

Francia: Guía informativa del mercado



Francia se encuentra localizado en Europa Occidental y posee territorios e islas en otros continentes.

Es un país altamente desarrollado, ocupa la sexta posición como economía a nivel mundial y es considerada una potencia europea.

Francia es miembro fundador de la Unión Europea como de las Naciones Unidas. Asimismo, es miembro de la Francofonía, G8 y la Unión Latina.

La República Francesa es una democracia organizada en una república unitaria semi-presidencial.

Con una tasa de crecimiento anual de 0.35%, tiene una población estimada de 62 millones de habitantes, de los cuales el 97% habita en la zona metropolitana. Alrededor del 75% de la población francesa vive en zonas urbanas. París con 11 millones de habitantes, es una de las zonas metropolitanas con mayor número poblacional en Europa.

El idioma oficial es el francés. En lo negocios se utiliza el francés, sin embargo, es importante señalar el uso creciente del inglés y alemán, principalmente en las grandes ciudades.

La antigua unidad monetaria era el franco francés. Desde el 1 de enero de 2002, Francia ha adoptado el euro como moneda única.

Ha sido declarado como el “Mejor País del Mundo para Vivir” por su alta calidad de vida, buena infraestructura, alta tecnología, economía fuerte, excelente sector salud, fuerte presencia cultural, entre otras características.

Proyecciones económicas

La economía en Francia es mucho más abierta al comercio internacional. Se ubica segundo en el ranking del comercio internacional de Europa, después de Alemania. Ocupa la octava posición a nivel mundial en el ranking de inversión extranjera directa. El intercambio comercial creciente evidencia este comportamiento.

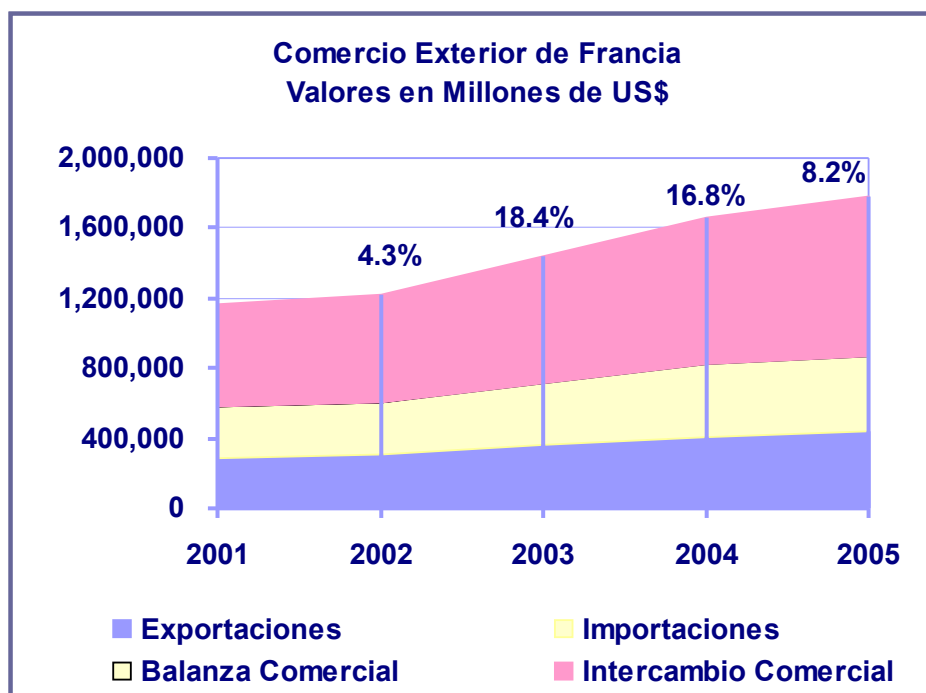


Cuadro N° 1
Francia – Comercio Exterior
Valores en Millones de US\$

Comercio Exterior	2001	2002	2003	2004	2005
Exportaciones	289,586	304,893	358,099	410,700	434,425
Importaciones	293,869	303,774	362,503	431,005	475,999
Balanza Comercial	(4,283)	1,119	(4,404)	(20,305)	(41,574)
Intercambio Comercial	583,455	608,668	720,602	841,705	910,424

Fuente: Centro de Comercio Internacional – Estadísticas de Comercio para el Desarrollo Internacional de las empresas

Gráfico N°1



Fuente: Centro de Comercio Internacional – Estadísticas de Comercio para el Desarrollo Internacional de las empresas

Francia ha mostrado una modesta recuperación económica el 2006. La tasa del PBI representó 2% en el 2004 y 1.2% el 2005. El 2006 tuvo un incremento de 2.4% y se pronostica un crecimiento de 2.3% para el 2007. En la siguiente tabla se indican estas estimaciones.

Francia es el productor agrícola más importante de la Unión Europea aportando el 25% de la producción agrícola europea y ocupa la segunda posición en la producción agrícola mundial, después de Estados Unidos. El sector agrícola representa el 2.5% del PBI de Francia. Las

principales actividades agrícolas reciben el apoyo de grandes subsidios, especialmente europeos. Los principales productos agrícolas son trigo, maíz, carne y arroz.

Cuadro N° 2
Francia – Indicadores Económicos

Indicadores económicos	2006	2007
PBI (US\$ mil millones)	2,227.0	2,370.0
Crecimiento real del PBI (precios constantes)	2.4%	2.3%
PBI per cápita (US\$)	35,336	37,416
Tasa de inflación	2.0%	1.9%

Fuente: FMI – World Economic Outlook Database

La industria de la manufactura en Francia se encuentra muy diversificada; sin embargo, el país se encuentra a través de un proceso de desindustrialización debido principalmente al traslado de diversas empresas hacia otros países. Los principales sectores industriales son telecomunicaciones, electrónica, automóviles, aeroespacial y armamento. El sector servicios representa aproximadamente el 75% del PBI francés.

Un sector importante en la industria es el sector de moda y lujo, el cual agrupa a la alta costura, joyería, perfumería, entre otros. Este sector genera anualmente € 2,880 millones, siendo los principales grupos del sector LVMH y Dior¹.

En cuanto al sector turismo, Francia es el número uno en destinos turísticos del mundo; en el 2005 tuvo más de 75.3 millones de turistas extranjeros visitaron Francia en el 2005.

Los tres países de destino de las exportaciones francesas son Alemania con 14.5%, España con 10.2% e Italia con 9.2%. Las exportaciones francesas totalizaron US\$ 4900 millones FOB en el 2006. Francia exporta básicamente maquinarias y equipos de transporte, plásticos, aviones, químicos, productos farmacéuticos, hierro, acero y bebidas.

Los tres países importadores son: Alemania con 17.2%, Italia con 8.6% y Bélgica con 8.1%². En cuanto a las importaciones, en el 2006 ascendieron a la suma de US\$ 5290 millones FOB. Francia importa principalmente petróleo, maquinarias & equipos, automóviles y artículos de consumo.

Agricultura

El país posee un clima favorable para el desarrollo de la agricultura. Muchos departamentos y territorios extranjeros se benefician de las condiciones tropicales gracias a su ubicación geográfica y dan a Francia un gran dominio marítimo y forestal. Francia posee la tercera zona económica exclusiva en el mundo detrás de Estados Unidos y Gran Bretaña debido al acceso

¹ LVMH (Louis Vuitton) y Dior, marcas prestigiosas mundialmente famosas, sinónimo de lujo, de calidad, de refinamiento.

² Fuente: Comtrade



privilegiado a todos los océanos del mundo. A pesar de ello, el Océano Atlántico constituye la principal zona de pesca de Francia.

La agricultura de Francia se ha modernizado por el uso de una tecnología de última generación; los granos y alimentos son cultivados en todo el territorio y la ganadería se extiende más allá de las zonas tradicionales. Sin embargo, algunos productos son cultivados sólo en ciertas regiones por lo que poseen el nombre de las regiones o ciudades como Champagne, Burgundy, Bordeaux, carne de cerdo de Bresse, nueces de Grenoble, el Livarot, el Roquefort, el Munster, cerveza de Mützig.

Regulaciones a las importaciones y aranceles

Al ser miembro de la Unión Europea, Francia aplica las reglas de la Unión Europea (UE) que están en vigencia en todos los países miembros. A pesar de la política de comercio exterior bastante liberal a Unión Europea, existe en Francia una serie de restricciones, especialmente en productos agropecuarios. La Política Agrícola Común (CAP) establece lo siguiente:

- La aplicación de compensaciones en productos agropecuarios de exportación e importación, con el objetivo de favorecer el desarrollo de la agricultura dentro de la UE. Esto significa un cierto número de sistemas de controles y regulaciones para productos que deseen ingresar al territorio de la UE.
- En lo concerniente a productos genéticamente modificados, los controles sanitarios exigidos son muy rigurosos. Si se permite el ingreso debe estar especificado en el envase. Por otro lado, está prohibida la importación de carne de ganado vacuno con hormonas.
- Enfermedades como encefalopatía bovina esponjiforme, llamado comúnmente “vaca loca” restringe la importación de carne y productos cárnicos a través de extremadas medidas fitosanitarias extremas a fin de asegurar la calidad de la carne que entra y circula en territorio de la UE.

En cuanto a las tarifas arancelarias, Francia por ser miembro de la UE, se rige a las reglas de la Unión Europea. El comercio dentro del territorio de la UE está exento de las tarifas arancelarias. Sin embargo, cuando se ingresan mercaderías hacia Francia, los exportadores deben llenar una “*Declaración Intrastat*”.

Si el país exportador no es miembro de la UE, las tarifas arancelarias se calculan en base al Ad valorem sobre el valor del CIF de las mercaderías, de acuerdo a las Tarifas Arancelarias Generales.

Los impuestos para países no europeos son relativamente bajos, especialmente en productos manufacturados (4.2% en promedio para la tasa general); sin embargo, productos textiles y de confección tienen altas tarifas y sistema de cuotas; los alimentos procesados con tarifas promedios de 17.3% y numerosas cuotas tarifarias. Estas medidas se efectúan como mecanismo de protección a sus productos.



Además se han firmado diversos acuerdos bilaterales y multilaterales en la Unión Europea con los siguientes países:

- Acuerdos arancelarios con Australia, Canadá, Estados Unidos, México y Corea del Sur.
- Acuerdo EU-EFTA (Asociación Europea de Libre Comercio) del 1972 con Islandia, Liechtenstein, Noruega y Suiza.
- Acuerdos de Asociación Euro-Mediterránea con Turquía, Israel, Jordania, Marruecos, Palestina, Túnez, Egipto, Líbano y Siria.
- Acuerdos ACP (Países de África, el Caribe y el Pacífico), el 95% de las tarifas en países en desarrollo de África, Islas del Caribe y el Pacífico están en 0%. El Acuerdo Cotonou firmado en el 2000 define el nuevo Acuerdo de Colaboración EU-ACP.
- El Sistema Generalizado de Preferencias (GSP): el 54% de las tarifas en países en desarrollo no pertenecientes al marco ACP están en 0%.

Distribución y transporte de mercaderías

En el 2004, el comercio minorista se avaluó en € 374 millones, el cual representa un crecimiento de 1.6% en comparación al 2003. Francia tiene un mercado diversificado y segmentado. Al igual que otros países industrializados, su mercado se encuentra saturado en muchos sectores. El consumidor es igualmente consciente tanto en precio como en calidad del producto.

La zona económica más importante del país es sin duda Ile de France, sin embargo, ciudades como Lyon, Bordeaux y Marseille son ciudades con gran proyección de crecimiento.

Francia posee una red de distribución particular: en el 2004, los hipermercados representaron el 52.6% del sector minorista, los supermercados alcanzaron el 35.9% y las tiendas de descuento representaron el 11.5%; sin embargo, cabe señalar que la ley francesa ha restringido el incremento del número de hipermercados en los últimos años.

Los principales grupos de distribución lo conforman:

- El Grupo Carrefour-Promodès que alcanzó ventas totales por € 7,200 millones el 2004. Posee tiendas como Champion, Shopi, Coop, Ed y Leader Price.
- El Grupo Auchan con ventas totales de € 4,050 millones, principalmente con hipermercados como Atac y Mammouth.
- El Grupo E. Leclerc alcanzó ventas totales por € 2,720 millones.
- El Grupo Casino alcanzó ventas totales de € 2,316 millones el 2005 y es propietario de tiendas como Gèant, Spar.

Estos grandes grupos están incrementando sus negocios internacionalmente, cabe señalar que Carrefour abrió su sexagésimo quinto hipermercado en China el 2005. En contraste a ello, grupos como Casino prefieren el sistema de franquicia.

Francia es uno de los más importantes organizadores de exhibiciones profesionales y ferias comerciales. Cada ciudad tiene una Cámara de Comercio e Industria cuya responsabilidad es buscar contactos para las empresas locales. Los intermediarios de negocios pueden ser distribuidores, agentes o representantes asalariados. Un distribuidor (o concesionario) es una



entidad individual o legal que compra directamente artículos de un fabricante para luego venderlos. El distribuidor opera individualmente y es responsable de comprar sólo un mínimo de stock de suministros y establece los términos del acuerdo.

Este acuerdo está sujeto a ciertas reglas y regulaciones concernientes a distribución exclusiva. A diferencia de los distribuidores, los agentes no compran productos para luego venderlos sino trabajan a comisión. Un agente comercial es independiente y tiene “*libertad de movimiento*”, mientras que un representante está sujeto a un contrato de trabajo.

En cuanto al transporte en Francia se encuentra altamente desarrollado, principalmente el transporte de carreteras, en el cual el 40% de las exportaciones de productos y el 23% de las importaciones transitan a través de esta vía. Es la más densa del mundo y la más extensa de la Unión Europea. La red de carreteras de Francia sirve como zona de tránsito para el intercambio de Europa de Norte y Sur.

El transporte ferroviario es uno de los más desarrollados en Europa Occidental. Francia es famosa por el TGV (tren de alta velocidad) conectando París con las ciudades más grandes como Lille, Lyon, Marseille, Bordeaux. El Canal Inglés permitió el desarrollo de la carga ferroviaria entre Francia y Gran Bretaña y disminuir el largo de la ruta.

Los puertos más importantes son Hanover, La Rochelle, Bordeaux, Marseille, Nantes, Brest, Rochefort y Dunkerque. El puerto más importante para el transporte de artículos es Hanover localizado en el extremo occidental del continente europeo.

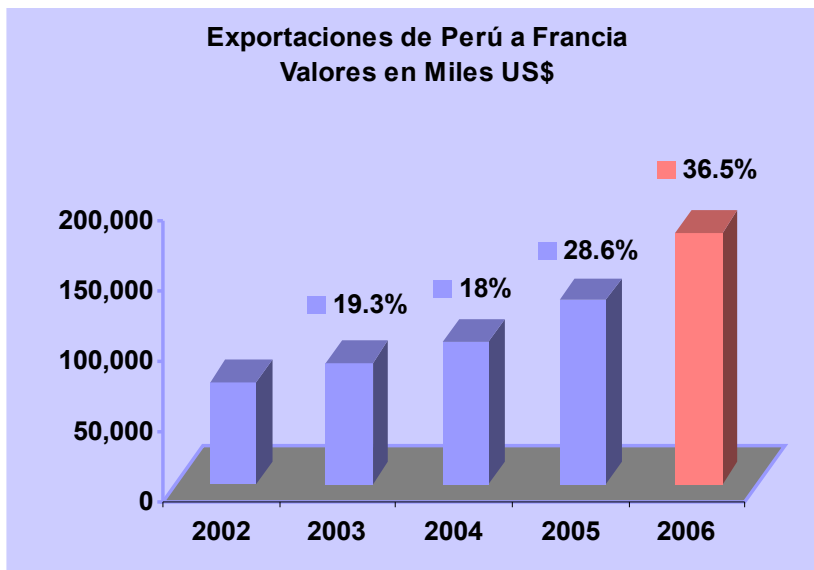
El transporte aéreo nacional es extremadamente desarrollado. El aeropuerto Roissy Charles de Gaulle es uno de los más grandes de Europa y se encuentra entre los diez primeros aeropuertos a nivel mundial debido a la cantidad de carga transportada anualmente (más de 1.2 millones TM en 1999). Asimismo, constituye un importante HUB en Francia, codiciado por grandes empresas logísticas y de transporte tales como FedEx que recientemente trasladó su HUB europeo a Roissy. El transporte aéreo es particularmente excesivo en Ile-de-France, por ello, el Ministerio de Transporte ha considerado la creación de un tercer aeropuerto. Sin embargo, el transporte aéreo representa en TM sólo el 1% de las importaciones y exportaciones.

Comercio Exterior del Perú a Francia

Las exportaciones peruanas dirigidas a Francia han evidenciado un crecimiento sostenido en los últimos años, con una tasa de crecimiento de 36.5% en el 2006. Cabe destacar que el 88% de las exportaciones corresponde a productos no tradicionales destacando la participación de los sectores agropecuario, pesquero y sidero metalúrgico.



Gráfico N° 2



Fuente: Aduanas - Perú

Gráfico N° 3



Fuente: Aduanas - Perú

Los tres principales productos de exportación del sector no tradicional que lideran las ventas al mercado francés representan el 39.2%. Ellos son conchas de abanico con una participación del 16.2%, espárragos preparados en conserva 15.7% y laminados de cinc con el 7.3%.



Gráfico N° 4



Fuente: Aduanas - Perú

Por el lado tradicional, los dos principales productos representan el 10.5%. Sobre el total exportado en términos de Valores FOB en Dólares Americanos corresponde a las exportaciones de café sin descafeinar el 5.3% y la harina de pescado el 5.2%.

Gráfico N° 5



Fuente: Aduanas - Perú



El sector pesquero lidera el crecimiento de las exportaciones peruanas con destino a Francia. Como principal producto destaca las conchas de abanico, cultivado fundamentalmente en la sierra de Ancash y el cual representa el 82.5% del total exportado de este sector. En segundo lugar, figuran los envíos de pota congelada con el 5.2% y los langostinos enteros congelados con el 4.2%; entre los más importantes.

Documento elaborado por PROMPEX, Gerencia de Inteligencia de Mercados

Fuentes de Información

www.fita.org

www.lvmh.com

www.dior.com

<http://export-help.cec.eu.int/>