

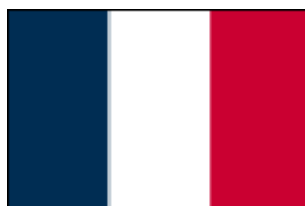


---

## GUIA PAIS

---

# FRANCIA



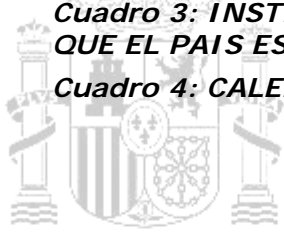
Elaborada por la Oficina  
Económica y Comercial  
de España en PARIS

Actualizada a Junio 2009

<b>1. PANORAMA GENERAL</b>	<b>5</b>
1.1. Situación, superficie, superficie agrícola, relieve y clima	5
1.2. Demografía y sociedad	5
1.2.1. Población, etnias, densidad demográfica y tasa de crecimiento	6
1.2.2. Población urbana y de las principales ciudades	6
1.2.3. Distribución de la población por edades y sexos	6
1.2.4. PIB per cápita	6
1.3. Población activa	6
1.4. Organización político-administrativa	7
1.4.1. Gobierno, partidos políticos y Parlamento	7
1.4.2. Organización administrativa y territorial del Estado	10
1.4.3. La Administración Económica y Comercial y distribución de competencias	10
1.5. Relaciones internacionales/regionales	11
<b>2. MARCO ECONÓMICO</b>	<b>13</b>
2.1. Estructura de la economía	13
Cuadro 1: PRINCIPALES INDICADORES ECONÓMICOS	13
2.2. Principales sectores de la economía	14
2.2.1. Agrícolas y de consumo	15
2.2.2. Industriales y de servicios	17
2.3. El sector exterior: relaciones comerciales	19
2.4. Infraestructura de Transporte	22
<b>3. ESTABLECERSE EN EL PAIS</b>	<b>23</b>
3.1. El mercado	23
3.2. Canales de distribución	25
3.3. Importancia económica del país en la región	32
3.4. Perspectivas de desarrollo económico	32
3.5. Oportunidades de negocio	32
<b>4. IMPORTACIÓN (RÉGIMEN DE COMERCIO EXTERIOR)</b>	<b>33</b>
4.1. Tramitación de las importaciones	33
4.2. Aranceles y Regímenes económicos aduaneros	33
4.3. Normas y requisitos técnicos	33
4.4. Regulación de cobros y pagos al exterior	33
4.5. Contratación Pública	33
<b>5. INVERSIONES EXTRANJERAS / INCENTIVOS A LA INVERSIÓN</b>	<b>36</b>
5.1. Marco legal	36
5.2. Repatriación de capital/control de cambios	36
5.3. Incentivos a la inversión	37
5.4. Establecimiento de empresas	37
5.4.1. Representación y agencia	37
5.4.2. Tipos de sociedades	39
5.4.3. Constitución de sociedades	40
5.4.4. Joint ventures, socios locales	42
5.5. Propiedad industrial	42

<b>6. SISTEMA FISCAL</b>	<b>43</b>
6.1. Estructura general	43
6.2. Sistema impositivo	43
6.3. Impuestos	43
6.3.1. Sociedades	43
6.3.2. Renta personas físicas	44
6.3.3. IVA	44
6.3.4. Otros	44
6.4. Tratamiento fiscal de la inversión extranjera	45
<b>7. FINANCIACIÓN</b>	<b>45</b>
7.1. Sistema financiero	45
7.2. Líneas de crédito, acuerdos multilaterales de financiación	46
7.3. Acuerdo de cooperación económico-financiera con España	46
<b>8. LEGISLACIÓN LABORAL</b>	<b>46</b>
8.1. Contratos	47
8.2. Trabajadores extranjeros	47
8.3. Salarios, jornada laboral	48
8.4. Relaciones colectivas; sindicatos; huelga	48
8.5. Seguridad social	48
<b>9. INFORMACIÓN PRÁCTICA</b>	<b>50</b>
9.1. Costes de establecimiento	50
GASTOS ANUALES MÍNIMOS DE UNA OFICINA	50
9.2. Información general	51
9.2.1. Formalidades de entrada y salida	51
9.2.2. Hora local, vacaciones y días festivos	51
9.2.3. Horarios laborales	51
9.2.4. Comunicaciones con España	52
9.2.5. Moneda	52
9.2.6. Lengua oficial y religión	52
9.3. Otros datos de interés	52
9.4. Direcciones útiles	52
9.4.1. En España	52
9.4.1.1. Representaciones oficiales	52
9.4.1.2. Otras	55
9.4.2. En el país	56
9.4.2.1. Representaciones oficiales españolas	56
9.4.2.2. Principales organismos de la Administración pública	57
9.4.2.3. Organizaciones industriales y comerciales	59
9.4.2.4. Sanidad	59
9.4.2.5. Hoteles	59
9.4.2.6. Otros: prensa, alquiler de coches, etc.	59
9.4.3. Guía de direcciones locales de Internet de interés	59
<b>10. BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>60</b>
<b>11. ANEXOS</b>	<b>61</b>

<b><i>Cuadro 1: DATOS BÁSICOS</i></b>	<b><i>61</i></b>
<b><i>Cuadro 2: PRINCIPALES INDICADORES ECONÓMICOS</i></b>	<b><i>61</i></b>
<b><i>Cuadro 3: INSTITUCIONES INTERNACIONALES Y ECONÓMICAS DE LAS QUE EL PAÍS ES MIEMBRO</i></b>	<b><i>62</i></b>
<b><i>Cuadro 4: CALENDARIO GENERAL DE FERIAS DEL PAÍS</i></b>	<b><i>63</i></b>



## 1. PANORAMA GENERAL



### 1.1. Situación, superficie, superficie agrícola, relieve y clima

Francia es el país más extenso de Europa Occidental con una superficie de 543.965 Km.<sup>2</sup> (Francia metropolitana). Tiene 3.427 Km. de línea de costa y se extiende entre 42°20' y 51°5' de latitud norte y entre 4°47' y 8°15' de longitud este. Presenta una forma similar a un hexágono, por lo que se la conoce familiarmente como *L'Hexagon*.

Además del territorio metropolitano, Francia integra los departamentos de ultramar (DOM): Guadalupe, Martinica Guayana y la Reunión; los territorios de ultramar (TOM): Polinesia Francesa, Nueva Caledonia y Wallis-et-Futuna; y la categoría reciente de "Colectividades Territoriales" que se aplica a Mayotte y a St Pierre-et-Miquelon.

La superficie agrícola es del 33.46% del total. El relieve francés se caracteriza por las suaves llanuras y las colinas en el norte y en el este. El resto es montañoso, especialmente los Pirineos en el sur y los Alpes en el este. El punto más alto se encuentra en el Mont Blanc (4.807 m.)

Francia cuenta principalmente con los siguientes recursos naturales: carbón, hierro mineral, bauxita, cinc, uranio, antimonio, arsénico, potasa, feldespatos, fluorita, yeso, madera y pesca. En la Guayana francesa se puede encontrar oro y petróleo, entre otros.

En relación con el de España, el clima de Francia es más homogéneo, menos extremado y notablemente más húmedo. Aparte de las zonas de montaña, se distinguen tres zonas climáticas: atlántica, mediterránea y continental. Esta última corresponde a las regiones del Este y del Macizo Central (Auvergne) que son las más alejadas de la influencia marina.

En París el clima es algo más extremado y menos lluvioso que en la costa atlántica, sin llegar a tener las características del clima continental.

### 1.2. Demografía y sociedad

Con una tasa de natalidad de más de 2 niños por mujer en el 2008 y 834.000 nacimientos, (por segunda vez en su historia, la mayoría tuvo lugar fuera del matrimonio), Francia es, junto con Irlanda, el país más fecundo de Europa. Contribuye en dos tercios al crecimiento de la población europea (sin tener en cuenta la inmigración).

La esperanza de vida de los varones es de 77,5 años, similar a la media europea, y la de las mujeres de 84,3 años, superior a la media europea de 81,4 años.

El número de extranjeros mayores de 18 años residentes en la Francia metropolitana se cifró en el último censo en 4,5 millones de personas, lo que corresponde a un 9,6% de la población de este intervalo de edad. Dentro del grupo de inmigrantes, se acentúa la diversificación de los orígenes geográficos: descienden los inmigrantes procedentes de Europa (41%) y se incrementa la inmigración asiática (14%) y de África (42%)

La proporción de población por debajo de la línea de pobreza era en le 2008 del orden del de 6%.

### **1.2.1. Población, etnias, densidad demográfica y tasa de crecimiento**

La población de Francia metropolitana y de los departamentos de ultramar es a 1 de enero del 2009 de 64.303.000 habitantes.

Celtas y latinos mezclados con teutónicos, eslavos, norte africanos, indochinos y minorías vascas. En los DOM se encuentran negros, blancos, mulatos, indios del este, chinos y amerindios. La tasa de migración es de 1,52 emigrantes /1.000 habitantes.

La densidad poblacional es de 112 hab./Km.<sup>2</sup> en la Francia metropolitana inferior a la media de la UE (15) que es de 120 hab./Km.<sup>2</sup>, pero superior a la española (81 hab./Km.<sup>2</sup>). El número de fallecimientos en 2008 fue de 543.500. La tasa de crecimiento para 2008 se estima en el 0,6%.

En el curso del año 2008 la población francesa aumentó en 366.000 personas. Durante este año se registraron 834.000 nacimientos y 543.500 fallecimientos.

### **1.2.2. Población urbana y de las principales ciudades**

Según los últimos datos publicados, con cifras de 2007, París capital cuenta con 2.168.000 habitantes (más de 11 millones si contamos Île de France). Lyon tiene 1.668.000, seguida de Marsella, con 1.350.000. Las demás principales ciudades son Lille (1.110.000 habitantes), Toulouse (918.000), Burdeos (882.000), Nantes (675.000), Estrasburgo (558.000), Niza (557.000) y Grenoble (505.000).

### **1.2.3. Distribución de la población por edades y sexos**

La estructura poblacional se reparte de la siguiente manera: el 24,8% de la población se encuentra entre los 0 y 20 años (15.916.500 personas); 58,7% tiene entre 20 y 64 años (37.755.800 personas) y el 16,5% restante tiene 65 años o más (16.204.600 personas).

### **1.2.4. PIB per cápita**

El PIB per capita francés en 2008 es de 30.468€, un 27% superior al de España.

## **1.3. Población activa**

En 2008, la cifra de población activa de Francia alcanzó los 28,2 millones de personas.

La tasa de empleo de las personas entre 15 y 64 años es de 65% y la tasa de actividad de 70,5%. Tras haber aumentado a lo largo de 2006 y 2007, la tasa de empleo se mantuvo estable en 2008.

Por sectores, el 4,0% se emplea en la agricultura, el 20,1% en la industria y el 75,9% en los servicios, una estructura comparable a la mayor parte de países de la Unión Europea.

Francia ha modificado su forma de cálculo del paro (según la definición de la Organización Internacional del Trabajo, OIT) y ahora publica trimestralmente su encuesta. En el último año ha registrado un descenso muy significativo de su tasa de paro. En la última encuesta publicada el 5 de marzo y correspondiente al cuarto trimestre de 2008 la tasa de paro francesa se ha incrementado ligeramente respecto al 7,5% registrado en el 2007 al alcanzar, para Francia metropolitana, el 7,8% de la población activa y afecta a 2.197.000 personas. La cifra para el total de Francia, incluyendo los departamentos y territorios de ultramar es ligeramente superior, un 8,2% de la población activa.

Sin embargo, la cifra de personas que no trabajan, pero que desean trabajar, estén o no disponibles en las siguientes dos semanas a la encuesta es de 2,8 millones. Y de los que

no poseen un empleo, un 5,2% están en lo que se llama situación de subempleo, es decir, 1,35 millones de personas.

#### 1.4. Organización político-administrativa

Francia es una República parlamentaria que se rige por la Constitución de la V República aprobada por referéndum el 28/9/1958. La Constitución prevé un Parlamento bicameral: la Asamblea Nacional, que consta de 577 diputados elegidos por un período de cinco años en sufragio directo, por un sistema mayoritario a dos vueltas; y el Senado, que cuenta con 238 miembros, con mandato de nueve años y se renueva por terceras partes cada tres años.

El Presidente de la República es elegido por sufragio universal para un período de cinco años. El Presidente nombra al Primer Ministro, de acuerdo con la mayoría de la Asamblea, preside el Gabinete y los Consejos de Ministros, es Jefe de las Fuerzas Armadas y firma los Tratados Internacionales. El Presidente puede convocar un referéndum, disolver la Asamblea Nacional y, en casos de emergencia, asumir poderes especiales.

La administración periférica se organiza en torno a la Prefectura como máxima representación del Ejecutivo en cada departamento y en las direcciones departamentales y regionales de los ministerios.

El sistema judicial en Francia presenta una estructura jerárquica "piramidal". En la cúspide se encuentran la *Cour de Cassation* (Tribunal Supremo) y el *Conseil Constitutionnel* (Tribunal Constitucional), el *Tribunal des Conflits* y el *Conseil d'Etat*. Descendiendo en la pirámide judicial están las 37 *Cours d'Appel* (Audiencias) y, en la base los juzgados de primera instancia: *Tribunaux de grande Instance*, o para casos de menor importancia, *Tribunaux d'Instance*, *Tribunaux de Commerce*, para asuntos mercantiles y los *Conseils de Prud'hommes*, para asuntos laborales.

La *commune* o municipio es la más antigua de las divisiones administrativas territoriales y también la que se encuentra en la base de la pirámide de la estructura jerárquica, administrativa y política. El número de comunas en Francia, es nada menos que de 36.000.

El departamento es la unidad administrativa nacida en el periodo revolucionario, como integradora de la administración periférica. El Prefecto nombrado por el Gobierno es la máxima autoridad departamental.

Las regiones, creadas en 1955 como agrupación de varios departamentos, han ido adquiriendo mayores competencias con la creación de los Consejos Regionales y con la ley de descentralización de 2003, sin llegar a tener competencias comparables a las de las Comunidades Autónomas españolas.

##### 1.4.1. Gobierno, partidos políticos y Parlamento

El Presidente de la República, Nicolás SARKOZY fue elegido el 6 de mayo de 2007.

Nacido en París el 28 de enero de 1955, es hijo de un inmigrante húngaro que se exilió a Francia tras la invasión de Hungría por la Unión Soviética y de madre francesa. Es abogado del Tribunal de Apelación de París, titular de una Maîtrise de derecho privado y de un Master (DEA) de Ciencias Políticas. En 1977 inicia su carrera política al ser elegido concejal del municipio de Neuilly-sur-Seine (ciudad residencial limítrofe con París). En 1993 es nombrado ministro del Presupuesto y Portavoz del Gobierno (Balladur 1) cargo que ocupa hasta 1995. De mayo de 2002 a marzo del 2004 ocupa la cartera de Ministro del Interior, de la Seguridad Interior y de las Libertades Locales y en marzo 2004 es nombrado Ministro de Estado, Ministro de Economía, de Hacienda y de Industria, cargo que ocupa hasta noviembre 2004. En junio del 2005 y hasta marzo de 2007 es nombrado de nuevo Ministro de Interior y de la Ordenación del Territorio, cargo que deja para presentarse a las elecciones presidenciales.

En la primera vuelta de las presidenciales de 2007 resulta el candidato más votado, con casi un tercio del voto (31,18%). En la segunda vuelta, con el apoyo de todas las fuerzas de la derecha y parte del centro, derrota a la candidata socialista Ségolène ROYALE con un 53,06% de los sufragios.

El 9 y 16 de marzo de 2008 se han celebrado la primera y segunda vuelta de las elecciones locales, con una tasa de participación del 66,5% y 65% respectivamente. Se ha producido un incremento claro de la izquierda. Una treintena de ciudades, entre las que cabe citar Estrasburgo, Toulouse, Périgueux, Amiens, Reims, Metz, etc. de más de 20.000 habitantes han pasado a ser gestionadas por la izquierda, además de la mayoría de las regiones y la mitad de los departamentos.

El actual Gobierno francés, nombrado tras la segunda vuelta de las legislativas y la remodelación efectuada en 2008 tras las elecciones municipales, consta de quince ministros como el precedente, pero pasa de dieciséis a veintidós Secretarios de Estado.

Al frente del Gobierno sigue como **Primer Ministro François FILLON**.

Nacido en Cernas-Fouilletourte en Le Mans (Sarthe) en 1954, realizó estudios de derecho y un master en Derecho Público. Posteriormente obtiene el diploma en Ciencias Políticas, por el Instituto de Estudios Políticos (IEP, comúnmente conocido como Sciences-Po) y ha ocupado los puestos de ministro de Enseñanza Superior y de Investigación, de Correos y Tecnologías de la Información y de Asuntos Sociales, Trabajo y Solidaridad, hasta que el 17 de mayo pasado Sarkozy le nombra Primer Ministro. Prudente, según algunos, es partidario del método de pequeños pasos. Se le ha definido también por su sentido del diálogo, la cortesía y del Consenso que dice querer privilegiar.

Como consecuencia de las elecciones municipales, en junio de 2009 se produjo una remodelación en el Gobierno, tanto de estructura como de titulares.

El Gobierno actual consta de 38 miembros. 18 ministros, 19 Secretarios de Estado y un Alto Comisario.

Al frente del Gobierno sigue **como Primer Ministro François FILLON**, asistido por:

**Henri de RAINCOURT**, Ministro cerca del Primer Ministro encargado de las relaciones con el Parlamento

**Martin HIRSCH** Alto Comisario para las Solidaridades Activas contra la pobreza y Alto comisario para la juventud.

Nathalie KOSCIUSKO-MORIZET, Secretaria de Estado encargada de la Prospectiva y del desarrollo de la Economía Numérica

Christian BLANC Secretario de Estado de Desarrollo de la Región Capital ("El Gran Paris")

**Jean Louis BORLOO**, Ministro de Estado, Ministro de Ecología, Energía, Desarrollo Sostenible, Mar y encargado de las Tecnologías verdes y las Negociaciones sobre el clima

Valerie LETARD Secretaria de Estado de Tecnologías, verdes y Negociaciones sobre el clima

Dominique BUSSEREAU Secretario de Estado de Transportes

Chantal JOUANNO Secretaria de Estado de Ecología

Benoît APPARU Secretario de Estado de Vivienda y Urbanismo

**Christine LAGARDE** Ministra de Economía, Industria y Empleo

**Christian STROSI** Ministro cerca de la ministra de Economía encargado de la Industria.

Hervé NOVELI Secretario de Estado de Comercio, Artesanía, Pequeña y Mediana Empresa y del Turismo.

Laurent WAUQUIEZ. Secretario de Estado de Empleo.

Anne-Marie IDRAC. Secretaria de Estado de Comercio Exterior.

**Bernard KOUCHNER** Ministro de Asuntos Exteriores y Europeos

Pierre LELOUCHE Secretario de Estado de asuntos Europeos

Alain JOYANDET Secretario de Estado de Cooperación y Francofonía.

**Michèle ALLIOT-MARIE**, Ministra de Estado, Ministra de Justicia y de las Libertades

Alain MARLEIX Secretario de Estado del interior y de las Corporaciones territoriales.

Jean – Marie BOCKEL. Secretario de Estado de justicia (prisiones)

**Brice HORTEFEUX** Ministro de Interior, Ultramar y Entidades Territoriales

Valerie LETARD Secretaria de Estado encargada de Solidaridad

Marie-Luce PENCHARD Secretaria de Estado para la Ultramar

**Eric WOERTH** Ministro del Presupuesto, Cuentas Públicas, Función Pública y de la Reforma del Estado

**Luc CHATEL** Ministro de la Educación Nacional y Portavoz del Gobierno

**Bruno LAMAIRE** Ministro de Alimentación, Agricultura y Pesca.

**Frédéric MITERRAND** Ministro de Cultura y Comunicación

**Hervé MORIN**, Ministro de Defensa

Hubert FALCO Secretario de Estado encargado de Defensa y de los Antiguos Combatientes

**Eric BESSON** Ministro de la Inmigración, Integración, Identidad nacional y Desarrollo Solidario

**Xavier DARCOS** Ministro de Trabajo, Relaciones sociales, Familia y Solidaridad

Nadine MORANO Secretaria de Estado encargada de la Familia y e la solidaridad.

Nora BERRA Secretaria de Estado para la Tercera Edad

Fadela AMARA Secretaria de Estado encargada de la política de la Ciudad

**Valerie PECRESSE** Ministra de Enseñanza Superior e Investigación.

**Roselyne BACHELOT**, Ministra de Salud, Deportes.

Rama YADE Secretaria de Estado encargada de los deportes.

**Patrick DEVEDJIAN** Ministro de la Reactivación Económica

Las principales fuerzas políticas de Francia son el Partido Socialista (PS) descendiente de la Section Française de *l'Internationale Ouvrière* SFRIO, creada en 1905 y la *Union pour un Mouvement Populaire* (UMP), fundada el 16 de noviembre de 2002.

El 10 de mayo, cuatro días después de la elección como Presidente de Nicolás Sarkozy, François BAYROUT crea un nuevo partido *Le Mouvement Démocrate*, (de siglas MO-DEM) con el que lanza la campaña de las legislativas el 24 de mayo.

Esta decisión ha inducido a los miembros de la UDF que han apoyado a Nicolás Sarkozy a crear un nuevo partido centrista, aliado del UMP, cuyo nombre es el Partido Social Liberal Europeo (PLSE), que ha obtenido 20 escaños en las legislativas y sellar la desaparición de la federación de partidos centristas (UDF).

Por último, el Partido Comunista (PC), resultado de la escisión mayoritaria de la SFIO en 1920 y el Frente Nacional (FN) fundado en 1972 por Jean-Marie Le Pen.

A continuación se presentan los resultados de esta segunda vuelta:

- UMP y aliados: 323 diputados

- Partido socialista y aliados: 205 diputados
- Partido social Liberal Europeo (PLSE) (Nuevos centristas): 20 diputados
- Partido Comunista y aliados: 18 diputados
- Partido de los Verdes: 4 diputados
- MO-DEM (Nuevo partido del centro de François BAYROUT) 4 diputados
- Diversos: 3 diputados

Sin embargo, si tenemos en cuenta el número de sufragios expresados en la segunda vuelta, podemos observar que la diferencia entre los dos grandes partidos franceses (UMP y PS) es mínima ya que el primero obtuvo el 47,77% de los sufragios y el segundo 46,06% y que la diferencia de escaños es debida al sistema francés del sufragio mayoritario.

#### **1.4.2. Organización administrativa y territorial del Estado**

Dentro de la Administración debe distinguirse entre servicios centrales y servicios descentralizados.

La base de los servicios centrales es, como en España, las Direcciones Generales (y órganos asimilados) que actualmente ascienden a 209. Estas Direcciones Generales o Servicios Nacionales quedan bajo la tutela de unos u otros departamentos ministeriales según éstos vengán establecidos en cada nuevo Gobierno.

Los servicios descentralizados o delegaciones territoriales del Estado tienen extraordinaria importancia. La mayoría se encuentran bajo la autoridad de los prefectos de los 100 departamentos (4 de ellos en ultramar) aunque, en algunos casos, están descentralizados a nivel inter-departamental, regional o interregional.

Algunos servicios están descentralizados en un nivel inferior como es el caso de las 240 sub-prefecturas, subdelegaciones de obras públicas (1.339), tesorerías de la seguridad social (3.849), delegaciones de hacienda, circunscripciones de policía (488) y brigadas de la gendarmería (6.185).

Los organismos autónomos se clasifican en distintas categorías: establecimientos públicos de carácter administrativo (EPA), establecimientos públicos de carácter industrial y comercial (EPIC), establecimientos públicos de carácter científico y tecnológico (EPST), establecimientos públicos de carácter científico, cultural y profesional (EPSCP).

Por último, el Estado recurre a veces a entidades asociativas privadas, tuteladas por el sector público, para administrar determinadas políticas.

#### **1.4.3. La Administración Económica y Comercial y distribución de competencias**

La Ministra de Economía, Industria y Empleo es Christine LAGARDE. De ella dependen: Hervé NOVELLI, encargado de Comercio, Artesanía, Pequeña y Mediana Empresa, Turismo y Servicios, Luc CHATEL, encargado de Industria y Consumo, Laurent WAUQUIEZ, encargado de Empleo y Anne Marie IDRAC, encargada de Comercio Exterior.

El Presupuesto y Cuentas Públicas se han integrado con la Administración para constituir el Ministerio de Presupuesto, Cuentas Públicas y Función Pública, cartera que ocupa Eric WOERTH.

La Dirección General del Tesoro y Política Económica (DGTPE) fue creada el 15 de noviembre de 2004, reagrupando tres de las antiguas direcciones del antiguo Ministerio de Economía, Finanzas e Industria: la Dirección del Tesoro, la de Relaciones Económicas Exteriores y la de Previsión y Análisis Económico. Esta Dirección está compuesta de siete

servicios: Agencia de Participaciones del Estado, Tesoro, Políticas Macroeconómicas y Asuntos Europeos, Políticas Públicas, Financiación de la Economía, Asuntos Multilaterales y Desarrollo, Relaciones Bilaterales y Desarrollo Internacional de Empresas.

Los servicios de la Dirección de Relaciones Económicas Exteriores (DREE), responsable hasta 2004 de la política comercial exterior de Francia, pasaron entonces a depender de esta nueva Dirección, cuyo organigrama actualizado se puede consultar en:

<http://www.exporter.gouv.fr/exporter/Pages.aspx?iddoc=85&pex=1-2-38-84-85>

Y se tiene que pinchar en la parte inferior de la página en: Organigrama de la DGTPE.

En el exterior, las Misiones Económicas agrupan los servicios de la DGTPE en cada país. Se pueden consultar en:

<http://www.dgtpe.fr/se/>

El Banco de Francia desarrolla las funciones que le corresponden en el sistema monetario europeo y las funciones ejecutivas de supervisión de las entidades bancarias francesas.

Se puede consultar en:

<http://www.banque-france.fr/>

### **1.5. Relaciones internacionales/regionales**

Unión Europea. Las relaciones de Francia con las instituciones comunitarias parecen haberse normalizado ya que el balance de la presidencia francesa de la UE, marcado por un protagonismo permanente del presidente Sarkozy, es considerado como positivo tanto por la mayoría de sus conciudadanos como por los diferentes grupos políticos que así lo expresaron en el Parlamento Europeo.

La mayor parte de los objetivos establecidos por Francia para los seis meses de presidencia han alcanzado buen fin: El lanzamiento de la Unión para el Mediterráneo, el pacto sobre la inmigración, el desbloqueo institucional de la UE o el plan de acción contra el cambio climático, son buena prueba de ello.

En otros dos temas no previstos en el programa, como la guerra entre Rusia y Georgia y la crisis financiera y económica, también el presidente Sarkozy ha desempeñado un protagonismo a la altura de su ambición.

En el lado de las críticas hay que destacar el enfriamiento de las relaciones entre el presidente Sarkozy y la canciller Ángela Merkel por diferencias en la forma en abordar la crisis financiera y por haber excluido a Alemania en el plan original de la Unión para el Mediterráneo. Como reacción, el presidente francés ha escenificado un acercamiento al primer ministro británico Gordon Brown con el que aduce identidad de criterios en la forma de abordar la crisis económica mundial y en concreto la reforma del FMI.

Tampoco se acogió de manera positiva el proyecto de creación de un fondo soberano del Estado francés para la defensa de sus empresas frente a posibles intentos de toma de control por parte de firmas extranjeras, como consecuencia del hundimiento de las cotizaciones en bolsa de aquellas.

El no disimulado ofrecimiento del presidente Sarkozy de liderar un eventual Gobierno Económico de los países del Eurogrupo, también ha sido visto con recelo por los países miembros de la Unión.

Los retrasos en la transposición de directivas parece que se van resolviendo, aunque pausadamente.

Los informes sobre las relaciones multilaterales de Francia se pueden consultar en:

[http://www.minefe.gouv.fr/themes/europe\\_international/relations\\_multilaterales/index.htm](http://www.minefe.gouv.fr/themes/europe_international/relations_multilaterales/index.htm)

Fondo Monetario Internacional. El gobierno francés ha presentado a la Asamblea Nacional diez informes sobre las actividades del FMI y del Banco Mundial; el último cubre el período julio 2007 a junio 2008:

[http://www.minefe.gouv.fr/directions\\_services/dgtpe/institutions/rapportbm-fmi08.pdf](http://www.minefe.gouv.fr/directions_services/dgtpe/institutions/rapportbm-fmi08.pdf)

La posición de Francia continúa centrada en la defensa de una mayor asignación de fondos a favor de los países en vías de desarrollo para luchar contra la pobreza.

Francia considera fundamental la función del FMI en la definición del marco financiero internacional y no considera oportuno la creación de otros instrumentos financieros nuevos.

Bajo el impulso de su nuevo Director General Dominique STRAUSS-KHAN en abril 2008 se dio por terminada la reforma de las participaciones y derechos de voto comenzada en 2006 y en mayo se puso en marcha la correspondiente a su modelo de financiación y presupuesto.

El apoyo francés ha sido decisivo en la adopción del importante incremento de fondos acordado al FMI en 2009, para luchar contra la crisis.

Francia considera que la arquitectura financiera internacional debe revisarse en profundidad, tema que, bajo el impulso del Presidente francés fue abordado en la cumbre de Washington en noviembre de 2008.

Francia considera que el FMI debe desempeñar un papel fundamental en la previsión y prevención de las crisis. Para ello debería ser la pieza clave de un sistema de alerta precoz de los riesgos financieros, colaborando estrechamente con organismos tales como el Foro de Estabilidad Financiera, el Banco de Pagos Internacionales o el G 10

Banco Mundial. En cuanto al Banco Mundial, el gobierno francés ha acordado aumentar su contribución, en 10 años, hasta el 0,7% del PIB.

En la sede del Banco Mundial de París se celebran periódicamente las reuniones de donantes y prestamistas para la aprobación de los planes integrales de lucha contra la pobreza de cada país receptor de ayudas.

Bancos Regionales. París es sede del Banco de Desarrollo del Consejo de Europa, nacido tras la segunda guerra mundial para ayudar a los países europeos más dañados.

Club de París. Esta organización informal nacida en 1956, en la que los países acreedores de la deuda externa de los países más endeudados se reúnen 10 u 11 veces al año en París, está presidida por un alto responsable de la Dirección del Tesoro francés.

Puede decirse pues que la posición institucional de Francia es de gran influencia y, dicha posición, se reclama actualmente defensora de dulcificar las condiciones de los países en desarrollo endeudados.

OMC. Pese a que Francia declara como objetivo el contribuir al desarrollo de los países pobres y especialmente de los africanos, en realidad, la posición francesa es determinante en la falta de concesiones por parte de la Unión europea en materia agrícola y de intercambio de productos culturales.

La información sobre la OMC puede consultarse en la página web del Ministerio de asuntos Exteriores:

[http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/actions-france\\_830/onu-organisations-internationales\\_1032/organisations-economiques-financieres\\_1124/omc\\_2478/index.html](http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/actions-france_830/onu-organisations-internationales_1032/organisations-economiques-financieres_1124/omc_2478/index.html)

Las últimas noticias son: la reelección de pascal LMY como Director General en abril de 2009, la declaración conjunta franco-irlandesa de 30 de junio de 2008 sobre la necesidad de un éxito para el ciclo de Doha.

La posición francesa sobre las negociaciones de la OMC están contenidas en la carta dirigida por el Presidente francés Nicolás SARKOZY al Presidente de la Unión Europea José Manuel BARROSO el 2 de abril de 2008 y que se puede consultar en:

<https://pastel.diplomatie.gouv.fr/editorial/actual/ael2/bulletin.asp?liste=20080403.html&xlor=EPR-7>

Y en el portal de ministerio de Comercio Exterior:

<http://www.exporter.gouv.fr/exporter/Pages.aspx?iddoc=570&pex=1-2-40-570>

Por último, Francia sigue estimulado a las instituciones financieras internacionales para lograr los “impuestos a nivel mundial”. El primero de éstos es la tasa especial sobre los billetes de avión, ya aplicable en Francia desde el 1 de julio de 2006, como instrumento de financiación de la sanidad en los países en desarrollo, siguiendo las recomendaciones del Presidente de la República.

## 2. MARCO ECONÓMICO

### 2.1. Estructura de la economía

<b>Cuadro 1: PRINCIPALES INDICADORES ECONÓMICOS</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>
<b>PIB</b>				
PIB (M€ a precios corrientes)	1.717.921	1.808.840	1.892.390	1.948.070
Tasa de variación real (%)	1,7	2,4	2,1	0,7
Tasa de variación nominal (%)	3,5	4,9	4,6	2,9
<b>INFLACIÓN</b>				
Media anual (%)	1,8	1,6	1,5	2,8
Fin de período (%)	1,5	1,5	2,6	1,0
<b>TIPOS DE INTERÉS DE INTERVENCIÓN DEL BANCO CENTRAL</b>				
Media anual (%)				
Fin de período (%)	2,25	3,5	4,0	2,5
<b>EMPLEO Y TASA DE PARO</b>				
Población (x 1.000 habitantes)	62.818	63.195	63.573	64.300
Población activa (x 1.000 habitantes)	27.639	27.929	27.843	28.243
% Desempleo sobre población activa*	9,4	8,8	7,8	7,8
<b>DÉFICIT PÚBLICO</b>				
% de PIB	2,9	2,4	2,7	3,4
<b>DEUDA PÚBLICA</b>				
en M€	1.145.400	1.149.900	1.208.800	1.327,100
en % de PIB	66,4	63,7	63,8	68,1
<b>EXPORTACIONES DE BIENES (FOB)</b>				
en M€	352.416	384.984	395.648	405.033
% variación respecto a período anterior	+4,9	+9,2	+2,8	+2,2
<b>IMPORTACIONES DE BIENES (CIF)</b>				
en M€	388.711	428.304	452.917	476.908
% variación respecto a período anterior	+9,5	+9,9	+5,7	+5,3
<b>SALDO B. COMERCIAL</b>				
en M€	-36.295	-43.252	-56.657	-71.876
en % de PIB	2,2	2,4	3,0	3,7

SALDO B. CUENTA CORRIENTE				
en M€	-10.900	-10.200	-19.600	-39.200
en % de PIB	0,63	0,56	1,04	2,01
DEUDA EXTERNA				
en M€	n.d.	n.d.	3.323.897	3.593.946
en % de PIB	n.d.	n.d.	177,93	184,5
SERVICIO DE LA DEUDA EXTERNA				
en M€				
en % de exportaciones de b. y s.				
RESERVAS OFICIALES DE CAMBIO				
en M€	63.044	74.602	78.613	78.981
en meses de importación de b. y s.	1,6	1,8	1,8	1,6
INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA BRUTA				
en M€	92.500	96.700	164.100	159.700
TIPO DE CAMBIO FRENTE AL DÓLAR				
media anual	1,2441	1,2556	1,3705	1,4725
fin de período	1,1797	1,3170	1,4721	1,3917

Fuentes: Aduanas, Banque de France, INSEE, OCDE

\* No se incluyen los territorios de ultramar

Última actualización: junio 2009

## 2.2. Principales sectores de la economía

Cuadro 2: PIB (Valor añadido por sectores, a precios corrientes )	2005 %	2006 %	2007 %	2008 %
<b>POR SECTORES DE ORIGEN</b>				
AGRICULTURA	2,3	2,1	2,2	2,0
INDUSTRIA	15,0	14,4	14,1	13,8
Transformados agrícolas	1,9	1,8	1,7	1,9
Bienes de consumo	2,4	2,3	2,1	1,9
Industria automovilística	1,0	0,8	0,8	0,6
Bienes de equipo	2,9	2,9	2,8	2,8
Bienes intermedios	4,9	4,7	4,7	4,4
Energía	2,0	1,9	1,9	2,1
CONSTRUCCIÓN	5,7	6,0	6,3	6,7
SERVICIOS MERCANTILES	55,2	55,8	56,0	56,0
Comercio	10,4	10,2	10,0	9,9
Transporte	4,3	4,3	4,4	4,4
Actividades financieras	4,9	4,9	4,7	4,6
Actividades inmobiliarias	13,6	14,0	14,4	14,4
Servicios a empresas	16,4	16,8	16,9	17,2
Servicios a particulares	5,6	5,6	5,6	5,5
SERVICIOS PUBLICOS	21,8	21,6	21,4	21,5
Educación y salud	13,9	13,8	13,7	13,8

Administración	7,9	7,8	7,7	7,7
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>PIB POR COMPONENTES DEL GASTO</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>
CONSUMO	79,2	78,8	78,3	78,9
Consumo Privado	55,5	55,5	55,3	55,7
Consumo Público	23,7	23,4	23,1	23,2
FORMACIÓN BRUTA DE CAPITAL FIJO	20,0	20,7	21,6	21,9
EXPORTACIONES DE BIENES Y SERVICIOS	26,1	26,7	26,5	26,4
IMPORTACIONES DE BIENES Y SERVICIOS	26,9	28,0	28,4	28,9

Fuente: INSEE. Junio 2009

### 2.2.1. Agrícolas y de consumo

El sector agrícola pesa cada vez menos en la economía francesa de acuerdo con los últimos datos publicados por el INSEE (Instituto Nacional de Estadística), en la actualidad representa un 2% del PIB contra el 6% en 1978. El número total de explotaciones era en 2007 de 507.000 frente a más de 545.000 registradas en 2005. Esto supone una disminución del 3% anual.

El número de explotaciones de tamaño grande aumenta –el tamaño medio es de 78 hectáreas por explotación frente a las 75 de 2005- y explotadas en forma societaria lo que repercute en el hecho de que el volumen de la producción agrícola ha doblado gracias a un aumento de la productividad que alcanza el 4.4% anual.

Siempre según el INSEE, en los últimos 50 años el sector agrícola ha perdido un 80% de sus activos (alrededor de 708.000 personas a tiempo completo en 2007) lo que representa un 3% aproximado de la población activa total. Por otra parte ocupa aproximadamente un 60% del territorio contra un 72% en 1950. Los salarios agrícolas están por debajo de la media francesa y solamente las familias que cuentan con más de un salario exterior al agrícola alcanza la media francesa.

Francia es el 3er. Exportador mundial, incluyendo el mercado europeo y el octavo si no se incluye, pero la posición exportadora de la agricultura francesa se ve negativamente afectada por la competencia de los países emergentes que desde 1990 van reduciendo su cuota de mercado, y el problema se agudiza por el deseo de la OMC de reducir los derechos europeos de aduana y suprimir las subvenciones a la exportación, medidas que se cree perjudicarían a los agricultores franceses sobre todo dentro del mercado europeo.

Se teme también la llegada masiva de productos de los nuevos países emergentes.

Para muchos analistas, el futuro debe ir orientado hacia el mercado europeo, mercado tradicional de las exportaciones francesas. Las exportaciones hacia la Unión representaron en 2008 casi las tres cuartas partes del total, sin embargo, otros opinan que dado el crecimiento de las necesidades tanto alimenticias como energéticas mundiales el futuro de la agricultura francesa debe ser visto con optimismo.

La agricultura se confronta en este momento a numerosos desafíos, los países emergentes, la ampliación de la Europa del Este y la integración de los nuevos Estados miembros al modelo agrícola europeo, el comercio internacional, y movilización para el desarrollo de los países del sur, etc.

Sin embargo no hay que olvidar las ventajas importantes de la agricultura francesa, superficies disponibles importantes, altos rendimientos, competencia técnica, suelos y clima ventajosos que le permiten una producción regular y también buenos resultados en los productos transformados gracias a los cuales el saldo de la balanza comercial

agroalimentaria francesa para 2008 arroja un excedente de 9,1 millardos de euros, cifra equivalente a la de 2007.

En lo que se refiere a la evolución respecto al 2007 es interesante señalar la fuerte reactivación de los intercambios del sector agroalimentario, ya que su crecimiento fue de más del 8% frente un alza del comercio global del 3,9%. Este aumento es atribuible tanto a los productos transformados (+7,2%), como a los productos frescos (+11,6%), que por segundo año consecutivo, durante el último lustro, presentan un crecimiento importante y superior al de los productos transformados.

El futuro de la agricultura francesa pasa por apostar por la innovación. Francia tiene una gran ventaja en los productos muy transformados con gran valor añadido (quesos, vinos, alcoholes, productos lácteos, chocolates, etc.) que deberá preservar.

Los principales países destinatarios de las exportaciones francesas son: Alemania, Italia, Bélgica, Reino Unido, España, Estados Unidos, Japón, Suiza, Grecia y Portugal.

### Industria Agroalimentaria


En el cuadro que se presenta a continuación ofrecemos el conjunto de características económicas más significativas tanto para el conjunto de la industria agroalimentaria (IAA) como para algunos de los productos más importantes.

<b>PRINCIPALES RESULTADOS DE LAS EMPRESAS DE LA INDUSTRIA AGROALIMENTARIA EN 2007</b>	<b>Nº de empresas</b>	<b>Asalariados (miles)</b>	<b>Cifra de negocios (M €)</b>	<b>Exportación (M €)</b>	<b>Resultado antes de Impuestos (M €)</b>
Carnes	828	108,3	28.862	2.961	462
Pescados	105	10,8	2.776	337	63
Frutas y hortalizas	164	24,3	7.815	1.324	287
Cuerpos grasos	30	2,2	2.423	491	155
Lácteos	298	56,8	25.823	4.395	803
Semillas	103	11,9	5.659	2.542	403
Alimentos para animales	196	16,1	9.038	1.183	158
Otras industrias alimentarias	490	66,6	25.107	4.931	1.257
Bebidas	380	36,2	21.417	6.623	2.213
<b>Total IAA</b>	<b>2.955</b>	<b>375,3</b>	<b>138.152</b>	<b>25.748</b>	<b>6.224</b>

Fuente: Tableaux de l'économie française 2008

El cuadro anterior pone de relieve que el sector de IAA ocupaba 375.300 personas que representan un 1,3% del total de la población activa en Francia, con una productividad en el sector muy similar al del promedio de la economía francesa.

Los 5 principales grupos franceses de la IAA vienen relacionados en el siguiente cuadro:



Principales grupos franceses de IAA	Ventas (millones €)	Empleo (miles)
Grupo Danone	13.020	88.184
Lactalis	6.250	21.500
Nestlé Francia	5.290	17.450
Altadis	4.110	28.817
Pernod Ricard	3.670	12.223

Para terminar, un rasgo muy importante de la IAA francesa es que, a menudo, se encuentra organizada en grandes cooperativas, que transforman la producción de sus socios. De ahí se deduce que dicha industria se vería tan afectada por una liberalización de los intercambios, como la propia producción.

### 2.2.2. Industriales y de servicios

#### Industria

Francia es la cuarta potencia industrial del mundo y estuvo en el origen de la primera revolución industrial del siglo XIX. Con cierto desfase frente a Inglaterra y apoyándose en las cuencas carboníferas pudo crear su industria siderúrgica, mecánica y textil. La Segunda revolución industrial, que desarrolló sectores como la electricidad, el motor de explosión, la química orgánica y la fabricación de nuevos materiales de construcción como el aluminio, encontró en Francia un número suficiente de inventores y de empresarios. La presencia activa de Francia en las dos revoluciones industriales es causa de la diversificación de su estructura en la actualidad.

El sector industrial francés, debido a un nivel elevado del salario mínimo en el 2008 (1.280,07€ mensuales) unido a la reducción del tiempo de trabajo (151,7 horas mensuales), presentaba una cierta rigidez, que le hacía perder competitividad. No obstante, la productividad industrial continuaba aumentando a un ritmo superior al 4% lo que conllevaba una reducción en los costes unitarios que compensaba la pérdida de competitividad

Sin embargo, en la actualidad, la industria francesa, no ha logrado escapar de la situación de crisis internacional que atraviesa el mundo, y ha visto como su producción, que presentaba cierto dinamismo a principios de 2008, se frenaba a finales de año, creciendo un +0,9% con respecto al +2,5% de 2007.

Por otra parte, el endurecimiento de las condiciones para la obtención de crédito, así como unas perspectivas de demanda desfavorables, han ocasionado una desaceleración en lo que a inversión se refiere, pues si en 2007 la formación bruta de capital fijo, creció un +7,3%, en 2008 este crecimiento ha sido del +1,5%.

En cuanto al empleo, si bien a principios de 2008 más de un 20% de la población activa trabaja en el sector de la industria, el sector se está viendo afectado por paros técnicos y reducciones de plantilla, que han obligado al Gobierno a tomar cartas en el asunto: ampliando el número de horas permitidas de paros técnico o con la creación de la figura del comisario de reindustrialización –cuya misión es tratar de que no se pierdan puestos de empleo industriales- entre otras medidas.

En el cuadro siguiente se muestran las principales características de las empresas industriales de 20 o más empleados (excluyendo IAA, construcción, energía y agricultura).

## PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LAS EMPRESAS INDUSTRIALES EN 2006

(Datos en millones de EUROS)	Nº de empresas	Empleo (en miles)	Ventas	Exportación	Inversión
Bienes de consumo	4.092	478,4	135,5	41,5	3,5
Automóvil	495	255,5	110,5	62,0	3,7
Bienes de equipo	4.780	613,4	158,5	83,9	3,7
Bienes intermedios	9.763	1.096,1	274,4	101,9	11,0
<b>Total</b>	<b>19.130</b>	<b>2.443,4</b>	<b>678,8</b>	<b>289,3</b>	<b>22,0</b>

Fuentes: Tableaux de L'économie française 2008

Del anterior cuadro se deduce que la facturación por empresa es de 35 millones de euros y que la productividad del trabajo que es de 278.000 de euros por trabajador.

### Construcción

El año 2008 ha sido un muy mal año para el sector, pues se encuentra en el ojo del huracán de la crisis financiera. El endurecimiento de las condiciones para la concesión de crédito ha acarreado unas consecuencias nefastas para las ventas de viviendas individuales -que han descendido un -23% en 2008- y las de promociones – que registran un descenso del -40%.

En consecuencia el sector ha visto como su actividad casi se paralizaba, creciendo un +0,2% en 2008 frente al +4,2% de 2007 y registrando un descenso de la actividad. En concreto, en 2008 se han puesto en marcha 368.600 viviendas nuevas, frente a las 437.000 de 2007 lo que supone una reducción del -15,7%.

### Sector terciario

Excluyendo el sector financiero y el comercio, el sector terciario puede desagregarse en los subsectores que se presentan a continuación.

PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LOS SERVICIOS NO FINANCIEROS EN 2004	Número de empresas	Empleo no asalariado	Empleo asalariado	Ventas	Valor añadido (millones de euros)
SERVICIOS A LAS EMPRESAS	412.026	313.636	2.786.614	373.456	193.717
ACTIVIDADES INMOBILIARIAS	94.270	61.412	259.460	70.874	34.561
SERVICIOS A PARTICULARES	321.330	230.500	1.078.099	107.428	48.286
<b>TOTAL</b>	<b>827.626</b>	<b>605.548</b>	<b>4.124.173</b>	<b>551.758</b>	<b>276.564</b>

Fuentes: Tableaux de L'économie française 2008

### 2.3. El sector exterior: relaciones comerciales

La moderación de los flujos de intercambios comerciales de Francia con el exterior ya constatada en el 2007, ha perdurado en el 2008, ya que el comercio exterior francés tan sólo registró un incremento del 3,9% respecto al nivel alcanzado en el 2007.

Pero además, un análisis del comportamiento de estos flujos pone de manifiesto el empeoramiento de la situación por segundo año consecutivo. Como ya ocurrió en el 2007 las importaciones aumentaron dos veces más que las exportaciones, por lo que se ha asistido a un fuerte incremento del déficit comercial de Francia CIF-FOB (-71,9 millardos de euros en 2008 frente a -56,6 en el 2007), diferencia que hay que atribuirle al hundimiento de las ventas de sectores clave como los bienes intermedios y la automoción, cuyo crecimiento respecto a 2007 ha sido negativo, y que, en cierta manera pone en evidencia, una vez más, una pérdida de competitividad exterior de los productos franceses

Tras un primer semestre dinámico, los intercambios se estancan y se hunden en el último trimestre en el que el crecimiento del PIB fue negativo (-1,2%). Las exportaciones resisten mejor en lo que se refiere a los bienes de consumo.

Si se consideran los resultados FOB-FOB, que en el 2007 habían arrojado un déficit de 40,5 millardos de euros, la progresión en el 2008 ha sido importante ya que el saldo negativo ha alcanzado los 55,6 millardos.

En el 2008, el total de las exportaciones de Francia alcanzó la cifra de 405 millardos de euros, lo que supone un incremento del 2,2% respecto al nivel alcanzado en el 2007, mientras que las importaciones sumaron 476,9 millardos, contabilizando a su vez un alza del 5,3%. La cobertura ha pasado del 87,5% en el 2007 al 84,9%.

Por otra parte, las previsiones de crecimiento del PIB y del consumo para 2009 presuponen que la actividad en Francia se va a moderar muy fuertemente, por lo que los flujos de comercio exterior deberían contraerse, especialmente el de importación.

El sector agroalimentario representa el 12,4% de las exportaciones francesas frente a un 8,6% de las importaciones. El carácter eminentemente exportador de este sector se recupera por segundo año consecutivo, ya que en el 2008, ha progresado en más de medio punto porcentual frente al 11,8% correspondiente al 2007, incrementando claramente su importancia relativa en el comercio exterior francés.

La industria, a su vez, supone el 82% de las exportaciones y los productos energéticos 5,7%. Entre los bienes industriales, el sector de automoción supone el 11,3%. Su ponderación sobre el total desciende por quinto año consecutivo y se sitúa muy por debajo de su máximo correspondiente al 16,0% registrado en el 2004, mientras que los bienes de consumo mejoran ligeramente su cuota al situarse en el 15,4%. Los bienes de equipo ponderan el 24,1%, los bienes intermedios el 30,6% y el material militar 0,8%.

Por lo que se refiere al ranking de proveedores y clientes de Francia, y como se puede observar en el cuadro que se incluye mas adelante, Alemania continua ocupando el primer lugar en ambas vertientes, ya que es destinataria del 14,6% de las exportaciones y origen del 16,3% de las importaciones de Francia. Durante 2008, la cuota de Alemania del mercado francés se ha mantenido casi al mismo nivel que en el 2008 como proveedor, pero se ha reducido en tres décimas como cliente.

Como proveedores, el segundo lugar lo ocupa Bélgica con un 8,4% de las importaciones francesas, que ha desplazado al tercer puesto a Italia (8,1%). China ocupa el cuarto puesto con una cuota de las importaciones francesas del 6,7%, habiendo desplazado a España al quinto lugar con una cuota del mercado francés de 6,5% medio punto por debajo del 7% correspondiente al 2007.

Como ya preveíamos el año pasado, China tras ganar dos puestos en el ranking en 2007, ha vuelto a ganar uno en el 2008, sustituyendo a España en el cuarto puesto. El Reino Unido también pierde un puesto a favor de Estados Unidos que pasa a ocupar el sexto puesto, representando un 5,5% de las importaciones francesas, mientras que el Reino

Unido con tan sólo el 4,8% tiene que conformarse con el séptimo lugar de la clasificación, muy por debajo de España.

En el ranking de los clientes de Francia, España también pierde un puesto pasando a ocupar el tercer lugar, y ser sustituida por Italia en el segundo. El Reino Unido ocupa el cuarto lugar.

Tras cinco años consecutivos, en los que España era el mejor cliente de Francia después de Alemania, en 2008 la crisis y la debilidad de la demanda interna española provocan un fuerte descenso de nuestras compras en el país vecino. El fuerte retroceso de las exportaciones francesas a nuestro país (-10,2%) frente a un alza del 2,5% experimentado por la exportación total francesa, ha hecho que España pierda cuota de mercado de Francia pasando de representar casi el 10% del total de las importaciones francesas en el 2006 a 9,6% en el 2007 y a 8,4% en el 2008.

El Reino Unido es el cuarto cliente de Francia, Bélgica figura en quinta posición y Estados Unidos en la sexta.

<b>Cuadro 3: PRINCIPALES PAÍSES PROVEEDORES</b>	<b>2005</b>		<b>2006</b>		<b>2007</b>		<b>2008</b>	
(Datos en millones de EUROS)			%		%		%	
ALEMANIA	67.122	69.398	3,4	75.164	8,3	77.950	3,7	
BÉLGICA	31.494	35.773	13,6	37.322	4,3	40.136	7,5	
ITALIA	33.954	36.575	7,7	38.895	6,3	39.005	0,3	
CHINA	21.660	24.675	13,9	29.843	20,9	32.204	7,9	
ESPAÑA	27.541	29.334	6,5	31.505	7,4	31.032	-1,5	
ESTADOS UNIDOS	22.836	25.540	11,8	26.406	3,4	26.288	-0,4	
REINO UNIDO	22.891	26.154	14,2	24.677	-5,6	23.087	-6,4	
PAÍSES BAJOS	16.348	17.730	8,4	18.441	4,0	19.368	5,0	
SUIZA	8.794	9.461	7,5	10.068	6,4	10.550	4,8	
JAPÓN	10.482	10.405	-0,7	10.291	-1,1	9.576	-6,9	

Fuente: D.G. des Douanes

<b>Cuadro 4: PRINCIPALES PAÍSES CLIENTES</b>	<b>2005</b>		<b>2006</b>		<b>2007</b>		<b>2008</b>	
(Datos en millones de EUROS)			%		%		%	
ALEMANIA	51.372	55.852	8,7	57.425	2,8	59.353	3,4	
ITALIA	32.453	35.109	8,2	36.301	3,4	35.745	-1,5	
ESPAÑA	35.938	38.046	5,9	37.922	-0,3	34.069	-10,2	
REINO UNIDO	31.417	32.836	4,5	33.098	0,8	31.877	-3,7	
BÉLGICA	26.656	28.727	7,8	29.967	4,3	30.990	3,4	
ESTADOS UNIDOS	24.988	26.346	5,4	25.037	-5,0	23.840	-4,8	
PAÍSES BAJOS	14.521	15.961	9,9	16.698	4,6	17.154	2,7	
SUIZA	10.211	10.430	2,1	10.516	0,8	12.000	14,1	
CHINA	9.444	9.768	3,4	11.467	17,4	11.546	0,7	
POLONIA	4.730	7.000	48,0	6.389	-8,7	6.785	6,2	

Fuente: D.G. des Douanes



Cuadro 5: PRINCIPALES PRODUCTOS IMPORTADOS	2005		2006		2007		2008	
	(Datos en millones de EUROS)			%		%		%
Combustibles minerales	51.987	62.363	20,0	60.579	-2,9	79.740	31,6	
Máquinas, aparatos y artefactos mecánicos	49.991	52.657	5,3	58.695	11,5	57.833	-1,5	
Vehículos automóviles, sus partes y accesorios	41.961	43.930	4,7	48.561	10,5	48.174	-0,8	
Máquinas, material eléctrico	35.972	41.088	14,2	39.413	-4,1	38.305	-2,8	
Materias plásticas y sus manufacturas	14.652	16.135	10,1	17.565	8,9	17.144	-2,4	
Fundición, hierro y acero	10.618	12.669	19,3	14.635	15,5	15.086	3,1	
Productos farmacéuticos	11.589	12.883	11,2	14.583	13,2	15.047	3,2	
Productos químicos orgánicos	13.161	12.346	-6,2	13.217	7,1	12.516	-5,3	
Óptica, laboratorio, instr. médico-quirúrgicos	12.247	13.224	8,0	12.043	-8,9	12.510	3,9	
Navegación aérea o espacial	8.957	10.090	12,6	10.796	7,0	10.957	1,5	

Fuente: D.G. des Douanes

Cuadro 6: PRINCIPALES PRODUCTOS EXPORTADOS	2005		2006		2007		2008	
	(Datos en millones de EUROS)			%		%		%
Máquinas, aparatos y artefactos mecánicos	42.777	47.600	11,3	51.231	7,6	51.504	0,5	
Vehículos automóviles, sus partes y accesorios	48.190	47.004	-2,5	46.792	-0,5	41.931	-10,4	
Máquinas, aparatos y material eléctrico	33.755	37.749	11,8	34.516	-8,6	32.511	-5,8	
Navegación aérea o espacial	19.689	22.993	16,8	23.086	0,4	25.856	12,0	
Productos farmacéuticos	17.611	19.353	9,9	20.241	4,6	21.880	8,1	
Combustibles minerales	14.413	16.454	14,2	15.178	-7,8	20.433	34,6	
Materias plásticas y sus manufacturas	13.921	15.274	9,7	16.276	6,6	15.628	-4,0	
Fundición, hierro y acero	11.541	13.471	16,7	14.924	10,8	15.040	0,8	
Óptica, laboratorio, instr. Médico quirúrgicos	11.094	12.197	9,9	12.124	-0,6	12.535	3,4	
Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre	9.454	10.649	12,6	11.299	6,1	11.346	0,4	

Fuente: D.G. des Douanes

## 2.4. Infraestructura de Transporte

La situación central de Francia en Europa y su importancia económica motivan que haya infinidad de conexiones aéreas con todo el mundo. París cuenta con varios aeropuertos para el tráfico comercial: Roissy-Charles de Gaulle al nordeste y Orly al sur. Beauvais se encuentra a 80 kilómetros de París pero está comenzando a ver aumentado su tráfico con la proliferación de las compañías *low cost*.

La comunicación entre los aeropuertos y la ciudad está asegurada por el transporte público: RER, autobuses y taxi. Para el aeropuerto Charles de Gaulle la línea B del RER es directa. Para el de Orly, la conexión con el RER se hace a través de un trasbordador denominado Orlyval desde la estación de Antony. El trayecto en taxi desde cualquiera de estos aeropuertos puede suponer entre 35 y 45 € mínimo. Para Beauvais el precio es muy superior por la distancia que supone. En este caso se aconseja coger un autobús que por 13€ trayecto deja en la Porte Maillot, a la entrada de París, sobre la línea de metro 1 que cruza la ciudad.

La elección de uno u otro aeropuerto depende del destino final del pasajero. Para ir al recinto ferial de Paris-Nord Villepinte es aconsejable utilizar el aeropuerto Roissy-Charles de Gaulle, y el de Orly para el de Porte de Versailles.

El aeropuerto de Le Bourget acoge a los vuelos privados y Villacoublay, militar, alguno de los vuelos oficiales.

Entre París y Madrid hay más de 40 vuelos directos de las compañías Air France, Iberia, Vueling, Air Europa, Air Comet y Easyjet. De Barcelona a París hay unos 35 vuelos también a ambos aeropuertos. Hay también vuelos sin escalas en línea regular desde París a Valencia, Bilbao, Sevilla, Alicante y otras ciudades españolas.

La red francesa de carreteras y autopistas, la mayoría de peaje, es amplia, moderna y bien conservada. Dos autopistas francesas conectan con otras dos españolas por Irún (A64) y La Jonquera (A9). Hay otras dos conexiones de autopista desde París a Barcelona, la A20 por Toulouse, y el eje A71-A75 por el viaducto de Millau. En las autopistas y principales carreteras hay gasolineras abiertas las 24 horas. El precio de los carburantes es significativamente más alto que en España, por estar sujetos a mayores impuestos.

Francia cuenta con una desarrollada red de comunicaciones ferroviarias internas y conecta con todos los países vecinos. La gestión del transporte ferroviario la realiza la sociedad nacional de ferrocarriles SNCF, de la que se desgajó el ente público gestor de la infraestructura, de acuerdo con las directivas europeas.

El tren de alta velocidad TGV enlaza las principales ciudades francesas y compite ventajosamente con el avión para trayectos medianos. El trayecto París-Londres por el túnel del Eurostar se realiza en poco más de 2 horas.

Los trayectos París-Madrid y París-Barcelona se realizan cada noche en trenes TALGO.

En lo que respecta a las comunicaciones por vía marítima, Francia cuenta con excelentes puertos marítimos en su extenso litoral. Su amplia flota mercante se encuentra en regresión por la competencia de fletes más bajos en buques con bandera de conveniencia. Los principales puertos son Marsella, Le Havre y Burdeos. Entre Francia y España el transporte mínimo no puede, salvo raras excepciones, competir con los otros medios. Dada la extensión de ríos navegables y la red de canales, el tráfico fluvial es significativo aunque su importancia es decreciente.

### 3. ESTABLECERSE EN EL PAIS



#### 3.1. El mercado

#### LAS CARACTERISTICAS DEL MERCADO FRANCES

Para abordar con un mínimo de posibilidades de éxito el mercado francés hay que tener en cuenta las características específicas que este presenta y sus implicaciones en la presentación de la oferta.

Francia es un mercado de 64 millones de consumidores con un poder adquisitivo elevado y tendencia a un crecimiento moderado, pero regular. Su PIB per capita en 2008 es de 30.524€.

El mercado francés tiene dos características fundamentales que hay que considerar en el momento de plantearse su penetración:

- El mercado francés es un **mercado maduro**
- El mercado francés es un **mercado organizado**

#### **1.-EL MERCADO FRANCES ES UN MERCADO MADURO**

Como mercado maduro, hay que tener en cuenta que:

***Hay que desplazar a otro proveedor.***

Los compradores ya poseen proveedores habituales y conocidos con los que mantienen relaciones a menudo personales y a los que habrá que reducir su parte de mercado para dar entrada al nuevo proveedor.

- *Exigencia de calidad*

En Francia, tanto los compradores profesionales como los consumidores, en general, son muy exigentes. Se exige el respeto estricto de las condiciones de venta estipuladas y el cumplimiento de plazos, calidades, y normas técnicas, así como, en su caso, la disponibilidad de asistencia post-venta.

- *Resistencia a aceptar condiciones de pago seguras para el vendedor*

Como mercado maduro en el que dominan los compradores, el mercado francés es reacio a aceptar condiciones de pago seguras para el vendedor. Pero ello no debe ser obstáculo ya que, además de poderse asegurar el cobro de las exportaciones por CESCE y otras compañías, es fácil obtener información sobre el grado de solvencia financiera de los potenciales clientes.

Como medios de pago, el cheque es el medio más utilizado dentro de las transacciones realizadas por los operadores económicos franceses, seguido de la transferencia bancaria (utilizada sobre todo en el caso de transacciones de carácter internacional) y la letra de cambio, utilizada únicamente en el 10% de las transacciones comerciales.

- *Importancia de la lengua francesa en las comunicaciones*

Francia tiene un especial apego a su lengua y sólo aceptan a regañadientes la comunicación en inglés. Por ello, la utilización corriente del francés en las comunicaciones y en los folletos y catálogos supone una ventaja estratégica considerable.

Por otra parte, en Francia existe una obligación legal de utilizar la lengua francesa en los embalajes, prospectos de información al consumidor y documentos comerciales, introducida por la ley del 1 de agosto de 1994 denominada "LEY TOUBON", que textualmente dice que:

“La utilización de la lengua francesa es obligatoria en la designación del producto, en las ofertas, la presentación, la utilizations de uso, la descripción de la duración y condiciones de la garantía de un bien, de un producto o de un servicio, así como en las facturas y recibos”.

Aunque para las empresas extranjeras esto suponga una barrera a la libre circulación de las mercancías en el seno de la Unión Europea, los franceses consideran que esta ley es un instrumento básico de defensa del consumidor.

o *Posibilidad de complementariedad industrial y comercial*

Otra gran ventaja estratégica derivada de la proximidad es la posibilidad de complementariedad industrial e incluso comercial. La complementariedad industrial se viene practicando por los grandes grupos empresariales. Hoy día, esta opción está abierta a empresas de todos los tamaños.

## **2.-EL MERCADO FRANCES ES UN MERCADO ORGANIZADO**

Como mercado organizado hay que tener en cuenta que:

***Es difícil desplazar a otro proveedor.***

Para el comprador francés su organigrama de abastecimiento es muy importante por lo que habrá que ofrecerle:

- Todo tipo de garantías en cuanto a cumplimiento de plazos y calidades.
- Precios Franco almacén
- Precios Franco con la T.V.A. Incluida, si lo solicita.
- Una forma de pago que le convenga.
- Una relación calidad-precio mejor que la de los actuales proveedores.
- Facilitarle referencias de otros clientes que le garanticen la seriedad de la empresa

o *Existe un buen nivel de información en los compradores*

El mercado francés tiene, en general, buen conocimiento de la oferta francesa y extranjera. Las grandes empresas francesas conocen bien los puntos débiles y los puntos fuertes de la industria española, pues casi todas ellas están implantadas en España. Recordemos que en España hay más de 1.200 filiales de empresas francesas.

De acuerdo con las conclusiones de un estudio de la Cámara de Comercio de París, los productos españoles de consumo tienen buena imagen en Francia lo cual constituye una referencia inicial que puede simplificar la penetración del mercado.

o *Importancia de la logística del transporte*

La vecindad de Francia y su pertenencia al mismo espacio económico y monetario que España supone una enorme ventaja frente a competidores de otros países. Pero, como es lógico, esta ventaja hay que saber aprovecharla con una adecuada logística del transporte.

o *Facilidad para ocupar nichos de mercado.*

Nichos de mercado son esos segmentos que no atienden los líderes de cada mercado sea por falta de agilidad o porque su pequeña entidad no les compensa. Para las PYMES de un país vecino como España es mucho más fácil conocer en tiempo útil y ocupar esas parcelas muy específicas que las empresas de mayor tamaño no puedan o no les interese cubrir. Así lo han hecho muchas pequeñas y medianas empresas españolas, que han conseguido ir construyendo en Francia una clientela sólida y creciente con productos especializados.

Como conclusión podemos decir que el mercado francés presenta un gran interés para las firmas españolas, ya que se trata de:

Un mercado muy **próximo**

Un mercado con **una demanda importante** (64 millones de consumidores)

Un mercado con **una demanda solvente**

Un mercado con **unos hábitos de consumo no muy diferentes de los españoles**

Un mercado **con una fuerte potencialidad de crecimiento.**

Pero sin embargo, hay que tener en cuenta que se trata de UN MERCADO RELATIVAMENTE DIFÍCIL, debido a la exigencia de:

**Calidad**

**Estabilidad de precios**

**Cumplimiento de plazos de entrega**

**Cumplimiento de numerosas normativas** francesas (componentes del producto, embalaje, etiquetado, lengua francesa..)

**Reticencia del comprador a cambiar de proveedor**

Por ello hay que ser conscientes de que habrá que realizar un esfuerzo especial para penetrar este mercado, **pero que una vez conseguido este objetivo, el seguimiento es relativamente fácil ya que el mercado francés es de por sí FIEL.**

### 3.2. Canales de distribución

#### LEGISLACIÓN

Para intentar proteger al pequeño comercio se han aprobado toda una serie de Leyes de Orientación del Comercio, la primera en 1973 conocida como **Ley Royer**, por la que se empiezan a exigir autorizaciones administrativas para la apertura o ampliación de grandes superficies (más de 1.000 m<sup>2</sup>). La completó la **Ley Raffarin**, de 1996, amplió esta condición a las superficies comerciales de 300 a 1.000 m<sup>2</sup>.

Sin embargo, esta norma no ha evitado la apertura en Francia de hasta 2.000.000 m<sup>2</sup> de nueva superficie de venta al año, ni tampoco el cierre de muchos pequeños comercios. En cambio, ha contribuido a limitar la entrada de operadores extranjeros en el mercado francés y a estimular las operaciones de concentración (como la de Carrefour y Promodés en 1999), permitiendo que las empresas del sector alcanzaran pronto la dimensión suficiente para su expansión internacional.

Posteriormente la **Ley Galland** sobre las relaciones comerciales que pretendía reequilibrar el poder entre proveedores y Gran Distribución que fue completada en 2003 por la llamada **circular Dutreil** que, aún manteniendo la prohibición de reventa a pérdida, exigía la explicitación de los servicios facturados como cooperación comercial. (marges arrière)

Actualmente la política esta orientada hacia una mayor competencia que permita reducir los precios en beneficio del consumidor. Para ello la "Ley para la Modernización de la Economía" votada en agosto del 2008 ha introducido un cambio drástico en de las relaciones de la Gran Distribución con sus proveedores, autorizando la negociación de los precios y suprimiendo la autorización previa para la apertura de comercios de una superficie inferior a 1.000m<sup>2</sup>

Distribuidores e industriales están contra esta nueva ley ya que rompe un equilibrio instaurado entre ambos y en le fondo abre la puerta a negociaciones, que sin duda, tendrán por consecuencia una reducción de los márgenes de ambos.

En cuanto a la **publicidad en TV**, a partir de diciembre 2006, la televisión se convierte en el escaparate de las marcas de distribución, *enseignes*, puesto que se ha levantado una prohibición que ha durado 39 años, desde el comienzo de la publicidad en la

televisión el 1 de octubre de 1968. Hasta ahora, la distribución se tenía que contentar con algunas rendijas en los canales regionales, o el patrocinio de emisiones y programas cortos. En la actualidad, los industriales dedican a este medio TV un 65% de los sus presupuestos para publicidad y se estima que la distribución le destina un 15% de sus gastos publicitarios. Sin embargo, esta permisión sigue siendo relativa en la medida en la que este tipo de publicidad debe quedar limitada al mensaje institucional, mientras que la comunicación relativa a las "operaciones comerciales de promoción" de los distribuidores se mantiene proscrita en la televisión. Queda excluida la comunicación relativa a promociones temporales de productos o a operaciones temporales como, por ejemplo, las rebajas.

Por otra parte, **Internet** sigue su ascenso y se revela poco a poco como un canal ineludible para las inversiones publicitarias.

## ESTRUCTURA ACTUAL DE LA DISTRIBUCIÓN EN FRANCIA

Podemos distinguir tres grandes tipos de empresas distribuidoras: el comercio mayorista, el comercio minorista y los distribuidores de hostelería, restauración y catering (HORECA)

### **1. El comercio mayorista:**

En 2007 había censadas 156.000 empresas de comercio mayorista cuya cifra de negocio ascendía a 520 millardos de euros en total (+2,8% con respecto a 2006), según datos del INSEE. El mercado tiende a prescindir cada vez más de este intermediario

### **2. El comercio minorista:**

A finales de 2007 había censadas 395.000 empresas minoristas que facturaban 447,3 millardos de euros, lo que supone un aumento del volumen de negocio del 2,6%. Entre los principales tipos de establecimientos minoristas se encuentran:

- El comercio de proximidad, que engloba las pequeñas tiendas de todo tipo, los pequeños autoservicios de menos de 120 m<sup>2</sup>, los denominados supérettes (de 120 a 400 m<sup>2</sup>) y los maxidescuento menores.
- Las grandes superficies: supermercados (entre 400 y 2500 m<sup>2</sup>), hipermercados (de más de 2.500 m<sup>2</sup>), los maxidescuento, almacenes populares, cash & carry y los distintos tipos de grandes almacenes, generales y especializados (GMS). En 2006 sumaban 23.397 establecimientos, con una superficie total de 36.616.377 m<sup>2</sup>.

### **3. El sector HORECA (hostelería, restauración y catering)**

Agrupar los subsectores de restauración tradicional, restauración colectiva y fast food. A los dos primeros subsectores se llega a través de mayoristas especializados como Sodhexo; Accord; Davigel, Générale de Restauration, Claude Le Delas y el tercero tiene sus propias centrales de compras.

### **Tendencia**

El parque de supermercados está en descenso; algunos se convierten en hard discount, otros en hipermercados. Pero la filosofía inicial de los hipermercados, destinados a atender a las grandes familias de hace cuatro décadas, pierde razón de ser al constatar la disminución del tamaño de las familias francesas, lo que hace necesario una reformulación de la razón de ser de los hipers. Aun así, la estrategia de los distribuidores es a aumentar el tamaño de los puntos de venta y a cargar el carro de la compra con promociones tipo 3 por 2. Las marcas de distribuidor (MDD) incrementan su presencia y sus ventas (+5,6%, mientras que las marcas nacionales no llegan al 1%).

Por otro lado, la temida guerra de precios no ha tenido lugar. Sin embargo, donde sí se libra batalla feroz entre distribuidores es en la promoción, como ya se ha comentado con el 3 por 2, los lotes, etc.

La Ley de Modernización de la Economía introducía de nuevo la posibilidad de negociar los precios, con la intención de que vuelvan a desempeñar un papel importante en las campañas de marketing de las grandes marcas de distribución, en un momento en el que el consumidor francés observa una cierta reducción de su capacidad de compra. Sin embargo, las grandes superficies parecen haber sabido encajar la reforma legislativa y por el momento no se han producido grandes reducciones de precios.

#### PRINCIPALES GRUPOS DE DISTRIBUCIÓN

Para estudiar los principales grupos de distribución en Francia, hay que distinguir entre las centrales de compra, las empresas titulares o sociedades de explotación y las marcas (enseignes, en francés) de los establecimientos que identifican a las distintas cadenas.

Por otra parte se encuentran las grandes superficies especializadas cuyas compras se realizan, normalmente por la misma empresa, cuya razón social puede coincidir o no con la marca comercial de sus establecimientos.

##### *a) Las centrales de compras*

Las centrales de compras son organizaciones comerciales que gestionan los pedidos de suministros de los establecimientos o almacenes de sus grupos de asociados y afiliados. Las centrales se pueden tipificar en 5 categorías, según dos grandes clases de productos: alimentarios y no alimentarios.

Hay dos tipos de centrales **alimentarias**: las de productos frescos y las de productos de gran consumo (resto de los productos alimentarios). A su vez, dentro de las centrales **no alimentarias** se distinguen tres tipos: las de productos textiles, las de equipamiento doméstico y las de productos diversos o bazar. La actividad de las centrales puede ser centralizada o descentralizada.

En 2008, las seis centrales de compra más importantes de Francia generaron el casi 95% de la cifra de negocios de la gran distribución, según datos de ACNielsen.

##### *b) Grupos de distribución y cadenas*

Los grupos de distribución son propietarios o están ligados por acuerdos de afiliación con distintas cadenas de establecimientos o enseignes. Es importante identificarlos porque disponen de un sistema de referenciación propio y pueden comprar al margen de la central de compras.

En 2007 en Francia, el principal grupo de distribución por cifra de negocios consolidada fue Carrefour, con 82.148 millones de euros; seguido de Auchan, con 36.715; Intermarché, con 32.700; Leclerc, con 32.600; Casino, con 24.972; Système U, con 16.760, Cora (Louis Delhaize), con 11.000, Francap, con 5.700 y Monoprix, con 3.575 millones de euros, según Le Planogramme 2008 de Lineaires.

Carrefour es, sin duda, el grupo más internacionalizado al realizar el 52,3% de sus ventas fuera de Francia, seguido de Auchan, con el 45,0%.

Lo normal es que las marcas comerciales o enseñanzas ("enseignes") que identifican a las cadenas, respondan a una fórmula comercial homogénea: hiper, supermercado, tienda de proximidad, maxidescuento, etc., aunque también se utiliza, a veces, la misma marca para hiper y super.

Así, entre las tiendas de proximidad integradas en FRANCAP aparecen diversos nombres comerciales: Coccinelle, Colryut, Coccimarket, G20, Viveco, Diagonal, Panier Sympa, Atoo Alimentation y Schleckker. Entre las tiendas de descuento o hard discount, se pueden destacar: Aldi, Lidl, Ed, Leader Price, Netto, Le Mutant, Norma y Penny Market.

### c) Grandes superficies especializadas (GMS)

#### a. Grandes superficies de confección textil

A 1 de septiembre de 2008 y según Panorama Trade Dimensions 2009, el número de estas tiendas ascendía a 3.088 (sólo cuentan las de más de 300 m<sup>2</sup>), con una superficie de venta total de 3.027.071 m<sup>2</sup> y una superficie media de 980 m<sup>2</sup>.

Por número de tiendas, la cadena líder es La Halle! (VIVARTE), con 647 tiendas, seguida de Gemo (ERAM), 323; la francesa Kiabi (Kiabi Europe), 168; Vutura 162, ITM entreprises 150, Inditex France, 148, Styleco (JL International), 130 y C & A France 130.

En los últimos años hay una creciente presencia española con firmas como Zara (148 tiendas en total, incluidas las de Bershka y Maximo Duti), Mango (67) o Cortefiel (5).

#### b. Grandes superficies de belleza y salud

Francia cuenta con 2.150 establecimientos de este tipo (1.859 perfumerías y 291 parafarmacias), con una superficie total de 342.740 m<sup>2</sup>. Por número de tiendas destaca Marionnaud (Marionnaud Parfumeries) con 560 tiendas, seguida de Nocibe, con 399; Sephora con 218; Beauty Success, con 211; y Passion Beauté con 158.

#### c. Grandes superficies de bricolaje

En total, en Francia hay 2.376 tiendas de este tipo con una superficie total de 7.131.028 m<sup>2</sup>. Por número de tiendas destaca Bricomarché, del grupo ITM Entreprises, con 531 tiendas, seguida de Mr. Bricolage (481), Leroy Merlin France, de Groupe Adeo (447), Le Club (210), y Cofaq (143).

#### d. Grandes superficies de aparatos electrodomésticos

A 1 de septiembre de 2008 había 2.374 centros comerciales de este tipo (451 multiespecializados), con una superficie total de 2.550.311 m<sup>2</sup>. Las cadenas más conocidas son EX& CO con 647 tiendas, Groupe Boulanger con 402, Groupe Digital con 399, But International (mixto muebles-electrodomésticos) con 221, Darty con 211 y Conforama France, con 179.

#### e. Grandes superficies de ocio, cultura y deporte

A 1 de septiembre de 2008 y según datos del Panorama de la Distribution 2009 existían en Francia un total de 476 grandes centros especializados en ocio y cultura, con una superficie en conjunto de 586.952 m<sup>2</sup>, siendo los primeros grupos por número de tiendas Espace Culturel (GALEC), con 183; FNAC SA, con 75 tiendas, Système U 44, Sodival 39 y Virgen Stores France, con 38.

En cuanto a las empresas especializadas en artículos deportivos destacan Intersport, con 437, Décathlon, con 221, y Go Sport, con 194.

#### f. Grandes superficies de jardinería

Siguiendo con los datos del Panorama de la Distribution 2009, existen en Francia un total de 1.507 almacenes de dimensión importante especializados en jardinería, con una superficie total de venta de 4.775.063 m<sup>2</sup>, siendo el primer grupo por número de tiendas Gamm Vert, con 280 establecimientos, seguido por Jardi Enseignes con 213, Apex con 143 y Nalods con 127 establecimientos.

Por otra parte, las secciones de jardinería integradas en otros almacenes, destacan para ITM Enterprises con 537, Castorama France con 98 y Mr. Bricolage con 35.

#### g. Grandes superficies de juguetería

A 1 de septiembre de 2008 existían en Francia un total de 989 almacenes especializados en juguetería, con 100 m<sup>2</sup> como mínimo. La superficie total de venta ascendía a 724.355 m<sup>2</sup>. Las cadenas más importantes, por número de establecimientos, son EPSE Joueclub, con 288 establecimientos; Ludendo con 202; King Jouet (King Jouet y Jouet Discount), con 180, Maxi Toys, con 110, y Gueydon (Joupi y Mega Joupi), con 69.

## ESTRATEGIA DE VENTA A LA GRAN DISTRIBUCIÓN

Para la mayoría de los productos alimenticios y buena parte de los demás bienes de consumo, la venta a la gran distribución es casi inevitable. Entre las ventajas de este canal comercial cabe citar la compra de cantidades importantes, lo que facilita la gestión de stocks y reduce el coste del transporte; la seguridad en el cobro, ya que suele tratarse de empresas solventes; y el número reducido de interlocutores, lo que facilita la gestión exportadora.

Entre los inconvenientes destaca la complicación del proceso de selección de proveedores (proceso de referenciación) y la falta de control del posicionamiento del producto y de los precios por el exportador. Por supuesto los márgenes para el proveedor son más reducidos, casi inexistentes en la batalla actual contra la pérdida de poder adquisitivo de los consumidores. Además, las cadenas no aceptan fácilmente incrementos de precios sensibles (sólo hace falta observar el caso de la de-referenciación de Leclerc) y, finalmente, hay que adaptar el producto y los envases a los deseos de la cadena.

A grandes rasgos, la gran distribución se estructura en Francia, como en otros países, en torno a las centrales de compra, en las que se negocian los suministros. En ellas, el principal argumento de venta es, sin duda, el **precio**, sobre todo para los productos de alimentación. Las centrales de compra están organizadas por tipos de producto.

Cada central de compra negocia la adquisición de todas o parte de las referencias de una o varias cadenas. Cada cadena o central tiene su propio procedimiento de compra. En general, el sistema de compras tiene tres fases: *reconocimiento del proveedor*, *referenciación del producto* y *concreción del pedido*. La media de aplazamiento de pago a proveedores es de 66 días, más largo que en el Reino Unido o Alemania, pero más corto que en Italia o España. Las vías de penetración en este gran segmento del mercado no son distintas a las de España, aunque cada cadena tiene sus características propias.

### a) Referenciación

La referenciación es la aquiescencia o aceptación de una organización de compras o una empresa de distribución a las propuestas comerciales del proveedor. Existe una diferencia entre la función de referenciación y la función de compra. En algunas empresas, estas dos funciones son ejercidas por la misma persona o el mismo servicio y, en otras, están separadas.

La referenciación puede estar centralizada (a nivel nacional o regional) o descentralizada y ejercida por los puntos de venta.

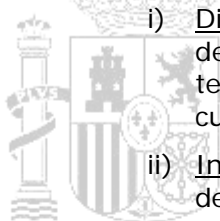
En la referenciación centralizada, el fabricante entra en contacto con un único departamento para toda Francia. Lógicamente, este servicio centralizado dispone muy buena información y tienen un gran poder de negociación en función de los mayores volúmenes discutidos. Su ventaja es la cobertura global del mercado aunque ello no garantiza una presencia efectiva en todos los puntos de venta. Se debe contactar con los responsables de compras del sector de que se trate.

En la referenciación descentralizada, se permite a los distribuidores aumentar sus oportunidades de obtener condiciones más favorables por parte de los proveedores. Cada centro de decisión negocia autónomamente las ventajas particulares.

Referenciación en puntos de venta: en el caso de que los puntos de venta cuenten con cierta autonomía, esta modalidad de entrada puede interesar en los pequeños proveedores o a los que antes de obligarse a nada, quieren probar. El interlocutor que se debe contactar es el jefe de departamento o lineal.

## b) Modalidades de entrada

A su vez, las principales modalidades de entrada son:

- 
- i) Directamente o a través de un mayorista: Aunque en algunos segmentos de productos los mayoristas conservan cuotas de mercado interesantes, la tendencia del comercio moderno es la de suprimir intermediarios, que cuestan y que en algunos casos aportan unos servicios limitados.
  - ii) Individualmente o asociándose con otro proveedor que disponga de fuerza de ventas, bien introducidas y con productos complementarios.
  - iii) Con marca propia, o bajo la marca del distribuidor, para lo cual habrá que cumplir con las rigurosas condiciones exigidas por estos últimos. En este caso, el proveedor deberá ser competitivo para evitar ser suplantado por otro proveedor y no podrá encontrarse en una situación de gran dependencia de una sola empresa distribuidora, ya que se enfrenta al riesgo de desaparecer si la parte de sus ventas a ese distribuidor es elevada.

## c) Preparación de las entrevistas de referenciación

Hoy en día, los procesos de referenciación son cada día más largos y complejos y cada vez más centralizados. Los compradores disponen de poco tiempo, ya que gestionan miles de referencias y decenas de proveedores.

En las entrevistas debe utilizarse, exclusivamente, el francés; no es aconsejable el uso de intérpretes ocasionales ajenos a la profesión. Suele hacer falta de 3 a 6 visitas para alcanzar resultados. Las negociaciones pueden durar varios meses.

Para ganar tiempo y aumentar las posibilidades de éxito, el fabricante debe listo un dossier de presentación con los datos que, normalmente, demandarán sus interlocutores:

- o Datos de la empresa del proveedor
- o Descripción de su gama de productos (el proveedor debe citar a sus competidores y destacar sus ventajas frente a ellos.
- o Política de comunicación de la empresa frente al consumidor
- o Datos sobre el producto concreto que se propone
- o Datos de marketing
- o Logística
- o Indicaciones sobre gestión del lineal o del producto en el lineal
- o Servicios adicionales del proveedor
- o La tarifa de precios y su relación con las tarifas conocidas de la competencia.
- o Por último, las condiciones comerciales

Es conveniente resaltar los resultados de la empresa proveedora en España. Y siempre se irá a la entrevista hablando francés, no es recomendable el uso de traductores externos.

## d) La negociación de precios

En materia de precios, la legislación francesa exige que toda compra de un producto o prestación de servicio sea objeto de una factura que especifique la denominación del producto, la cantidad vendida, el precio unitario y la fecha de pago, así como cualquier rebaja, reducción o descuento. El proveedor debe fijar una tarifa general válida para todos los clientes y tener en cuenta que, el cobro por parte del distribuidor de la cooperación comercial debe constar también en contrato.

## EL COMERCIO ELECTRÓNICO EN FRANCIA

El despegue del comercio electrónico en Francia depende, como en el resto de la Unión Europea, de la resolución de cuestiones como la firma electrónica, la protección de los datos personales, la fiscalidad y la seguridad de los sistemas de pago. Varias directivas de la UE afectan a estos temas, como la directiva sobre Firma Electrónica, transpuesta en Francia por la Ley 2000-230 de 13 de marzo del 2000. La directiva sobre la Sociedad de la información y Comercio electrónico y de liberalización total del uso de instrumentos de criptología, esencial para la confidencialidad y seguridad de los intercambios, ha tenido como transposición y desarrollo la "Loi pour la confiance dans l'économie numérique, n° 2004-575 del 21 de junio de 2004".

El Gobierno Sarkozy está especialmente interesado en el desarrollo de las tecnologías de la información ya que en el último cambio ministerial de mediados de 2008 nombró a Nathalie KOSCIUSKO-MORIZET, Secretaria de Estado encargada de la Prospectiva y del desarrollo de la economía Numérica

Las ventas por Internet han batido un nuevo record en 2008 al superar la cifra de ventas los 20 millardos, registrando un crecimiento del 16%. El 72% de las ventas a distancia se realizan ya por Internet, y han aumentado un 29% en 2008. El entusiasmo de los franceses por la compra on-line no flaquea.

En 2008 existen 43.000 portales de Internet de venta en línea contra 36.900 en el 2007 y tan solo 15.000 en el 2005.

El precio medio de una transacción en 2008 ronda el centenar de €, suponiendo así una tasa de crecimiento de 6% respecto al 2007. Un comprador en línea gasta de media 800€ al año y efectúa 9 pedidos. La mayoría de los sectores progresan en este aspecto, pero el mercado cosmético se dispara y está dominado por Sephora.

En 2008, el número de compradores en línea ha sobrepasado el 66% del total de los internautas y contra lo que se podía pensar los principales compradores no son los jóvenes: en textil moda las principales compradoras son mujeres de 25 a 44 años, y no las de 15 a 25 años. El intervalo de edad que más consume es el de 35-49 años

Por sectores las ventas se reparte de la forma siguiente: 31% venta a los profesionales, 24% venta E-tourismo, 20% portales mixtos, 16% ventas a los particulares y 14% productos técnicos.

Los más portales más activos son, por ejemplo, eBay.com (10 millones de visitas mensuales), Priceminister (6,5 millones), La Redoute (6 millones), la FNACF, Amazon, C-Discount y viajes SNCF ( más de 5 millones).

Una de las consecuencias de este fenómeno ha sido el apoyo de Renaud Dutreil, Ministro de Pymes y Comercio, a la apertura dominical de un número mucho mayor de tiendas y comercios tradicionales en las zonas turísticas, que permita amortiguar los efectos de este cambio de tendencia.

Según datos publicados por la Federación francesa del comercio electrónico y de la venta a distancia (Fevad), el comercio electrónico en Francia ha superado con éxito el primer trimestre del año 2009 al registrar un incremento del 26% en su cifra de facturación, alcanzando los 5.600 millones de euros, aunque el precio medio de cada compra se ha reducido un 5% debido a las agresivas políticas de precios y las rebajas.

Si los sectores de moda y tecnología, son los más beneficiados debido a sus promociones y a los precios, el turismo electrónico, afectado por la coyuntura económica ha registrado un descenso del 1% en su actividad.

Según las previsiones de la FEVAD, el negocio del comercio electrónico debería aumentar a lo largo de este año entre un 20 y un 25%, al igual que en 2008, gracias a la creación de nuevos portales y a la diversificación de la oferta. Pixmania, por ejemplo, dedicado originalmente al sector de las tecnologías, ahora distribuye también confección y productos cosméticos. Es la única estrategia que permite resistir a la crisis.



### 3.3. Importancia económica del país en la región

Francia es el tercer país en importancia económica dentro de la Unión Europea.

### 3.4. Perspectivas de desarrollo económico

Las últimas previsiones macroeconómicas publicadas por el **Gobierno de Francia** para 2009 y 2010 publicadas el 17 de marzo de 2009, indican que en el contexto de crisis económica internacional actual y tras el periodo de ajuste registrado a finales de 2008, el PIB presentará un crecimiento negativo del -1,5% en el año 2009 para recuperarse ligeramente en 2010 con un crecimiento del 1%.

La demanda de los hogares franceses que a lo largo de 2008 creció un +1,3%, y se espera que finales de 2009 el crecimiento registrado sea positivo y del orden de un 0,4%.

El poder adquisitivo debería aumentar en 2009 un 1,4% debido a la reducción de la inflación -que se situará en el 0,4%- y seguirá creciendo en 2010 en torno a un 1,0%.

La inversión retrocederá un -4,1 en 2009 debido a la recesión mundial y a las tensiones financieras que llevarán a las empresas a reducir su inversión un -7,0%. Los hogares reducirán a su vez su inversión un -4,9%, debido a la incertidumbre en cuanto al empleo. En 2010 la inversión se mantendrá estable en términos globales con un aumento de la inversión empresarial del 3,7% y un retroceso de la inversión de los hogares del -3,2%.

Por su parte el **Informe Intermedio de Perspectivas Económicas de la OCDE** publicado en marzo de 2009 incluye unas previsiones mucho más negativas que las publicadas por el Gobierno de Francia, y según las cuales, el PIB francés retrocederá un -3,3% en 2009 para volver a descender en 2010 un -0,1%.

El descenso de la inversión, siempre según la OCDE, será del -7,1% 2009 y del -1,7% en 2010. Por otra parte, el sector exterior afectará negativamente al PIB en -0,8 puntos en 2009 y en -0,3 puntos en 2010.

La inflación en 2009 será del 0,4%, para situarse en 2010 en el 0,6%.

Según los últimos datos disponibles en mayo, la coyuntura ha continuado deteriorándose en Francia y se prevé un retroceso del PIB en 2009 del orden del 3%.

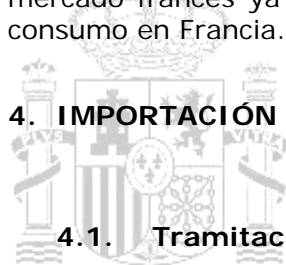
### 3.5. Oportunidades de negocio

Prácticamente cualquier empresa española con producto competitivo y cuota significativa del mercado español debe plantearse su entrada en el mercado francés.

Se detectan posibilidades de expansión en suministros industriales estándar y subcontratados, materiales de construcción, transformados del plástico, grifería, productos de artes gráficas, venta de inmuebles, aceite de oliva, productos alimenticios de calidad, equipamiento municipal, de hostelería y colectividades, mobiliario de oficina, de hogar, baño, cocina y exteriores, artículos para el hogar, complementos y marroquinería, productos audiovisuales, servicios de organización de congresos e incentivos.

Otros productos que están penetrando bien en el mercado francés son los azulejos, el calzado, la charcutería, especialmente el jamón serrano e ibérico, artículos deportivos, azulejo, bisutería, equipamiento de hostelería, iluminación, joyería, juguetes, motocicletas y bicicletas, mueble, perfumería y cosmética, prendas textiles de vestir, regalo, tejidos e hilados y textil hogar.

Hay que tener en cuenta que la coyuntura actual hace más difícil la penetración del mercado francés ya que en 2009 se prevé una contracción del comercio exterior y del consumo en Francia.



#### **4. IMPORTACIÓN (RÉGIMEN DE COMERCIO EXTERIOR)**

##### **4.1. Tramitación de las importaciones**

##### **4.2. Aranceles y Regímenes económicos aduaneros**

##### **4.3. Normas y requisitos técnicos**

##### **4.4. Regulación de cobros y pagos al exterior**

##### **4.5. Contratación Pública**

El nuevo Código de Mercados Públicos contiene la legislación francesa sobre contratos de suministros, obras y servicios públicos. Este código entró en vigor el 1 de septiembre de 2006 en Francia. Se puede consultar en español en:

<http://195.83.177.9/code/liste.phtml?lang=esp&c=60>

El código se ha elaborado con la finalidad de armonizar la legislación francesa con las directivas europeas nº 2004/17 y 2004/18, adoptadas el 31 de marzo de 2004.

En diciembre de 2008, toda una serie de decretos ha introducido modificaciones importantes en el código de los mercados públicos cuyo contenido se puede consultar en el portal siguiente:

<http://www.marchespublicspme.com/fp-code-des-marches-publics-analyse-pme.html>

En la actualidad el peso de las diferentes formas de pedidos públicos dentro de la economía francesa supera los 110 millardos de €, lo que supone cerca del 9% del PIB.

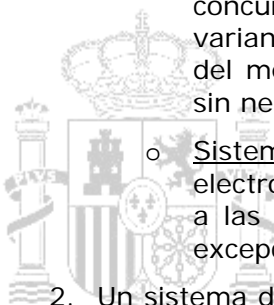
#### **A.- Novedades del código de mercados públicos**

Básicamente, son dos: el nuevo código introduce en el derecho francés las disposiciones previstas por la legislación comunitaria. Por otra parte, contiene una serie de medidas que facilitan el acceso de las PYMES a los concursos públicos.

#### **1.- Disposiciones de la legislación comunitaria introducidas en el Código de Mercados Públicos:**

1. Nuevos procedimientos de licitación: los acuerdos marco y el sistema de adquisición dinámica.
  - o Los acuerdos marco, previstos por la legislación comunitaria, consisten en un acuerdo celebrado entre una o varias de las entidades adjudicadoras y uno o varios operadores económicos y cuyo objeto es establecer los términos que deberán regir los contratos que se hayan de adjudicar en el transcurso de un período determinado, particularmente en lo que se refiere a los precios y, en su caso, a las cantidades previstas. Por su parte, los

concursos “à bons de commande” o de órdenes de compra constituyen una variante de los acuerdos marco, con la especificidad de que los términos del mercado están definidos. La emisión de órdenes de compra se realiza sin negociación ni convocatoria entre posibles adjudicatarios.



- o Sistema de adquisición dinámica o SAD: es un proceso de adquisición electrónica para las compras de bienes corrientes y que permite referenciar a las empresas durante toda la duración del SAD (máximo 4 años salvo excepciones).
2. Un sistema de preselección de operadores: el código contiene también un sistema de calificación de operados económicos por las entidades adjudicatarias o sistema de preselección de operadores que se consideran aptos para realizar una prestación determinada, de tal manera que la entidad adjudicataria pueda seleccionar los futuros adjudicatarios de un concurso.
  3. Nuevos dispositivos que favorecen la “desmaterialización” de los mercados públicos o utilización de medios electrónicos que conllevan una reducción en los plazos de recepción de las candidaturas y de las ofertas.
  4. La posibilidad de que las empresas se presenten solas o en agrupaciones de “operadores económicos”. Disposiciones sobre publicidad y convocatoria de licitación:
    - o Siguen vigentes los principios de libertad de acceso, igualdad de tratamiento de los candidatos y transparencia de los procedimientos.
    - o Es obligatorio el anuncio en el BOAMP o boletín oficial de anuncios de mercados públicos y el JOUE para los concursos que superan el montante indicado en las directivas europeas

## **2.- Acceso de las PYMES a los mercados públicos:**

Como gran novedad, el código contiene una serie de medidas dirigidas a favorecer el acceso de las PYMES europeas a las compras públicas:

1. La obligación de que todos los mercados públicos se lancen en lotes separados salvo que ello presente inconvenientes técnicos, económicos o financieros. Con ellos se pretende que las PYMES puedan presentar sus candidaturas sin estar obligadas a responder por la totalidad del concurso.
2. Por otra parte, el hecho de que un operador económico no presente referencias relativas a la realización de concursos precedentes de la misma naturaleza no podrá constituir un elemento eliminatorio de la candidatura.
3. En los procedimientos en los que se limita el número de candidaturas (licitación restringida, mercados negociados y procedimientos de diálogo competitivo), los poderes adjudicatarios podrán reservar un número mínimo de candidatura a las PYMES.
4. Los poderes adjudicatarios podrán también solicitar a los candidatos que indiquen en su oferta el porcentaje de mercado que van a subcontratar a terceros, concretamente a PYMES.
5. Por último, se obliga a los compradores a cuantificar y responder de los pedidos realizados a las PYMES.

## **3.- Principales modificaciones del código de mercados públicos en 2009**

### **La contratación**

El artículo 40 del Código de los mercados Públicos de 2009 modifica los importes a partir de los cuales se aplica cada procedimiento:

### 1. Contratación directa

Para las compras inferiores a 20.000 € (IVA no incluido), no se exige publicidad ni convocatoria de licitación.

### 2. Procedimientos adaptados

Los mercados de suministros, servicios u obras pueden lanzarse según un procedimiento adaptado, (MAPA) cuyas modalidades son libremente fijadas por el poder adjudicador en función de la naturaleza y de las características de la necesidad que se debe satisfacer, cuando el valor estimado se encuentre entre los umbrales señalados siguientes,

1. Entre 20.000 y 133.000 € sin IVA, para las obras del Estado
2. Entre 20.000 y 5.150.000 € sin IVA para las obras de los otros Entes Públicos que el Estado
3. Entre 20.000 y 206.000 € sin IVA Para los suministros y servicios del Estado

### 3. Licitación

1. > a 133.000 € sin IVA, para las obras del Estado
2. > a 5.150.000 € sin IVA para las obras de los otros Entes Públicos que el Estado
3. > a 206.000 € sin IVA Para los suministros y servicios del Estado

### **Los Plazos de pago**

Según el artículo 98 del Código de los Mercados Públicos de 2009, los plazos máximos de pago de los mercados públicos son los siguientes:

- Máximo 30 días para el Estado
- Para las corporaciones locales 40 días en 2009, 35 días en 2010 y 30 días a partir del 1 de enero del 2011.

En el caso de no cumplirse estos plazos, al día siguiente de la expiración del plazo, comienzan a correr intereses de demora en beneficio del operador económico adjudicatario.

### **La desmaterialización de los mercados públicos**

El nuevo Código de los mercados públicos de 2009 recoge un número importante de medidas encaminadas a facilitar y desarrollar la contratación pública mediante soportes informáticos. (Internet etc)

Su implantación se realizará en dos etapas:

- A partir del 1 de enero del 2010

Las licitaciones por importe superior a 90.000€ deberán:

- Publicar un anuncio en un soporte o plataforma electrónica (Internet)
- Obligación de incluir el (DCE) Dossier de Consulta para las Empresas en dicha plataforma para que los interesados se lo puedan bajar.
- Para las licitaciones del sector informático (material, prestaciones etc), Los candidatos tendrán que contestar por vía electrónica. Los envíos sobre papel serán nulos ya que el ministerio de Economía quiere que estas empresas sirvan de ejemplo.

- A partir del 1 de enero del 2012

- Los compradores públicos tendrán la obligación de aceptar las respuestas enviadas por vía electrónica por lo que los compradores públicos deberán recurrir a plataformas informáticas.

Las nuevas medidas del código de mercados públicos en aplicación desde 2009 debería facilitar a las PYMES el acceso a los mercados públicos.

#### **4.- Servidores Internet de interés**

Mercados públicos electrónicos:

<http://www.marchespublicspme.com/>

<http://www.marches-publics.gouv.fr/>

<http://www.achatpublic.com/>

BOAMP: contratación pública en el boletín oficial francés

<http://djo.journal-officiel.gouv.fr/MarchesPublics/>

Por último, gran parte de los Ministerios franceses incluyen en sus páginas web una ventana dedicada ala contratación pública.

### **5. INVERSIONES EXTRANJERAS / INCENTIVOS A LA INVERSIÓN**

#### **5.1. Marco legal**

Desde 1996, la regla general es que la inversión extranjera en Francia no está sujeta a procedimiento administrativo previo.

Están sometidas a autorización previa aquellas inversiones que supongan la participación, incluso ocasionalmente, en el ejercicio de la autoridad pública en Francia y las que pongan en entredicho el orden público, la salud pública o la seguridad pública, así como las relacionadas con la producción y el comercio de armas, municiones y material de guerra.

Se debe declarar la inversión, en los 20 días siguientes a su realización, a la Dirección General del Tesoro. No es necesario ningún formulario especial para esta comunicación que, cuando es necesaria, se realiza por el bufete de abogados que representa al inversor extranjero. No es necesaria la comunicación a la D.G. del Tesoro si la inversión no supera los 762.195 €, en las sucesivas ampliaciones de capital de una empresa cuando la inversión hubiese sido ya comunicada, en las inversiones directas de hasta 1.524.390€ en empresas artesanales, hoteleras, de comercio minorista o de explotación de minas o canteras y en algunos otros supuestos.

La contabilización de pagos por las operaciones de inversión se lleva a cabo por la banca, quien la comunica, a efectos estadísticos, al Banco de Francia.

#### **5.2. Repatriación de capital/control de cambios**

Libre. No hay control de cambios en transferencias a través de entidades bancarias. En metálico, títulos o cheques, la suma máxima que se puede llevar consigo una persona física es de 10.000€ por adulto.

### 5.3. Incentivos a la inversión

La información sobre las ayudas para la creación de empresas en Francia figuran en la página: <http://www.apce.com/index.php?pid=222>

Después tiene que pinchar en la izquierda en cada una de las opciones:

Principales aides financières

Principales aides sociales

Principales aides fiscales etc.

O también en: <http://www.apce.com/index.php?pid=319>

Las ayudas a las PYMES las puede consultar en : <http://www.semaphore.cci.fr/>

La asociación OSEO facilita información sobre las subvenciones en Francia y la creación de empresas que pueden consultar en el servidor <http://www.oseo.fr/>

### 5.4. Establecimiento de empresas

Libre

Para crear una filial basta con redactar unos estatutos y depositarlos en el registro mercantil correspondiente y darse de alta en los organismos tales como URSSAF, hacienda, etc.

Si desea disponer de información adicional sobre la implantación en Francia le sugerimos conecte con el servidor Web de la Agencia para la Creación de Empresas siguiente:

<http://www.apce.com/pid387/apce.html> donde encontrará información en español

#### 5.4.1. Representación y agencia

##### Acuerdos de representación

###### 1. Agentes comerciales

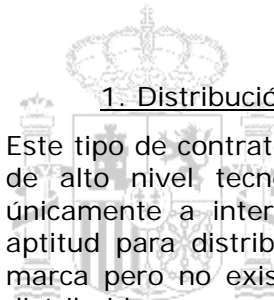
Pueden ser personas físicas o jurídicas y su actividad está regulada por un contrato mercantil, que ha de ser conforme a la reglamentación existente. Cuando son personas jurídicas deben facturar siempre el IVA . En caso de rescisión del contrato por el comitente o de fallecimiento del agente son acreedores de una indemnización que, como mínimo, suele ser de dos años de comisiones.

###### 2. Representantes o VRP

Sólo pueden ser personas físicas y su contratación es de naturaleza laboral, por lo que el comitente tiene obligación de hacer frente a las cargas sociales derivadas de su retribución, que puede incluir elementos fijos, indemnizaciones y comisiones. En caso de conflicto, el Tribunal competente es el Prudhomme (Magistratura del Trabajo).

##### Acuerdos de distribución

En los acuerdos de distribución, el distribuidor interviene en su nombre y por cuenta propia al vender productos que ha comprado a su proveedor. Dichos contratos son diferentes de los acuerdos de representación en los cuales el agente o representante actúa por cuenta del proveedor. La práctica comercial ha dado lugar a cuatro tipos de acuerdos de distribución, tres de los cuales han sido reconocidos por reglamentos de la Unión Europea.



### 1. Distribución selectiva o autorizada

Este tipo de contrato se utiliza para la distribución de productos con marca de prestigio o de alto nivel tecnológico. Constituye un acuerdo por el cual un proveedor vende únicamente a intermediarios que ha seleccionado en función de su experiencia y su aptitud para distribuir los productos. El distribuidor dispone del derecho de uso de la marca pero no existe transferencia alguna de "know how" por parte del proveedor. El distribuidor no puede ceder el contrato a terceros " y carece de derecho a indemnización alguna en caso de rescisión.

### 2. Compra exclusiva

El acuerdo de compra exclusiva impone al distribuidor la obligación de comprar ciertos productos al proveedor. En contrapartida el proveedor suele obligarse a participar en las inversiones necesarias para la distribución del producto. El ejemplo típico es el contrato de abanderamiento de gasolineras.

### 3. Distribución exclusiva

En este tipo de contrato, el proveedor concedente reserva la venta de sus productos, en un territorio determinado, a un distribuidor o concesionario exclusivo. Por lo general, el distribuidor es remunerado por medio de un margen bruto sobre las ventas. El distribuidor puede fijar libremente sus precios y no es lícito para el proveedor imponerle el precio de reventa. El proveedor tampoco puede prohibir al distribuidor la venta pasiva, es decir no expresamente buscada, a clientes que se encuentren fuera de su territorio exclusivo. En principio, el distribuidor no tiene derecho a indemnización en caso de rescisión del contrato.

### 4. Contratos de franquicia

El contrato de franquicia permite al distribuidor franquiciado comercializar productos o servicios utilizando el rótulo, marca y métodos del proveedor. El proveedor puede así desarrollar su marca y utilizar sus propios métodos comerciales sin verse obligado a financiar las inversiones comerciales y el distribuidor franquiciado aprovechar el prestigio de la marca y acometer una empresa sin necesidad de mucha experiencia. Generalmente, el franquiciado tiene la obligación de pagar al franquiciador un derecho de entrada y cánones.

El franquiciado debe tener la condición de comerciante independiente inscrito en el Registro Mercantil y registrado ante la Seguridad Social. Si el franquiciado es una persona física, debe evitarse imponer condiciones de distribución demasiado estrictas (venta en local autorizado, precios, condiciones de venta y métodos impuestos por el franquiciador y suministro exclusivo de este último) pues, en tal caso se correría el riesgo de que el contrato se calificara como laboral y el franquiciado se convirtiera en empleado del franquiciador.

El contrato de franquicia es una forma de distribución muy extendida en Francia y a menudo existe un contrato-tipo adaptado a la línea de productos distribuidos.

Para más información se puede contactar con la Federación francesa de la Franquicia en: <http://www.franchise-fff.com/>

### 5.- Ruptura de los contratos internacionales de distribución

No existe un marco legal internacional que regule este tipo de contratos y, por consiguiente, las partes, de mutuo acuerdo, pueden fijar la jurisdicción que crean conveniente. Según la jurisprudencia francesa, el tribunal supremo considera que, en caso de duda, la ley aplicable es la del país de residencia del proveedor.

## 5.4.2. Tipos de sociedades

### Formas jurídico mercantiles de la empresa

#### 1. Empresa en nombre propio

El comerciante en nombre propio explota la empresa asumiendo todos los riesgos, percibiendo todos los beneficios y respondiendo con todo su patrimonio de las deudas de la empresa. Requiere, con mínimas formalidades, la inscripción en el Registro de Comercio y de Sociedades. El empresario tiene la posibilidad, bajo ciertas condiciones, de hacer participar a su cónyuge en la explotación inscribiéndolo como "cónyuge colaborador".

#### 2. Auto empresario

Figura jurídica creada por la ley de Modernización de la Economía de agosto de 2008 y aplicable desde enero de 2009.

Introduce ventajas fiscales y sociales respecto al estatuto de empresario en nombre propio, y en el primer trimestre ya ha sido un gran éxito pues un número importante de personas han adoptado esta solución para actuar en nombre propio.

Toda la información esta disponible sobre <http://www.auto-entrepreneur.fr/>

#### 3. Empresa Unipersonal de Responsabilidad limitada (EURL)

La EURL es una sociedad limitada de un solo socio. Requiere un capital mínimo de 7.622 euros del que puede desembolsarse el 20% en el momento de su constitución. Esta estructura permite limitar la responsabilidad a la aportación de capital y beneficiarse de las reducciones de cotizaciones sociales previstas para las empresas individuales en nombre propio.

#### 4. Sociedad en nombre colectivo (SNC)

La SNC no exige un capital mínimo para su constitución. El capital puede desembolsarse a medida que se vaya necesitando. Los asociados deben ser como mínimo dos, con el status de comerciante. Son solidariamente responsables con sus patrimonios de las deudas de la sociedad. Necesitan el consentimiento del resto de los asociados para ceder sus participaciones.

#### 5. Sociedad de Responsabilidad Limitada (SARL)

La SARL requiere un capital mínimo de 7.622 euros cuyo desembolso debe ser como mínimo del 20% en el momento de la constitución. La responsabilidad de los socios, un mínimo de 2 y un máximo de 50, queda limitada al importe de sus aportaciones. En principio, la cesión de las participaciones sociales está sometida al acuerdo de los socios. Las principales diferencias con la Sociedad Anónima son la inexistencia de Consejo de Administración, los mínimos de capital y número de socios para su constitución y la definición de mayoría cualificada en 3/4 del capital en lugar de 2/3. La transformación de una SARL en S.A. no resulta complicada ni costosa.

#### 6. Sociedad Anónima (SA)

La constitución de una SA exige un capital mínimo de 35.310 euros del que, como mínimo, un 25% debe ser aportado en el momento de la constitución. Debe contar como mínimo con 7 socios, cuya responsabilidad queda limitada a sus aportaciones de capital. Las acciones son negociables y pueden ser libremente transferidas, salvo que existan cláusulas estatutarias contrarias.

La administración de la S.A. puede desempeñarse por un Presidente Director General (PDG), nombrado por el Consejo de Administración del que forma parte o bien por un Comité de Gestión o Directorio, nombrado por el Consejo de Vigilancia que en este tipo de S.A. sustituye al Consejo de Administración.

La regulación es análoga a la española: aprobación de cuentas y resultados del ejercicio en Junta General Ordinaria, requisito de Asamblea Extraordinaria, con mayoría cualificada de 2/3, para toda modificación de los Estatutos sociales y otras decisiones de excepcional importancia. La creación y la revisión de sus cuentas anuales suponen costes notablemente superiores a los de una SARL.

### 7. Sociedades por Acciones Simples (SAS)

Una sociedad por acciones simples podrá ser constituida por una o varias personas que sólo responderán de las pérdidas hasta el importe de su aportación. No puede cotizar en bolsa y está regulada por la Ley nº 2001-420 del 15 de mayo de 2001 (Artículo 101 Diario Oficial del 16 de mayo de 2001). Cuando esta sociedad sólo esté formada por una persona, ésta será denominada socio único. El socio único ejercerá los poderes reservados a los socios cuando el presente capítulo prevea una toma de decisión colectiva. Las normas que regulen las sociedades anónimas serán aplicables a la sociedad por acciones simples. Para la aplicación de estas normas, las atribuciones del consejo de administración o de su presidente serán ejercidas por el presidente de la sociedad por acciones simples (SAS) o aquél o aquellos de sus dirigentes a los que los estatutos hayan designado para ello.

## **Establecimientos mercantiles sin personalidad jurídica**

### 1. Oficinas de representación

La oficina de representación, sin personalidad jurídica propia es la forma más simple y menos costosa de implantarse en Francia. Sus funciones se reducen a la recogida de información sobre el mercado y a la promoción de las ventas pero sin realizar actividades comerciales. Por ello, es un instrumento de limitada eficacia de penetración en el mercado.

### 2. Sucursales

La sucursal no tiene personalidad jurídica propia y actúa con la personalidad jurídica de la sociedad a la que pertenece. Puede realizar operaciones de compraventa y por consiguiente facturar, por lo que debe estar inscrita en el registro mercantil.

Las sucursales presentan tres ventajas principales: se benefician de la solvencia de la sociedad a la que pertenece, lo que le facilita la obtención de créditos, la sociedad que la constituye no se ve obligada a desembolsar e inmovilizar un capital ni a crear órganos de control y los gastos de constitución son ligeramente inferiores a los de una sociedad.

El inconveniente es que comprometen a la sociedad principal en todos sus actos comerciales. En la práctica, las sucursales se utilizan a menudo en el sector bancario, o cuando se prevén déficit importantes los primeros años, por las razones ya expuestas.

## **5.4.3. Constitución de sociedades**

### **Trámites para la constitución de filiales**

Para crear una filial basta con redactar unos estatutos y depositarlos en el registro mercantil correspondiente y darse de alta en los organismos tales como URSSAF, hacienda, etc.

En los servidores <http://www.jurimodel.com/> o <http://www.net-iris.fr/contrat-expert/> podrá bajarse estatutos modelo para la creación de sociedades, contratación de trabajadores e informaciones prácticas para la creación de empresas en Francia.

En el servidor Internet que a continuación se indica podrán localizar las direcciones de los Registros Mercantiles de los diferentes departamentos franceses

<http://www.greffes.com/index.php>

La secuencia temporal de los distintos trámites es la siguiente:

1. Depósito de los fondos provenientes de las aportaciones en metálico.
2. Certificado del depositario de los fondos.
3. Informe del comisario de cuentas.
4. Firma de los estatutos.
5. Publicación de un anuncio en un diario de anuncios legales.
6. Inscripción de los estatutos.
7. Elaboración de una declaración de conformidad.
8. Presentación de documentos en el centro de formalidades de empresa (CFE).
9. Inscripción en el Registro de Comercio y de Sociedades.
10. Declaración de existencia para las contribuciones.
11. Cumplimiento de las formalidades sociales.
12. Desbloqueo de los fondos depositados en el banco.

Los fondos correspondientes a las aportaciones en metálico deben depositarse, en un plazo de ocho días a contar desde el momento de su recepción, en la cuenta de la sociedad en formación por las personas que los han recibido, bien en la Caisse des Dépôts et Consignations, bien en una notaría, bien en un banco. La mención del depósito debe figurar en los estatutos.

Seguidamente, se deben establecer los estatutos de la sociedad por acta notarial o por acto privado. En el plazo de un mes después de la firma de los estatutos se debe proceder a su registro en el centro de impuestos del que se depende. De todas formas se permite el registro de los estatutos posteriormente a la inscripción de la sociedad.

Es conveniente publicar un anuncio de constitución de la sociedad en un periódico de anuncios legales del departamento donde se encuentre la sede social.

Ciertos trámites se realizan por medio de las ventanillas únicas Centre de formalités des entreprises (CFE) de la Cámara de Comercio correspondiente, mediante un único expediente (formulario PO):

- o Inscripción en el Registro de Comercio y Sociedades de la Cámara (RCS)
- o Inscripción en el repertorio nacional de empresas y establecimientos gestionado por el Instituto Nacional de la Seguridad Social (INSEE), a fin de obtener su código APE y sus números SIREN y SIRET;
- o Alta fiscal
- o Inscripción en los regímenes de seguro de enfermedad-maternidad y seguro vejez de los no asalariados;
- o Afiliación a una Caisse d'Allocations Familiales (CAF).
- o Si se emplea algún asalariado declaración de contratación a la inspección de trabajo,
- o Declaración de contratación a la Union de recouvrement des cotisations de Sécurité sociale et d'allocations familiales (URSSAF) (Tesorería de la Seguridad Social)
- o Declaración al centro de las Associations pour l'emploi dans l'industrie et le commerce (ASSEDIC) que administra la cotización por desempleo.
- o Formalidades sociales a las que deben someterse determinados dirigentes sociales (por ejemplo, el gerente mayoritario de la SARL)

Tras la inscripción en el Registro de Comercio y Sociedades, se debe insertar un anuncio de las características de la empresa, en el Boletín Oficial de Anuncios Civiles y Comerciales (BODACC).

La declaración a efectos de la *taxe professionnelle* (impuesto sobre actividades económicas) debe ser efectuada directamente antes del primero de enero del año siguiente a la creación.

Los costes de establecimiento en Francia los puede consultar en el servidor de ICEX en:

[http://www.icex.es/icex/cda/controller/pageICEX/0,6558,5518394\\_65926238\\_5547593\\_4219265,00.html](http://www.icex.es/icex/cda/controller/pageICEX/0,6558,5518394_65926238_5547593_4219265,00.html)

### **Trámites para la constitución de sucursales**

La sociedad extranjera debe hacer una solicitud de matriculación en Francia en el plazo de 15 días desde el momento de la apertura del establecimiento. Se debe presentar en el CFE correspondiente: dos copias certificadas de los estatutos, traducidos al francés, el permiso de comerciante extranjero del director responsable (si ha lugar), y el título justificativo del disfrute de los locales donde está instalada la sucursal (título de propiedad, alquileres, contrato de domiciliación...)

La sociedad extranjera debe depositar cada año en la Secretaría del Tribunal (greffe) dos ejemplares de los documentos contables que haya realizado, que deben haber sido controlados y publicados en el Estado donde la sociedad tenga su sede social. De esta manera las sucursales no tienen que publicar sus cuentas de forma separada, ya que les basta con dar las cuentas de la sociedad matriz.

Sea cual sea la modalidad de implantación, una vez que la empresa está inscrita, el número de la matrícula RCS debe figurar en cabeza de página de todos los documentos comerciales.

#### **5.4.4. Joint ventures, socios locales**

### **5.5. Propiedad industrial**

En Francia se puede registrar una patente directamente sin pasar por ningún intermediario.

Para ello se conecta con el portal de Internet del Instituto de la Propiedad Industrial francés en: <http://www.inpi.fr/>

Para registrar una patente:

Pinchando en la parte superior en "BREVETS" se abre una página donde puede consultar los capítulos sobre quién puede depositar una patente, cuando depositarla, cuanto cuesta etc.

En [http://www.inpi.fr/fileadmin/mediatheque/pdf/formulaire\\_brevet.pdf](http://www.inpi.fr/fileadmin/mediatheque/pdf/formulaire_brevet.pdf) encontrará todas las explicaciones sobre como rellenar el formulario y las condiciones para registrar su patente. Al final tiene incluso un modelo de como debe rellenarse el impreso de solicitud precedentemente indicado y el coste de registro.

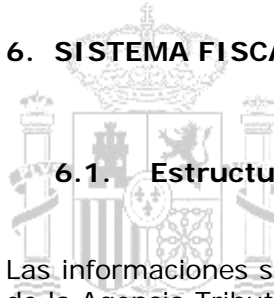
El formulario lo encontrará en:

<http://www.inpi.fr/fr/acces-rapide/tous-nos-formulaires.html>

Si desea pasar por un intermediario puede obtener la lista de agentes de la propiedad industrial por regiones, ciudades, especialidades en:

[http://www.inpi.fr/fr/acces-rapide/annuaire-des-conseils-en-pi.html?no\\_cache=1](http://www.inpi.fr/fr/acces-rapide/annuaire-des-conseils-en-pi.html?no_cache=1)

## 6. SISTEMA FISCAL



### 6.1. Estructura general

Las informaciones sobre temas fiscales las puede consultar en el servidor del equivalente de la Agencia Tributaria en Francia en:

<http://www.impots.gouv.fr>

Las principales figuras tributarias del sistema fiscal francés son el impuesto sobre la renta de las personas físicas (IR) y sobre sociedades (IS) como impuestos directos y, como impuestos indirectos, el IVA (TVA), los impuestos sobre consumos específicos: combustibles (TIPP), tabaco y alcohol, sobre bienes inmuebles *taxe d'habitation* (TH) y el impuesto sobre actividades económicas *taxe professionnelle*. (en plena reestructuración en 2009 con posibilidad de desaparición)

### 6.2. Sistema impositivo

### 6.3. Impuestos

#### 6.3.1. Sociedades

En el impuesto sobre sociedades, el tipo general aplicable en 2008, es del 33,3%.

Tipo aumentado: este tipo impositivo se aumenta con una contribución fija del 3,3% cuando el importe del Impuesto de sociedades excede los 763.000 para aquellas empresas cuya cifra de negocio es mayor o igual que 7.630.000 €.

Hay un tipo reducido del 15%, sobre los primeros 38.120€ de la base imponible a las empresas que facturen menos de 7.630.000€ al año, siempre que, al menos, un 75% del capital pertenezca a personas físicas. En el curso del ejercicio deben efectuarse cuatro pagos a cuenta por el resultado imponible del ejercicio anterior. Hay numerosas bonificaciones y exoneraciones.

Existen regímenes especiales a los que pueden acogerse: micro-empresas, profesionales particulares (*taxe professionnelle*).

Las empresas unipersonales son sujetos pasivos del Impuesto sobre la Renta:

Tipo impositivo/tramos de renta

- o 5,5 % (a partir de 5.515 Euros de renta anual).
- o 14 % (a partir de 10.847 Euros de renta anual).
- o 30 % (a partir de 24.432 Euros).
- o 40 % (supérieur à 65.559 euros).

Mas información en: <http://www2.impots.gouv.fr/sie/accueil.htm> y en <http://www.impots.gouv.fr/> pinchando en <professionnels> y después en la parte superior en <vos impôts>. En la ventana que se abre se selecciona <impôts sur les sociétés> y después <suite> en la opción <Qui paie l'impôt>.

### 6.3.2. Renta personas físicas

El impuesto sobre la renta (IR) tiene un tipo marginal máximo del 40% para los tramos de renta superiores a 69.505 euros en 2009. A diferencia de otras legislaciones fiscales europeas, no hay retenciones en origen lo que encarece notablemente el coste de la recaudación. Las plusvalías inmobiliarias se gravan al 26% sobre una base que decrece desde el 6º año hasta desaparecer en el decimoquinto, estando exenta la enajenación de la vivienda principal.

Tipo impositivo/tramos de renta

- o 5,5% (a partir de 5.852 Euros de renta anual).
- o 14% (a partir de 11.673 Euros de renta anual).
- o 30% (a partir de 25.926 Euros).
- o 40% (superiorr à 69.505 Euros).

Más información en:

[http://www.impots.gouv.fr/portail/dgi/public/particuliers.impot;jsessionid=2HDGUS4DKKXDHOQFIEMQCFFWAVARXAIV1?espId=1&pageId=part\\_impot\\_revenu&impot=IR&sfid=50](http://www.impots.gouv.fr/portail/dgi/public/particuliers.impot;jsessionid=2HDGUS4DKKXDHOQFIEMQCFFWAVARXAIV1?espId=1&pageId=part_impot_revenu&impot=IR&sfid=50)

Se puede efectuar un cálculo del impuesto en:

[http://www3.finances.gouv.fr/calcul\\_impot/2008/](http://www3.finances.gouv.fr/calcul_impot/2008/)

### 6.3.3. IVA

El Impuesto sobre el valor añadido (TVA) tiene un tipo normal de 19,6% y dos tipos reducidos de 5,5% y 2,1% para medicamentos, ciertos productos alimenticios, agua, libros etc.

### 6.3.4. Otros

El **Impuesto sobre actividades económicas** o *taxe professionnelle* es, como en España, un tributo de las corporaciones locales. La base imponible se calcula según una fórmula homogénea, pero los tipos son libremente fijados por las Autoridades locales, por lo que, para una misma actividad, el importe a pagar puede variar de una localidad a otra.

Mas información en: <http://www2.impots.gouv.fr/sie/accueil.htm> y en <http://www.impots.gouv.fr/> pinchando en <professionnels> y después en la parte superior en <vos impôts>. En la ventana que se abre se selecciona <taxe professionnelle> y después <suite> en la opción <Qui paie l'impôt>.

La **contribución social generalizada** (CSG), que se recauda por la seguridad social sobre todo tipo de rentas al tipo del 7,5% es en gran parte deducible en la cuota del IR, por lo que funciona como retención en origen.

Existe un **impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales** que grava las aportaciones de capital (1%), ampliaciones de capital con cargo a reservas (3%), transmisiones de inmuebles (16,6%) y creaciones de negocios (14%).

El **Impuesto sobre Sucesiones** tiene, incluso entre cónyuges, una tarifa fuertemente progresiva (de 5% a 40%). Para más información consultar: <http://www.impots.gouv.fr/> pinchando en <particuliers> y después en la parte superior en <vos préoccupations> En la ventana que se abre se selecciona <familla> descender la página hasta el final y abajo del todo seleccionar la opción: <la declaración de sucesión>

La ley de Modernización de la Economía de agosto de 2008 prevé que cada progenitor pueda efectuar donaciones o herencias a herederos directos (hijos) con franquicia fiscal para un importe de 300.000€ cada cinco años.

En el **Impôt de Solidarité sur la Fortune** son sujetos pasivos los propietarios de un patrimonio superior a 770.000 Euros a día 1 de enero del ejercicio fiscal en curso.

Tipo impositivo/ Patrimonio

- o 0,55 %/ de 770.000 € a 1.240.000 €
- o 0,75 %/ de 1.240.000 € a 2.450.000 €
- o 1,00 %/ de 2.450.000 € a 3.850.000 €
- o 1,30 % / de 3.850.000 € a 7.360.000 €
- o 1,65 %/ de 7.360.000 € a 16.020.000 €
- o 1,80 %/ de 16.020.000 € en adelante

Para más información consultar: <http://www.impots.gouv.fr/> pinchando en <particuliers> y después en la parte superior en <vos impôts>. En la ventana que se abre se selecciona <impôt de solidarité sur la fortune> y después en <suite> en la opción <Qui paie l'impôt>

El **Impuesto sobre los salarios** lo abonan las asociaciones, oficinas de representación y toda aquella entidad que no realiza beneficios. Es un impuesto que sustituye al impuesto sobre sociedades para este tipo de entes jurídicos.

- o 4,25% para la fracción de salarios inferior a 7.461 Euros/año.
- o 8,50% para la fracción de salarios comprendida entre 7.461 y 14.902 Euros/año.
- o 13,60% para la fracción de salarios superior a 14.902 Euros/año.

En el **Impuesto sobre las Oficinas y locales comerciales** son sujetos pasivos los propietarios y usufructuarios de oficinas y locales comerciales y de almacenes, así como los tomadores de un contrato de construcción y de ocupación temporal del dominio público situados en la región "Ile de France"

Para calcular el impuesto aplicable en 2009 a las oficinas se definen circunscripciones en función del valor teórico determinado por la administración para un determinado terreno y se aplican distintas tarifas por m2 que pueden oscilar entre 11,30 Euros/ m2 y 3,20 Euros/ m2. Existe además una tarifa reducida cuando los terrenos pertenecen a la admón. Pública y/o colectividades municipales.

Se aplica una tarifa única a los locales de comerciales y de almacenamiento de: 1,80 Euros/ m2 y 0,90 Euros/ m2, respectivamente.

#### **6.4. Tratamiento fiscal de la inversión extranjera**

Las empresas o sucursales extranjeras implantadas en Francia reciben el mismo tratamiento fiscal que las empresas francesas.

## **7. FINANCIACIÓN**

### **7.1. Sistema financiero**

El sistema financiero francés está dirigido por el Ministerio de Economía y Finanzas, por la Dirección del Tesoro y por el Banco de Francia mediante órganos colegiados específicos:

- Autoridad de los Mercados Financieros (AMF), instituida por la Ley de Seguridad Financiera de 2003, compuesta por 16 miembros: Presidente nombrado por el

Consejo de Ministros, 9 vocales procedentes de la profesión y 6 designados por el Ministro de Economía y Finanzas.

- *Comité des Établissements de Crédit et des Entreprises d'Investissement* (CECEI), presidido por el Gobernador del Banco de Francia.
- *Commission bancaire* (CB) presidida por el Gobernador del Banco de Francia y forman parte de ella el Director General del Tesoro y 4 miembros nombrados por el Ministro de Economía y Hacienda .
- *Comité de la Réglementation Bancaire et Financière* (CRBS). Está presidido por el Ministro de Economía y Hacienda e integrado por el Gobernador del Banco de Francia y 5 otros miembros nombrados por el Ministro citado por un periodo de tres años.
- *Conseil National du Crédit et du Titre* (CNCT), órgano consultivo presidido por el Ministro de Economía y Hacienda, con participación empresarial, sindical y parlamentaria.
- Alto Consejo de vigilancia de los censores jurados de cuentas, creado por la reciente Ley de Seguridad Financiera para vigilar el buen gobierno de la empresa
- *Le Mediateur du Crédit* figura que tiene por misión de mediar entre los empresarios y el sector bancario y ha sido confiada por el Presidente de la Republica a Réne Ricol, con el rango de "Comisionado de la presidencia. Esta a la disposición de todos los empresarios, artesanos, comerciantes, profesiones liberales, etc que encuentren dificultades con su banco para resolver sus problemas de financiación o tesorería.

Tradicionalmente, el Tesoro gozaba de una financiación privilegiada pero, al final de la década de los 80 el Estado se convierte en un emisor más en competencia con las emisiones privadas. En febrero de 2001 se crea la *Agence France Trésor* bajo la autoridad del Ministro de Economía para realizar las operaciones del Tesoro, recientemente integrada en la Dirección General que ha fusionado las tres direcciones de economía (Tesoro, Relaciones Económicas Exteriores y Previsión).

El control de cambios desaparece oficialmente en Francia por la aplicación de la Directiva europea de libertad de movimientos de capital el 1 de enero de 1989. A su vez, los mecanismos de control de las inversiones francesas en el exterior y de las extranjeras en Francia han casi desaparecido aunque subsisten en el caso de ciertas inversiones de carácter estratégico y en el de inversiones importantes de o en países no comunitarios. Finalmente, en el proceso hacia la moneda única, a principios de 1999 se aprueba el estatuto del Banco de Francia que transfiere al Sistema Europeo de Bancos Centrales la competencia en materia monetaria.

## **7.2. Líneas de crédito, acuerdos multilaterales de financiación**

## **7.3. Acuerdo de cooperación económico-financiera con España**

# **8. LEGISLACIÓN LABORAL**

Las relaciones laborales se rigen por el Código de Trabajo que se puede consultar por Internet en:

<http://www.legifrance.gouv.fr/affichCode.do?cidTexte=LEGITEXT000006072050&dateTexte=20090522>

<http://www.legifrance.gouv.fr/initRechCodeArticle.do>

Los convenios colectivos se pueden consultar en:

<http://www.legifrance.gouv.fr/initRechConvColl.do>

## 8.1. Contratos

Los contratos de trabajo, en principio, deben establecerse por escrito (no existe ningún formulario específico). Estos contratos deben indicar la naturaleza exacta de la función, así como la posición jerárquica en el seno de la empresa, la remuneración, el lugar de trabajo y la duración del contrato.

Los contratos de trabajo se pueden establecer por tiempo indeterminado o temporales (CDD: Contrats à durée déterminée), a tiempo pleno o parcial. Los contratos temporales se permiten en caso de suplencia de un asalariado (por vacaciones, enfermedad, accidente, etc), aumento temporal de la actividad de la empresa y realización de trabajos estacionales.

Existe el contrato de aprendizaje y hay todo un abanico de contratos laborales para fomento del empleo siendo el más utilizado recientemente el contrat nouvel emploi (CNE), utilizable por las pequeñas empresas y que permite despedir libremente en los dos primeros años.

Actualmente se esta en plena reforma de los contratos de trabajo, cuyo nuevo marco legal es probable que este listo antes de final del 2008.

La lista de tipos de contrato se puede consultar el al portal del ministerio francés de trabajo en la página siguiente:

<http://www.travail-solidarite.gouv.fr/informations-pratiques/fiches-pratiques/>

Toda la información sobre la legislación del trabajo se puede consultar en unas fichas técnicas en la página del portal del ministerio de trabajo francés siguiente:

<http://www.travail-solidarite.gouv.fr/informations-pratiques/fiches-pratiques/>

Se pueden obtener contratos de trabajo modelo en:

<http://www.jurimodel.com/LISTPACK/travail-embauche.html>

El despido individual de un asalariado solo es posible por falta grave del trabajador, salvo en el contrato de fomento del empleo por una PYME, denominada *contrat nouvel emploi* (CNE)

El despido colectivo sólo se puede justificar previo expediente de crisis con un procedimiento que varía según el tamaño de la empresa, el número de despidos y la antigüedad de los afectados. La empresa, junto con los representantes del personal, debe establecer un plan "social", para minimizar el impacto del despido sobre los asalariados.

La magistratura del trabajo (Prud'homme) es competente para juzgar sobre los desacuerdos entre un empleador y sus asalariados.

Puede consultarse información sobre las diferentes formas de concluir un contrato laboral en:

<http://www.jurimodel.com/LISTPACK/travail-rupture-du-contrat-de-travail-periode-essai.html>

## 8.2. Trabajadores extranjeros

Salvo alguna excepción para alguno de los nuevos miembros, los trabajadores de los países de la Unión Europea tienen libre acceso al mercado laboral francés sin necesidad de solicitar tarjeta de residencia ni trabajo

### 8.3. Salarios, jornada laboral

El salario mínimo interprofesional (SMIC) a 1 de enero de 2009 es de 8,71 € /hora lo que supone 1.321,02 € mensuales para las empresas que hayan reducido la jornada laboral a 35 horas semanales y 1.487,09 al mes para las que no la hayan reducido aún.

Las condiciones mínimas de la prestación laboral que establece el Código del Trabajo son habitualmente mejoradas por los convenios colectivos. La jornada laboral máxima es de 8 horas diarias, con un tope semanal de 35 horas, por encima del cual se pueden realizar horas extraordinarias que en ciertas condiciones están exentas de cargas sociales.

Está prohibido el trabajo dominical salvo autorización especial del Prefecto del Departamento o en el caso de los sectores que gozan de autorización general, como hostelería, alimentación, floristería, bienes culturales, zonas turísticas etc.

Los asalariados tienen derecho, como mínimo, a 2,5 días de vacaciones pagadas por mes entero trabajado. En general, se toman 3 o 4 semanas de vacaciones pagadas durante los meses de julio y agosto, y una semana al final del año.

### 8.4. Relaciones colectivas; sindicatos; huelga

La representación de los trabajadores se realiza por los delegados del personal, que son elegidos anualmente por los asalariados. Su elección es obligatoria en las empresas que ocupan al menos 11 asalariados. Su número depende de la cantidad de asalariados.

El Comité de empresa es obligatorio en las empresas que emplean 50 asalariados o más. El CE percibe de la empresa una subvención anual igual al 0,2% de la masa salarial y debe recibir las mismas informaciones que se facilitan a los accionistas.

En las empresas que sobrepasan un cierto número de asalariados, las organizaciones sindicales designan uno o varios delegados sindicales ante la dirección.

### 8.5. Seguridad social

La seguridad social en Francia contempla todo tipo de prestaciones; a cada una de ellas corresponde un tipo de cuota patronal y obrera y una determinada base de cotización. La estructura de cotizaciones, es sumamente compleja como puede observarse en el cuadro vigente a partir del 1 de enero de 2009, que se presenta a título indicativo:

SEGURIDAD SOCIAL. TIPOS DE COTIZACIÓN. AÑO 2009	EMPRESA	EMPLEADO	TOTAL	BASE
Enfermedad, maternidad, invalidez y fallecimiento	12,80%	0,75%	13,55%	Salario Total
Vejez	8,30%	6,65%	14,95%	de 0 a 2.859€
	1,60%	0,1	1,61%	Salario Total
Viudedad	0	0,10%	0,10%	Salario Total
Prestaciones familiares	5,40%	0	5,40%	Salario Total
Accidentes de trabajo	Variable según sector			Salario Total
Contribución Social Generalizada CSG	0	7,50%	7,50%	95% Salario total
Reembolso de la deuda social	0	0,50%	0,50%	95% Salario total
Ayuda vivienda (hasta 20 empleados)	0,10%	0	0,10%	de 0 a 2.859€

Ayuda vivienda (+ de 20 empleados)	0,40%	0	0,40%	Salario Total
Participación construcción (+ de 20 empleados)	0,45%	0	0,45%	Salario Total
Desempleo ASSEDIC	4,00%	2,40%	6,40%	de 0 a 11.436€
Fondo de Garantía Salarial	0,15%	0	0,15%	de 0 a 11.436€
Fondo de Ayuda a la Construcción	0,036%	0,024%	0,06%	de 2859 a 11.436€
Jubilación (no directivos) ARRCO <sup>1</sup>	4,50% 12,0%	3,0% 8,0%	7,50% 20,0%	de 0 a 2.859€ 2.859€ a 8.577€
Jubilación (no directivos) AGFF <sup>2</sup>	1,20% 1,30%	0,80% 0,90%	2,00% 2,20%	de 0 a 2.859€ de 2.859€ a 8.577€
Formación profesional (- de 10 empleados)	0,55%	0	0,55%	Salario total
Formación profesional (entre 10 y 20 empleados)	1,05%	0	1,05%	Salario Total
Formación profesional (mas de 20 empleados)	1,60%	0	1,60%	Salario Total
Tasa de aprendizaje	0,50%	0	0,50%	Salario Total
Contribución suplementaria para el desarrollo del aprendizaje	0,18%	0	0,18%	Salario Total
Contribución de solidaridad para la autonomía	0,3%		0,3%	Salario Total

Para una empresa de menos de 10 empleados, ninguno considerado como "cadre" las cargas sociales, sin contar accidentes de trabajo, que depende del sector ni la ayuda de transporte, suponen un mínimo del 60% de la masa salarial, un 38% a cargo de la empresa y un 22% a cargo del empleado.

La tarifa ayuda de transporte varía por Departamentos y puede alcanzar un 2,20% en el de Paris (75) y Hauts-de-Seine (92).

Para los ejecutivos las cotizaciones por jubilación son mucho más elevadas y constituyen casi un impuesto progresivo sobre la renta.

Para calcular el coste del trabajo en una empresa es prudente multiplicar por 1,4 el total bruto anual, aunque si se efectúa la comparación con el sueldo neto hay que elevar considerablemente esta estimación.

Las cotizaciones se liquidan trimestralmente a la tesorería general (URSAF) y a la tesorería del seguro de desempleo (ASSEDIC).

Toda la información en: <http://www.urssaf.fr/>

<sup>1</sup> Association pour le regime complementaire des salariés.

<sup>2</sup> Association pour la gestion du fonds de financement

## 9. INFORMACIÓN PRÁCTICA

### 9.1. Costes de establecimiento

Hay una gran casuística sobre los gastos de constitución de una sociedad en Francia. Dependiendo del tipo de sociedad y del número de socios, pueden representar entre 2.000 y 8.000 euros. Los principales renglones de gastos son los siguientes:

- impuesto a las aportaciones (sobre todo a las no dinerarias)
- honorarios de la redacción de estatutos
- inserción del anuncio de constitución de la sociedad
- tasas del CFE
- inscripción en el registro de Comercio y de Sociedades.
- Inserción en el BODACC

La mediana salarial bruta en Francia es de 23.125 €/año. Existen diferencias entre sexos ya que para las mujeres es: 22.098 €/año y para los hombres 24.980 €/año.

El sueldo medio bruto mensual en una empresa privada de más de 10 trabajadores es de 2.661 € por mes en 2007 (últimos datos disponibles). Los sueldos medios de los obreros son de 1.928 € brutos al mes y el de los administrativos es 1.833 €/mes brutos

El sueldo medio de los ejecutivos de 5.366 € excluidas las primas no mensuales de productividad o participación que en ciertas empresas pueden suponer varios meses de sueldo y que a menudo también se otorgan a los empleados.

El salario mínimo interprofesional (SMIC) a 1 de enero de 2009 es de 8,71 € /hora lo que supone 1.321,02 € mensuales para las empresas que hayan reducido la jornada laboral a 35 horas semanales y 1.487,09 al mes para las que no la hayan reducido aún.

Se puede efectuar un cálculo del salario por rama o profesional y nivel en :

<http://www.calcul-salaire.org/calcul-salaire-free.php>

En cuanto a la remuneración de los directivos, en función del tamaño de las empresas, el máximo para un director general de una empresa de los sectores del comercio, farmacia, mecánica o distribución de menos de 200 empleados sería 140.000 €/año y, para el de una empresa con mas de 500 empleados, sería unos 170.000 €.

Un joven diplomado superior es contratado por un sueldo anual comprendido entre 18.000 y 24.000 € brutos/año y un ejecutivo a partir de 60.000 € brutos al año. Además se dan grandes diferencias salariales entre diferentes sectores industriales.

GASTOS ANUALES MÍNIMOS DE UNA OFICINA	
Sueldo de un director	80.000 €
Sueldo de una secretaria bilingüe	25.000 €
Seguros sociales	42.000 €
Alquiler oficina 50 m2	30.000 €
Gastos de comunicaciones	7.500 €
Otros: tributos, viajes etc.	18.000 €
TOTAL	202.500 €

En el capítulo dedicado a la seguridad social se presenta el detalle de las cotizaciones aplicables. Puede estimarse que la cotización total de la empresa se encuentra entre el 38 y el 40%, que habría que sumar a los sueldos brutos antes expresados.

Cualquiera que sea el tipo de estructura, pueden estimarse los gastos anuales mínimos tal y como se exponen en el cuadro precedente.

Para obtener esta información de la manera más completa posible basta con acceder al Portal de ICEX ([www.icex.es](http://www.icex.es)) y seguir la siguiente secuencia: Apoyo al inversor → Información para invertir en el Exterior → Seleccionar "País" → Catálogo de Costes de Establecimiento

## **9.2. Información general**

### **9.2.1. Formalidades de entrada y salida**

En aplicación del Convenio de Schengen, no hay formalidades de entrada y salida para los españoles. Respecto a los ciudadanos extracomunitarios se exige pasaporte, y para muchos países, un visado de entrada.

De acuerdo con la Ley nº 2003-1119 de 26/11/ 2003, los ciudadanos del resto de la Unión Europea no necesitan disponer de un permiso de residencia para residir en Francia, salvo que provengan de un país adherente a la UE sujeto a un período transitorio. No obstante, pueden solicitarlo y les será concedido. Como consecuencia de ello, y salvo la excepción señalada, los súbditos de los Estados miembros de la UE pueden ejercer en Francia una actividad económica, en las mismas condiciones que los franceses.

### **9.2.2. Hora local, vacaciones y días festivos**

La hora local es la hora central europea (CET) que equivale a la UTC+1 (tiempo universal coordinado) en invierno y +2 en verano.

En Francia, son días festivos los siguientes: el 1º de enero, el lunes de Pascua, el 1º de mayo, el 8 de mayo (aniversario de la victoria de 1945), la Ascensión (un jueves de mayo), la fiesta nacional (14 de julio), la Asunción (15 de agosto), la fiesta de todos los santos (1 de noviembre), el 11 de noviembre (aniversario del Armisticio de 1918) y la Navidad (25 de diciembre).

### **9.2.3. Horarios laborales**

En Francia, la jornada laboral máxima es de 35 horas semanales. La jornada laboral comienza, generalmente, entre las 8 y las 9 de la mañana y suele terminar entre las 17 y 19 horas. Predominan los horarios continuados, con interrupción de alrededor de una hora para almorzar. No obstante, la hora tope de cierre es libre para las empresas sin asalariados.

Esta prohibido el trabajo dominical salvo autorización especial del Prefecto del Departamento, o en el caso de los sectores profesionales autorizados generalmente, como hostelería, alimentación, floristería o turismo.

#### **9.2.4. Comunicaciones con España**

La principal empresa de telecomunicaciones es France Telecom, empresa con participación del Estado y cuya privatización comenzó en 1997. El segundo operador de telefonía vocal es CEGETEL que comenzó a prestar servicio en 1998. El servicio de France Telecom es eficaz: muestra de ello es que las instalaciones de teléfono se realizan dentro de las 48 horas siguientes a la solicitud de conexión.

En las llamadas del exterior a Francia debe marcarse el indicativo de país 33 seguido del número de nueve cifras, suprimiendo el 0 por el que comienzan todos los números que solo se utiliza para comunicaciones dentro de Francia

Para llamar desde teléfonos públicos o privados el mejor sistema es adquirir (en cualquier puesto de tabaco) tarjetas de código de 7,50 € o 15 €. En comunicaciones con España, dan derecho a 50 o 100 minutos de comunicación en cualquier horario.

En el capítulo de comunicaciones se está generalizando la utilización de Internet en banda ancha de 20 Megas, cuyo abono de 29,90 €/mes para los diferentes operadores, incluye tarifa plana para Internet, teléfono gratuito para 70 países, entre ellos fijos de la UE y más de 50 cadenas de televisión.

La Poste ostenta el monopolio del transporte de las cartas, cualquiera que sea su peso, y de los impresos o folletos comerciales, que superen un kilo de peso. El franqueo normal actualmente es de 0,56 €. Este organismo, que depende del Ministerio de Industria, tiene nada menos que 17.000 oficinas de correo y 306.000 empleados. No existe monopolio para el transporte de paquetes, mensajes, periódicos y revistas e impresos que se expidan de forma abierta; los sistemas de courier se usan con frecuencia.

#### **9.2.5. Moneda**

La moneda oficial es el EURO para toda la República Francesa.

#### **9.2.6. Lengua oficial y religión**

El idioma oficial es el francés.

Francia es un país laico. Según el último estudio de uno de los principales Institutos de Opinión en Francia, el CSA, el 51% de la población francesa de declara católica, el 31% atea, el 4% musulmán, el 3% protestante y el 1% judío.

### **9.3. Otros datos de interés**

#### **9.4. Direcciones útiles**

##### **9.4.1. En España**

###### **9.4.1.1. Representaciones oficiales**

## **EMBAJADA DE FRANCIA**

### **CANCELLERIA**

Salustiano Olozaga, 9

28001 MADRID

Tel.: 91 423 89 00; Fax: 91 423 89 01

<http://www.ambafrance-es.org/index.php>

**AGREGADO DE DEFENSA** (Tel.: 91 423 89 00; Fax: 91 423 89 80)

Servicios en Alcalá 54. 28014 MADRID

**SERVICE FISCAL** (Tel.: 91 523 19 45; Fax: 91 523 27 37)

**SERVICE SCIENCE ET TECHNOLOGIE** (Tel.: 91 700 77 56; Fax: 91 700 77 05)

**SERVICE DOUANIER** (Tel.: 91 532 87 20; Fax: 91 532 87 29)

**SERVICE FINANCIER** (Tel.: 91 523 25 50; Fax: 91 531 27 61)

Servicios en Marqués de la Ensenada, 10. 28004 MADRID

**SERVICE AFFAIRES SOCIALES** (Tel.: 91 310 11 12; Fax: 91 310 41 78)

**SERVICE AGRICOLE** (Tel.: 91 700 78 50; Fax: 91 700 7800)

**SERVICE CULTUREL** (Tel.: 91 700 77 00; Fax: 91 700 77 01)

### **TOURISME FRANÇAIS**

Administración y Dirección

Gran Vía, 59 - 3

28013 MADRID

Tel.: 91 548 97 40; Fax: 91 541 24 12

<http://es.franceguide.com/>

Información

Plaza de España, 18 – 8ª planta

28008 MADRID

Tel.: 906 34 36 38; Fax: 91 577 13 16

### **MISSIONS ECONOMIQUES (Oficinas Económicas y Comerciales)**

#### **Madrid**

Marqués de la Ensenada, 10 – 4ª planta

28004 MADRID

Tel.: 91 837 78 50; Fax: 91 837 78 51

<http://www.missioneco.org/espagne/>

M. Marc Maupas-Oudinot, Ministre conseiller aux Affaires Economiques et Commerciales

M. Jean François MICHEL, Conseiller Commercial, Adjoint du Chef de poste

M. Gerard ARFINENGO, Conseiller Financier

madrid@missioneco.org

#### **Barcelona**

Rambla de Catalunya, 57-6º

08007 BARCELONA

93 215 07 35; Fax: 93 215 46 34

M. Kacim Kellal, Conseiller Commercial

Kacim-kellal@missioneco.org

barcelona@missioneco.org

**Bilbao**

Alameda Mazarredo, 15 – 6º

48003 BILBAO

Tel: 94 423 11 18; Fax: 94 423 71 80

M. Jacques BERGÉ, Conseiller Commercial

Jacques.berge@missioneco.org

bilbao@missioneco.org

**CAMARAS DE COMERCIO**

**Madrid**

Ribera del sena s/n Edificio APOT

28042 MADRID

Tel: 91 307 21 00 Fax: 91 307 21 01;

<http://www.lachambre.es/>

lachambre@lachambre.es

M. Bertrand Barthelemy, Directeur

**Barcelona**

Passeig de Gràcia, 2

08007 BARCELONA

Tel: 93 270 24 50; Fax: 93 270 24 51

<http://www.camarafrancesa.es/>

info@camarafrancesa.es

M. Philippe SAMAN, Directeur

**Valencia**

Baron de Carcer 48 Despacho 9F

46001 VALENCIA

Tel.: 96 394 31 06; Fax. 96 394 31 06

Delegada: Anne Marie Prades

<http://www.lachambre.es/>

amprades@lachambre

**Bilbao**

Avda. De Zugazarte nº 8 –1º Departamento 8

Edificio Abra, 4

48993 GETXO (Vizcaya)

Tel. :94 464 46 77 Fax: 94 464 48 29

[www.camarafrancesa.org](http://www.camarafrancesa.org)

Presidente: Antoine Jobbe Duval

cfcine@cfcine.e.telefonica.net

### **CAMARA DE COMERCIO FRANCO ANDALUZA**

Alameda de Colón 9 3º

29001 MALAGA

Tel.: 95 220 26 79

[camarafrancoandaluza@gmail.com](mailto:camarafrancoandaluza@gmail.com)

### **COFACE**

Paseo de la Castellana, 95 4º

28046 MADRID

Tel.: 91 702 75 79; Fax: 91 310 40 96

M. Xavier DENECKER, Directeur

<http://www.cofaceiberica.com/>

[coface\\_iberica@coface.com](mailto:coface_iberica@coface.com)

### **SOPEXA**

Paseo de Gracia, 2

08007 BARCELONA

Tel: 93 481 79 33; Fax: 93 481 79 40

<http://www.sopexa.com/>

### **UBIFRANCE**

#### **Madrid**

Marqués de la Ensenada, 10

28004 MADRID

Tel: 91 837 77 90; Fax: 91 837 77 97

M. Jean Pierre HOUSSEL, Chef de Mission

<http://www.ubifrance.fr/>

#### **Barcelona**

Rambla de Catalunya, 57

08007 BARCELONA

Tel.: 93 215 50 77; Fax: 93 215 31 19

Mlle Mai-Houynh-Kiev, Chargée de Mission

<http://www.ubifrance.fr/>

#### **9.4.1.2. Otras**

### **PROMOSALONS**

Diego de León, 44 - 4º dcha.

28006 MADRID

Tel.: 91 411 95 80; Fax: 91 411 66 99

Mme. Viviane SEGUILLON, Directrice

<http://www.promosalons.fr/office/espagne/>

spain@promosalons.com



#### **9.4.2. En el país**

##### **9.4.2.1. Representaciones oficiales españolas**

### **EMBAJADA Y CONSULADO DE ESPAÑA**

#### **CANCILLERÍA**

22, Avenue Marceau

75008 PARIS

Tel.: 144 43 18 00; Fax: 147 20 52 42

En el edificio de Cancillería se encuentran las consejerías siguientes:

- AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN (144 43 19 41; Fax: 144 43 19 42)
- DEFENSA (144 43 18 83; Fax: 147 20 53 05)
- EDUCACIÓN (144 43 19 60; Fax: 147 20 62 18)
- HACIENDA (144 43 30 38; Fax: 147 20 45 41)
- INDUSTRIAL (144 43 19 20; Fax: 147 20 82 54)
- NAVAL (144 43 18 93; Fax: 147 20 53 05)
- OFICINA CULTURAL (144 43 18 46; Fax: 144 43 18 49)
- PRENSA (144 43 19 26; Fax: 147 23 95 76)

[http://www.maec.es/subwebs/Embajadas/Paris/es/home/Paginas/home\\_paris.aspx](http://www.maec.es/subwebs/Embajadas/Paris/es/home/Paginas/home_paris.aspx)

**Mail:** [ambesp@mail.mae.es](mailto:ambesp@mail.mae.es)

#### **CONSEJERÍA DE TURISMO**

43, rue Decamps

75784 PARIS CEDEX 16

Tel.: 145 03 82 50; Fax: 145 03 82 51

#### **CONSEJERÍA LABORAL**

6, rue de Greuze

75016 PARIS

Tel.: 153 70 05 20; Fax: 153 70 05 30

[claboral.esp.paris@wanadoo.fr](mailto:claboral.esp.paris@wanadoo.fr)

#### **CONSULADO GENERAL en París**

165, boulevard Malesherbes

75017 PARIS

Tel.: 147 66 03 32; Fax: 140 54 04 74

Mail: [info@cgesparis.org](mailto:info@cgesparis.org)

### **OFICINA ECONÓMICA Y COMERCIAL**

11, Avenue d'Iena 75016 PARIS

Teléfono: (33) 153 57 95 50; Fax: (33) 147 20 97 22

[http://www.oficinascomerciales.es/icex/cda/controller/pageOfecomex/0,,5280449\\_5282899\\_5283038\\_0\\_FR,00.html](http://www.oficinascomerciales.es/icex/cda/controller/pageOfecomex/0,,5280449_5282899_5283038_0_FR,00.html)

Correo electrónico: [paris@mcx.es](mailto:paris@mcx.es)

Consejero Económico y Comercial, Jefe de la Oficina: D. Juan Ramón CALABOZO MORÁN

Consejero Comercial: D<sup>a</sup> Nieves Díaz García

Agregado Comercial: D<sup>a</sup> Sara Aurelia Vergara Blanco

Departamentos:

- Estudios, homologaciones, inversiones, reclamaciones : D. Marcial García Gil
- Productos Agroalimentarios: M. Michel Budai
- Bienes de Consumo: M. Phillippe Daifeli
- Analista del programa PIPE 2000 y productos industriales: D<sup>a</sup> Delia Arruebarrena

### **CÁMARA DE COMERCIO ESPAÑOLA**

22, rue Saint Agustin

75002 PARIS

Tel.:142 61 33 10; Fax:142 61 16 22

Presidente: D. Antonio Alonso

Secretario General: D. José Francisco Queiruga

[francisco.queiruga@cocef.com](mailto:francisco.queiruga@cocef.com)

[www.cocef.com](http://www.cocef.com)

#### **9.4.2.2. Principales organismos de la Administración pública**

### **MINISTÈRE DE L'ECONOMIE, DES FINANCES ET DE L'INDUSTRIE**

139, rue de Bercy

75572 PARIS CEDEX 12

Tel.:140 04 04 04

<http://www.minefe.gouv.fr/>

<http://www.industrie.gouv.fr/>

### **Direction Générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes (DGCCRF)**

59, Bd. Vincent Auriol

75703 PARIS CEDEX 13

Tel.:144 87 17 17

[http://www.bercy.gouv.fr/directions\\_services/dgccrf/](http://www.bercy.gouv.fr/directions_services/dgccrf/)

**UBIFRANCE (Agencia francesa para el desarrollo Internacional de las Empresas)**

77 Bd Saint Jacques

75014 PARIS

Tel.: 140 73 30 00; Fax: 140 73 39 79

<http://www.ubifrance.fr/>

**INSTITUT NATIONAL DE LA STATISTIQUE (I.N.S.E.E.)**

18, B Adolphe-Pinard

75675 PARIS CEDEX 14

Tel.: 141 17 50 50; Fax: 141 17 66 66

<http://www.insee.fr>

**Organisation de Coopération et de Développement Economiques (OCDE)**

21, rue Octave-Feuillet

75775 PARIS CEDEX 16

Tel.: 145 24 82 00; Fax: 145 24 85 00

<http://www.oecd.org>

**CHAMBRE DE COMMERCE INTERNATIONALE**

38, cours Albert 1er

75008 PARIS

Tel.: 149 53 28 28; Fax: 149 53 28 35

<http://www.iccwbo.org>

E-mail: [icc@iccwbo.org](mailto:icc@iccwbo.org)

**Chambre de Commerce et Industrie de Paris**

27, Av. de Friedland

75382 PARIS CEDEX 08

Tel.: 155 65 55 65; Fax: 155 65 78 68

<http://www.ccip.fr>

**MOUVEMENT des ENTREPRISES DE FRANCE (MEDEF) (patronal)**

31, Av. Pierre 1er.-de-Serbie

75784 PARIS CEDEX 16

Tel.: 140 69 44 44; Fax: 147 23 47 32

<http://www.medef.fr>

**ASSOCIATION FRANCAISE DE NORMALISATION (AFNOR)**

11, rue Francis de Pressensé

93571 LA PLAINE-SAINT-DENIS-CEDEX

Tel.: 142 91 55 55; Fax: 149 17 90 00

<http://www.afnor.fr>

**DIRECTION DE L'AMENAGEMENT DU TERRITOIRE ET ACTION REGIONALE (DATAR)**

1, Avenue Charles-Floquet

75007 PARIS

Tel.: 140 65 12 34; Fax: 143 06 99 01

<http://www.datar.gouv.fr>

**AGENCE FRANÇAISE POUR LES INVESTISSEMENTS INTERNATIONAUX (AFII)**

<http://www.investinfrance.org>



#### **9.4.2.3. Organizaciones industriales y comerciales**

#### **9.4.2.4. Sanidad**

#### **9.4.2.5. Hoteles**

Francia es uno de los principales países turísticos del mundo y dispone de una oferta de hoteles abundante y variada. El precio estimado de una habitación sencilla, en un hotel parisino de tres estrellas, en las proximidades de la Oficina Económica y Comercial, varía entre 120 y 160 euros por día. Los precios fuera de París pueden ser, a igual categoría, de un 25 a un 40% inferior. En ciertos hoteles, la Oficina Económica y Comercial tiene convenido un descuento sobre sus tarifas habituales.

El grupo francés ACCOR tiene 4.000 hoteles en más de 50 países y un número importante de ellos en ciudades francesas con tarifas que oscilan entre los 30 y los 350 euros según la categoría, la ciudad y las fechas. Se pueden consultar en español y reservar para todos los países en <http://www.accorhoteles.com>

Otra página que recoge un gran número de hoteles en Francia es <http://www.hotel-france.com>

#### **9.4.2.6. Otros: prensa, alquiler de coches, etc.**

<http://www.avis.fr/>

<http://www.europcar.fr/>

<http://www.rentacar.fr/>

<http://www.budget.fr/>

<http://www.bsp-auto.com/index.asp?refer=glv1>

#### **9.4.3. Guía de direcciones locales de Internet de interés**

Acceso a la administración francesa: <http://www.admifrance.gouv.fr>

Ministerios de Economía y Hacienda: <http://www.finances.gouv.fr>

Cámara de Comercio de París: <http://www.ccip.fr>

Banco de Francia: <http://www.banque-france.fr>

Instituto Nacional de la Propiedad Industrial: <http://www.inpi.fr>

Instituto Nacional de Estadística: <http://www.insee.fr>

Información sobre empresas francesas: <http://www.infogreffe.fr>

Agencia para la creación de empresas: <http://www.apce.com>

Zonas de implantación en Francia: <http://www.franceactivites.com>

Federación de Agencias Inmobiliarias: <http://www.fnaim.fr>

Organismo de cotizaciones sociales en Francia (URSSAF): <http://www.urssaf.fr>

Boletín Oficial francés: <http://www.journal-officiel.gouv.fr>

Páginas amarillas: <http://www.pagesjaunes.fr>

Legislación francesa : <http://www.legifrance.gouv.fr/>

Información sobre sociedades <http://www.societe.com/>

Traducción al francés: <http://www.cilf.org/bt.fr.html>

## **10.BIBLIOGRAFÍA**

## 11. ANEXOS

Cuadro 1: DATOS BÁSICOS	
Superficie	543.965 m <sup>2</sup>
Situación	46 N 6 E
Capital	París
Principales ciudades	Lyon, Marsella, Lille, Toulouse y Burdeos
Clima	Atlántico, Mediterráneo y Continental
Población	64,3 millones (Francia metropolitana 63,57)
Densidad de población	112 hab/km <sup>2</sup>
Crecimiento de la población	0,59%
Esperanza de vida	77 años hombres, 84 años mujeres
Grado de alfabetización	99%
Tasa bruta de natalidad (1/1000)	12,91
Tasa bruta de mortalidad (1/1000)	8,55
Idioma	Francés
Religión	Catolicismo (51%), Atea (31%), Musulmán (4%)
Moneda	EURO
Peso y medida	
Diferencia horaria con España	CET

Fuentes: Instituto Nacional de Estadística  
Última actualización: abril de 2009

Cuadro 2: PRINCIPALES INDICADORES ECONÓMICOS	2005	2006	2007	2008
<b>PIB</b>				
PIB (M€ a precios corrientes)	1.717.921	1.808.840	1.892.390	1.948.070
Tasa de variación real (%)	1,7	2,4	2,1	0,7
Tasa de variación nominal (%)	3,5	4,9	4,6	2,9
<b>INFLACIÓN</b>				
Media anual (%)	1,8	1,6	1,5	2,8
Fin de período (%)	1,5	1,5	2,6	1,0
<b>TIPOS DE INTERÉS DE INTERVENCIÓN DEL BANCO CENTRAL</b>				
Media anual (%)				
Fin de período (%)	2,25	3,5	4,0	2,5
<b>EMPLEO Y TASA DE PARO</b>				
Población (x 1.000 habitantes)	62.818	63.195	63.573	64.300
Población activa (x 1.000 habitantes)	27.639	27.929	27.843	28.243
% Desempleo sobre población activa*	9,4	8,8	7,8	7,8
<b>DÉFICIT PÚBLICO</b>				
% de PIB	2,9	2,4	2,7	3,4
<b>DEUDA PÚBLICA</b>				
en M€	1.145.400	1.149.900	1.208.800	1.327,100

en % de PIB	66,4	63,7	63,8	68,1
<b>EXPORTACIONES DE BIENES (FOB)</b>				
en M€	352.416	384.984	395.648	405.033
% variación respecto a período anterior	+4,9	+9,2	+2,8	+2,2
<b>IMPORTACIONES DE BIENES (CIF)</b>				
en M€	388.711	428.304	452.917	476.908
% variación respecto a período anterior	+9,5	+9,9	+5,7	+5,3
<b>SALDO B. COMERCIAL</b>				
en M€	-36.295	-43.252	-56.657	-71.876
en % de PIB	2,2	2,4	3,0	3,7
<b>SALDO B. CUENTA CORRIENTE</b>				
en M€	-10.900	-10.200	-19.600	-39.200
en % de PIB	0,63	0,56	1,04	2,01
<b>DEUDA EXTERNA</b>				
en M€	n.d.	n.d.	3.323.897	3.593.946
en % de PIB	n.d.	n.d.	177,93	184,5
<b>SERVICIO DE LA DEUDA EXTERNA</b>				
en M€				
en % de exportaciones de b. y s.				
<b>RESERVAS OFICIALES DE CAMBIO</b>				
en M€	63.044	74.602	78.613	78.981
en meses de importación de b. y s.	1,6	1,8	1,8	1,6
<b>INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA BRUTA</b>				
en M€	92.500	96.700	164.100	159.700
<b>TIPO DE CAMBIO FRENTE AL DÓLAR</b>				
media anual	1,2441	1,2556	1,3705	1,4725
fin de período	1,1797	1,3170	1,4721	1,3917

Fuentes: Aduanas, Banque de France, INSEE, OCDE

\* No se incluyen los territorios de ultramar

Última actualización: abril 2009

### Cuadro 3: INSTITUCIONES INTERNACIONALES Y ECONÓMICAS DE LAS QUE EL PAÍS ES MIEMBRO

UNIÓN EUROPEA (UE)  
 UNIÓN ECONÓMICA Y MONETARIA (UEM)  
 ZONA DEL FRANCO FRANCÉS  
 ORGANIZACIÓN DE COOPERACIÓN Y DESARROLLO ECONÓMICOS (OCDE)  
 BANCO MUNDIAL (BM)  
 FONDO MONETARIO INTERNACIONAL (FMI)  
 ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE COMERCIO (OMC)  
 CONFERENCIA DE LAS NACIONES UNIDAS PARA EL COMERCIO Y EL DESARROLLO (UNCTAD)  
 BANCO EUROPEO DE RECONSTRUCCIÓN Y DESARROLLO (BERD)  
 BANCO AFRICANO DE DESARROLLO (BAfD)  
 BANCO ASIÁTICO DE DESARROLLO (BAfD)  
 BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO (BID)

#### Cuadro 4: CALENDARIO GENERAL DE FERIAS DEL PAÍS

VINEXPO – Vinos y licores (junio)  
MIPTV, MIF y MIPCOM – Audiovisuales (abril, mayo y octubre)  
MAISON ET OBJETS – Decoración (enero)  
PREMIERE VISION – Tejido (febrero)  
SIMA – Maquinaria (marzo)  
MACHINE OUTIL – Maquina herramienta (marzo)  
BATIMAT – Construcción (noviembre)  
LINGERIE – Lencería (febrero)  
EXPOLANGUES – Idiomas (enero)  
FRANCHISE – Franquicia (marzo)  
EUROPROPE (marzo)  
EQUIP'AUTO – Automoción (octubre)  
MIDEST – Subcontratación industrial (noviembre)  
LE CUIR À PARIS – Cuero (febrero)