, el valor es de US\$52/ha.

⁹ Equivalente de Apoyo al Productor estima el valor del total de las transferencias monetarias al productor provenientes de los consumidores de productos agropecuarios y de los contribuyentes en general. El porcentaje del ESP expresa el valor total de las transferencias, como porcentaje del valor total de la producción (calculada a precios domésticos).

El ESP de Canadá se compone de programas para el sostenimiento de precios (57%), así como desembolsos para el apoyo de los ingresos del agricultor (21%). Esta segunda categoría corresponde a programas “desconectados” del precio y de la cantidad producida¹⁰.

De acuerdo con las estimaciones de la OCDE, los productos que reciben mayores apoyos son la leche y los productos lácteos, la carne vacuna, el trigo y la carne de cerdo (Cuadro 13).

Cuadro 13
Canadá: Equivalente de Apoyo al Productor

Producto	1986-88	1997-99	1997	1998	1999p
Trigo					
Millones de \$	2 047	327	245	341	395
ESP %	45	9	6	10	11
Maíz					
Millones de \$	210	108	70	108	146
ESP %	25	14	9	14	19
Otros granos					
Millones de \$	710	83	67	82	101
ESP %	54	7	6	7	9
Oleaginosas					
Millones de \$	377	279	182	332	323
ESP %	25	8	5	10	10
Leche					
Millones de \$	2 293	2 358	2 166	2 452	2 456
ESP %	61	57	53	59	58
Carne vacuna					
Millones de \$	346	366	238	408	452
ESP %	9	7	5	8	9
Carne de cerdo					
Millones de \$	98	222	149	197	320
ESP %	5	8	5	8	12
Carne de aves					
Millones de \$	191	71	104	62	48
ESP %	18	4	7	4	3
Huevos					
Millones de \$	126	180	173	151	216
ESP %	25	37	35	31	44
Otros productos					
Millones de \$	1 053	1 142	918	1 167	1 342
ESP %	39	16	13	16	20
Todos los productos					
Millones de \$	7 452	5 136	4 312	5 300	5 798
ESP %	34	17	14	18	20

El ESP de “Otros productos” es el residuo del ESP de todos los productos menos el ESP de los productos listados

Fuente: OCDE, 2000

¹⁰ En virtud del Acuerdo sobre la Agricultura de la OMC, el sostenimiento de precios es una medida de ayuda a la producción sujeta a los compromisos de reducción. Luego del período de aplicación del Acuerdo para los países desarrollados, que finalizó el 31 de diciembre del 2000, éstos están obligados a mantener los apoyos sujetos de reducción por debajo de los niveles consolidados. Aquellos apoyos de “caja verde”, desconectados del precio y la cantidad producida, no tienen limitaciones de uso.

FONDO DE ESTABILIZACIÓN DEL INGRESO NETO

El Fondo de Estabilización del Ingreso Neto, *Net Income Stabilization Account* (NISA por sus siglas en inglés), es esencialmente una herramienta para el manejo del riesgo y se constituye en uno de los principales programas de la política agrícola canadiense. Está diseñado para proteger a los agricultores de las fluctuaciones de los ingresos en el corto plazo; aspira a la estabilización de los mismos en el largo plazo. Los productores depositan una porción de sus ingresos anuales en una cuenta especial. El monto de este depósito es complementado en partes iguales por el Gobierno Federal y las Provincias. Las cuentas del fondo ganan intereses a tasas de hasta 3 puntos por encima de las de mercado. En situaciones donde los ingresos de los productores caen por debajo de determinado nivel de activación, éstos pueden retirar dinero del fondo.¹¹

SEGUROS DE COSECHA

Los seguros de cosecha protegen a los agricultores de las pérdidas causadas por eventos climáticos adversos u otros desastres naturales. Al igual que el NISA, los programas de seguro de cosecha se financian entre el gobierno, las provincias y los productores pero, esencialmente, es un programa de carácter provincial. El grado de cobertura varía de acuerdo con el cultivo y la provincia. En 1999 el valor de los desembolsos por este concepto fue de US\$207 millones, menor a la cantidad pagada en 1998 (US\$267 millones) y en 1992, año del mayor desembolso del programa (US\$566.8 millones).¹²

PROGRAMAS DE EMERGENCIA

A finales de 1998, Canadá lanzó el programa de Asistencia al Ingreso Agrícola en Caso de Desastres, *Agricultural Income Disaster Assistance* (AIDA por sus siglas en inglés). Este programa, de US\$1.5 mil millones, está diseñado para apoyar agricultores de bajos ingresos debido a la reducción de los precios agrícolas por situaciones excepcionales. Para calificar como beneficiario del programa, el ingreso bruto del productor debe haber caído un 70% con respecto al promedio de los últimos tres años. En 1999 este programa desembolsó un total de US\$230 millones.¹³

CRÉDITO AGROPECUARIO

La política de crédito agropecuario canadiense es ejecutada por la Corporación de Crédito Agrícola – CCA (*Farm Credit Corporation*). La CCA es una corporación federal de la Corona, que reporta al Parlamento a través del Ministro

¹¹ Más información en http://www.agr.ca/progser/nisa_e.phl

¹² Más información en http://www.agr.ca/progser/ci_e.phl

¹³ Más información en http://www.agr.ca/progser/aida_e.phl

de Agricultura y del Sector Agroalimentario. Establecida en 1959, la CCA es la mayor empresa de crédito agrícola de Canadá. Su ámbito de acción se concentra únicamente en el sector agroalimentario. Actualmente, la CCA mantiene 44 mil operaciones crediticias, valoradas en \$6.3 mil millones. Emplea a más de 900 personas que se ubican en 100 oficinas diseminadas por todo el país. La sede central de la CCA se ubica en Regina, Saskatchewan¹⁴.

PROGRAMAS NACIONALES DE COMERCIALIZACIÓN¹⁵

Consisten en cuatro programas del Gobierno Federal dirigidos a apoyar los esfuerzos de las agencias de comercialización.

Programa de Precios Consolidados (*Price Pooling Program*)

Este programa provee precios de garantía para que las agencias de comercialización se aseguren contra bajas no anticipadas en los precios de venta. Incluye pagos anticipados a los productores, de tal forma que mejora sus flujos de caja. El programa cubre por anticipado los costos de almacenamiento, procesamiento, transporte y comercialización del producto. Una vez que se realiza la venta, la agencia de comercialización debe liquidar sus cuentas con el programa. Si el precio de venta es inferior al estimado inicialmente, el Gobierno Federal paga la diferencia a la agencia de comercialización para que ésta, a su vez, la cancele a sus productores.

Programa de Pagos Adelantados (*Advance Payment Program*)

El objetivo de este programa es incrementar el flujo de caja del agricultor en el momento inmediato antes o después de la cosecha. Esto permite al productor almacenar su cosecha y venderla en forma tal que maximice sus ganancias. Los avances son entregados a través de las organizaciones de productores quienes tienen el aval crediticio del Gobierno Federal, de manera que pueden apalancarse financieramente con terceros a tasas de interés preferenciales. A través de este programa se pueden financiar hasta un máximo de \$250 000. El gobierno paga los intereses correspondientes a los primeros \$50 000 de cada operación.

Programa de Crédito Adelantado de Primavera (*Spring Credit Advance Program*)

Estos programas ofrecen garantías para el financiamiento de cultivos en aquellos casos en que los productores tengan dificultades de flujo de caja antes de iniciar la época de siembra. Para ser beneficiario es necesario contar con un seguro sobre la siembra sujeta a financiamiento y pertenecer a una organización participante. El monto máximo de financiamiento por unidad productiva es de

¹⁴ www.fcc-sca-ca

¹⁵ Más información en http://www.agr.ca/misb/nmp/nmp_e.html

\$50 000. El pago de la suma adelantada debe hacerse antes del 31 de diciembre del año en que se utilizó. El pago es libre de intereses. El programa inició en el año 2000 y se espera que termine en el 2002. Para el año 2000, 31 mil agricultores se beneficiaron con los avances de crédito, que ascendieron a \$350 millones.

Programa de Crédito Cooperativo y de Mejoramiento de la Agricultura (*Farm Improvement and Marketing Cooperative Loans Act*)

Este programa está diseñado para aumentar la disponibilidad de créditos dirigidos a mejorar y desarrollar las actividades de producción, procesamiento, distribución y comercialización de productos de origen agropecuario por parte de las asociaciones cooperativas. En términos generales, el Gobierno Federal provee garantías de pago de hasta un 95%, sobre créditos ofrecidos a las empresas cooperativas. Establecido en 1988, este programa ha beneficiado a 130 mil empresas agropecuarias afiliadas a cooperativas.

PROGRAMAS DE REGULACIÓN DE LA OFERTA DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS

Canadá mantiene programas específicos de regulación de la oferta para los productos **lácteos y avícolas (carne de aves y huevos)**. Juntas de Comercialización Provinciales y/o Agencias Federales se encargan de fijar precios para los productos regulados, basados en encuestas de costos de producción. De la misma forma, los gobiernos de las provincias, junto con el Gobierno Federal, están involucrados en la comercialización de estos productos, cuyas ventas significaron un 20% del total del sector agropecuario en 1999. A continuación se describen las principales características de dichos programas para cada sector.

Sector lácteo¹⁶

El sector lechero continúa siendo el que recibe mayores apoyos por parte del Gobierno y los consumidores y el que menos reformas orientadas al mercado ha permitido. Este sector concentra el 40% del ESP y el 90% de los desembolsos para la sustentación de precios¹⁷.

La esencia de la política lechera de Canadá es la regulación de la oferta y de los precios mediante cuotas de producción, sustentación de precios y utilización de contingentes arancelarios. El brazo ejecutor de la política lechera es la Comisión Canadiense del Sector Lácteo (CCL)

¹⁶ Más información en <http://www.cdc.ca> Canada Dairy Commission

¹⁷ Detalles del sector lácteo canadiense en <http://www.cdc.ca/general.html>

La CCL preside el Comité Canadiense de Regulación de la Oferta de Leche, que supervisa la aplicación del Plan Nacional de Comercialización de la Leche, acuerdo federal-provincial por el que se regula la oferta lechera en Canadá.

Cada año, el Comité establece el objetivo de producción nacional de leche destinado a la industria, determinado en función de las necesidades estimadas de consumo, más un margen, y una cantidad destinada a actividades de exportación específicas. El Comité aplica las condiciones del Plan Nacional de Comercialización de la Leche para asignar la parte de la cuota industrial que corresponde a cada provincia. Ésta, a su vez, la distribuye entre sus respectivos productores según su propia política al respecto.

La CCL regula, asimismo, el comercio interprovincial e internacional, mientras que las provincias controlan la producción de leche fluida y la venta en su territorio. Cerca de un 60% de la producción de leche se destina a la fabricación de productos lácteos (leche industrial); el resto se consume como leche fluida. Los productos lácteos pueden ser comercializados entre provincias o exportados; no así la leche fluida, la cual no puede ser vendida fuera de la provincia de origen.

Actualmente, la CCL, por mandato del Gobierno Federal, paga un subsidio al productor de \$0.76 por hectolitro de leche industrial producida. Debido a consideraciones fiscales, este subsidio está siendo eliminado; se espera su desaparición en febrero del 2002. En el Cuadro 14 se observa el calendario de reducción del subsidio. Los desembolsos por concepto de subsidios a la actividad lechera alcanzaron la suma de US\$89 millones en 1999.

Cuadro 14
Canadá: Calendario de reducción del subsidio a la producción de leche
(\$/hectolitro)

Fecha efectiva	Subsidio \$/hl
Febrero 1998	\$3.04
Febrero 1999	\$2.28
Febrero 2000	\$1.52
Febrero 2001	\$0.76
Febrero 2002	0

Fuente: CDC, 2001

Los productores de leche deben tener una licencia que los habilite para producir y vender leche a las industrias. La CCL, junto con las provincias, fija los niveles de sostenimiento de precios y las cuotas de producción para la leche industrial. Al mismo tiempo, las provincias operan sus propios programas de administración de la oferta de leche fluida dentro de su territorio.

El Gobierno Federal mantiene medidas de protección en frontera por medio de aranceles y contingentes arancelarios a la importación de quesos, mantequilla,

yogurt, sueros, helados, leche condensada y evaporada. Los aranceles fuera del contingente superan el 200% (Cuadros 15 y 16).

La CCL es la adjudicataria exclusiva del contingente arancelario de acceso mínimo de mantequilla, cuyo volumen representa de un 3 a 4% del consumo doméstico. Ella, a su vez, lo coloca en las industrias, de una forma que minimice el impacto negativo sobre el mercado doméstico.

Una pequeña cantidad de productos lácteos es exportada directamente por la CCL o por exportadores privados, bajo un sistema de licencias que permite incorporar leches con precios acordes al mercado de destino. Canadá exporta mantequilla y leches en polvo a países en desarrollo, y quesos maduros y leches evaporadas a mercados tradicionales. Su participación en el mercado internacional de productos lácteos es de aproximadamente de 1% a 2% .

Antes de 1995, los productores de leche de Canadá financiaban la diferencia de precios entre el mercado doméstico y los mercados internacionales para la leche destinada a la fabricación de productos lácteos para la exportación. No obstante, esa medida fue catalogada como un subsidio a la exportación y prohibida en el marco del TLCAN, por lo que fue eliminada.

Como contramedida, desde 1996 opera un sistema de clasificación que permite determinar los precios de la leche en función de su uso final. Los precios de la leche destinada a la fabricación de productos lácteos para la exportación se negocian sobre la base de los precios del mercado mundial y se establecen para los distintos fabricantes mediante transacciones individuales. Los costos de exportar a mercados con precios relativos menores que los canadienses son asumidos por el fondo común de ingresos (*pooling revenue agreements*).

No obstante lo anterior, la política de exportaciones del sector lácteo canadiense es seriamente cuestionada en el marco de la OMC, principalmente por Nueva Zelandia y Estados Unidos. Para esos países, los programas de apoyo a la exportación de productos lácteos canadienses son incompatibles con los compromisos de reducción suscritos en el marco del Acuerdo sobre la Agricultura (ASA). En consecuencia, ambos países, con el posible apoyo de la Unión Europea y México, piensan llevar a Canadá a un panel en la OMC y amenazan con el cobro de hasta US\$35 millones al año como medidas compensatorias.

Sector avícola

La producción y comercialización de productos avícolas se rige por un sistema de administración de la oferta. Los productores avícolas deben tener una licencia para producir y vender sus productos a los industriales, mediante juntas de comercialización en cada provincia. Las cuotas de producción son fijadas en el contexto del Acuerdo Nacional de Cuotas por medio de las juntas de

comercialización (más detalles en la sección dedicada a las empresas comerciales del Estado, en el Capítulo IV).

SUBSIDIOS AL TRANSPORTE

Antes de 1995, los subsidios al transporte de granos eran una de las medidas más importantes de la política agrícola canadiense. El Gobierno Federal subsidiaba hasta un 80% del transporte desde la región de Las Praderas hasta los puertos de exportación. El monto del subsidio, en promedio, era de US\$12 la tonelada. Canadá eliminó dichos subsidios y otras formas de apoyo al transporte en 1995, con el fin de cumplir con los compromisos de la Ronda Uruguay y, además, ayudar a reducir el déficit fiscal.

No obstante, pese a la eliminación de los subsidios, el Gobierno Federal continúa regulando el costo de las tarifas.

IV. POLÍTICA COMERCIAL AGROPECUARIA

En este Capítulo se analiza la política comercial específica para el sector agropecuario canadiense. El análisis pone particular énfasis en los programas y medidas referentes a:

- a. Acceso a mercados
- b. Promoción y apoyos a las exportaciones
- c. Subvenciones a la exportación
- d. Participación del Estado en el comercio agroalimentario
- e. Organización para las negociaciones comerciales internacionales; participación de Canadá en la OMC, el ALCA y otros procesos de integración

Asimismo, se pretende mostrar cómo Canadá ha podido estructurar una política comercial coherente con sus objetivos de política agrícola y respetuosa de la normativa internacional. Se determina cómo las negociaciones en el plano multilateral (OMC) refuerzan las que se llevan a cabo en los niveles regional y bilateral. En tal sentido, se observa cómo Canadá comparte las preocupaciones de los países de la región por lograr un comercio agroalimentario justo y equitativo, en el cual se logre eliminar las barreras que lo distorsionan.

Al mismo tiempo, queda clara la estrategia canadiense de expandir sus lazos comerciales con América, apoyando y liderando la iniciativa para la construcción del ALCA, la cual, a su vez, se fundamenta en los acuerdos de libre comercio suscritos y en proceso de negociación por parte de Canadá y algunos países del Continente.

ACCESO A MERCADOS

En 1995, con base en los compromisos derivados del ASA, las restricciones cuantitativas y otras medidas no arancelarias aplicadas por Canadá a las importaciones de unas 136 líneas arancelarias fueron reemplazadas por aranceles consolidados. Asimismo, se especificaron contingentes arancelarios para 21 grupos de productos, entre los que se destacan cereales (trigo, cebada y subproductos); carnes (bovinos, aves); huevos y productos lácteos. Para cada partida sujeta a contingentes arancelarios, se estipulan dos tipos de aranceles en el marco de la OMC: el arancel dentro del contingente (hasta una cantidad determinada que se denomina el "compromiso de acceso a mercado") y el tipo aplicado fuera del contingente (Cuadro 15).

Canadá aplica 11 regímenes arancelarios diferentes:

- Nación Más Favorecida (OMC), abreviado como NMF
- Estados Unidos (CUSFTA)
- México (TLCAN)

- México y Estados Unidos (TLCAN)
- Países del Caribe miembros del *Commonwealth* (Mancomunidad Británica de Naciones)
- Chile (TLC)
- Israel (TLC)
- Arancel Preferencial General (concesión unilateral)
- Países menos adelantados (concesión unilateral)
- Nueva Zelanda
- Australia

Actualmente se aplican aranceles de tipos nulos (0%) a más de un 98% de las partidas arancelarias a la importaciones provenientes de Estados Unidos. Las importaciones fuera de contingente de los productos agropecuarios cuya oferta está regulada (leche y productos lácteos y productos avícolas, principalmente), constituyen la única excepción. Cabe notar, sin embargo, que esta excepción es importante, ya que 106 productos incluidos en estos rubros, provenientes de los Estados Unidos, son gravados con aranceles promedio del 202 %.

Con base en el arancel aplicable a México, un 77% de las líneas arancelarias goza de franquicia aduanera. Se espera que, para el año 2003, todos los derechos que aún se aplican habrán de eliminarse, en el marco del TLCAN. Las excepciones principales incluyen los productos agropecuarios cuya oferta está regulada.

La mayoría de los productos provenientes de los 18 países del Caribe, miembros del Commonwealth, que incluye a Belice, gozan de franquicia arancelaria. Un 86% de la totalidad de las líneas arancelarias no son gravadas. Esto representa aproximadamente un 95% de las importaciones procedentes de esos países.

El arancel aplicable a Chile, que entró en vigor en julio de 1997, incluye importantes preferencias arancelarias que conceden franquicia aduanera para un 84% de las partidas. Entre éstas se encuentran productos de origen agropecuario, como hortalizas, y productos lácteos y avícolas importados por medio del contingente. No obstante, Canadá mantiene sus derechos arancelarios de NMF para las importaciones fuera de contingente de productos cuya oferta está regulada. Los derechos fijados en el arancel aplicable a Chile deberán suprimirse gradualmente, hasta quedar eliminados en enero del 2003.

Como resultado del TLC con Israel, un 92% de los productos incluidos provenientes de ese país gozan de franquicia aduanera.

El Arancel Preferencial de Canadá concede la admisión a tipos arancelarios nulos al 60% de las líneas arancelarias provenientes de países en desarrollo. No obstante, esas preferencias concedidas tienden a erosionarse por las reducciones arancelarias otorgadas en el plano multilateral, regional y bilateral.

Por lo general, esas preferencias no incluyen a los productos lácteos y avícolas, cuya oferta está regulada.

Cuadro 15
Canadá: Volumen de los contingentes arancelarios para productos seleccionados.
1998-2000
(en toneladas métricas, excepto huevos en docenas)

Producto	1998	1999	2000
Huevos fertilizados y pollitos	7 949 mil docenas (OMC) o 21.1% de la producción esperada de 1998 (TLCAN)	7 949 mil docenas (OMC) o 21.1% de la producción esperada de 1999 (TLCAN)	7 949 mil docenas (OMC) o 21.1% de la producción esperada del 2000 (TLCAN)
Pollo	39 843.7 (OMC) o 7.5% de la producción de 1997 (TLCAN)	39 843.7 (OMC) o 7.5% de la producción de 1998 (TLCAN)	39 843.7 (OMC) o 7.5% de la producción de 1999 (TLCAN)
Pavo	5 139.6 (OMC) o 3.5% de la producción esperada de 1998 (TLCAN)	5 363.8 (OMC) o 3.5% de la producción esperada de 1999 (TLCAN)	5 588 (OMC) o 3.5% de la producción esperada de 2000 (TLCAN)
Mantequilla (OMC)	2 750	3 012	3 274
Quesos (OMC)	20 411	20 411	20 411
Leches condensada / evaporada (OMC)	11.7	11.7	11.7
Yogurt (OMC)	332	332	332
Suero de mantequilla en polvo (OMC)	908	908	908
Crema (OMC)	394	394	394
Lactosuero en polvo (OMC)	3198	3198	3198
Otros productos lácteos del Capítulo 4 del SA (OMC)	4 345	4 345	4 345
Otros productos lácteos del Capítulo 19 del SA (OMC)	70	70	70
Helados (OMC)	429.2 t	456.6 t	484 t
Huevos y otros productos afines	17 950 (OMC) o 2.988% de la producción de 1997 (TLCAN)	19 660 (OMC) o 2.988% de la producción de 1998 (TLCAN)	21 370 (OMC) o 2.988% de la producción de 1999 (TLCAN)
Margarina (OMC)	6 348.8	6 953.4	7 558.0
Trigo (OMC)	190 582	208 732	226 883
Productos de trigo (OMC)	123 577	123 577	123 577
Cebada (OMC)	335 160	367 060	399 000
Productos de cebada (OMC)	16 069.8	17 600.4	19 131

Nota: Se indica entre paréntesis si el compromiso se sitúa en el marco del TLCAN o de la OMC

Fuente: Canadá, Ministerio de Asuntos Exteriores y Comercio Internacional, 2001

Los países menos adelantados tienen un arancel preferencial, en el cual un 82% de las líneas arancelarias se benefician de las franquicias aduaneras.

Las importaciones de algunos productos provenientes de Australia y Nueva Zelanda se benefician de las preferencias arancelarias que les concede

Canadá. Sin embargo, solo un 48% de las partidas del Arancel reciben algún tipo de beneficio aduanero. Se destaca el hecho de que existen tratamientos preferenciales para productos altamente protegidos, como los lácteos y la carne de ovinos.

Canadá implementa un sistema de aranceles estacionales para algunos productos de origen agropecuario, entre los cuales figuran hortalizas, frutas y flores de corta. Aproximadamente un 50% de las importaciones hortícolas del Canadá se gravan con aranceles estacionales. El período de aplicación y los tipos arancelarios son variables. En algunos casos, el arancel se aplica hasta por 46 semanas; por ejemplo, en el caso de cebollas secas. Los aranceles NMF asignados varían de 5% a 17.5% en el caso de la lechuga, el apio y el maíz en mazorca. Para la OMC, el sistema de aranceles estacionales puede limitar las oportunidades de exportación que se ofrecen a los proveedores de países que no tienen derecho a trato preferencial y, en particular, a países en desarrollo, que no gozan de las preferencias comerciales estacionales dentro del Arancel Preferencial General

En los Acuerdos comerciales con Chile e Israel se prevé la eliminación inmediata o progresiva de los aranceles estacionales. Este tema, junto con el uso de tipos arancelarios "no *ad valorem*" son discutidos en las negociaciones multilaterales agrícolas de la OMC.

Cuadro 16
Canadá: Aranceles aplicados dentro y fuera de algunos contingentes arancelarios. 1998

Producto	NMF		EE.UU		México		Chile		NZ/AUS	
	Dentro contingente	Fuera contingente								
Carne de bovino	0	28%	Libre	Libre	Libre	Libre	Libre	Libre	Libre	281%
Carne de pavo	7.5%	264%	Libre	264%	7.5%	264%	Libre	263.5%	7.5%	264%
Cheddar	4.8 c/kg	260%	Libre	260%	4.79 c/kg	260%	Libre	260%	Libre	260%
Mantequilla	18.9c/kg	325%	Libre	325 %	18.9c/kg	325%	Libre	325%	3.46 c/kg	325%
Cebada	\$1.7/t	103%	Libre	Libre	Libre	Libre	Libre	Libre	\$1.7/T	103%
Trigo	\$3.2/t	53%	Libre	Libre	Libre	Libre	\$3.2/t	53%	\$3.2/t	53%

Fuente: OMC 2000

PROMOCIÓN Y APOYO A LA EXPORTACIÓN

El Gobierno Federal, junto con las provincias y el sector privado, ejecutan una serie de programas de apoyo al comercio agroalimentario. Desde 1995, su meta había sido llegar a \$20 mil millones en exportaciones para el año 2000 (un incremento del 15% sobre el valor de 1995), que fue alcanzada en 1997. Hoy, el nuevo objetivo trazado es llegar a concentrar al menos el 4% del mercado mundial de exportación de productos agroalimentarios.

El desarrollo de Estrategias de Mercado para la Industria Agroalimentaria (*Agrifood Industry Market Strategies*) es uno de los programas más importantes de apoyo al comercio agroalimentario. Es codirigido por los ministerios de Agricultura y de Comercio Internacional; pretende que el sector privado canadiense formule sus propias estrategias de mercado, con el fin de que éstas provean un marco para la asignación de recursos destinados a la ejecución de la política comercial agroalimentaria. En dicha estrategia, se señalan los principales objetivos que las instituciones públicas y los gremios deben procurar alcanzar para ayudar a las empresas a aprovechar las oportunidades que están surgiendo en el comercio internacional, la tecnología y las inversiones. Las autoridades canadienses afirman que, con base en esa estrategia, se evitan las duplicaciones y las superposiciones, al coordinarse la planificación federal, provincial y gremial. Las principales formas de apoyo consisten en proveer información sobre el mercado y promover la participación en ferias y misiones comerciales.¹⁸

La estrategia, que se resume en el Recuadro 1 provee una visión integral que permite la concentración y la coordinación de actividades en 8 mercados prioritarios que representan el 80% de las exportaciones actuales. Esos mercados son: Estados Unidos, Japón, Unión Europea, China y Hong Kong, Corea del Sur, Taiwán, México y Brasil.

De igual forma, una de las medidas más importantes encaminadas a fortalecer la actividad agroexportadora fue la creación del Servicio para el Comercio Agroalimentario (*Agrifood Trade Service - ATS*). Este programa, también es dirigido en forma conjunta por los ministerios de Agricultura y de Comercio Internacional. Los objetivos del ATS son proveer acceso a información de mercados internacionales de forma centralizada y oportuna, y también brindar asesoría para la exportación y la inversión. Las actividades principales del programa consisten en la investigación e inteligencia de mercados, participación en ferias internacionales y capacitación para la exportación. La meta principal del ATS es conquistar, para el año 2005, el 4% del mercado mundial de exportación de productos agropecuarios¹⁹.

¹⁸ *Agri-Food Industry Market Strategies*: http://www.agr.ca/progser/aims_e.phtml

¹⁹ *Agrifood Trade Service*: <http://ats-sea.agr.ca>

Recuadro 1
Canadá: Estrategias de mercado para la industria agroalimentaria

Acceso a mercados

Capitalizar y difundir las oportunidades resultantes de las negociaciones multilaterales (OMC), regionales (TLCAN) y bilaterales (Chile, Israel, Costa Rica, CA-4 y otros).
Armonización y reconocimiento de normas, tomando como base la normativa internacional y los requerimientos de la industria canadiense.
Monitoreo de las actividades de los socios canadienses, con el fin de asegurar el cumplimiento de sus compromisos comerciales.
Incluir aspectos agrícolas en las negociaciones de adhesión de nuevos miembros a la OMC (China, Vietnam).
Analizar las implicaciones de las políticas agrícolas de los principales socios comerciales (Estados Unidos, Unión Europea) en las áreas referidas a comercio, subsidios, desarrollo de mercados, etc.

Desarrollo de mercados

Colaborar con las industrias canadienses en su preparación para exportar.
Desarrollo de iniciativas para promover la cultura de la exportación dentro del staff gerencial de las pequeñas y medianas empresas agroalimentarias.
Promover la creación de alianzas estratégicas internacionales dentro del sector de las pequeñas y medianas empresas (PYMES).
Promover la participación de empresas canadienses en ferias internacionales importantes (ANUGA, SIAL, FODEX, PMA).
Mantener una base de datos de alta calidad sobre exportadores agroalimentarios.
Proveer información de inteligencia de mercados de manera acertada y oportuna.
Utilizar de manera efectiva Internet para apoyar los agronegocios en sus esfuerzos de exportación.

Inversión

Mejorar el clima de inversión en Canadá mediante la facilitación de negocios y el examen de políticas, regulaciones y normas que afecten el atractivo del país como beneficiario de inversión extranjera directa.

Fuente: *Agrifood Trade Service* 2001

Para ser elegibles en los programas de fomento de las exportaciones, las empresas privadas deben pertenecer a gremios que hayan elaborado su estrategia de mercado, de acuerdo con las estipulaciones del Comité Director de las Estrategias de Mercado.

A nivel de las provincias también se ejecutan programas individuales de promoción de exportaciones. Algunos de los más importantes son los patrocinados por el Club de Exportadores de Quebec, que incluyen la publicación del Directorio *Gourmet* de Exportadores, la capacitación de sus miembros y la participación en ferias internacionales.

En 1997, las erogaciones del Gobierno Federal y las provincias por concepto de promoción de exportaciones llegaron a ser de \$11.3 millones. Mientras tanto, el sector privado aportó unos \$13 millones, para un gran total de \$24.3 millones (USDA-FAS 1998).

SUBVENCIONES A LAS EXPORTACIONES

En virtud del ASA, Canadá ha asumido compromisos de reducción de las subvenciones a la exportación de diversos grupos de productos de origen agropecuario. Según los datos disponibles, el monto de los desembolsos por este concepto son sensiblemente inferiores a los compromisos refrendados. En general, según la información de la OMC, Canadá no subsidia sus exportaciones, salvo en el caso de algunos productos lácteos (leche descremada y en polvo, y mantequilla) (Cuadro 17).

Cabe destacar que, con base en el Tratado de Libre Comercio de América del Norte, Canadá aceptó la eliminación de la mayoría de los subsidios a la exportación. Incluso, como se mencionó al analizar la política para el sector lácteo, cambió el manejo de su sistema de gravámenes al productor de leche, con el fin de que éstos no se contabilizaran como subsidios.

Cuadro 17

Canadá: Exportaciones subvencionadas y compromisos de reducción de subvenciones a la exportación en el marco de la OMC.

Producto	Desembolsos		Compromiso 2001	Cantidad subvencionada		Compromiso 2001
	Promedio 1986-1990	1997		Promedio 1986-1990	1997	
	Millones \$			Miles de toneladas		
Trigo y sus productos	311.0	0	199.1	11 205	0	8 852
Cereales secundarios	116.4	0	74.5	4 579	0	3 618
Leche descremada y en polvo	48.7	2.6	31.1	56.9	1.5	44.9
Otros productos lácteos	35.2	0	22.5	38.3	0	30.3
Productos con materias primas lácteas	31.7	0	20.3	Nd	0	Nd
Quesos	25.4	0	16.2	11.5	0	9.1
Mantequilla	17.2	3.2	11.0	4.4	0.7	3.5
Tortas oleaginosas	7.5	0	4.8	274.4	0	217
Aceites vegetales	3.5	0	2.2	117.4	0	92.8
Hortalizas	3.1	0	2.0	101.4	0	80.1
Total	659.4	5.8	421.9	Nd		

Fuente: OMC 1999, con base en información del Gobierno de Canadá

Las exportaciones canadienses también se benefician de la provisión de financiamiento y seguro por parte del Estado. La Corporación de Fomento de las Exportaciones fue creada en octubre de 1969, como empresa de la Corona

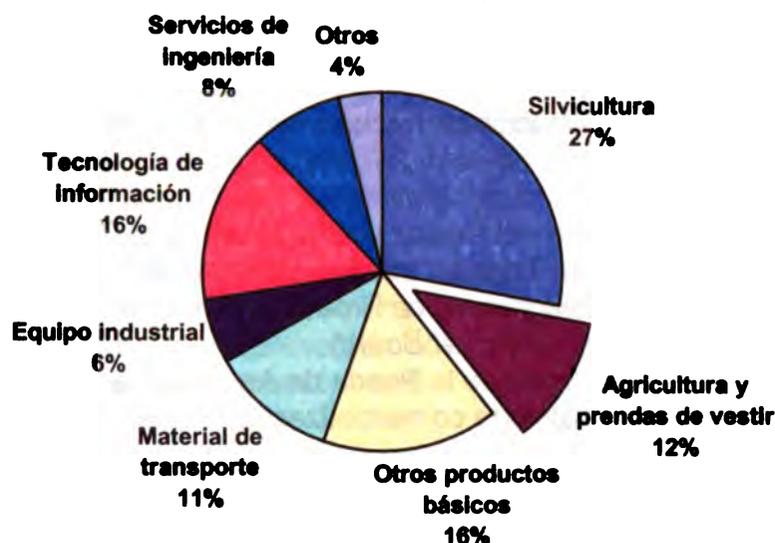
cuya propiedad corresponde totalmente al Estado. Esta Corporación, como organismo oficial de crédito a la exportación, está autorizada a obtener, conceder y garantizar préstamos, a concertar contratos de seguro a las exportaciones y a las inversiones extranjeras y a garantizar las transacciones de exportación.

La Corporación maneja dos cuentas separadas: la cuenta de la empresa y la cuenta del Gobierno. La cuenta de la empresa o de la Corporación, funciona mediante la autofinanciación y tiene por objetivo ofrecer recursos financieros en condiciones de mercado. La cuenta del Gobierno se utiliza para apoyar transacciones comerciales que el Gobierno Federal considera que son de interés nacional porque la Corporación no puede apoyarlas con su propia cuenta por razones tales como el volumen de la transacción o el riesgo que entraña el país en cuestión.

De acuerdo con los datos disponibles en la OMC, de 1996 a 1997 el monto desembolsado por concepto de créditos, seguros y garantías a la exportación por parte del Canadá llegó a \$26 mil millones, con un incremento del 30%. Las exportaciones apoyadas por la Corporación equivalen al 10% de las exportaciones FOB del Canadá para 1997. La estructura de la ayuda de la Corporación consistió en seguros de corto plazo (71%), financiación directa de las exportaciones (19%) y seguros y garantías de corto plazo (10%). Un 57% de la asistencia prestada por la Corporación se destinó a las exportaciones dirigidas a Estados Unidos, México y el Caribe.

En la Fig. 7 se observa la estructura de la asistencia de la Corporación por sector económico. A los productos de origen agropecuario se destinó el 11.5% de la asistencia a las exportaciones.

Fig. 7
Canadá: Estructura de la asistencia a la exportación ofrecida por la
Corporación de Fomento de las Exportaciones. 1997



EMPRESAS COMERCIALES DEL ESTADO

El Gobierno Federal y los Gobiernos de las Provincias participan de diversas formas en el comercio de productos agroalimentarios. La forma más habitual es el establecimiento de Juntas o Agencias de Comercialización, ya sea de tipo federal o provincial. Algunas de ellas califican, de acuerdo con la nomenclatura de la OMC, como "Empresas Comerciales del Estado", ECE (*State Trading Enterprises*).

Las ECE son aquellas empresas privadas o públicas a las cuales el Estado les ha concedido derechos y atribuciones especiales y/o exclusivas, tales como el monopolio del comercio exterior y/o interior, y el subsidio parcial o completo de sus operaciones. Las actividades de esas empresas afectan los flujos de comercio, al incidir sobre el precio de los productos transados.

Las actividades de las ECE son analizadas y discutidas profundamente en el marco de la negociaciones multilaterales de la OMC. Para algunos especialistas, el Art. XVII del GATT de 1994 no especifica la forma como los países miembros deben operar ese tipo de empresas, principalmente debido al amparo de nuevos acuerdos y de la tendencia generalizada hacia la desregulación, y a la vigencia de leyes que promueven la competencia. Las preocupaciones se centran alrededor de la posibilidad de que esas empresas distorsionen el comercio de productos agropecuarios (CAC 1999).

El apoyo a la producción, la maximización de los ingresos de los productores y la estabilización de los precios y la oferta al consumidor, forman parte de los objetivos de política que se persiguen mediante el funcionamiento de las ECE.

Para ello, el Gobierno de Canadá ha diseñado a lo largo del tiempo una serie de instrumentos de política que son ejecutados por las ECE. Entre éstos se cuentan: el pago de subsidios a la producción, la sustentación de precios, los acuerdos de liquidación y cuentas mancomunadas, monopsonios de compra y monopolios de exportación, etc. Como se ve, se utilizan indistintamente tanto apoyos a la producción como a la comercialización.

De acuerdo con sus notificaciones hechas en 1999 a la OMC, las ECE que existen en Canadá son:

- La Comisión Canadiense del Sector Lácteo (*Canadian Dairy Commission*)
- La Junta Canadiense del Trigo (*Canadian Wheat Board*)
- La Junta de Comercialización de los Productores de Frijoles de Ontario (*Ontario Bean Producer's Market Board*)
- La Corporación Canadiense de la Pesca de Agua Dulce
- 10 organismos provinciales de comercialización de bebidas alcohólicas.

Comisión Canadiense del Sector Lácteo (CCL)

La CCL es una empresa pública federal, establecida mediante la Ley de la Comisión Canadiense del Sector Lácteo de 1966. Reporta directamente al Parlamento canadiense por medio del Ministro de Agricultura y del Sector Agroalimentario. La CCL está facultada para comprar, envasar, elaborar, almacenar, expedir, asegurar, importar, exportar o eliminar todos los productos lácteos que compre.

Como se describió en el Capítulo III, la CCL tiene facultades para incidir sobre la producción, con subsidios directos mediante la sustentación de precios, fijación de precios para la leche industrial y cuotas máximas de producción. Las juntas de comercialización asociadas a la CCL repercuten sobre el comercio doméstico al regular el comercio intraprovincial. Asimismo, afecta el comercio internacional al facilitar leche para la fabricación de productos lácteos para la exportación con precios diferenciados por mercado. La CCL es la única adjudicataria de los contingentes arancelarios de importación de mantequilla.

Junta Canadiense del Trigo (JCT)

La JCT es la Empresa de Comercio del Estado más grande del mundo, con ventas anuales de US\$5 mil millones, superiores incluso a las de la Junta de Productos Lácteos de Nueva Zelanda. Fue creada en 1935, con el objetivo de maximizar los ingresos de los agricultores y ordenar las transacciones interprovinciales y de exportación de los cereales cultivados en Canadá. Aunque inició sus funciones como una empresa pública federal, está siendo reestructurada en forma de empresa mixta, con participación en su consejo directivo de los agricultores.

La JCT tiene facultades para comprar, recibir, almacenar, transferir, vender, expedir o disponer de otra manera el trigo y la cebada de la zona "designada", que comprende Alberta, la región del río Peace de Columbia Británica, Manitoba y Saskatchewan.

La JCT no controla directamente la oferta, pero actúa como comprador único en la zona designada. La JCT administra un sistema de liquidación de precios de compra del trigo, en el cual fija los precios iniciales al productor. Una vez que el trigo ha sido vendido, procede a liquidar su pago a los agricultores. El Gobierno de Canadá garantiza todo déficit mancomunado de la JCT que puede ocurrir cuando los ingresos finales de la cuenta mancomunada son inferiores a los pagos iniciales más los gastos de funcionamiento y los costos de administración. Los déficits mancomunados representan sólo un 1.1 por ciento del total de las ventas de cereal, desde que empezó a operar el programa.

La JCT actúa como un monopolio de exportación del trigo y la cebada. En sus operaciones de exportación, la JCT efectúa sus ventas directamente o mediante exportadores acreditados. Los exportadores de regiones donde no está presente la JCT deben obtener una licencia de exportación expedida por ésta.

La Junta de Comercialización de los Productores de Frijoles de Ontario

Esta Junta se encarga de comercializar la producción de frijoles blancos de la provincia de Ontario. Sus funciones de agencia de comercialización y fondo mancomunado para la liquidación se iniciaron en 1967. La producción de frijol blanco en Ontario representa el 50% de la producción total de Canadá. Un 80% de ésta es exportada por la Junta.

Su mecanismo de operación es similar al de las otras Juntas de Comercialización estudiadas. Consiste en la operación de una cuenta mancomunada, de la cual se le hace al productor un pago inicial por la compra del frijol. Luego se inicia el proceso de comercialización, que incluye la limpieza, secado, almacenamiento, transporte y venta. Los ingresos por la ventas se consolidan; los productores reciben un pago intermedio y otro final, de acuerdo con el valor de venta menos los costos de operación y los pagos iniciales.

Juntas de Comercialización para Productos Avícolas

Con base en la Ley de Agencias de Productos Agrícolas (*Farm Products Agencies Act*) y la Ley de Comercialización de Productos Agrícolas (*Agricultural Products Marketing Act*), se han establecido cuatro agencias de comercialización para los productos pecuarios cuya oferta está regulada²⁰.

²⁰ Con la excepción de los productos lácteos, que tienen su propio organismo de comercialización.

Esas agencias son:

La Agencia Canadiense de Comercialización del Huevo (*Canadian Egg Marketing Agency*)

La Agencia Canadiense de Comercialización de Pavo (*Canadian Turkey Marketing Agency*)

La Asociación de Productores de Pollo del Canadá (*Chicken Farmers of Canada*)

La Agencia Canadiense de Comercialización de Huevos Fértiles (*Canadian Broiler Hatching Egg Marketing Agency*)

La labor de estas agencias es fiscalizada por el Consejo Nacional de Productos Agropecuarios (*National Farm Products Council*), un organismo federal descentralizado adscrito al Ministerio de Agricultura.

Las agencias en cuestión tienen capacidad por ley para regular la oferta de los productos avícolas, mediante cuotas y licencias de producción, cuotas de mercado, control del comercio interprovincial e internacional, control de calidad, fijación de precios y cobro de impuestos para su funcionamiento. Asimismo, pueden involucrarse en la promoción del comercio y el consumo de los productos mencionados.

ORGANIZACIÓN PARA LAS NEGOCIACIONES COMERCIALES INTERNACIONALES

Las negociaciones comerciales internacionales son responsabilidad del Ministerio de Asuntos Extranjeros y Comercio Internacional. En el caso de los productos agroalimentarios, las negociaciones son realizadas junto con el Ministerio de Agricultura.

Las premisas bajo las que se llevan a cabo todas las negociaciones comerciales son la transparencia y el beneficio para todos los canadienses. Una vez que se vislumbra una negociación comercial, el Gobierno llama a consultas por diferentes medios de comunicación. De esa manera, la sociedad civil tiene la oportunidad de expresar sus inquietudes acerca de las negociaciones comerciales.

Actualmente, el Gobierno de Canadá, por medio de diferentes mecanismos, busca opiniones sobre las siguientes negociaciones en curso:

- Tratado de Libre Comercio Canadá-Costa Rica
- Tratado de Libre Comercio Canadá-CA4 (El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua)
- Negociaciones sobre Comercio de Servicios en el marco de la OMC
- Posibles negociaciones para el establecimiento de un tratado de libre comercio entre Canadá y Singapur

- Negociaciones Agrícolas de la OMC
- Panel de la OMC sobre Aviación entre Canadá y Brasil: posible adopción de medidas compensatorias
- Propuesta canadiense para una mayor transparencia en la OMC
- Prioridades sobre acceso a mercados
- Evaluación del Impacto Ambiental dentro de las negociaciones comerciales
- Barreras técnicas al comercio en el marco de la OMC
- El Area de Libre Comercio de las Américas

El sector privado canadiense tiene una amplia participación en la preparación y el seguimiento de las negociaciones. El mecanismo de consulta y participación más utilizado es el Grupo Consultivo Sectorial para el Comercio Internacional (*Sectorial Advisory Group on International Trade*), creado en 1986. En el caso específico del sector agroalimentario, se ha constituido el *Agriculture, Food and Beverage Sectorial Advisory Group on International Trade (AGRICULTURE SAGIT)*, cuya función es asegurar que el punto de vista de los gremios sea tomado en cuenta a la hora de la definición de políticas y de negociaciones internacionales comerciales. Este grupo está constituido por representantes tanto del área de productos primarios como de productos de alto valor agregado. La comunicación entre el Gobierno Federal y el SAGIT es de dos vías y estrictamente confidencial. Los miembros del SAGIT son nombrados por el Gobierno en consulta con los gremios.²¹

Finalmente, cabe destacar que por las características del sistema parlamentario del Gobierno de Canadá, donde el líder del partido mayoritario en la Casa de los Comunes ejerce el cargo de Primer Ministro, permite una aprobación expedita de los Tratados de Libre Comercio firmados por el Poder Ejecutivo.

PARTICIPACIÓN DE CANADÁ EN LA OMC, EL ALCA Y OTROS PROCESOS DE INTEGRACIÓN

Canadá considera que el aumento de las corrientes de comercio y de inversión son un elemento clave de su estrategia de desarrollo económico, tanto por su potencial para impulsar el crecimiento como por su capacidad para crear empleo y diversificar los mercados.

El país ha adoptado, en relación con el comercio internacional y las inversiones, una política de enfoque múltiple, en la que se pretende que los acuerdos multilaterales, regionales y bilaterales se refuercen entre sí. El objetivo último de Canadá es que los bienes, los servicios y las inversiones crucen libremente las fronteras nacionales en todo el mundo.

²¹ *Agriculture, Food and Beverage Sectorial Advisory Group on International Trade - AGRICULTURE SAGIT* <http://ats-sea.agr.ca/public/htmldocs/e0013.htm>

Organización Mundial de Comercio (OMC)

Canadá es miembro fundador de la OMC. La Ley de Aplicación del Acuerdo sobre la OMC incorpora dicho Acuerdo al ordenamiento jurídico canadiense.

Canadá es un miembro activo y líder dentro de la OMC. El Gobierno ha manifestado que un sistema multilateral eficaz en el que participen todos los países y que comprenda disciplinas concernientes tanto al comercio como a las inversiones, es de capital importancia para lograr un crecimiento económico estable y constituye el medio óptimo de lograr un entorno internacional seguro y equitativo para las empresas canadienses que operan en el extranjero y para atraer inversiones extranjeras a Canadá.

En lo concerniente a las actuales negociaciones de la OMC sobre la Agricultura, el enfoque global de Canadá busca:

La eliminación de las subvenciones a la exportación.

La mayor reducción posible de los apoyos a la producción que tienen efectos de distorsión del comercio.

Mejoras reales y sustanciales del acceso a los mercados para todos los productos agroalimentarios.

Canadá reconoce los avances logrados en la Ronda Uruguay, específicamente la conversión de las medidas no arancelarias en aranceles, la aceptación del concepto de acceso mínimo con el establecimiento de contingentes arancelarios, las consolidaciones generales y las reducciones arancelarias para todos los productos.

Sin embargo, a su juicio, luego del período de reforma continuaron dándose importantes disparidades en las condiciones de acceso a los mercados, entre los miembros de la OMC y entre los diversos productos. Por ejemplo, productos cuyo uso final es el mismo, tienen aranceles muy diferentes (maíz y cebada forrajera, por ejemplo) . Asimismo, la progresividad arancelaria, adoptada por la mayoría de los miembros, hace que se apliquen aranceles más elevados a un producto elaborado que al mismo producto sin elaborar (aceites vs semillas oleaginosas). Del mismo modo, en cuanto a los contingentes arancelarios, los volúmenes son, en algunos casos, inferiores a los objetivos establecidos en la Ronda Uruguay; los aranceles dentro del contingente suelen constituir un obstáculo importante para el acceso a mercados y los procedimientos de administración de los contingentes contribuyen frecuentemente a limitar el acceso.

Frente a esa situación, Canadá propone un mayor acceso a mercados mediante la acción en tres niveles: a) productos que tienen un solo arancel; b) productos con aranceles en dos etapas (dentro y fuera del contingente); c) administración de los contingentes arancelarios (Recuadro 2).

En cuanto a la ayuda interna, Canadá comparte la propuesta del Grupo Cairns de:

Reducir al máximo o eliminar la ayuda que cause distorsión a la producción y el comercio, incluida la ayuda concedida en el marco de los denominados programas de limitación de la producción o caja azul.

Establecer un límite general al monto de la ayuda interna de todo tipo (caja verde, azul o ámbar).

Revisar los criterios aplicados en la caja verde para asegurar que la ayuda concedida en esa categoría no cause distorsión de la producción y el comercio.

Sobre su relación con los países en desarrollo, Canadá manifiesta que su objetivo en esta ronda de negociaciones es lograr mejoras sustanciales en el acceso a los mercados para todos los productos agroalimentarios y en todos los mercados. Sin embargo, reconoce que es necesario brindar un trato especial y diferenciado, así como prestar asistencia técnica y de creación de capacidad, para ayudar a los países en desarrollo a su ajuste a un sistema multilateral de comercio abierto y basado en normas que se aplican por igual a todos.

Recuadro 2

Canadá: Propuesta de acceso a mercados en las negociaciones de la OMC sobre la Agricultura

Aranceles en una etapa

Para las líneas arancelarias con respecto a las que existe un arancel en una etapa, se debería aplicar una reducción basada en una fórmula que dé lugar a una disminución sustancial de los aranceles y a una mayor armonización de los niveles arancelarios. Debería suprimirse la progresividad arancelaria entre la forma primaria y la forma elaborada de un mismo producto. Todo arancel en una etapa para la cual el derecho consolidado final sea superior a un determinado valor de umbral, debería convertirse en un arancel de dos etapas, con un determinado nivel de acceso en franquicia arancelaria dentro del contingente.

Aranceles en dos etapas y contingentes arancelarios

A fin de mantener el derecho de los miembros a establecer contingentes arancelarios, se debería exigir:

Que se eliminen los aranceles dentro del contingente.

Ampliar el volumen de todos los contingentes arancelarios para garantizar que se logre al menos un nivel mínimo común, expresado como porcentaje del consumo corriente de un determinado producto en un período reciente.

Reducir los aranceles fuera del contingente

Administración de contingentes arancelarios

Las normas mejoradas deben garantizar que los contingentes se administren de tal forma que no impidan una plena utilización de las oportunidades de acceso a los mercados. Las prácticas administrativas tales como la limitación del volumen de las asignaciones de licencias, la limitación del período de vigencia de las licencias de importación o las asignaciones a determinados países proveedores, deben examinarse detenidamente, para asegurar que puedan utilizarse plenamente las oportunidades de mercado.

Fuente: OMC, Comité de Agricultura G/AG/NG/W/12, 2000.

Canadá estima que el sistema de solución de diferencias de la OMC es uno de los logros más importantes de la Ronda Uruguay. Considera que este sistema continúa siendo eficiente, aunque como Parte haya sido consultado frecuentemente. Afirma que espera seguir utilizándolo, como Parte afectada, en la medida en que sus exportadores se enfrenten con obstáculos incompatibles a los Acuerdos de la OMC o cuando estén en juego cuestiones sistémicas de la propia OMC.

Entre los asuntos de la OMC en materia de productos agroalimentarios, relacionados con diferencias que afectan a Canadá, en los cuales se han solicitado consultas y/o constituido grupos especiales, se destacan los casos mencionados en el Cuadro 18.

Cuadro 18
Canadá: Utilización del sistema de solución de diferencias de la OMC. Casos del sector agroalimentario

Tema	Contra/Planteado por	Medidas adoptadas	Documento OMC
Medidas que afectan la importación de leche y la exportación de productos lácteos	Canadá/EE.UU . Nueva Zelandia	Solicitud de consultas por Estados Unidos y Nueva Zelandia, a las que se asocian Australia y Japón Solicitud de un grupo especial por EE.UU y Nueva Zelandia 1997	WT/DS103/1-5
Derechos aplicados a la importación de cereales	UE/Canadá	Solicitud de consultas; establecimiento de un grupo especial; logro de una solución provisional 1995	WT/9/1
Medidas que afectan a la carne y a los productos cárnicos (hormonas)	UE/Canadá, EE.UU	Solicitud de consultas; establecimiento de grupos especiales; distribución de informes; apelación de los informes; adopción del informe del Organó de Apelación; nombramiento de un árbitro; cumplimiento por la UE en un plazo de 15 meses a partir de febrero, 1998	WT/DS48/R/CAN
Restricciones cuantitativas a la importación de productos agrícolas, textiles e industriales	India/Australia, Canadá, UE, Nueva Zelandia, Suiza y EE.UU	Solicitud de consultas; logra de una solución mutuamente convenida entre Canadá y la India 1998	WT/DS92/1-8
Medidas que afectan las importaciones de ganado bovino, porcino y de cereales	UE/Canadá	Solicitud de consultas 1998	WT/DS144/1

Fuente: OMC 2000

Área de Libre Comercio de las Américas (ALCA)

Canadá participa con gran entusiasmo y, sobre todo, con liderazgo en el proceso para el establecimiento del Área de Libre Comercio para las Américas. Canadá ha sido partidario del esquema de negociación actual, en el cual el ALCA debe coexistir con los acuerdos preferenciales actuales, tales como el TLCAN, y que los países podrían negociar sobre el ALCA individualmente o como partes en tales acuerdos.

Luego del lanzamiento de las negociaciones del ALCA, en abril de 1988, Canadá asumió la presidencia del Comité de Negociaciones Comerciales por un período de 18 meses. Durante ese período se avanzó en establecer la infraestructura institucional para las negociaciones; hubo progresos significativos en las negociaciones en donde se destaca el establecimiento del paquete de facilitación de negocios; se definió una guía clara y precisa del rumbo de las negociaciones y se envió un mensaje directo a la OMC sobre la importancia de la eliminación de las subvenciones a la exportación de productos agropecuarios.

La firma del Tratado de Libre Comercio con Chile, y las negociaciones con Costa Rica y el CA-4, forman parte de la estrategia de construir el ALCA con base en los acuerdos regionales previamente firmados por Canadá. Asimismo, como parte de sus negociaciones en el marco del ALCA, Canadá ha presentado al Mercosur una propuesta referida a un acuerdo sobre cooperación en materia de comercio e inversiones. En virtud de ese acuerdo, se ha establecido una agenda para que Canadá y el Mercosur colaboren en relación con los programas de trabajo del ALCA, de la OMC y del Grupo Cairns. Dicho acuerdo se firmó en junio de 1998.

Aún excluyendo a los socios actuales del TLCAN, el resto de los países del ALCA representan un mercado de más de \$4 mil millones en exportaciones, y la recepción de \$45 mil millones en Inversión Extranjera Directa del Canadá.

El Grupo Cairns²²

Esta denominación se refiere al grupo de países exportadores netos de productos agroalimentarios, fundado en la ciudad de Cairns, Queensland, Australia, en agosto de 1986. Ese grupo, al momento de su establecimiento, concentraba el 25% de las exportaciones agroalimentarias del mundo. El objetivo inmediato, luego de su fundación, era la inclusión del tema agrícola dentro de la Octava Ronda de Negociaciones Multilaterales (Ronda Uruguay), lo cual logró con el apoyo de EE.UU.

²² Más información en www.cairnsgroup.org

Actualmente, el grupo engloba a 18 países (Cuadro 19), entre ellos Costa Rica y Guatemala; su participación en las exportaciones mundiales agroalimentarias es del 30%.

Cuadro 19
Miembros del Grupo Cairns

1. Argentina	7. Colombia	13. Nueva Zelanda
2. Australia	8. Costa Rica	14. Paraguay
3. Bolivia	9. Fiji	15. Filipinas
4. Brasil	10. Guatemala	16. Sudáfrica
5. Canadá	11. Indonesia	17. Tailandia
6. Chile	12. Malasia	18. Uruguay

Fuente: Grupo Cairns, 2001

El Grupo Cairns aspira a lograr en la OMC una acelerada apertura de mercados, a la eliminación completa de las subvenciones a la exportación y a la reducción o eliminación de todas las medidas que distorsionen el comercio agropecuario.

Canadá es miembro fundador del Grupo Cairns. Su motivación principal para formar parte de él es la apertura de los mercados para sus principales productos de exportación y la lucha en contra de la subvención de las exportaciones de alimentos. En el momento de la fundación del Grupo Cairns, Canadá tenía una guerra comercial con la UE y EE.UU. por el tema de las subvenciones a las exportaciones que, si era combatido, podría tener repercusiones negativas para el fisco canadiense.

No obstante, su inclusión en el Grupo cuestionaba su política de apoyos a la producción de los productos para consumo doméstico cuya oferta está regulada: lácteos y avícolas. De ahí que Canadá haya sido prudente en dividir claramente sus posiciones en cuanto a las subvenciones a la exportación y las medidas de política eminentemente internas.

Esa prudencia se refleja en las últimas posiciones de Canadá en las negociaciones de la OMC sobre el tema de apoyos internos, en las cuales ha disentido ligeramente de la propuesta global del Grupo.

Acuerdos regionales y bilaterales

Tratado de Libre Comercio Canadá – Estados Unidos (CUSFTA)

Una de las prioridades de la política económica y comercial de Canadá es la gestión de su proceso de integración con Estados Unidos, su principal socio comercial. Esta es una condición imperativa de la cual depende, en buena medida, su desarrollo económico. El proceso de integración económica entre ambos países, iniciado hace más de tres décadas con la suscripción del Acuerdo sobre el Automóvil, y que ha evolucionado en el CUSFTA y en el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), condujo a una de las

relaciones económicas más complejas y de mayor envergadura entre dos socios comerciales en el mundo.

En 1999, Estados Unidos recibió el 87% de las exportaciones canadienses y suplió el 67% de sus importaciones. En materia de productos de origen agropecuario, Estados Unidos recibió el 61% de las exportaciones y envió el 62% de las importaciones.

En las corrientes bilaterales entre Estados Unidos y Canadá no hubo prácticamente problemas, salvo en productos del sector agroalimentario y forestal, como las maderas blandas para la construcción, el trigo y otros cereales y los productos cuya oferta está regulada (lácteos y avícolas).

En enero de 1998, prácticamente el 100% de todos los productos agropecuarios gozaban de franquicia arancelaria en ambos países. La excepciones son los contingentes arancelarios impuestos por Canadá para productos lácteos, huevos y carne de aves y, en el caso de las exportaciones canadienses a Estados Unidos, los contingentes en lácteos, azúcar, maní y algodón.

Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN)

El Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) entró en vigor el 1 de enero de 1994. Este tratado está compuesto por tres acuerdos bilaterales: entre Estados Unidos y Canadá; entre Estados Unidos y México; entre Canadá y México. El TLCAN incorpora el Tratado de Libre Comercio entre Canadá y Estados Unidos (CFTA), que entró en vigencia en 1989.

Como ya se explicó, México y Canadá firmaron por separado un acuerdo para el acceso a mercados de los productos agroalimentarios. Con base en dicho acuerdo, a partir del 1° de enero del 2003, todos los bienes de origen agropecuario de los tres países gozarán de franquicia arancelaria, con la excepción, claro está, de los lácteos, los huevos y la carne de aves.

Tratado de Libre Comercio entre Canadá y Chile²³

El Tratado de Libre Comercio entre Canadá y Chile (TLCCC) se firmó el 5 de diciembre de 1996 y entró en vigor el 5 de julio de 1997. El TLCCC toma como base el modelo del TLCAN, especialmente en lo que se refiere a su estructura, ámbito de aplicación y modalidades de administración aduanera, en particular en materia de normas de origen. El Tratado incluye el comercio de bienes y servicios, las inversiones, la solución de diferencias y comprende dos acuerdos paralelos sobre cooperación ambiental y laboral.

Sobre la eliminación de los aranceles, el Tratado abarca todo el comercio de productos industriales (capítulos 25 al 97 del SA) y la mayor parte del comercio

²³ Para mayores detalles consultar: <http://www.dfait-maeci.gc.ca/tna-nac/cda-chile>

de productos agroalimentarios (01 al 24 del SA). (La sigla SA corresponde al Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías, de la Organización Mundial de Aduanas). Con la puesta en vigor del TLCCC se eliminaron los aranceles aplicables a la mayoría de las mercancías originarias de cualesquiera de las partes, al tiempo que los aplicables a algunos productos industriales y obtenidos de la explotación de recursos naturales debían eliminarse gradualmente en un plazo máximo de seis años.

Con respecto a los productos agroalimentarios, quedaron fuera de la eliminación de aranceles los productos cuya oferta está regulada en Canadá, a saber: lácteos, carne de aves y huevos. No obstante, Chile disfruta de franquicia arancelaria para la mayor parte de los contingentes arancelarios de leche y huevos. Asimismo, existe un grupo de productos para los cuales la eliminación de aranceles se hace en forma progresiva, de acuerdo con diferentes períodos de desgravación que abarcan hasta seis años²⁴ (Recuadro 3).

Tratado de Libre Comercio entre Canadá e Israel

El Tratado de Libre Comercio entre Canadá e Israel (TLCCI) se firmó el 31 de julio de 1996 y entró en vigor el 1 de enero de 1997; abarca todos los productos industriales y agroalimentarios. Con la entrada en vigor del Tratado se suprimieron los derechos de aduana para todos los productos industriales, con la excepción de la caseína, las albúminas y los productos relacionados con ellas.

En el caso de los productos agroalimentarios, el Tratado incluye concesiones específicas en forma de aranceles preferenciales y/o contingentes arancelarios, que se aplican a aproximadamente el 80% del comercio de estos productos entre ambos países. Como en el caso del TLCCC, quedan excluidos de la eliminación de aranceles los productos lácteos y avícolas.

El acuerdo establece que las obligaciones en materia de normas técnicas, sanitarias y fitosanitarias, contratación pública, subvenciones y medidas compensatorias, medidas *antidumping* y cuestiones relacionadas con la balanza de pagos y la propiedad intelectual, se regirán por lo dispuesto por la OMC.

²⁴ Usualmente los períodos de desgravación del TLCCC para Canadá son de dos, cuatro, cinco y seis años, según el producto.

Recuadro 3
TLC Canadá-Chile: Productos agroalimentarios de Chile incluidos en el programa de desgravación

- Flores frescas como rosas, crisantemos y claveles
- Hortalizas frescas como tomate para procesar, cebollas, pepinos, hongos; algunos vegetales congelados como espárragos, brócoli, coliflor; coles de bruselas, zanahorias y hongos
- Pepinillos en conserva
- Cebollas, hongos y mezclas de vegetales deshidratados
- Frutas como peras, duraznos, cerezas, melocotones, nectarinas, ciruelas, fresas y otras berries
- Manzanas secas
- Trigo y productos de la molinería
- Goma de mascar; confites con licor
- Pastas
- Alimentos a base de cereales
- Pan y galletas
- Tomates, hongos y espárragos procesados
- Jaleas y mermeladas
- Pulpas de pera, duraznos y cerezas
- Jugos de tomate, manzana, ciruelas, uva y vegetales; levaduras; salsas de tomate
- Sopas
- Siropes
- Vinos



V. ANÁLISIS DEL COMERCIO DE PRODUCTOS DE ORIGEN AGROPECUARIO, FORESTAL Y PESQUERO ENTRE CANADÁ Y CENTROAMÉRICA

El análisis del comercio entre Canadá y los países del Istmo Centroamericano cubierto en esta sección incluye los productos comprendidos en los capítulos del 01 al 24, 41, 42, 44, 47, 48, 50, 51 y 52 del Sistema Arancelario Centroamericano. Estos son: Animales vivos y productos del reino animal; productos del reino vegetal; grasas, ceras y aceites animales o vegetales; productos de las industrias alimentarias; pieles y cueros; madera, carbón vegetal y manufacturas de madera; pasta de madera; papel o cartón y sus aplicaciones; seda; lana y pelo fino u ordinario; y algodón.

La información fue obtenida de la base de datos de la Secretaría del Tratado General de Integración Económica Centroamericana (SIECA). Esta incluye el volumen y el valor del comercio de los cinco países miembros del MCCA (Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua) con Canadá, para las líneas arancelarias a ocho dígitos de los capítulos del Sistema Arancelario Centroamericano descritos en el párrafo anterior. La información se complementó con la obtenida de la base de datos *Strategis* proporcionada por el Ministerio de Industria de Canadá, para el caso del comercio con Panamá y Belice.

Los objetivos de este Capítulo son determinar los montos y el comportamiento de los productos agroalimentarios y forestales que se transan con Canadá desde y hacia el istmo centroamericano y, con base en las condiciones de la producción agroalimentaria, el comercio actual y las características del consumidor canadiense, establecer de manera general, cuáles productos de la región tendrían mayores oportunidades comerciales en dicho país.

COMERCIO DE CANADA CON EL MERCADO COMÚN CENTROAMERICANO (MCCA)

Durante el período 94-99, la balanza comercial de productos de origen agropecuario, forestal y pesquero entre el MCCA y Canadá se ha mantenido prácticamente equilibrada, con un pequeño saldo de US\$3.6 millones a favor de Canadá.

El comercio (exportaciones + importaciones) de este grupo de productos entre Canadá y el MCCA es bastante dinámico, pues crece a una tasa promedio anual del 15.6% durante el período citado. Incluso, el comportamiento tanto de las exportaciones como de las importaciones es similar, al crecer un 13.8% y un 15.8% respectivamente. Este dinamismo es acompañado con una variabilidad considerable, pues son comunes los altibajos, de un año a otro, de los montos transados (Cuadro 20).

Cuadro 20
MCCA: Exportaciones, importaciones, y balanza comercial con Canadá de productos de origen agropecuario, forestal y pesquero. 1994-1999
US\$

	94	95	96	97	98	99	Promedio
A. Exportaciones	47 593 819	64 696 736	89 321 555	119 307 446	134 002 079	76 342 838	88 544 079
B. Importaciones	56 814 375	68 875 277	94 093 609	100 153 015	91 392 162	141 503 574	92 138 669
C. Comercio total (A+B)	104 408 194	133 572 013	183 415 164	219 460 461	225 394 241	217 846 412	180 682 748
D. Balanza (A - B)	-9 220 556	-4 178 541	-4 772 054	19 154 431	42 609 917	-65 160 736	-3 594 590

Fuente: Elaboración propia, con base en SIECA 2001

En efecto, durante los años 97 y 98, la balanza comercial fue favorable en gran medida al MCCA (US\$19.1 y US\$ 42.6 millones respectivamente). No obstante, en el año 99, la balanza comercial favoreció a Canadá en US\$65.2 millones, puesto que las exportaciones del MCCA disminuyen sensiblemente, por la baja en el café y la reducción en las exportaciones de azúcar, productos del mar y productos animales no aptos para la alimentación humana; en tanto que las importaciones procedentes de Canadá aumentan en gran medida, debido principalmente a mayores compras de trigo.

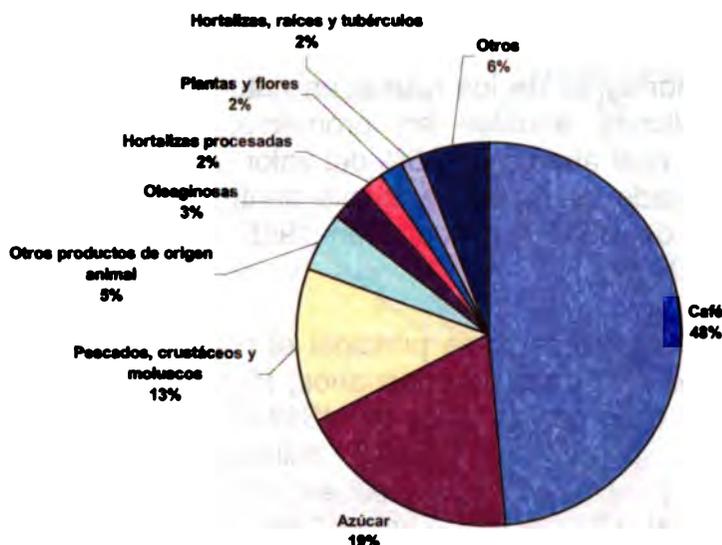
Exportaciones del MCCA a Canadá de productos de origen agropecuario, forestal y pesquero²⁵.

Durante el período en estudio, las exportaciones del MCCA a Canadá fueron en su mayoría productos considerados tradicionales. El café y el azúcar, con un 48% y un 19%, constituyen los principales envíos. En orden de importancia, le siguen los pescados, crustáceos y moluscos, con un 13%, y otros productos de origen animal no aptos para la alimentación humana con un 5% (Fig. 8).

En el cuadro 21, se incluyen las exportaciones a Canadá de productos de origen agropecuario, pesquero y forestal por parte de cada país del MCCA, durante el período 94-99. El principal exportador es Costa Rica al exportar en promedio US\$36.8 millones. El café, con una participación del 30%, es el principal producto exportado, seguido del pescado seco, ahumado, salado o en salmuera (18%), productos de pescado o moluscos no aptos para la alimentación humana (10.5%), azúcar (4%) y palmito (4%).

²⁵ En los cuadros A1, A2, A3, A4 y A5 del Anexo Estadístico se presentan los 10 principales productos de exportación de origen agropecuario, forestal y pesquero, por parte de cada país del MCCA a Canadá, durante el período 94-99.

Fig. 8
MCCA: Estructura de las exportaciones de productos de origen agropecuario, forestal y pesquero al Canadá. 1994-1999



Cuadro 21
MCCA: Exportaciones a Canadá de productos de origen agropecuario, forestal y pesquero. 1994-1999
US\$

País	94	95	96	97	98	99	Promedio
Costa Rica	18 700 799	20 353 028	39 168 689	51 879 618	65 328 452	25 359 673	36 798 377
El Salvador	13 091 845	16 098 738	5 183 401	11 208 094	4 645 138	9 149 727	9 896 157
Guatemala	11 683 754	20 143 395	34 986 629	48 895 812	52 412 683	33 749 689	33 645 327
Honduras	3 874 646	7 397 615	7 435 438	4 704 667	2 788 980	1 582 987	4 630 389
Nicaragua	242 775	703 960	2 547 398	2 619 255	8 828 826	6 500 762	3 573 829
Total	47 593 819	64 696 736	89 321 555	119 307 446	134 002 079	76 342 838	88 544 079

Fuente: Elaboración propia, con base en SIECA, 2001

Debe señalarse que de 1998 a 1999 el valor de las exportaciones costarricenses a Canadá cayó un 38%; pasó de US\$65.5 millones a US\$25.4 millones. Ese descenso se explica por la eliminación casi absoluta de los envíos de pescado seco, ahumado, salado o en salmuera y de productos animales no aptos para la alimentación humana.

Por su parte, Guatemala, durante el período 94-99, exportó en promedio US\$33.6 millones, monto similar al de las exportaciones en 1999 que fue de US\$33.7 millones. Los principales productos exportados durante el período fueron: café (47%), azúcar (43%) y ajonjolí (6.7%).

En el caso de El Salvador, las exportaciones anuales a Canadá durante el período 94-99 fueron en promedio US\$9.9 millones. Estas estuvieron compuestas, en su mayoría, por café (90%) y azúcar (4%). Durante 1999, el valor de las exportaciones del grupo de productos en estudio alcanzó los US\$9.1 millones.

Las exportaciones de Honduras de los rubros en estudio, en el período 94-99 fueron de US\$4.6 millones anuales en promedio, y fueron compuestas básicamente de café, el cual abarca un 95% del valor exportado. Los envíos a Canadá se han comportado de manera variable dentro del período analizado. Llegaron a un máximo de US\$7.4 millones en 1995 y 1996, pero cayeron a US\$1.5 millones en 1999.

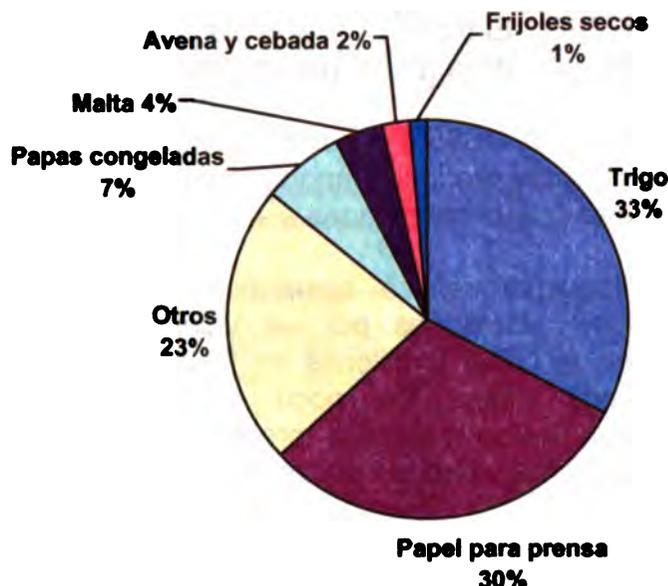
Nicaragua presenta como característica principal el crecimiento vertiginoso de sus envíos a Canadá de productos agropecuarios, forestales y pesqueros. En 1994 sus exportaciones eran por un valor de US\$242 775, mientras que para 1997 y 1998 llegaron a ser de US\$8.8 millones y US\$6.5 millones, respectivamente. Los principales productos exportados durante el período fueron: café (73.3%), maní (11.3%), camarones (7.8%) y puros (1.9%).

Importaciones del MCCA provenientes de Canadá de productos de origen agropecuario, forestal y pesquero²⁶

En cuanto a las importaciones que realiza el MCCA desde Canadá, éstas se concentran en trigo (33%) y papel para prensa (30%). Luego se ubican las papas congeladas (7%), malta, avena y cebada (6%), y una serie de productos, entre los que se encuentran los frijoles secos, el aceite de colza, las preparaciones a base de lácteos y las grasas animales (Fig. 9).

²⁶ En los cuadros A6, A7, A8, A9 y A10 del Anexo Estadístico se presentan los 10 principales productos de importación de origen agropecuario, forestal y pesquero, de cada país del MCCA provenientes de Canadá, durante el período 94-99

Fig 9.
MCCA: Estructura de las Importaciones de productos de origen agropecuario, forestal y pesquero provenientes de Canadá. 1994-1999



En lo que concierne a la distribución por país, en el Cuadro 22 pueden observarse, las importaciones de productos de origen agropecuario, forestal y pesquero provenientes de Canadá en el período citado. Guatemala es el principal mercado para Canadá; acapara un 45% del total de las importaciones de ese tipo de productos. En promedio sus importaciones durante el período alcanzaron un monto de US\$41.3 millones. Para 1999 llegaron a ser de US\$73.3 millones. Los principales productos importados por Guatemala provenientes de Canadá son: trigo, papel para prensa, papas congeladas y grasa animal.

Cuadro 22
MCCA: Importaciones provenientes de Canadá de productos de origen agropecuario, forestal y pesquero. 1994-1999
US\$

País	94	95	96	97	98	99	Promedio
Costa Rica	20 633 822	21 677 135	28 887 710	29 360 571	35 848 444	32 114 948	28 087 105
El Salvador	5 925 554	10 900 880	15 896 952	9 049 523	13 454 858	17 574 560	12 133 721
Guatemala	17 687 442	28 736 483	41 927 173	55 244 659	31 071 498	73 303 809	41 328 511
Honduras	7 663 215	4 458 563	3 927 002	3 173 555	4 441 732	8 814 077	5 413 024
Nicaragua	4 904 342	3 102 216	3 454 772	3 324 707	6 575 630	9 696 180	5 176 308
Total	56 814 375	68 875 277	94 093 609	100 153 015	91 392 162	141 503 574	92 138 669

Fuente: Elaboración propia, con base en SIECA 2001

Costa Rica es el segundo mercado de importancia para los productos canadienses en el MCCA. Sus importaciones fueron, en promedio, de US\$28.1

millones y llegaron a ser de US\$32.1 millones en 1999. Aparte del trigo, el papel para prensa, las papas congeladas y la malta (los cuatro principales productos importados), se destacan las compras de frijoles secos.

El Salvador, por su parte, es el tercer importador en orden de magnitud. Sus compras durante el período promediaron los US\$12,1 millones, y llegaron a ser de US\$ 17,6 millones en 1999. El trigo y el papel de prensa son los principales productos importados, seguidos de la malta, papas congeladas y quesos.

Honduras importó en promedio US\$5.4 millones durante el período 94-99. El papel para prensa es el principal producto importado desde Canadá, seguido del trigo, la carne de cerdo y las papas congeladas.

Durante el período, Nicaragua realizó compras a Canadá de productos agropecuarios, pesqueros y forestales por un valor promedio de US\$5.2 millones, y llegaron a ser de US\$9.7 millones en 1999. La estructura de sus importaciones de Canadá difiere un poco del resto de los países centroamericanos. Luego del papel para prensa y el trigo, resaltan las importaciones de aceite de colza y papas frescas.

COMERCIO CON PANAMÁ

En el período 94-99, el intercambio comercial total entre Panamá y Canadá promedió aproximadamente US\$54.6 millones al año. De este total, US\$22.1 millones corresponden a exportaciones de Panamá a Canadá, y US\$32.6 a importaciones realizadas desde Canadá. (Cuadros 23 y 24). Como se puede apreciar, la balanza total comercial es negativa para Panamá.

Cuadro 23
Panamá: Principales exportaciones de productos de origen agropecuario, forestal y pesquero a Canadá. 1994-1999
US\$

Partida	Descripción	1994	1995	1996	1997	1998	1999	Promedio
080300	Banano	1 626 422	754 953	788 214	8 046 337	199 472	5 182 888	2 766 381
090111	Café	4 653 755	9 900 437	6 775 709	7 977 704	4 484 423	2 202 190	5 999 036
030613	Camarones	559 562	410 531	965 999	1 587 828	1 033 983	1 667 625	1 037 588
120740	Ajonjolí	0	0	0	0	186 621	396 050	97 112
030379	Los demás pescados enteros congelados	31 510	13 825	36 743	127 429	3 584	165 294	63 064
080719	Melones frescos	0	0	98 687	356 457	336 604	141 031	155 463
030232	Atún fresco o refrigerado	0	0	0	0	0	51 787	8 631
200960	Jugo de uvas	0	0	0	0	0	29 252	4 875
	Subtotal	6 871 249	11 079 746	8 665 352	18 095 755	6 244 687	9 836 117	10 132 151
	Otros productos	1 567 890	5 163 210	8 809 720	14 895 915	31 346 433	9 933 164	11 952 722
	Exportaciones totales a Canadá	8 439 139	16 242 956	17 475 072	32 991 670	37 591 120	19 769 281	22 064 873

Fuente: Elaboración propia, con base en Strategis 2000

Desde el punto de vista de los productos de origen agropecuario, forestal y pesquero, las principales exportaciones panameñas a Canadá se componen de café, banano y camarones que, en conjunto, representan el 44% de las exportaciones totales de Panamá a dicho país (Cuadro 23).

En cuanto a las importaciones de productos de origen agropecuario y forestal, Panamá concentra sus compras a Canadá, en lentejas, cigarrillos, papel, papas, carne de cerdo y avena. No obstante, estos productos solamente abarcan el 6% del total de las importaciones que realiza Panamá desde Canadá (Cuadro 24).

Cuadro 24
Panamá: Principales importaciones de productos de origen agropecuario, forestal y pesquero desde Canadá. 1994-1999
US\$

Partida	Descripción	1994	1995	1996	1997	1998	1999	Promedio
071340	Lentejas	851 864	1 884 120	1 734 093	1 463 096	1 308 632	1 850 025	1 515 305
240220	Cigarrillos	96 341	652 240	975 224	990 283	1 448 300	1 051 001	868 898
071333	Frijoles comunes	0	34 732	163 933	136 432	362 231	739 505	239 472
480260	Papel fino con fibras para imprimir	0	0	0	0	761 657	729 164	248 470
200410	Papas congeladas preparadas o conservadas	20 821	58 187	269 420	513 427	242 691	514 335	269 814
020329	Carne de cerdo, congelada	37 147	105 528	0	290 956	107 320	341 175	147 021
110412	Avena en copoz o hojuelas	159 096	356 387	464 097	755 126	502 340	326 875	427 320
	Subtotal	1 165 269	3 091 194	3 606 767	4 149 320	4 733 171	5 552 080	3 716 300
	Otros productos	20 947 769	34 118 046	31 288 523	25 958 607	31 975 505	29 125 742	28 899 032
	Importaciones totales desde Canadá	22 113 038	37 209 242	34 895 290	30 107 927	36 708 676	34 677 822	32 615 333

Fuente: Elaboración propia, con base en Strategis 2000

COMERCIO CON BELICE

El comercio bilateral entre Belice y Canadá ascendió a US\$71.4 millones en el período 94-99, para un promedio de US\$11.9 millones al año. Belice exportó en promedio US\$8.5 millones, en tanto que importó de Canadá US\$3.4 millones.

El azúcar es su principal producto de exportación y, junto con el resto de productos agropecuarios y forestales contenidos en el Cuadro 25, representa un 85% del total de las exportaciones a Canadá.

Por otra parte, los principales envíos de Canadá a Belice de productos agroalimentarios y forestales, son leche evaporada, carne de cerdo, papel, mantequilla, refrescos y quesos. Sin embargo, éstos representan no más del 6% de las importaciones totales de Belice provenientes de Canadá (Cuadro 26).

Cuadro 25
Belice: Principales exportaciones de productos de origen agropecuario, forestal y
pesquero al Canadá. 1994-1999
US\$

Partida	Descripción	1994	1995	1996	1997	1998	1999	Promedio
170111	Azúcar	11 422 637	6 687 648	4 789 538	6 256 664	3 806 473	5 686 426	6 441 564
120100	Frijoles de soya	0	0	0	0	0	1 538 316	256 386
080720	Papayas frescas	21 143	1 082	66 021	104 454	218 955	585 947	166 267
440724	Maderas tropicales	0	0	0	56 732	84 666	58 883	33 380
330112	Aceites esenciales de naranja	0	0	0	7 696	0	43 491	8 531
160250	Carne de bovinos conservada o procesada de algún modo	117 447	0	0	0	0	26 745	24 032
120710	Nuez y almendra de palma	0	0	0	0	0	16 600	2 767
120799	Otras semillas oleaginosas	0	0	0	0	0	16 530	2 755
030611	Langostas	106 301	665 217	206 482	443 597	763 747	15 537	366 814
070990	Otras vegetales frescos o refrigerados	0	0	0	0	0	13 740	2 290
080530	Limonos frescos o secos	0	0	0	0	0	12 694	2 116
080440	Aguacates frescos o secos	0	0	0	1	597	12 442	2 173
	Subtotal	11 667 528	7 353 947	5 062 041	6 869 144	4 874 438	8 027 351	7 309 075
	Otros productos	1 222 306	1 188 016	771 067	2 330 765	693 483	1 412 852	1 269 748
	Exportaciones totales a Canadá	12 889 834	8 541 963	5 833 108	9 199 909	5 567 921	9 440 203	8 578 823

Fuente: Elaboración propia, con base en Strategis 2000

Cuadro 26
Belice: Principales importaciones de productos de origen agropecuario, forestal y
pesquero desde Canadá. 1994-1999
US\$

Partida	Descripción	1994	1995	1996	1997	1998	1999	Promedio
040291	Leches evaporadas	0	0	0	134 124	439 433	491 300	177 476
021019	Carne de cerdo, curada	17 625	1 457	27 576	59 970	119 601	51 952	46 364
480253	Papel sin fibra de gramaje superior a 150 g/m2	7 265	6 808	7 209	9 485	31 459	41 696	17 320
480252	Papel sin fibra de gramaje superior a 40 g/m2 pero inferior o igual a 10 g/m2	95 609	103 267	78 689	64 456	62 512	33 436	72 995
040510	Mantequilla	0	0	0	0	6 693	17 760	4 076
482359	Papel para impresión o fotocopiado	95 592	66 997	12 612	3 458	16 557	11 268	34 414
220210	Aguas con adición de azúcar u otro edulcorante	0	0	0	0	0	10 703	1 784
040690	Quesos	0	0	0	0	25 724	7 377	5 517
	Subtotal	216 091	178 529	126 086	271 493	701 979	665 492	359 945
	Otros productos	3 306 395	2 917 705	1 844 092	6 842 178	1 833 167	1 577 007	3 053 436
	Importaciones totales provenientes de Canadá	3 522 486	3 096 234	1 970 178	7 113 671	2 535 146	2 242 499	3 413 381

Fuente: Elaboración propia, con base en Strategis, 2000

OPORTUNIDADES COMERCIALES EN CANADA PARA ALGUNOS PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS DE LOS PAÍSES DEL ISTMO CENTROAMERICANO

Tendencias del comportamiento del consumidor canadiense

Con el fin de brindar una idea general sobre las posibilidades comerciales de los productos de origen agrolimentario de los países del istmo centroamericano, es preciso resumir algunas características y tendencias del comportamiento de los consumidores canadienses.

Desde el punto de vista de los factores de la demanda y, específicamente, del lado de la población, se han identificado cuatro elementos claves que afectan las tendencias en el comportamiento del consumidor canadiense. Estos elementos son: a) lento crecimiento de la población; b) envejecimiento de la población; c) cambios en la estructura de la familia; d) crecimiento de la diversidad étnica.

Población. Pese a que la población crece lentamente (1% anual), ésta es la tasa de crecimiento más alta de los países del G-7.

Envejecimiento. Un alto porcentaje de los canadienses se están convirtiendo en adultos mayores. Actualmente, existe el doble de adultos mayores que hace 25 años; se espera que, para el año 2016, el 44% de la población tenga más de 45 años.

Cambios en la estructura de la familia. La estructura de la familia ha cambiado. Ahora es muy común que los dos cónyuges trabajen, al tiempo que el tamaño se ha reducido estadísticamente a 2.6 personas por hogar. Esta última situación es el reflejo del aumento de las familias compuestas por parejas sin niños, por personas que viven solas u hogares donde uno solo de los padres vive con los niños.

Diversidad étnica. Canadá se ha vuelto más diverso étnicamente, tanto desde el punto de vista de los canadienses cuyo país de origen no es Canadá como en términos del crecimiento de la población proveniente de canadienses con orígenes no europeos. Las fuentes de inmigración han cambiado notablemente. Asia es la mayor fuente de inmigrantes de Canadá. Un 57% de los inmigrantes que arribaron en el período 91-96 provienen de Asia.

Por otro lado, el ingreso no parece ser un factor que afecte sensiblemente el comportamiento actual de los consumidores canadienses. De acuerdo con estimaciones oficiales (*Food Bureau, AAFC, 1999*), el gasto en alimentación de las familias canadienses es prácticamente igual para hogares con ingresos anuales menores a \$35 000 que para hogares con ingresos superiores a los \$35 mil. En 1995, los canadienses gastaban el 9.6% de su ingreso neto disponible en alimentación.

Alimentos específicos que gozan de las preferencias del consumidor canadiense²⁷

Con base en las encuestas de consumo, en los estudios focales de grupo y en las encuestas de salidas de supermercados, la siguiente es una lista de algunos de los alimentos de preferencia del consumidor canadiense.

Crema para el café. Se observa la tendencia de consumir crema láctea con el café. Los consumidores parecen haberse cansado de los sustitutos, prevalece así el gusto por lo "rico".

Helados. Nuevos sabores, nuevos productos, mayores tamaños, etc. Los helados, el postre por excelencia, goza de una inmensa popularidad. Sus primos cercanos: *frozen yogurt*, las nieves, *ice milk*, lejos de ser competencia, parecen satisfacer a diferentes consumidores en diferentes ocasiones.

Queso. Tanto para el consumo en el hogar como para comidas fuera de casa, los quesos que acompañan platillos étnicos y comidas que los canadienses han vuelto tradicionales, son demandados con gran fuerza.

Yogurt. El yogurt es el primer alimento que aprovecha sus beneficios para la salud. Seguirá disfrutando el respaldo del consumidor en la medida que éste siga aprendiendo de los beneficios de los alimentos "saludables".

Carne de bovino. Pese haber sufrido un constante decrecimiento en su demanda por dos décadas, la carne de bovino se ha recuperado y vuelve a disfrutar del protagonismo en los restaurantes. No obstante, el producto sigue arrastrando las dificultades del pasado: poco desarrollo de nuevos productos y crecimiento del sector vegetariano.

Carne molida. El producto más versátil de la carne de bovino, goza de gran popularidad pero se enfrenta a los retos de la inocuidad de los alimentos y a las preocupaciones por el contenido de grasa. Es probable que con el envejecimiento de la población su popularidad disminuya.

Embutidos de res. Tendencia a la utilización de carnes magras en su fabricación. La aceptación del consumidor se basa en que son productos convenientes, fáciles de usar y sus presentaciones satisfacen diferentes gustos.

Carne de aves. Su versatilidad, conveniencia y aptitud para el desarrollo de nuevos productos permitirán que siga gozando de las preferencias de los consumidores.

²⁷ Información obtenida de *Canadian Consumer Food Buying Trends*. Food Bureau. Ministerio de Agricultura y del Sector Agroalimentario.

Pastas. Las pastas mantienen un crecimiento de su consumo del 7.5% anual, esto las convierte en uno de los productos preferidos de los canadienses. La conjugación de nutrición, bajo costo, versatilidad y conveniencia contribuyen a su éxito. Del mismo modo, todavía hay margen para crecer. Por ejemplo, pese a compartir muchos hábitos nutricionales, los canadienses consumen un 35% menos pasta que sus vecinos estadounidenses.

Huevos. Los huevos se benefician de una de las campañas genéricas más exitosas de productos agropecuarios hasta la fecha. Su consumo ha aumentado nuevamente y se espera que los adultos mayores encuentren en los huevos una fuente de proteína confortable y fácil de digerir, obviando las preocupaciones relacionadas con el colesterol.

Pescado y mariscos. Aunque un número mayor de canadienses comienzan a aprender a cocinar pescado y mariscos, y la disponibilidad y frescura en los supermercados aumenta, no se espera que su consumo aumente significativamente.

Frutas. La estrategia de los supermercados actualmente es ofrecer la mayor cantidad de productos a los canadienses, con el fin de que aumenten el consumo de toda la categoría de frutas. Pero en el caso específico de las frutas tropicales o exóticas requiere educación del consumidor y de los comercializadores. Las ensaladas de frutas precortadas y los jugos de frutas naturales que ya se observan con éxito en otros países, no tienen hasta ahora mucha aceptación en Canadá. Se anticipa, además, que las preocupaciones en torno a la inocuidad, serán un factor que afectará la demanda de estos productos.

Hortalizas. El dinamismo de la demanda de las hortalizas ha superado el de las frutas en los supermercados canadienses. La utilización de nuevas técnicas de cocina, la aparición del segmento de vegetales precortados y los productos congelados contribuyen a la satisfacción observada en el consumidor. Al igual que en el caso de las frutas, el tema de la inocuidad puede convertirse en factor importante para la comercialización de estos productos en los próximos años.

Café. Tomar café está de moda. Hay una explosión en el consumo de café. Esta es atribuible a la utilización de cremas lácteas en la elaboración de nuevos productos a base de café, la mayor cantidad de *coffee chops* y al hecho de que la población que envejece es tomadora de café. Incluso se nota la tendencia a la utilización de café en la "saborización" de postres, bebidas lácteas, panes, etc.

De acuerdo con las encuestas de salida realizadas en supermercados, en el recuadro 4, se enlistan los alimentos que los canadienses consumen más, así como los productos que se destacan en las ventas de los supermercados.

Recuadro 4

Canadá: Alimentos de mayor dinamismo

Los canadienses están consumiendo más:

- Arroz
- Cereales para el desayuno
- Legumbres y nueces
- Aceites vegetales
- Pollo
- Pescado
- Frutas y vegetales frescos (si son saludables y exóticos, mejor)
- Vegetales congelados
- Queso
- Productos lácteos bajos en grasa
- Café
- Bebidas gaseosas
- Yogurt

En los supermercados se destacan las ventas de:

- Carnes curadas y embutidos
- Salmón fresco, ahumado y congelado
- Leches especializadas
- Queso en polvo
- Productos de panadería
- Comidas tipo snack a base de cereales
- Arroz
- Jugos de frutas
- Frutas y vegetales exóticos
- Comidas congeladas precocinadas
- Agua embotellada
- Salsas étnicas
- Aceite de oliva

Fuente: *Food Bureau, AAFC, 1999.*

Oportunidades comerciales

Tomando en cuenta los factores que afectan el comportamiento del consumidor canadiense y los alimentos que actualmente gozan de sus preferencias, así como las condicionantes actuales de la producción y el comercio de alimentos entre Canadá y Centroamérica, se considera que las oportunidades comerciales para los productos agroalimentarios de la región, fuera de los productos tradicionales (café, azúcar y banano), se concentran básicamente en frutas y hortalizas. Asimismo, parecen existir buenas perspectivas para la exportación de pescado y mariscos, flores y plantas ornamentales.

Frutas y hortalizas

Debido a las condiciones climáticas, un volumen considerable de las frutas y hortalizas que se consumen en Canadá, aproximadamente el 60%, deben ser importadas. No obstante, durante el verano y el otoño, los productores canadienses suplen hasta el 65%-75% del mercado. El período de cosecha canadiense corre de julio a octubre, por lo que la principal ventana de importación se abre de noviembre a junio.

En vista de que los principales proveedores de frutas y vegetales frescos son Estados Unidos y México, los exportadores centroamericanos deben examinar con detenimiento las épocas de cultivo y cosecha de los productos de estos países, ya que suelen ser muy competitivos desde el punto de vista de precio. Las variadas condiciones climáticas (incluyendo condiciones tropicales), sofisticados métodos de manejo y distribución, agresivas técnicas de mercado y facilidades de acceso por carretera, permiten a estos dos países proveer una amplia gama de productos todo el año.

Sin embargo, aún así existen posibilidades para los productos centroamericanos. Altos costos de producción, fenómenos climáticos adversos ocasionales en México, California y Florida, así como el creciente interés en productos exóticos o menos conocidos, ha permitido que otros países penetren con éxito el mercado canadiense de frutas y vegetales. Esta situación se refleja en el hecho de que entre los 10 mayores proveedores de frutas y vegetales de Canadá en 1998, se ubiquen países como Costa Rica, Guatemala, Chile, Ecuador y Colombia (Cuadro 27).

Cuadro 27
Principales proveedores del mercado de importación de frutas y hortalizas frescas de Canadá. 1998

Valor de las importaciones	FRUTAS		VEGETALES	
	\$1 976 millones		\$1 238 millones	
10 principales proveedores	EE.UU	54.77%	EE.UU	83.07%
	México	7.93%	México	9.53%
	Chile	5.64%	España	1.80%
	Costa Rica	5.16%	Holanda	1.33%
	Ecuador	4.18%	China	0.94%
	Sudáfrica	3.52%	Jamaica	0.52%
	Colombia	3.06%	Marruecos	0.35%
	Marruecos	2.75%	Bélgica	0.28%
	España	1.72%	Guatemala	0.28%
	Argentina	1.41%	Costa Rica	0.21%
Crecimiento de las importaciones con respecto a 1997	5.5%		11.1%	

Fuente: TFOC, 1999. *Fresh Fruit and Vegetables: Canadian Market Report*

Flores y plantas vivas

Los canadienses cada día realzan más el valor de las flores y las plantas en sus vidas diarias, y no solo flores de corta, sino plantas vivas para interiores y exteriores. El valor de las importaciones por concepto de plantas vivas y productos de la floricultura ascendió a \$753 millones en 1998.

Una característica importante de la floricultura y la producción de plantas y follajes es la competitividad mundial. Un rápido y eficiente sistema de transporte liga la producción de flores y plantas en una red mundial. Un arreglo floral comprado en un supermercado canadiense puede estar constituido de claveles miniatura de Israel, crisantemos de Colombia, estaticias de California y madera balsa de Oregon.

Así, países con climas cálidos, alta luminosidad y costos de producción relativamente bajos son importantes centros de producción de flores y plantas. Por ejemplo, Colombia y Ecuador han desplazado a Holanda y se colocan como los principales proveedores de flores de corta de Canadá. Aún tomando en cuenta el costo de transporte, los bajos costos de producción de esos países y otros como Guatemala y Costa Rica, han desplazado la producción local en Norteamérica de claveles, rosas y crisantemos. Como resultado, los productores en Canadá y Estados Unidos han cambiado sus cultivos tradicionales por flores exóticas, de alto valor, usualmente más difíciles de transportar.

Uno de los mercados más importantes para las importaciones es el de las flores de corta. Un 75% del mercado doméstico canadiense de flores de corta es abastecido por importaciones, entre las que se destacan claveles (1.4 mil millones de tallos), las rosas (1.2 mil millones de tallos) y crisantemos (746 millones de tallos). El valor de las importaciones de estos productos en 1998 fue de \$77 millones. Colombia (50.05%), EE.UU (15.28%), Ecuador (15.09%), Holanda (6.91%), Guatemala (2.02%), México (1.95%) y Costa Rica (1.69%) se ubican entre los principales exportadores de flores de corta al mercado canadiense.

Otro mercado de interés para Centroamérica es el de las plantas vivas, donde las importaciones canadienses llegaron a los \$92.7 millones en 1998. En este mercado se destacan Costa Rica (0.94%) y Guatemala (0.30%) como el cuarto y el décimo proveedor, respectivamente.

Igualmente, esos dos países centroamericanos se ubican entre los principales proveedores del mercado canadiense de esquejes sin enraizar e injertos y follajes frescos. Las importaciones de Canadá por concepto de estos productos ascendió a \$24.65 millones en 1998. Costa Rica ocupa el cuarto lugar como proveedor de este mercado, con una participación cercana al 4%.

Pescado y mariscos

Las importaciones canadienses de pescado y mariscos han aumentado en un 40% en el período comprendido entre 1995 y 1999, hasta superar los \$2 mil millones en dicho año. Los principales productos importados fueron: mariscos, pescado entero congelado y fresco, pescado enlatado y filetes de pescado congelados (cuadro 28).

Cuadro 28
Canadá: Importaciones de pescado y mariscos. 1999
(en t y miles de \$)

Producto	Volumen	Valor
Mariscos frescos o congelados	104 727	865 106
Pescado entero congelado	61 079	236 639
Pescado enlatado	49 729	219 386
Pescado entero fresco	45 896	206 795
Filetes de pescado congelados	22 002	117 533
Pescado seco o salado	13 715	61 866
Pescado en bloques congelados	13 199	49 337
Trozos de pescado	3 930	17 496
Mariscos enlatados	3 289	26 680
Filetes de pescado frescos	3 274	23 957
Pescado ahumado	601	6 193
Pescado en conserva	532	2 642
Otros	167 091	174 591
Total	489 064	2 008 219

Fuente: DOF 2001

Los principales abastecedores de este tipo de productos al mercado canadiense son Estados Unidos, con el 43% del valor de las importaciones, Tailandia (14%), Unión Europea (5%), China (4%) y Rusia (4%). Las participaciones notables de países de América se localizan en Perú y Chile. Ambos países se ubican entre los cinco primeros proveedores del mercado canadiense por volumen, no así en cuanto a valor, debido al menor precio implícito de sus envíos.

Los países centroamericanos no figuran entre los principales exportadores al mercado canadiense (Cuadro 29). No obstante, de acuerdo con los estudios de mercado más recientes (TFOC 1997, *Fresh and Frozen Fishery Products* y PROCOMER 2000), los países del área pueden tener oportunidades mayores en la línea de productos para mercados mayoristas o institucionales, como por ejemplo filetes de pescado congelados, así como consolidar los envíos actuales de camarones y pescados secos, productos en los que Panamá y Costa Rica tienen experiencia.

Cuadro 29
Canadá: Importaciones de pescado y mariscos según países seleccionados. 1999
(en t y miles de \$)

País	Cantidad	Valor
Belice	1	23
Costa Rica	296	1 320
El Salvador	1	33
Guatemala	14	155
Honduras	73	1 110
Nicaragua	75	1 193
Panamá	357	2 862
Sub total	817	6 696
Estados Unidos	197 048	873 009
Perú	48 470	32 725
Tailandia	44 111	278 769
Rusia	24 351	91 310
Unión Europea	20 576	106 119
Chile	19 606	31 805
China	17 557	79 612
Otros	116 528	508 174
Total	489 064	2 008 219

Fuente: DOF 2001

Consideraciones básicas para la exportación de productos agroalimentarios a Canadá

Canadá se ubica como uno de los mayores importadores per cápita de productos agroalimentarios. Exportadores de todo el mundo compiten constante y ferozmente por una parte de este lucrativo mercado. Pese a que el mercado canadiense es relativamente pequeño (30.5 millones de habitantes), la competencia es muy intensa, debido en parte a la escasa regulación antidumping. De esta forma, para incursionar exitosamente en dicho mercado, los exportadores deben ofrecer un producto completamente nuevo o desbancar a la competencia mediante un paquete atractivo de calidad, servicio y precio.

Una presencia permanente en el mercado canadiense exige de antemano la preparación de una estrategia de comercialización que incluya:

- El mantenimiento de una alta calidad a un precio razonable
- Entregas constantes y a tiempo
- Entrega del producto de acuerdo con las especificaciones solicitadas
- Facilidades adecuadas de almacenamiento y manejo del producto

- Empaques idóneos para el transporte
- Promoción
- Conocimiento de los términos de pago
- Respuestas inmediatas
- Continuidad de la oferta
- Ser flexible y poder reaccionar ante pedidos urgentes (especialmente en el caso de las frutas y vegetales)
- Prestar atención al mercado estadounidense y mexicano en productos que compitan entre sí (frutas y vegetales)
- Contar con personal bilingüe (inglés y francés)

En este sentido, es oportuno resaltar los esfuerzos que realiza el Centro para la Integración y el Desarrollo Agroempresarial (CIDAÉ) del Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA), para apoyar a empresas agroalimentarias centroamericanas para exportar a Canadá, mediante acciones de capacitación, información comercial, logística de exportación, validación de productos, adaptación de los mismos a las características del mercado canadiense y asistencia a ferias a dicho país (Recuadro 5).

Recuadro 5
“Creando Exportadores” a Canadá

Este proyecto nació con el objetivo de diversificar e incrementar el número de exportadores y el valor de las exportaciones agroalimentarias de Costa Rica al mercado canadiense, por medio de un programa dirigido a propietarios y/o gerentes, que brinde herramientas efectivas de capacitación, información comercial y comercialización.

El IICA por medio del Centro para la Integración y el Desarrollo Agroempresarial (CIDAÉ), adquirió la licencia para utilizar la metodología y los programas de capacitación desarrollados por el Foro Internacional para la Capacitación en Comercio (Forum on International Trade Training - FITT) y el Club de Exportadores de Quebec. Junto con el gremio exportador (CADEXCO) y la agencia promotora de las exportaciones del país (PROCOMER) se logró iniciar el proyecto que, ya en su primera etapa, había arrojado resultados positivos al desarrollarse negocios concretos de exportación para empresas costarricenses en el mercado canadiense.

Al final del proyecto, los participantes obtendrían los siguientes beneficios:

- § Participar en un programa de capacitación, en el que aprenderán y pondrán en práctica herramientas para el perfeccionamiento de la capacidad empresarial.
- § Aumentar su conocimiento relacionado con la logística de exportación al mercado canadiense.
- § Contar con los elementos necesarios para adaptar sus productos al mercado canadiense según los resultados de la etapa de validación.
- § Participar en una feria internacional alimentaria en Canadá (SIAL 2001)

Se espera que, en vista de los resultados positivos del proyecto, se ejecute nuevamente en Costa Rica y otros países de la región.

Fuente: CIDAÉ 2001

VI. GUÍA PARA LA BÚSQUEDA EN INTERNET DE INFORMACIÓN SOBRE EL SECTOR AGROALIMENTARIO DE CANADÁ

La búsqueda de información de cualquier tipo en Internet puede ser una tarea apasionante o frustrante, de acuerdo con el enfoque que se escoja para hacerla. En el caso específico de Canadá, el interesado cuenta con la ventaja de que el Gobierno Federal ha determinado que la transparencia y el acceso a la información deben ser una política prioritaria de todas las instituciones gubernamentales. Además, esta política ha permeado en la sociedad civil y en el sector empresarial canadiense. Esto implica la publicación masiva de información en el web, con el respectivo beneficio para el usuario.

INFORMACIÓN DE CARÁCTER GENERAL SOBRE CANADÁ

El sitio de referencia general por excelencia sobre Canadá se denomina Canadá, es administrado por el Gobierno Federal y se ubica en la dirección www.canada.gc.ca. Dicho sitio es lo que se denomina un portal de información, por medio del cual el usuario puede acceder una amplísima gama de páginas de Internet pertenecientes a todas las dependencias del Gobierno Federal (se listan más de 180 dependencias), con conexiones a las páginas de los gobiernos provinciales.

Brinda información tanto para personas físicas como para empresas. Asimismo, cuenta con una sección especializada para extranjeros e inmigrantes. Tiene servicios de búsqueda por palabras clave, así como un índice general de las páginas contenidas en su servidor.

En relación con la nomenclatura, las páginas web pertenecientes a sitios en Canadá se reconocen por la utilización del dominio "ca" al final de la dirección, como aparece en la dirección del sitio oficial del gobierno canadiense. La utilización de los dominios com y org no son de uso común en los webs canadienses.

Los sitios de carácter oficial cuentan con una estructura similar. La característica más importante es que están obligados a publicar toda su información en los idiomas oficiales de Canadá: inglés y francés, por lo que todos tienen una página inicial de presentación donde se ofrece al usuario la opción de ingresar a los servicios en los dos idiomas. Todos cuentan con una barra horizontal en la parte superior de la página donde se debe leer el nombre de la dependencia, tanto en inglés como en francés, al lado de la bandera canadiense. En el extremo derecho de la barra aparece el logo oficial de Canadá.

Por lo general, los sitios oficiales canadienses están muy bien referenciados en los motores de búsqueda del web, por lo que las búsquedas de información que se inician por medio de ellos, con seguridad serán tomadas en cuenta.

SECTOR AGROALIMENTARIO

Ministerio de Agricultura y del Sector Agroalimentario

Es preciso iniciar la búsqueda de información para asuntos relacionados con el sector agroalimentario canadiense en el sitio web del Ministerio de Agricultura y del Sector Agroalimentario (*Agriculture and Agrifood Canada*), llamado *Agriculture and Agrifood Canada On Line* (AAFC on Line) que se ubica en www.agr.ca. Aparte de la información generada por las propias dependencias del Ministerio, este web ofrece una gran cantidad de conexiones a instituciones relacionadas con el sector agropecuario.

La página inicial ofrece distintas alternativas para encontrar la información deseada. Las conexiones se agrupan por tema o por departamento, por lo cual el usuario puede ingresar a la página requerida por diferentes vías.. En primer término, cuenta con un menú vertical en el lado izquierdo de la pantalla donde el usuario puede escoger entre 10 secciones temáticas:

- Información del Despacho del Ministro. Incluye la biografía y la transcripción de los discursos que ha brindado en los últimos años el Ministro de Agricultura. Presenta una sección de noticias relacionadas con el acontecer agropecuario y la labor del Ministro
- Información sobre AAFC ON LINE. Esta sección explica con detalle el organigrama del Ministerio e incluye un directorio de funcionarios.
- Agricultura en Canadá. Esta sección brinda un rápido recorrido sobre la agricultura canadiense. El usuario encontrará información sobre los principales sectores de la agricultura canadiense, así como una explicación de la estructura del Ministerio y de las instituciones y programas vinculados. Hay conexiones directas con las instituciones descentralizadas del Ministerio: Agencia Canadiense de Inspección de Alimentos; la Corporación de Crédito Agrícola; Comisión Canadiense del Sector Lácteo; Comisión Canadiense de Granos; Consejo Nacional de Producción Agrícola y la Junta Canadiense del Trigo.
- Medio Ambiente y Sostenibilidad. Aquí se ubica la página de la Oficina del Ambiente del Ministerio, así como información relevante respecto a la política ambiental agropecuaria, biodiversidad, cambio climático, protección de la capa de ozono, conservación de suelos y aguas, calidad del aire y desarrollo sostenible.
- Economía y Finanzas. Esta sección engloba los sitios web de la Dirección de Análisis e Investigación del AAFC y de la Corporación de Crédito Agrícola (*Farm Credit Corporation*), así como las páginas de los principales programas dirigidos a apoyar los ingresos de los

productores, tales como el NISA, AIDA y el Programa Nacional de Comercialización.

Fig. 10
Página inicial del sitio web del Ministerio de Agricultura de Canadá



- ↳ **Mercados y Comercio.** Aquí se encuentra el sitio de la Rama de Servicios al Comercio y la Industria, que incluye información relacionada con varios de los productos agroalimentarios principales de Canadá: leche y productos lácteos, carnes rojas, carne de aves y hortalizas. Hace conexiones con varios sistemas especializados en información de precios y mercados.
- ↳ **Programas y Servicios.** Esta sección hace conexión en forma resumida con todos los programas, servicios e instituciones vinculados con el AAFC. Por medio de esta sección, los usuarios pueden encontrar la información referente al producto, institución o servicio que previamente hayan identificado, de manera directa.

- ↳ Innovación e Investigación. Brinda conexiones con el sitio web de la Rama de Investigación e Innovación de Ministerio, así como una lista detallada de los centros de investigación del Ministerio.
- ↳ Desarrollo Rural. En esta página se ofrecen conexiones con los principales programas y servicios relacionados con el desarrollo rural, incluido el sitio web de la Secretaría de Estado de Desarrollo Rural, dependiente del Ministro de Agricultura,
- ↳ Clima. Toda la información requerida sobre el clima en Canadá y sus vinculaciones con el sector agroalimentario.

En la parte superior de la pantalla de la página inicial, se encuentra un menú horizontal donde se podrá acceder las secciones de noticias, conexiones así como la lista detallada de toda las páginas contenidas en el sitio. La sección de conexiones hace ligas con AgriWeb Canada, una metabase de datos depositaria de la mayor colección de información en línea sobre la agricultura en Canadá. La dirección de AgriWeb Canada es <http://hahtext.agr.ca/agriweb/default.htm> Igualmente, esta sección puede contactar con los departamentos de agricultura de todas las provincias del Canadá.

COMERCIO

La información comercial puede ser encontrada en diferentes sitios web de las instituciones oficiales. Los principales son:

Ministerio de Asuntos Exteriores y Comercio Internacional (*Department of Foreign Affairs and International Trade*)

El sitio web de este Ministerio (<http://www.dfalt-maeci.gc.ca/menu-e.asp>) tiene amplia información de carácter comercial. Como ya se ha explicado, este Ministerio tiene el mandato oficial de conducir las negociaciones comerciales y estimular el comercio de Canadá con el mundo. Sus servicios de información están divididos en dos grandes secciones:

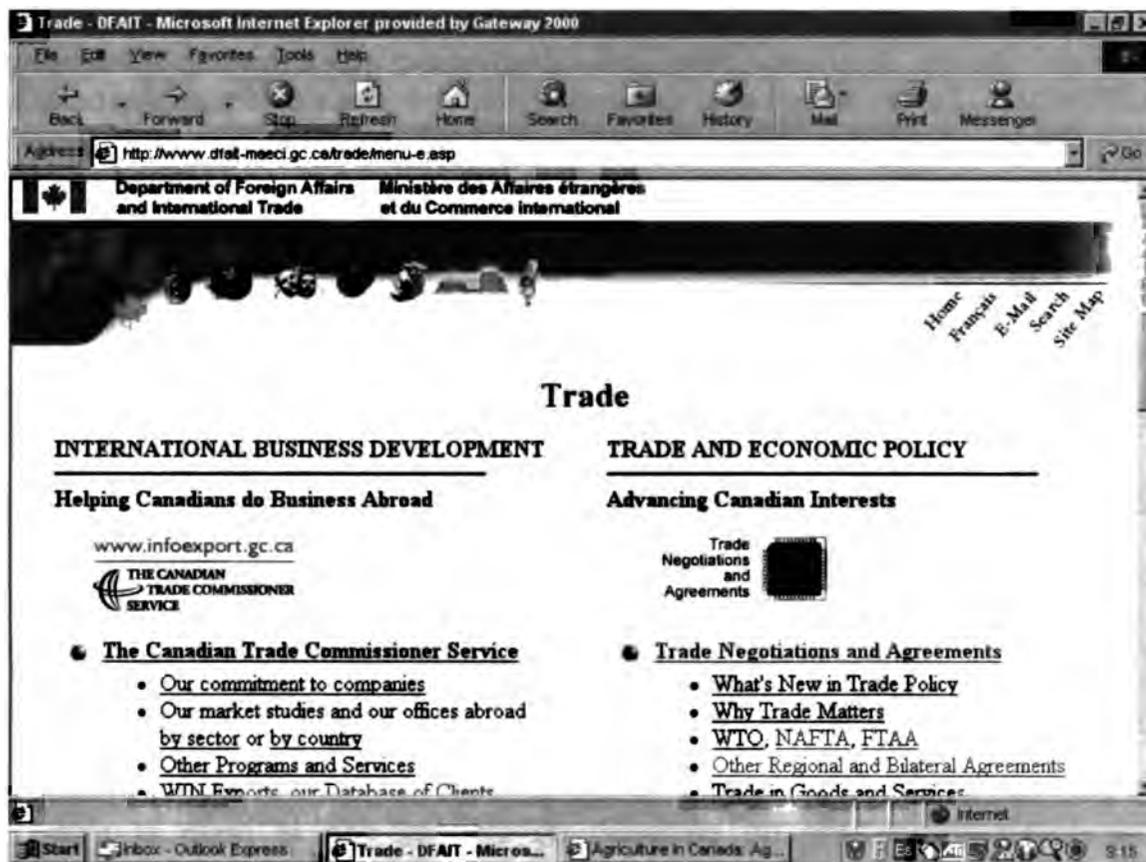
Desarrollo de Negocios Internacionales

En esta sección se encuentra el Servicio de Delegados Comerciales (*Canadian Trade Commissioner Service*), incluye información dirigida a las empresas canadienses que exportan o quieren exportar, o a empresas extranjeras que quieran invertir en Canadá. Su dirección es www.infoexport.gc.ca

Equipo Canadá (*Team Canada*) www.tcm-mec.gc.ca/welcome-e.asp El Equipo Canadá es el nombre de la estrategia de misiones comerciales, lideradas por el Primer Ministro y el Ministro de Comercio Internacional. Existe un Equipo Canadá por rama de actividad económica, por lo que obviamente existe una

para el sector agroalimentario. El Equipo Canadá cuenta con un sistema de información en línea denominado Export Source http://exportsource.gc.ca/dindex2_e.html

Fig. 11
Página inicial del Ministerio de Comercio Internacional



Política Económica y Comercial

En esta sección se encuentran:

La página de **Negociaciones Comerciales y Acuerdos Internacionales**. <http://www.dfait-maeci.gc.ca/tna-nac/menu-e.asp> Este sitio brinda una descripción detallada de la política comercial de Canadá. Contiene información relevante sobre las negociaciones comerciales en curso en los planos multilateral (OMC), regional (ALCA, TLCAN) y bilateral (Costa Rica, Centroamérica, Chile, Israel, etc.), así como la transcripción y la información conexa (estadísticas, acceso a mercados, medidas sanitarias y fitosanitarias) de los acuerdos comerciales vigentes firmados por Canadá. Incluye una sección en la que la sociedad civil canadiense puede dar a conocer sus comentarios, objeciones y o sugerencias sobre la política comercial y las negociaciones en curso.

La **División de Análisis Económico y Comercial** <http://www.dfalt-maeci.gc.ca/eet>. Esta división es la encargada de realizar investigaciones y análisis y proveer asesoría a las autoridades canadienses para la formulación e implementación de la política comercial. El sitio ofrece estadísticas, publicaciones de reportes e investigaciones y conexiones con otros webs de interés.

El Reporte sobre Prioridades de Acceso a Mercados (*Canada's International Markets Acces Priorities*) <http://www.dfalt-maeci.gc.ca/tna-nac/2000/menu2000-e.asp>, es un documento que contiene una descripción de la política canadiense sobre sus prioridades de acceso a mercados, en los planos multilateral, regional y bilateral. Incluye estadísticas.

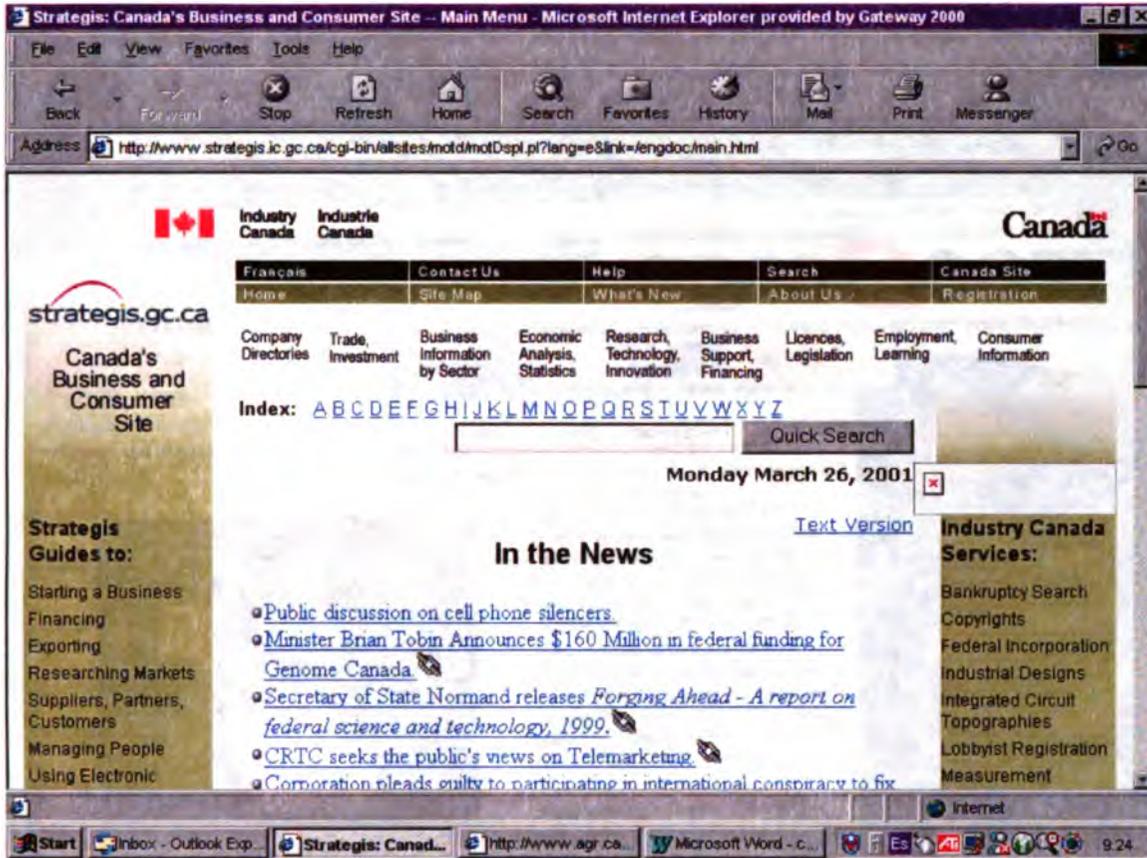
La sección sobre **Controles a la Importación** http://www.dfalt-maeci.gc.ca/~eicb/epd_home.htm detalla los requerimientos y las estadísticas para la importación de productos restringidos. Es el caso de los productos agropecuarios que se importan bajo la modalidad de contingentes arancelarios, tales como carne de bovino, carne de aves, productos lácteos, trigo, cebada y huevos, entre otros.

Ministerio de Industria (*Industry Canada*)

El sitio web del Ministerio de Industria (www.strategis.ic.gc.ca) ofrece una serie de servicios de información relacionados con comercio e inversiones; análisis económico y estadísticas de desempeño sectorial; innovación tecnológica industrial; financiamiento e inversiones; directorios empresariales; legislación; empleo y protección del consumidor.

El área de comercio e inversiones ofrece estudios de mercado internacionales y nacionales; estadísticas de comercio de Canadá con el resto el mundo; información sobre la política comercial y de inversiones, y noticias sobre temas relacionados, incluyendo las negociaciones actuales de Canadá con el CA-4 y Costa Rica.

Fig. 12
Página Inicial del Ministerio de Industrias

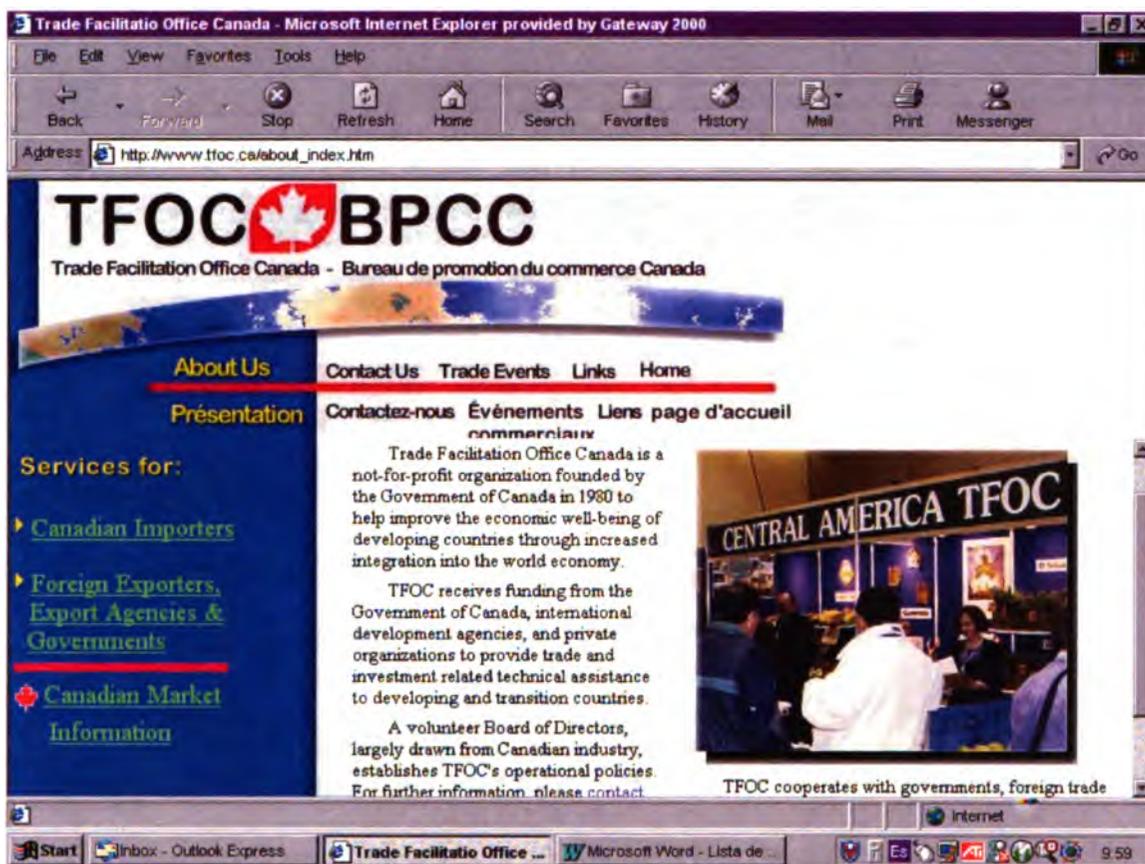


Oficina de Promoción del Comercio de Canadá (Trade Facilitation Office Canada)

Esta oficina es una entidad sin fines de lucro fundada por el Gobierno de Canadá con el propósito de mejorar las condiciones económicas de los países en desarrollo mediante una mayor integración con los mercados mundiales. La oficina coopera con los Gobiernos, las oficinas de promoción del comercio y las inversiones, así como exportadores en general, para desarrollar su capacidad de exportación, formular políticas comerciales y atraer inversiones.

Su sitio web www.tfoc.ca contiene valiosa información relacionada con el mercado canadiense de productos agroalimentarios. Se encuentran disponibles documentos relacionados con el mercado de frutas y vegetales frescos; flores y plantas; pescado y mariscos; carnes; productos a base de azúcar; nueces y especias; supermercados y puntos de venta minoristas.

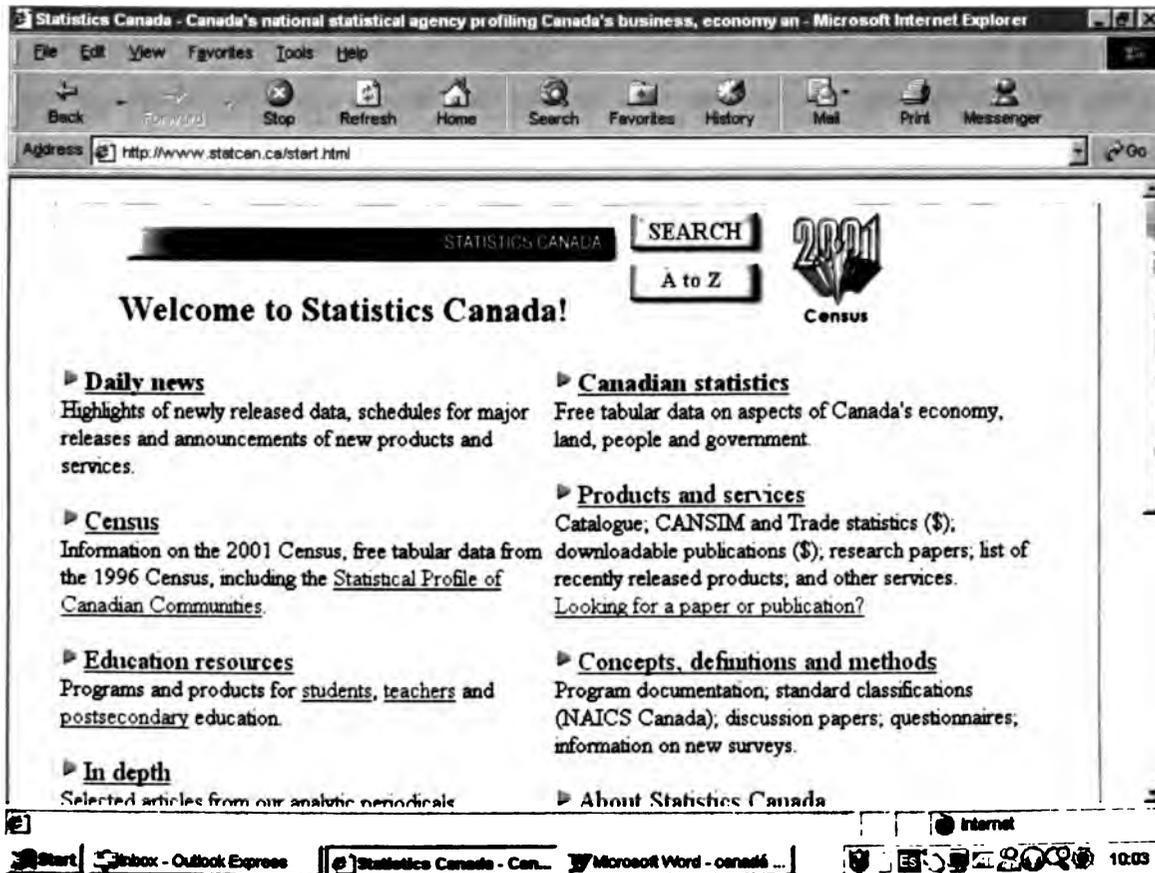
Fig. 13
Página de la Oficina de Promoción del Comercio de Canadá



Estadísticas Canadá

En este sitio (www.statcan.ca) se encuentran las estadísticas oficiales sobre economía, comercio, producción, población y geografía de Canadá. La mayor parte de los datos son gratis; sin embargo, para algunas búsquedas específicas se cobra una comisión por el servicio.

Fig. 14
Página web de Estadísticas Canadá





CONCLUSIONES

1. La suscripción de un TLC con Canadá abrirá a los productos de la región centroamericana la puerta a un mercado sofisticado, de alto poder adquisitivo, segmentado, de gran riqueza étnica y sobre todo muy disputado. El aprovechamiento de las oportunidades derivadas del TLC van más allá de los acuerdos jurídicos. Será necesario el establecimiento de estrategias de comercialización lideradas por el sector privado, con el apoyo de las instituciones gubernamentales.
2. Una buena forma de empezar con ello es aprender de la política agrícola y de comercio exterior canadiense, cuyos resultados son exitosos sin lugar a duda. Por un lado, su política comercial refuerza los objetivos de la política agrícola, en un marco de coherencia y planificación. Por el otro, el sector privado y el gobierno han establecido una alianza estratégica para el comercio internacional que les permite unir esfuerzos, evitar duplicaciones y superposiciones y, sobre todo, obtener resultados tangibles en el corto y mediano plazo.
3. Canadá ha logrado desarrollar un sector agroalimentario dinámico, innovativo y de alta tecnología, que aporta un 9% a la economía y es líder a nivel del comercio mundial, gracias a la conjugación de los siguientes aspectos dentro de su política agrícola:
 - Planificación a largo plazo: El sector agroalimentario canadiense se ha posicionado estratégicamente dentro de la economía del país. Se han fijado metas las cuales se cumplen gracias al desarrollo de una política agrícola consistente en el tiempo con instrumentos diseñados a la medida de cada uno de los subsectores, que a su vez interaccionan y son consistentes con otros instrumentos de carácter general que fortalecen su accionar.
 - Sanidad Agropecuaria e Inocuidad de los alimentos: Canadá se destaca por poseer un estatus sanitario envidiable, producto de la ejecución de un sistema nacional para la sanidad agropecuaria y la inocuidad de los alimentos que marca la pauta a nivel mundial, tanto en el ámbito tecnológico como organizacional. La Agencia Canadiense para la Inspección de Alimentos es modelo a seguir por varios países en el mundo.
 - Transparencia: Esta característica de la política agrícola canadiense se refleja en todos los ámbitos. A nivel internacional, Canadá fue el primer país en promover el acceso irrestricto a la información que se genera en la OMC; actitud que ha permeado en los demás procesos de negociación comercial

en que está inmerso. A nivel nacional, existen varios mecanismos permanentes de consulta y discusión, con diferentes actores de la sociedad civil (sector gremial, consumidores, sector ambiental, sector laboral, entre otros), sobre la gestión gubernamental en general, y específicamente, sobre los procesos de negociación comercial en marcha y las oportunidades que se generan de ellos.

- Integración del sector agroalimentario y forestal a la economía del conocimiento. Para mantener y reforzar las ya de por sí excelentes ventajas que poseen éstos sectores y con el fin de continuar ocupando lugares de vanguardia en los mercados mundiales, Canadá desarrolla una estrategia basada en dos aspectos que considera claves: innovación tecnológica y conectividad. La innovación es un compromiso prioritario del gobierno. Para el 2010, Canadá espera aumentar al doble el presupuesto federal en investigación y desarrollo. En materia de conectividad y por ende de acceso a la información, se estima que para noviembre, 2001 un 61% de los agricultores canadienses tendrán acceso a Internet.

4. Es de destacar que la política agrícola canadiense ha evolucionado al punto de reconocer abiertamente la necesidad de apoyar productos sensibles, con medidas diferenciadas, que permitan establecer procesos de transición que sean compatibles con las disposiciones relativas al comercio justo y equitativo en el marco de la OMC. La participación de Canadá en el Grupo Cairns junto con algunos países de la región (Costa Rica y Guatemala), confirma que pese a tener “zonas grises” en su agricultura, Canadá aspira a un comercio agroalimentario sin distorsiones.
5. Aunque en el plano económico y social tiene diferencias de “magnitud” y “escala” con Canadá, la región centroamericana comparte con esa nación una característica sumamente importante: la necesidad de fundamentar el modelo de desarrollo económico e insertarlo en el comercio internacional. El tamaño de nuestro mercado, aun visto desde la perspectiva regional, no ofrece una base adecuada para alcanzar un ritmo de crecimiento económico lo suficientemente elevado y sostenible en el mediano plazo. Así, aprovechar las oportunidades y enfrentar los retos de la economía internacional son acciones imperativas para nuestras economías.
6. El acercamiento de Canadá a la región debe verse con entusiasmo y con sentido de la oportunidad, desde el punto de vista económico y geopolítico:
 - Centroamérica no tendría que esperar al ALCA para obtener beneficios derivados del libre comercio con la segunda economía de América.

- El TLC es un instrumento jurídico que le brinda certeza y seguridad al comercio, en contraposición con las preferencias concedidas unilateralmente, como sucede en el Sistema Generalizado de Preferencias, algunas de las cuales han sido deterioradas en el marco del TLCAN.
 - La iniciativa de Canadá puede convertirse en acicate para que los Estados Unidos tome medidas similares.
 - El TLC con Canadá se convertirá en una oportunidad concreta para ingresar eventualmente al TLCAN y equiparar así algunos beneficios que hoy goza México sobre otros países de la región.
7. Es de especial importancia destacar que Canadá comparte con los países de la región los mismos objetivos en las negociaciones multilaterales de la OMC: la eliminación de las subvenciones a la exportación, la mayor reducción posible de los apoyos a la producción que tiene efectos de distorsión del comercio, y las mejoras reales y sustanciales del acceso a mercados para todos los productos agroalimentarios, forman parte de la agenda de negociaciones de Canadá y Centroamérica.
 8. En tal sentido, los países del Istmo Centroamericano deben sentirse respaldados con la participación de Canadá en la OMC y su relación con los países en desarrollo. Esta posición reconoce que es necesario brindar un trato especial y diferenciado, así como prestar asistencia técnica y de creación de capacidad, para ayudar a los países en desarrollo a su ajuste a un sistema multilateral de comercio abierto y basado en normas que se aplican por igual a todos.
 9. Pese a que ha gozado de ventajas arancelarias importantes en el marco del Sistema Generalizado de Preferencias de Canadá, la región no ha logrado diversificar sus exportaciones a ese país. Los principales productos enviados siguen siendo bienes considerados tradicionales. El café y el azúcar concentran el 67% de todas las exportaciones centroamericanas de productos agroalimentarios a Canadá. Como ya se dijo, se necesitan acciones concretas y decididas para aprovechar, en la práctica, las oportunidades que se presentan.
 10. Hasta ahora, la participación en el comercio de productos agroalimentarios de los países de la región con Canadá ha sido desigual. Costa Rica y Guatemala concentran la mayoría, y la participación del resto de los países, incluyendo a Belice y Panamá, es relativamente pequeña. Es un reto para estos países insertarse con mayor fortaleza en el proceso de libre comercio con Canadá.
 11. Aunque las oportunidades de acceso en el corto plazo al mercado canadiense, identificadas en este estudio, se reducen a un pequeño grupo de

productos (frutas y hortalizas, plantas y flores, y en menor medida pescado y mariscos), está claro que con la estrategia adecuada el abanico de posibilidades es mayor en el mediano y largo plazo. Para aprovecharlas, los exportadores deben ofrecer un producto completamente nuevo o desbancar a la competencia mediante un paquete atractivo de calidad, servicio y precio.

12. Los productos agroalimentarios de la región que aspiren a competir en el mercado canadiense deben tomar muy en cuenta los factores principales que condicionan el comportamiento del consumidor canadiense de productos agroalimentarios. Esos factores son: a) lento crecimiento de la población; b) envejecimiento; c) cambios en la estructura de la familia; d) crecimiento de la diversidad étnica.
13. Hay que tener en consideración que Canadá se ubica como uno de los mayores importadores per cápita de productos agroalimentarios del mundo. La gran apertura comercial en la mayoría de los productos donde existen posibilidades para la región, la escasa regulación *antidumping* y el alto poder adquisitivo promueven una feroz competencia por lograr una porción del mercado que, pese a lo anterior, es un mercado pequeño (30.5 millones de habitantes).
14. Debe tenerse presente que un Tratado de Libre Comercio implica apertura en ambos sentidos. Esto significa la posibilidad de favorecer el ingreso a la región centroamericana de productos agroalimentarios de origen canadiense. Varios de los productos catalogados como sensibles en la región, por sus condiciones productivas, económicas y sociales, forman parte de la oferta exportable de productos agroalimentarios de Canadá. Entre ellos se cuentan las papas frescas y congeladas, cebolla, maíz, frijoles, carne de bovino y carne de cerdo. Obviamente, Canadá aspira a que esos productos se incluyan en los tratados comerciales con la región.
15. La negociación de un TLC con Canadá se une a los acuerdos comerciales suscritos por la región con México, Chile, República Dominicana y Panamá. Este esfuerzo de insertar a los países de la región en la economía internacional no debe verse como una sucesión de hechos aislados. Al contrario, hay que considerarlo desde la perspectiva de una estrategia integral cuya implementación conducirá al posicionamiento exitoso de la región en el Área de Libre Comercio de las Américas. Esa situación demanda un esfuerzo conjunto entre el sector privado y los Gobiernos del área. El Sector Agropecuario, de manera integrada, deberá unirse a ese proceso, de tal forma que pueda anticipar los retos y aprovechar efectivamente las oportunidades que sin duda se abrirán.

BIBLIOGRAFÍA

- AAFC. 2000. Canada's International Business Strategy 2000, 2001. Ottawa, Canadá.
- Arancel Centroamericano de Importación. 1997. La Gaceta, San José (C.R.) Feb. 3: Alcance N° 6
- BID. 2001. Datos básicos socioeconómicos. Unidad de Estadística y Análisis Cuantitativo. En: <http://www.ladb.org/int/sta/spanish/staweb/index.htm>
- CFIA. 2000. Guide to importing Food Products Commercially. Ottawa, Canadá. Disponible en www.cfla-acia.gc.ca
- CONSEJO MONETARIO CENTROAMERICANO. 2001. Informe Económico Regional. 2001. San José, C.R. p. 20. Disponible en www.cmca.or.cr
- DFAIT. 2000. First Annual Report on Canada's State of Trade: Trade Update 2000. Ottawa, Canada. 41 pp. Disponible en www.dfait-maeci.gc.ca
- DFAIT. 2000. Opening Doors to the World: Canada's International Market Access Priorities – 2000. Ottawa, Canadá. En: www.exportsource.gc.ca
- DOF. 2001. Fisheries Statistics. Disponibles en <http://www.dfo-mpo.gc.ca>
- FOOD BUREAU. 1998. The Canadian Dairy Processing Industry. Ottawa, Canadá. Agriculture and Agrifood Canada.
- FOOD BUREAU. 1998. The Canadian Red Meat Processing Industry. Ottawa, Canadá. Agriculture and Agrifood Canada.
- Lizano, E. 2000. Centroamérica, una vez más. Tegucigalpa, Hond. Banco Centroamericano de Integración Económica. 22 pp
- Oficina de Promoción del Comercio de Canadá. 2000. Manual para la Exportación a Canadá. Ottawa, Canadá. 90 p
- OMC, 1998. Examen de las Políticas Comerciales: Canadá. Informe de la Secretaría. Ginebra, Suiza. WT/TPR/S/53 152 pp.
- OMC. 2000. Declaración de Australia en nombre del Grupo Cairns. Segunda Reunión Extraordinaria del Comité de Agricultura. G/AG/NG/W/21. Ginebra, Suiza
- OMC. 2000. Declaración del Canadá. Cuarta Reunión Extraordinaria del Comité de Agricultura. G/AG/NG/W/63. Ginebra, Suiza
- OMC. 2000. Declaración del Canadá. Primera Reunión Extraordinaria del Comité de Agricultura. G/AG/NG/W10. Ginebra, Suiza

- OMC. 2000. Declaración del Canadá. Quinta Reunión Extraordinaria del Comité de Agricultura. G/AG/NG/W/112. Ginebra, Suiza
- OMC. 2000. Declaración del Canadá. Tercera Reunión Extraordinaria del Comité de Agricultura. G/AG/NG/W42. Ginebra, Suiza
- OMC. 2000. Propuesta de negociación del Grupo Cairns. Negociaciones de la OMC sobre la Agricultura – Ayuda Interna. G/AG/NG/W/35. Ginebra, Suiza
- OMC. 2000. Propuesta de negociación del Grupo Cairns. Negociaciones de la OMC sobre la Agricultura – Restricciones e impuestos a la exportación. G/AG/NG/W/93. Ginebra, Suiza
- OMC. 2000. Propuesta del Canadá. Negociaciones de la OMC sobre la Agricultura – Ayuda Interna. G/AG/NG/W/92. Ginebra, Suiza
- OMC. 2000. Propuesta del Canadá. Negociaciones de la OMC sobre la Agricultura – Acceso a Mercados. G/AG/NG/W/12. Ginebra, Suiza
- OMC. 2000. Propuesta de Negociación del Grupo Cairns. G/AG/NG/W/35 Ginebra, Suiza
- PROCOMER. 2000. Canadá: Un mercado de Oportunidades. San José Costa Rica.
- SIECA. 2001. Centroamérica: Estadísticas de comercio del MCCA. [Base de datos]. Ciudad de Guatemala, Guat.
- Statistics Canada. 2001. Canada at a Glance. Ottawa, Canadá.
- USDA. 1999. NAFTA: Situation and Outlook Series. Washington, DC. 52 pp
- USDA. 2000. Production, Supply and Demand Estimates. Disponible en www.ers.usda.gov

SIGLAS

AAFC	<i>Agriculture and Agrifood Canada</i> (Ministerio de Agricultura y del Sector Agroalimentario, Canadá)
AIDA	<i>Agricultural Income Disaster Assistance</i> (Asistencia al Ingreso Agrícola en Caso de Desastres)
ALCA	Área de Libre Comercio de las Américas
ATS	<i>Agrifood Trade Service</i> (Servicio para el Comercio Agroalimentario)
BIRF	Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento (Banco Mundial)
CA-4	El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua
CAC	Consejo Agropecuario Centroamericano
CADEXCO	Cámara de Exportadores de Costa Rica
CCL	Comisión Canadiense del Sector Lácteo, ver CDC
CDC	<i>Canadian Dairy Commission</i> , ver CCL
COMEX	Ministerio de Comercio Exterior de Costa Rica
CORECA	Consejo Regional de Cooperación Agrícola
CUSFTA	Tratado de Libre Comercio entre Canadá y Estados Unidos (por su sigla en inglés)
CWB	<i>Canadian Wheat Board</i> , ver JCT
DFAIT	<i>Department of Foreign Affairs and International Trade</i> (Ministerio de Asuntos Exteriores y Comercio Internacional de Canadá)
ECE	Empresas de Comercio del Estado, ver STE
EE.UU	Estados Unidos de América
GATT	Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio
HACCP	<i>Hazard Analysis and Critical Points</i> (Análisis de Riesgo y Control de Puntos Críticos)
IDE	Inversión directa en el extranjero
IED	Inversión extranjera directa
IICA	Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura

JCT	Junta Canadiense del Trigo, ver CWB
MCCA	Mercado Común Centroamericano
MERCOSUR	Mercado Común del Sur
NISA	<i>Net Income Stabilization Account</i> (Fondo de Estabilización del Ingreso Neto)
OCDE	Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico
ODEPA	Oficina de Estudios y Política Agropecuaria de Chile
OMC	Organización Mundial del Comercio
PROCOMER	Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica
PSE	<i>Producer Support Equivalent</i> (Equivalente de Apoyo al Productor)
RU	Octava Ronda de Negociaciones Comerciales Multilaterales (Ronda Uruguay)
RUTA	Unidad Regional de Asistencia Técnica (Regional Unit for Technical Assistance)
SA	Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías
SAC	Sistema Arancelario Centroamericano
SIECA	Secretaría del Tratado General de Integración Económica Centroamericana
STE	<i>State Trading Enterprises</i> , ver ECE
TFOC	<i>Trade Facilitation Office Canada</i> (Oficina de Promoción del Comercio de Canadá)
TLCAN	Tratado de Libre Comercio de América del Norte
TLCCC	Tratado de Libre Comercio entre Chile y Canadá
TLCCI	Tratado de libre Comercio entre Canadá e Israel
UE	Unión Europea
USDA	<i>United States Department of Agriculture</i> (Departamento de Agricultura de los Estados Unidos)

ANEXO ESTADÍSTICO

Este anexo incluye datos (exportación e importación) sobre los 10 principales productos de origen agropecuario, pesquero y forestal transados entre cada uno de los países del MCCA y Canadá durante el período 1994 -1999. La selección de los 10 principales productos se realizó con base en el valor promedio comercializado durante el período de estudio. Algunos incisos arancelarios se han agrupado para mayor comodidad del usuario.

La base de datos a partir de la cual se elaboraron los cuadros contenidos en este anexo, se encuentra disponible en la Secretaría del CORECA – CAC. Dicha base comprende los incisos arancelarios a ocho dígitos correspondientes a los capítulos 01-24, 41,42,47,48,50,51 y 52 del Sistema Arancelario Centroamericano - SAC.

Cuadro A1
Costa Rica: Principales productos de origen agropecuario, forestal y
pesquero exportados a Canadá
1994-1999
US\$

Producto	94	95	96	97	98	99	Promedio
Café	6,762,420	7,176,003	6,994,990	14,898,885	20,012,903	11,088,393	11,155,599
Los demás pescados secos, salados o en salmuera	1,346,903	4,220,805	8,857,626	8,787,996	16,459,275	183,764	6,642,728
Otros productos de pescado o de crustáceos, moluscos o demás invertebrados acuáticos; animales muertos del capítulo 3, no aptos para la alimentación humana	10,602	0	3,817,360	8,613,280	10,777,179	34,962	3,875,564
Camarones	987,402	1,934,793	5,405,292	1,312,503	1,390,264	1,252,546	2,047,133
Azúcar	0	0	0	3,418,402	0	6,203,293	1,603,616
Palmitos	738,706	1,563,524	1,903,592	1,703,390	1,722,027	1,653,249	1,547,415
Langostas	440,304	898,677	1,716,737	0	0	0	509,286
Raíces de yuca	324,024	395,055	448,010	492,159	892,642	443,449	499,223
Otros alcoholes etílicos del inciso arancelario 2208.90.90	2,979,021	0	0	0	0	0	496,504
Los demás pescados congelados del inciso arancelario 0303.29.00	0	0	1,072,835	1,600,387	0	0	445,537
SUBTOTAL	13,589,382	16,188,857	30,216,442	40,827,002	51,254,290	20,859,656	28,822,605
Otros	5,111,417	4,164,171	8,952,247	11,052,616	14,074,162	4,500,017	7,975,772
TOTAL	18,700,799	20,353,028	39,168,689	51,879,618	65,328,452	25,359,673	36,798,377

Fuente: Elaboración propia, con base en SIECA, 2001

Cuadro A2
El Salvador: Principales productos de origen agropecuario, forestal y
pesquero exportados a Canadá
1994-1999
US\$

Producto	94	95	96	97	98	99	Promedio
Café	11,601,930	15,829,725	4,756,631	9,701,614	2,864,252	8,878,388	8,938,757
Azúcar	0	0	0	1,291,101	1,627,040	0	486,357
Extractos, esencias y concentrados de café	1,334,760	0	0	0	0	0	222,460
Las demás huesos y núcleos corneos, polvos y desperdicios de estas materias del inciso arancelario 0506.90.00	0	29,283	193,540	99,003	0	81,331	67,193
Otros productos de pescado o de crustáceos, moluscos o demás invertebrados acuáticos; animales muertos del capítulo 3, no aptos para la alimentación humana	68,625	164,640	45,716	0	0	0	46,497
Semilla de alonjolí	0	0	151,706	0	0	0	25,284
Nueces de marañón	0	0	0	0	41,114	100,023	23,523
Estatuillas y demás artículos de adorno de madera	36,817	28,517	14,766	17,667	12,764	2,708	18,873
Preparaciones compuestas para la industria de las bebidas.	11,294	10,924	5,485	18,742	13,325	2,886	10,443
Frijoles comunes del inciso arancelario 0713.3390	0	0	0	31,350	23,324	5,486	10,027
SUBTOTAL	13,053,426	16,063,089	5,167,844	11,159,477	4,581,819	9,070,822	9,849,413
Otros	38,419	35,649	15,557	48,617	63,319	78,905	46,744
TOTAL	13,091,845	16,098,738	5,183,401	11,208,094	4,645,138	9,149,727	9,896,157

Fuente: Elaboración propia, con base en SIECA, 2001

Cuadro A3
Guatemala: Principales productos de origen agropecuario, forestal y
pesquero exportados a Canadá
1994-1999
US\$

Producto	94	95	96	97	98	99	Promedio
Café	9,425,806	17,044,197	15,056,629	18,464,555	17,723,893	17,972,236	15,947,886
Azúcar	59,804	0	15,183,516	26,952,902	31,871,543	13,126,870	14,532,439
Ajonjolí	1,393,189	2,378,424	3,116,572	2,531,013	2,158,185	1,976,738	2,259,020
Rosas	218,378	150,058	264,546	382,439	248,446	57,561	220,238
Coiflores y broccoli	41,636	8,052	635,398	61,810	0	10,020	126,153
Cardamomos	123,687	86,735	91,633	98,973	55,816	101,362	93,034
Esquejes sin enraizar e injertos	23,858	23,842	77,390	65,019	76,295	93,748	60,025
Frambuesas	825	48	164,429	103,718	32,249	1,260	50,422
Melaza de caña	44,875	112,896	34,745	44,198	31,355	17,050	47,520
Arvejas	166	8,750	11,687	20,943	0	208,275	41,637
SUBTOTAL	11,332,224	19,813,002	34,636,545	48,725,570	52,197,782	33,565,120	33,378,374
Otros	351,530	330,393	350,084	170,242	214,901	184,569	266,953
TOTAL	11,683,754	20,143,395	34,986,629	48,895,812	52,412,683	33,749,689	33,645,327

Fuente: Elaboración propia, con base en SIECA, 2001

Cuadro A4
Honduras: Principales productos de origen agropecuario, forestal y
pesquero exportados a Canadá
1994-1999
US\$

Producto	94	95	96	97	98	99	Promedio
Café	3,606,671	7,069,978	7,213,737	4,564,172	2,760,169	1,442,467	4,442,866
Cacao en grano	48,477	200,192	0	0	0	0	41,445
Puros	7,649	19,055	20,983	112,268	1,590	47,327	34,812
Las demás frutas con adición de azúcar del inciso arancelario 0811.90.00	64,428	39,875	34,012	0	0	0	23,053
Madera en bruto de coníferas	53,785	0	36,275	0	0	0	15,010
Artículos de madera del inciso arancelario 4421.9090	23,133	0	52,446	0	0	0	12,597
Herramientas de madera	13,450	12,807	10,264	3,999	17,652	0	9,695
Jugos y extractos vegetales de la partida 1302	0	0	0	0	0	42,146	7,024
Ajonjolí	17,760	17,600	0	0	0	0	5,893
Madera contrachapada	0	0	0	0	0	30,400	5,067
SUBTOTAL	3,835,353	7,359,507	7,367,717	4,680,439	2,779,411	1,562,340	4,597,461
Otros	39,293	38,108	67,721	24,228	7,569	20,647	32,928
TOTAL	3,874,646	7,397,615	7,435,438	4,704,667	2,786,980	1,562,987	4,630,389

Fuente: Elaboración propia, con base en SIECA, 2001

Cuadro A5
Nicaragua: Principales productos de origen agropecuario, forestal y
pesquero exportados a Canadá
1994-1999
US\$

Producto	94	95	96	97	98	99	Promedio
Café	59,890	204,379	346,581	1,816,088	7,192,720	6,103,633	2,620,882
Maní	23,280	284,350	492,190	482,638	1,143,351	0	404,302
Camarones	17,061	106,118	1,081,220	0	123,203	0	221,267
Puros	0	12,946	180,924	113,319	54,708	58,171	69,678
Camarones	0	0	0	0	117,250	232,973	58,371
Semilla de ajonjolí	0	54,300	193,600	73,060	10,240	0	55,233
Jengibre	1,478	33,730	142,192	0	0	0	29,567
Carbón vegetal	0	0	0	0	0	96,801	16,134
Otras raíces y tubérculos del inciso arancelario 0714.9090	0	0	0	0	84,640	0	14,107
Langostas	42,988	0	33,600	0	0	0	12,765
SUBTOTAL	144,697	695,823	2,472,507	2,485,105	8,726,112	6,489,578	3,502,304
Otros	98,078	8,137	74,891	134,150	102,714	11,184	71,526
TOTAL	242,775	703,960	2,547,398	2,619,255	8,828,826	6,500,762	3,573,829

Fuente: Elaboración propia, con base en SIECA, 2001

Cuadro A6
Costa Rica: Principales productos de origen agropecuario, forestal y
pesquero importados desde Canadá
1994-1999
US\$

Producto	94	95	96	97	98	99	Promedio
Papel para prensa	12,495,726	9,646,598	10,322,342	9,824,625	10,229,220	8,677,632	10,199,691
Trigo	0	2,007,360	5,273,886	4,602,046	8,053,098	8,486,560	4,733,822
Malta	0	2,412,737	2,983,963	2,874,241	3,538,945	1,342,369	2,192,043
Papas congeladas de las partidas 0710.10.00 y 2004.10.00	709,351	673,250	980,400	1,843,014	2,488,455	2,807,864	1,583,689
Frijoles secos de las partidas 0713	121,812	105,039	89,125	1,279,203	3,467,727	1,514,995	1,096,317
Avena y cebada	147,651	266,352	603,658	707,829	381,580	945,041	508,685
Papas Frescas	0	8,288	94,915	0	475,782	376,675	159,277
Preparaciones lácteas del capítulo 19	111	872,431	6,335	0	0	0	146,480
Lactosuero	79,916	55,665	96,270	122,070	187,860	79,260	103,507
Quesos	0	0	0	11	73,556	75,288	24,809
SUBTOTAL	13,554,567	16,049,720	20,450,874	21,253,039	28,896,223	24,285,484	20,748,318
Otros	7,079,255	5,627,415	8,436,836	8,107,532	6,952,221	7,718,033	7,320,215
TOTAL	20,633,822	21,677,135	28,887,710	29,360,571	35,848,444	32,114,948	28,087,105

Fuente: Elaboración propia, con base en SIECA, 2001

Cuadro A7
El Salvador: Principales productos de origen agropecuario, forestal y
pesquero importados desde Canadá
1994-1999
US\$

Producto	94	95	96	97	98	99	Promedio
Trigo	958,465	1,522,589	7,708,442	3,710,631	6,131,518	5,557,721	4,264,894
Papel para prensa	3,705,980	7,813,622	5,776,770	1,072,549	0	1,473,069	3,306,998
Malta	0	0	248,161	1,382,189	2,168,999	1,386,613	864,327
Papas congeladas de las partidas 0710.10.00 y 2004.10.00	10,669	168,207	562,991	1,114,786	1,109,819	1,269,200	705,945
Reglas de madera de la partida 4409.10.00	0	0	59,797	324,082	468,877	579,874	238,772
Quesos	0	0	0	0	59,228	1,016,803	179,339
Lactosuero	132,132	54,182	117,634	173,613	390,873	100,825	161,543
Preparaciones lácteas del capítulo 19	466,891	459,910	0	0	0	24,038	158,473
Grasa animal	0	0	0	0	0	508,808	84,801
Papas frescas	0	0	0	0	0	37,266	6,211
SUBTOTAL	5,274,137	10,018,510	14,473,795	7,777,850	10,329,314	11,954,217	9,971,304
Otros	651,417	882,370	1,423,157	1,271,673	3,125,544	5,620,343	2,162,417
TOTAL	5,925,554	10,900,680	15,896,952	9,049,523	13,454,858	17,574,560	12,133,721

Fuente: Elaboración propia, con base en SIECA, 2001

Cuadro A8
Guatemala: Principales productos de origen agropecuario, forestal y
pesquero importados desde Canadá
1994-1999
US\$

Producto	94	95	96	97	98	99	Promedio
Trigo	4,412,466	8,042,835	23,129,014	35,839,999	6,275,702	44,987,028	20,414,507
Papel para prensa	7,285,186	12,243,140	10,235,528	9,516,872	12,503,371	10,162,448	10,324,424
Papas congeladas de las partidas 0710.10.00 y 2004.10.00	899,833	1,799,977	3,450,018	4,007,759	4,776,724	5,217,658	3,358,662
Avena y cebada	28,272	1,097,906	2,130,290	1,603,717	187,811	2,283,943	1,221,990
Grasa animal	0	0	0	0	1,484,335	2,606,977	681,885
Malta	0	0	0	390,313	919,442	1,990,698	550,076
Lactosuero	290,112	239,434	207,393	455,779	224,293	58,472	245,914
Frijoles secos de la partida 0713	337,500	0	0	149,918	296,019	478,649	210,346
Preparaciones lácteas del capítulo 19	392,777	673,206	1,322	0	0	0	177,864
Papas Frescas	43,491	0	0	146,720	21,655	89,585	50,242
SUBTOTAL	13,689,637	24,096,498	39,153,565	51,911,077	26,689,352	67,875,458	37,235,931
Otros	3,997,805	4,639,985	2,773,808	3,333,582	4,382,146	5,428,351	4,092,580
TOTAL	17,687,442	28,736,483	41,927,173	55,244,659	31,071,498	73,303,809	41,328,511

Fuente: Elaboración propia, con base en SIECA, 2001

Cuadro A9
Honduras: Principales productos de origen agropecuario, forestal y
pesquero importados desde Canadá
1994-1999
US\$

Producto	94	95	96	97	98	99	Promedio
Papel para prensa	3,524,926	2,219,245	2,806,256	1,764,531	1,809,408	4,386,388	2,751,792
Trigo	2,477,949	0	0	192,010	0	0	444,993
Carne de cerdo	0	0	0	209,239	721,607	1,675,822	434,445
Papas congeladas de las partidas 0710.10.00 y 2004.10.00	0	19,533	508,268	268,310	590,431	965,210	391,959
Preparaciones lácteas del capítulo 19	861,864	962,685	43,711	0	952	2,469	311,914
Manzanas		0	0	6,300	37,105	56,490	219,222
Cebollas	0	0	0	310,927	452,374	392,923	192,704
Papas frescas	0	0	28,674	0	55,194	238,427	53,716
Quesos	0	0	0	0	2,562	158,505	26,848
Avena y cebada	0	0	0	0	0	10,000	1,667
SUBTOTAL	6,864,539	3,201,463	3,386,909	2,751,317	3,669,653	7,886,234	4,626,886
Otros	798,676	1,257,100	540,093	422,238	772,079	927,843	786,338
TOTAL	7,663,215	4,458,563	3,927,002	3,173,555	4,441,732	8,814,077	5,413,024

Fuente: Elaboración propia, con base en SIECA, 2001

Cuadro A10
Nicaragua: Principales productos de origen agropecuario, forestal y
pesquero importados desde Canadá
1994-1999
US\$

Producto	94	95	96	97	98	99	Promedio
Papel para prensa	1,296,746	1,623,149	1,920,978	980,900	1,004,124	1,278,512	1,350,735
Aceite de colza (canola)	0	0	0	0	2,895,894	1,913,976	801,645
Trigo	0	0	0	0	0	1,897,927	316,321
Cebollas	0	0	0	352,122	679,909	691,430	287,244
Avena y cebada	40,378	330,616	501,737	353,564	267,750	96,654	265,120
Papas frescas	0	0	0	18,040	739,788	576,465	222,382
Preparaciones lácteas del capítulo 19	344,024	548,513	0	0	0	5,593	149,688
Grasa animal	0	0	0	0	0	771,797	128,633
Malta	0	0	0	41,570	305,245	0	57,803
Papas congeladas de las partidas 0710.10.00 y 2004.10.00	0	0	0	0	0	170,316	28,386
SUBTOTAL	1,681,148	2,502,278	2,422,715	1,746,216	5,892,710	7,402,870	3,607,956
Otros	3,223,194	599,938	1,032,057	1,578,491	682,920	2,293,510	1,568,352
TOTAL	4,904,342	3,102,216	3,454,772	3,324,707	6,575,630	9,696,180	5,176,306

Fuente: Elaboración propia, con base en SIECA, 2001



CONSEJO REGIONAL DE COOPERACION AGRICOLA-CORECA

Secretaría de Coordinación

Apdo. 55-2200, Teléfono (00506) 216-0285

San José, Costa Rica