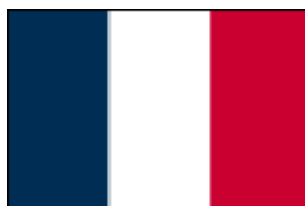




GUIA PAIS

Francia



Elaborada por la Oficina
Económica y Comercial
de España en París

Actualizada a Julio 2011

1. PANORAMA GENERAL	5
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
2. MARCO ECONÓMICO	13
2.1. Estructura de la economía	13
2.2. Principales sectores de la economía	13
Cuadro 2: PIB (Valor añadido por sectores, a precios corrientes)	13
2.2.1. Agrícolas y de consumo	14
2.2.2. Industriales y de servicios	16
2.3. El sector exterior: relaciones comerciales	21
Cuadro 3: PRINCIPALES PAÍSES PROVEEDORES	24
Cuadro 4: PRINCIPALES PAÍSES CLIENTES	25
Cuadro 5: PRINCIPALES PRODUCTOS IMPORTADOS	25
Cuadro 6: PRINCIPALES PRODUCTOS EXPORTADOS	26
2.4. Infraestructura de Transporte	26
3. ESTABLECERSE EN EL PAÍS	27
3.1. El mercado	27
3.2. Canales de distribución	30
3.3. Importancia económica del país en la región	36
3.4. Perspectivas de desarrollo económico	36
3.5. Oportunidades de negocio	37
4. IMPORTACIÓN (RÉGIMEN DE COMERCIO EXTERIOR)	37
4.1. Tramitación de las importaciones	37
4.2. Aranceles y Regímenes económicos aduaneros	37
4.3. Normas y requisitos técnicos	37
4.4. Regulación de cobros y pagos al exterior	37
4.5. Contratación Pública	38
5. INVERSIONES EXTRANJERAS / INCENTIVOS A LA INVERSIÓN	41
5.1. Marco legal	41
5.2. Repatriación de capital/control de cambios	41
5.3. Incentivos a la inversión	41
5.4. Establecimiento de empresas	42
5.4.1. Representación y agencia	42

5.4.2. Tipos de sociedades	43
5.4.3. Constitución de sociedades	45
5.4.4. Joint ventures, socios locales	47
5.5. Propiedad industrial	47
6. SISTEMA FISCAL	47
6.1. Estructura general	47
6.2. Sistema impositivo	48
6.3. Impuestos	48
6.3.1. Sociedades	48
6.3.2. Renta personas físicas	48
6.3.3. IVA	49
6.3.4. Otros	49
6.4. Tratamiento fiscal de la inversión extranjera	50
7. FINANCIACIÓN	50
7.1. Sistema financiero	50
7.2. Líneas de crédito, acuerdos multilaterales de financiación	51
7.3. Acuerdo de cooperación económico-financiera con España	51
8. LEGISLACIÓN LABORAL	51
8.1. Contratos	51
8.2. Trabajadores extranjeros	53
8.3. Salarios, jornada laboral	53
8.4. Relaciones colectivas; sindicatos; huelga	53
8.5. Seguridad social	53
9. INFORMACIÓN PRÁCTICA	55
9.1. Costes de establecimiento	55
GASTOS ANUALES MÍNIMOS DE UNA OFICINA	56
9.2. Información general	56
9.2.1. Formalidades de entrada y salida	56
9.2.2. Hora local, vacaciones y días festivos	56
9.2.3. Horarios laborales	56
9.2.4. Comunicaciones con España	57
9.2.5. Moneda	57
9.2.6. Lengua oficial y religión	57
9.3. Otros datos de interés	57
9.4. Direcciones útiles	57
9.4.1. En España	57
9.4.1.1. Representaciones oficiales	57
9.4.1.2. Otras	60
9.4.2. En el país	61
9.4.2.1. Representaciones oficiales españolas	61
9.4.2.2. Principales organismos de la Administración pública	62
9.4.2.3. Organizaciones industriales y comerciales	64
9.4.2.4. Sanidad	64
9.4.2.5. Hoteles	64

9.4.2.6. Otros: prensa, alquiler de coches, etc.	64
9.4.3. Guía de direcciones locales de Internet de interés	65
10. BIBLIOGRAFÍA	65
11. ANEXOS	66
Cuadro 1: DATOS BÁSICOS	66
Cuadro 3: INSTITUCIONES INTERNACIONALES Y ECONÓMICAS DE LAS QUE EL PAÍS ES MIEMBRO	68
Cuadro 4: CALENDARIO GENERAL DE FERIAS DEL PAÍS	68

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 Km² (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 33,5% 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, mineral de hierro, 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

En el año 2010, se ha registrado en Francia una fecundidad de 2,1 niño por mujer, en aumento con respecto a 2009 cuando se había alcanzado la cifra record de 1,99 niños por mujer, igualando el record de 2008, un dato no alcanzado desde 1975. Durante este mismo año, se registraron 828.000 nacimientos, es decir 7.000 nacimientos más que en 2009. Este aumento se debe al incremento de la fecundidad de las mujeres de más de 30 años con la llegada de su primer o tercer hijo. Los datos de fecundidad para 2010 siguen en un nivel muy elevado y Francia sigue junto con Irlanda a la cabeza de los países europeos en términos de fecundidad.

La esperanza de vida de los varones es de 78,1 años, similar a la media europea y en alza respecto al 77,8 de 2009. La de las mujeres es de 84,8 años, superior a la media europea de 81,4 años.

El número de extranjeros mayores de 15 años residentes en la Francia metropolitana se cifró en el último censo en 4,99 millones de personas, lo que corresponde a un 9,7% 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 (38,4%) y se incrementa la inmigración asiática (14%) y de África (42,3%)

La proporción de población por debajo de la línea de pobreza (60% del nivel de vida mediano) es del orden del 13%.

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 2011 de 65.027.000 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.² en Francia metropolitana inferior a la media de la UE (15) que es de 120 hab./Km.², pero superior a la española (87 hab./Km.²). El número de fallecimientos en 2010 fue de 545.000. La tasa de crecimiento de la población para 2010 se estima en el 0,55%, un dato ligeramente superior al de 2009, pero inferior a los años anterior (+0,7% en 2006 y +0,6% en 2007 y 2008).

En el curso del año 2010 la población francesa aumentó en 358.000 personas. Durante este año se registraron 828.000 nacimientos y 545.000 fallecimientos.

1.2.2. Población urbana y de las principales ciudades

Según los últimos datos publicados, París capital cuenta con 2.211.297 habitantes, Marsella tiene 851.420, seguida de Lyon, con 474.946 habitantes. Las demás principales ciudades son Toulouse (439.553), Niza (344.875 habitantes), Nantes (283.288 habitantes), Estrasburgo (272.116 habitantes), Montpellier (252.998 habitantes), Burdeos (235.891 habitantes) y Lille (225.784 habitantes).

Si consideramos las conurbaciones de las principales ciudades, la región parisina (Ile de France) cuenta con más de 11.836.970 de habitantes. Lyon tiene 1.757.180, seguida de Marsella, con 1.618.369, Lille (1.163.934 habitantes), Toulouse (1.118.472), Burdeos (1.009.313), Niza (999.678), Nantes (768.305), Estrasburgo (641.853) y Toulon (600.740).

1.2.3. Distribución de la población por edades y sexos

En 2011, la estructura poblacional se reparte de la siguiente manera: el 24,6% de la población se encuentra en el intervalo de 0 y 20 años (15.984.100 personas); 58,6% tiene entre 20 y 64 años (38.146.100 personas) y el 16,8% restante tiene 65 años o más (16.672.300 personas).

1.2.4. PIB per cápita

La renta per cápita francesa es de 29.938 € en el 2010, casi un 30% superior al de España

1.3. Población activa

En 2010, la cifra de población activa de Francia alcanzó los 28,35 millones de personas.

La tasa de empleo de las personas entre 15 y 64 años es de 63,7% y la tasa de actividad de 70,2%. A partir de 2008, la tasa de desempleo no ha cesado de aumentar hasta los primeros meses de 2011, en los que empieza a reducirse ligeramente.

Por sectores, la agricultura emplea el 2,9%, la industria el 14,7%, la construcción el 7% y el 75% en los servicios, una estructura comparable a la mayor parte de países de la Unión Europea.

El año 2010 cerró con 2.725.200 parados un 3% más que en el 2009. La tasa de paro fue de 9,6% de la población activa, reduciéndose al 9,2% en Francia metropolitana con un incremento unas 80.000 personas sobre 2009.

A finales de mayo, el número de parados inscritos en la Agencia Nacional de Empleo en categoría A (inmediatamente disponibles) en Francia metropolitana, ha aumentado en 17.700 personas, (un +0,7% respecto a abril, y en un +0,3% en variación interanual), para situar la cifra total en 2.686.800 desempleados. Si se añaden aquellas personas que tienen una actividad reducida y que buscan trabajo la cifra supera ya los cuatro millones alcanzando los 4.078.500 parados.

Para 2011 se prevé una creación neta de 160.000 empleos, en un escenario de crecimiento del 2% del PIB. Esta estimación supera la de la Agencia Nacional de Empleo (Pôle Emploi) que prevé una creación de 88.000 empleos.

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 14 y 21 de marzo de 2010 se celebraron la primera y segunda vuelta de las elecciones regionales y las fuerzas políticas que se habían decantado por apoyar a la UMP en las legislativas de 2007, parecen haber cambiado de orientación y en la segunda vuelta de las elecciones regionales se pronunciaron claramente por los partidos de izquierda, consolidando e incluso mejorando los resultados de las precedentes regionales del 2004.

La consulta que tuvo lugar el 21 de marzo de 2010 se ha caracterizado por la fuerte abstención del electorado que ha rozado el 50%, frente a un 34% en 2004, poniendo de manifiesto la pérdida de interés de los franceses por este tipo de elecciones.

A pesar de la fuerte implicación del Gobierno en la campaña, éste solo ha obtenido el 35,4% de los sufragios (502 consejeros) y retrocede respecto a 2004 en el que obtuvo 528, perdiendo una de las dos regiones que presidía en Francia metropolitana, (Córcega), aunque obtiene la presidencia de la Reunión y la Guayana.

El éxito de la coalición PS-Europe Ecologie-Front de Gauche es abrumador ya que ha obtenido 54,3% de los sufragios (1.182 consejeros), mejorando todavía sus excelentes resultados de 2004 (1.157 consejeros) y pasa a presidir 21 de las 22 regiones metropolitanas francesas y 2 de las cuatro regiones de ultramar.

El partido de ultraderecha FN ha mejorado sus posiciones con respecto a los resultados de las legislativas obteniendo el 9,2% de los sufragios y 118 consejeros, pero retrocede respecto al 12,4% y los 151 consejeros del 2004.

La reciente elección de la ministra de Economía Christine Lagarde como Presidenta del Fondo Monetario Internacional, en sustitución de Dominique Strauss Kahn, ha obligado al Gobierno francés a efectuar una nueva remodelación del Gobierno, tras las realizadas en noviembre de 2010 y febrero de 2011.

Tras los cambios efectuados el 29 de junio de 2011, el Gobierno consta de 33 miembros: 16 Ministros, 8 ministros delegados y 9 Secretarios de Estado. El número de sus componentes pasa de 30 a 33.

El Gobierno actual está compuesto por los siguientes miembros:

Primer Ministro: François FILLON.

- Patrick OLLIER, Ministro delegado de las Relaciones con el Parlamento

Gérard LONGUET, Ministro de Estado, Ministro de Defensa y de Antiguos Combatientes

Alain JUPPÉ, Ministro de Estado, Ministro de Asuntos Exteriores y Europeos

- Henri DE RAINCOURT, Ministro delegado de la Cooperación

- Jean LEONETTI, Ministro delegado de Asuntos Europeos

Nathalie KOSCIUSKO-MORIZET, Ministra de Ecología, Desarrollo Sostenible, Transportes y vivienda

- **Thierry MARIANI**, Ministro delegado de Transportes

Michel MERCIER, Ministro de Justicia y de las Libertades

Claude GUÉANT Ministro de Interior, Ultramar, Entidades Territoriales e Inmigración

- Philippe RICHERT, Ministro delegado de las Entidades Territoriales
- Marie-Luce PENCHARD, Ministra delegada de Ultramar

François BAROIN, Ministro de Economía, Finanzas e Industria

Pierde las competencias de Empleo y adquiere las de Finanzas, Energía (que antes dependía del ministerio de la Ecología y ahora está incluida en Industria) y las telecomunicaciones.

- Eric BESSON, Ministro delegado de Industria, Energía y la Economía numérica.
- Frédéric LEFEBVRE, Secretario de Estado de Comercio, Artesanía, Pequeña y Mediana Empresa, Turismo, Servicios, Profesiones liberales y Consumo.
- Pierre LELOUCHE Secretario de Estado de Comercio Exterior.

Xavier BERTRAND, Ministro de Trabajo, del Empleo y de la Salud.

- Nadine MORANO, Ministra delegada del Aprendizaje y la Formación Profesional.

Luc CHATEL, Ministro de la Educación Nacional de la Juventud y le la Vida Asociativa.

Valerie PECRESSE, Ministra de Presupuesto, Cuentas Públicas, Reforma del Estado y Portavoz del Gobierno

François SAUVADET Ministro de la Función Pública

Laurent WAUQUIEZ, Ministro de Enseñanza Superior e Investigación

Bruno LE MAIRE, Ministro de Agricultura, Alimentación, Pesca, Vida Rural y Ordenación del territorio

Fréderrick MITERRAND, Ministro de Cultura y Comunicación

Roselyne BACHELOT, Ministra de la Solidaridad y la cohesión social.

Maurice LEROY, Ministro de la Ciudad

Chantal JOUANNO, Ministra de Deportes

Las principales fuerzas políticas de Francia son el Partido Socialista (PS) descendiente de la Section Française de *l'Internationale Ouvrière* SFIO, 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 presenta la composición del parlamento francés:

- 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 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) cuyo número oscila alrededor de unas 200. 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

El Ministro de Economía, hacienda e Industria es **François BAROIN**. De él dependen:

Eric BESSON, Ministro delegado encargado de la Industria, la Energía y la Economía Digital y los Secretarios de Estado Frédéric LEFEBVRE, Secretario de Estado de Comercio, Artesanía, Pequeña y Mediana Empresa, Turismo, Servicios, Profesiones Liberales y Consumo. Amplia sus competencias a los Servicios, Profesiones Liberales y Consumo y Pierre LELOUCHE Secretario de Estado de Comercio Exterior.

Valerie PECRESSE ha sido nombrada Ministra del Presupuesto, Cuentas Públicas, de la Función Pública, de la Reforma del Estado y Portavoz del Gobierno.

A partir de marzo de 2010, la Dirección General del Tesoro y Política Económica (DGTPE), 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, ha vuelto a su antigua denominación "Direction Générale du Trésor". 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 y Relaciones Bilaterales y Desarrollo Internacional de Empresas.

La "Direction Générale du Trésor" depende del Ministerio de Economía y sus principales competencias se pueden consultar en:

<http://www.tresor.bercy.gouv.fr/presentation.htm>

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>

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

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

En el curso de 2009 y 2010 se ha llevado a cabo una reforma de la presencia económica de Francia en el exterior, separando la actividad de promoción comercial y apoyo a las empresas que ha sido asignada a oficinas autónomas de UBIFRANCE (ICEX francés) y conservado las Oficinas Comerciales de las Embajadas sólo la función de representación y observatorio económico del país donde se sitúan.

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

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 tras la presidencia francesa de la UE, y el acercamiento que la crisis de Grecia parece haber inducido en las relaciones entre el presidente Sarkozy y la canciller Ángela Merkel.

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

Francia es miembro de pleno derecho y fundacional de la UE. En 2010, el 60,0% del comercio francés (importaciones y exportaciones) es intracomunitario. En cualquier caso, las exportaciones francesas están más dirigidas a terceros mercados (40%) que la media europea (33%). En total un 12% de las exportaciones extracomunitarias de la UE son francesas, lo que convierte a Francia en el segundo Estado miembro que más exporta en valor a terceros mercados (por detrás de Alemania, que exporta un 27% de la UE; España: el 4,5%).

Fondo Monetario Internacional. 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 el papel desempeñado por el FMI y el Banco Mundial en la puesta en marcha de la lucha contra la crisis financiera internacional, y la prioridad dada a una solución multilateral que ha evitado que los países se aislen y que el G20 movilice importantes fondos en apoyo de la reactivación económica mundial.

También ha sido uno de los países impulsores de los compromisos tomados en la cumbre de Londres el 2 de abril de 2009 con vistas a modificar las reglas de control del sistema financiero internacional. Una de las decisiones adoptadas ha sido el multiplicar por 3 los recursos de FMI pasando de 250 millardos de dólares a 750 millardos.

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 20

Francia, **preside el G8 y G20** hasta noviembre de 2011, y ha indicado que además de proseguir los trabajos ya iniciados bajo presidencias anteriores: compromisos asumidos en materia de regulación financiera, reforzamiento de la coordinación de las políticas económicas y avanzar en la reforma del FMI, desea abordar nuevos temas de trabajo:

- Reforma del Sistema Monetario Internacional.
- Extensión de la regulación financiera a las actividades bancarias no reguladas.
- Reducción de la volatilidad de los mercados de materias primas y productos derivados. Mejora de la gobernanza mundial.
- Mejora de la gobernanza mundial.
- Coordinación del G20 con los países no miembros. Refuerzo de la coordinación de las políticas económicas a nivel global.

Por su parte, apoya la decisión del G20 de dar a las instituciones financieras internacionales un papel central en la prevención y resolución de las crisis financieras y en la puesta en marcha de las reformas necesarias del sistema. También ha defendido y obtenido una intervención más fuerte de éstas instituciones a favor de los países más frágiles a través de un incremento del apoyo del FMI y del Banco Mundial a los países de África subsahariana.

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

El Banco Mundial por su parte se ha comprometido a aumentar sus financiaciones en el periodo 2009-2011 en un 50% que corresponde a un aumento en volumen de 100 millardos de dólares.

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 de la delegación permanente de Francia ante la OMC.

<http://www.delegation-france-omc.org/>

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#Chapitre2>

Y en el portal de ministerio de Comercio Exterior:

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

Francia sigue siendo la locomotora en la lucha contra los paraísos fiscales insistiendo en todos los foros internacionales sobre la necesidad de controlar los fondos especulativos implantados en estos territorios, así como los flujos monetarios en procedencia de los mismos para luchar contra el fraude fiscal. El Gobierno está obteniendo resultados altamente positivos ya que los bancos franceses se han comprometido a finales de septiembre de 2009 que van a cerrar todas sus sucursales y filiales en estos territorios durante al año 2010. Por otra parte, los demás países empiezan a sensibilizarse y a colaborar contra la opacidad fiscal de estos territorios.

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

La estructura económica de Francia es la característica de un país desarrollado en la que los servicios representan casi tres cuartas partes del total, la agricultura alrededor de 2% y la industria y la construcción algo más del 20%.

Francia posee grandes grupos industriales de proyección internacional que forman las 40 empresas de mayor valoración bursátil, recogidas en el llamado CAC 40 cuya lista se puede consultar en:

http://www.boursorama.com/tableaux/cours_az.phtml?MARCHE=1rPCAC

Muchos de ellos son líderes mundiales en sectores tales como la automoción, la química, la farmacia, la electrónica, la moda etc.

2.2. Principales sectores de la economía

Cuadro 2: PIB (Valor añadido por sectores, a precios corrientes)	2007 %	2008 %	2009 %	2010 %
POR SECTORES DE ORIGEN				
AGROPECUARIO	2,3	2,3	2,2	2,2
MINERIA	0,1	0,1	0,1	0,1
MANUFACTURAS	9,6	9,4	9,3	8,9
CONSTRUCCION	6,3	6,7	6,3	6,1
COMERCIO	10,0	9,9	9,9	9,7
HOTELES, BARES RESTAURANTES	2,4	2,3	2,5	2,4
TRANSPORTE	4,4	4,4	4,5	4,4
TELECOMUNICACIONES	1,7	1,7	1,8	1,8

ELECTRICIDAD, GAS Y AGUA	2,6	2,7	2,8	2,9
FINANZAS	4,7	4,6	3,9	5,1
ACTIVIDADES INMOBILIARIAS	14,4	14,5	14,8	15,0
SERVICIOS PUBLICOS	21,4	21,5	22,6	22,6
SERVICIOS A LOS PARTICULARES	5,6	5,5	5,9	5,9
SERVICIOS A las EMPRESAS	16,9	17,2	17,3	16,7
TOTAL	100	100	100	100
PIB POR COMPONENTES DEL GASTO	%	%	%	%
CONSUMO	79,6	80,2	82,7	83,0
Consumo Privado	54,6	55,0	56,0	56,1
Consumo Público	23,1	23,3	24,7	24,8
FORMACIÓN BRUTA DE CAPITAL FIJO	20,9	21,3	219,7	19,3
EXPORTACIONES DE BIENES Y SERVICIOS	26,9	27,0	23,3	25,5
IMPORTACIONES DE BIENES Y SERVICIOS	28,4	29,1	25,2	27,8

Fuente: INSEE. Junio 2011

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 algo más de un 2% del PIB contra el 6% en 1978. El número total de explotaciones es de unas 500.000 frente a más de 545.000 registradas en 2005. Esto supone una disminución de casi un 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 720.000 personas a tiempo completo en 2010) lo que representa un 2,9% 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 representan 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 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 2010 arroja un excedente de 8,2 millardos de euros, cifra claramente superior a los 5,4 millardos de 2009.

El sector agrícola y el agroalimentario, que en el 2009 había contabilizado un retroceso inferior al descenso del comercio global, en 2010 ha reaccionado al alza y de forma positiva ya que las exportaciones francesas han crecido más que las importaciones. Este aumento es atribuible tanto a los productos transformados (+11,9%), como a los productos frescos (+15,7%), que por tercer 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.

PRINCIPALES RESULTADOS DE LAS EMPRESAS DE LA INDUSTRIA AGROALIMENTARIA EN 2008	Nº de empresas	Asalariados (miles)	Cifra de negocios (M €)	Exportación (M €)	Resultado antes de Impuestos (M €)
Carnes	9.895	116,7	35.786	4.056	338
Pescados	348	11,6	3.140	1.406	81
Frutas y hortalizas	1.257	21,1	8.239		259
Cuerpos grasos	216	2,6	3.595		143
Lácteos	1.245	39,9	26.780	4.985	360
Semillas	451	13,5	6.920	3.786	199
Pastelería	42.246	184,7	20.980		1.177
Otras industrias alimentarias	3.336	73,6	27.190	10.369	1.507
Alimentos para animales	499	14,6	11.978		346
Bebidas	2.724	36,2	24.703	10.363	2.132
Tabaco	5	2,8	1.426	428	382
Total IAA	62.223	517,2	170.736	35.393	6.925

Fuente: Tableaux de l'économie française 2011

El cuadro anterior pone de relieve que el sector de IAA ocupa 517.200 personas que representan un 2,1% del total de la población activa en Francia, con una productividad en el sector muy similar al del promedio de la economía francesa.

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.

Los 5 principales grupos franceses de la IAA son: Grupo Danone, Lactalis, Nestlé Francia, Altadis, y Pernod Ricard que emplean unas 170.000 personas y facturan 35.000 millones de euros

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.

Si el nivel elevado del salario mínimo en el 2010 (1.343,77€ mensuales) unido a la reducción del tiempo de trabajo (35 horas semanales), produce desde hace unos años una cierta rigidez, la productividad industrial ha progresado al mismo tiempo a un ritmo importante lo que ha permitido una moderación en los costes unitarios de producción que ha permitido mantener que la competitividad de los productos franceses.

En el cuadro siguiente se muestran las principales características de las empresas industriales francesas.

PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LAS EMPRESAS INDUSTRIALES POR SECTORES DE ACTIVIDAD (2008)					
(Datos en millardos de EUROS)	Nº de empresas	Empleo (en miles)	Ventas	Valor añadido	Exced.bruto explotación
Industria alimentaria y tabaco	62.200	517,2	170,7	34,9	10,4
Refinería petróleo	100	15,8	68,5	10,0	-0,4
Fabricación de equipos eléctricos, electrónicos, informáticos	12.600	493,6	129,4	36,4	7,3
Material de transporte	3.200	375,7	149,8	27,3	4,4
Otros productos industriales	133.200	1.681,9	423,6	118,1	29,3
TOTAL INDUSTRIA MANUFACTURERA	211.300	3.084,3	942,1	226,7	51,0
Industria extractivas	2.000	23,3	7,8	2,6	1,2
Producción y distrib.de electricidad gas, vapor y aire acondicionado.	3.900	170,2	106,4	24,5	10,7
Prod. y distrib. de agua, saneamiento, gestión de desechos y depuración	10.600	137,7	38,0	10,8	3,2

INDUSTRIAS EXTRACTIVAS, ENERGIA, AGUA, GESTION DE RESIDUOS Y DEPURACIÓN	16.500	331,2	152,3	37,9	15,1
TOTAL INDUSTRIA	227.900	3.415,5	1.094,4	264,6	66,1

Fuente: INSEE. : Tableaux de L'économie française 2011

NOTA: No se incluyen la construcción de vehículos militares, la extracción de gas natural y de mineral de hierro.

La industria francesa, se ha visto afectada por la situación de crisis internacional que atraviesa el mundo, y ha visto como su producción retrocedía un 4,8% en 2009. En 2010, el índice de la producción industrial, sin embargo, ha crecido un 4,7%, apoyándose este crecimiento en la industria del transporte, automoción sobre todo.

A finales de 2009, último dato disponible, aproximadamente el 19% del empleo asalariado pertenecía al sector industrial, excluyendo a la construcción. Este porcentaje volvía a ser inferior al 19,5% en 2008. La pérdida de peso del sector industrial que ya dura varios años se ha tratado de contrarrestar: ampliando el número de horas permitidas de paro 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. Asimismo se ha fomentado y apoyado el sector de la subcontratación de gran tradición en Francia y, en general, la industria ha continuado especializándose en los sectores industriales con mas valor añadido que es donde compiten mejor con los países emergentes.

Del anterior cuadro se deduce que la productividad del trabajo industrial es de 320.000 de euros por trabajador, aproximadamente.

El Instituto Nacional de Estadística y de Estudios Económicos (INSEE) publica periódicamente un breve resumen de la industria francesa por sectores de actividad, excluyendo a la industria alimentaria en su página web www.insee.fr que tiene gran interés porque clasifica los principales sectores industriales y ofrece una descripción con datos relevantes de los mismos. Entre otros la tasa de cobertura del comercio exterior de cada rama de actividad, lo que refleja si se trata de sectores más o menos orientados a la exportación o a la importación.

La industria en Francia, según el INSEE, se clasifica en cuatro grandes áreas:

1. Bienes de consumo
2. Automóvil
3. Bienes de equipo
4. Bienes intermedios

A continuación se hace una breve enumeración de las distintas ramas de producción:

PRINCIPALES SECTORES DE LA INDUSTRIA FRANCESA (1)		
<u>BIENES DE CONSUMO</u>		
SECTORES	DESCRIPCIÓN	TASA COBERTURA EXP-IMP (2007)
• Confección y peletería	Centra su actividad en el diseño y en la distribución. Especialización en el lujo. Subcontrata parte producción en terceros países	54%
• Cuero y zapatos		70%
• Edición e impresión		85,2%
• Farmacia	Producción y comercio regulado por la Agencia Francesa de Seguridad Sanitaria y del Medicamento	123%

• Perfumería y jabones	Se trata de un sector muy desarrollado con 54.000 empleos, casi el 11% del empleo en el sector de bienes de consumo	319%
• Mobiliario		45%
• Joyería e instrumentos musicales		87%
• Electrodomésticos		50%
• Aparatos audiovisuales	(radio, TV, reproductores, etc)	39%
• Material de óptica, relojería y fotografía		71%

<u>AUTOMOVIL</u>		
SECTORES	DESCRIPCIÓN	TASA COBERTURA EXP-IMP (2007)
• Automóvil	Con Renault y PSA, Francia se sitúa en 2ª posición europea, tras Alemania. En 2007, produjo 2.551.000 vehículos. La producción de sus empresas en el exterior es superior a la de Francia	98%
• Partes y Piezas	Gran peso de las filiales francesas de la industria alemana	112%

<u>BIENES DE EQUIPO</u>		
SECTORES	DESCRIPCIÓN	TASA COBERTURA EXP-IMP(2007)
• Construction naval	Emplea 30.000 personas aproximadamente. Especializada en productos de alto valor añadido civil y militar	174%
• Material ferroviario	Cuatro empresas controlan cerca del 90% del sector. Industria muy especializada en la alta velocidad	238%
• Construcción aeronáutica y espacial	La industria francesa está integrada en la europea, aunque Francia ocupa el 2º puesto después de EE.UU. en la exportación mundial de este sector	178%
• Bicicletas y motocicletas y material de transporte diverso		41%
• Carpintería y elementos metálicos para la construcción		54%
• Calderería, tuberías y radiadores		121%
• Equipos mecánicos (motores, turbinas, bombas y compresores)	Sector muy penetrado por la inversión extranjera	107%

• Maquinaria varia (refrigeración, climatización, calefacción, mantenimiento, ascensores, etc.)	Sector muy penetrado por la inversión extranjera	108%
• Maquinaria agrícola	Sector muy penetrado por la inversión extranjera	80%
• Máquina herramienta	Sector en declive	58,3%
• Maquinaria varia para la industria. (metalurgia, minería y obras públicas, construcción, textil, agroalimentaria, etc.)	Sector muy globalizado	114%
• Maquinaria de oficina e informática	Sector orientado a distribución y prestación de servicios	43%
• Motores, generadores y transformadores eléctricos	Se trata de un sector heterogéneo de pequeña, mediana y gran potencia. En crecimiento	110.1%
• Equipos de emisión y de transmisión.	Incluye equipos de emisión y transmisión hertziana y aparatos telefónicos. Sector en retroceso	64%
• Material médico quirúrgico	Dos grandes tipos de aparatos: Los médico quirúrgicos y los de radiografía e imagen. Sector con fuerte inversión extranjera, sobre todo de EE.UU.	93,4%
• Instrumentos de medida y control	Incluye equipos de ayuda a la navegación, instrumentos científicos y técnicos varios y equipos de control.	115%

BIENES INTERMEDIOS		
SECTORES	DESCRIPCIÓN	TASA COBERTURA EXP-IMP (2007)
• Minería metálica, canteras y minerales diversos	Sector muy atomizado y con pocos intercambios exteriores	30%
• Vidrio y artículos de vidrio.	Sector con elevado proceso de innovación. Comercio exterior limitado. Fuerte inversión francesa en el exterior	110%
• Materiales de construcción y productos de cerámica	Sector ligado a la construcción de proximidad	61%
• Hilados, tejido, estampado y apresto.	Sector en proceso de deslocalización. Las empresas locales se orientan a series limitadas de alto valor añadido	113,8%
• Artículos textiles	Incluye ropa de casa, bordados, pasamanería, tapices, etc. Producción en descenso, salvo en productos técnicos de más valor añadido	70,1%

• Tejidos y artículos de punto	Sector muy deslocalizado, formado por empresas de menos de 100 trabajadores. Producción orientada a productos técnicos (por ej. Sector automóvil) a la moda y productos de mas valor añadido.	47%
• Madera y fabricación de artículos de madera y carpintería	Sector muy atomizado, salvo en sector de paneles y aglomerados	70,6
• Papel y cartón	Incluye también a los productores de pasta de papel. Industria muy concentrada y con grandes limitaciones medioambientales	81,8%
• Industria química inorgánica	Sector heterogéneo, con predominio de PYMES.	54,6%
• Industria química orgánica	Sector muy concentrado, donde 9% de las empresas generan cerca del 60% de la producción total. Elevada presencia inversión extranjera.	98,2%
• Parachimie (Derivados químicos elaborados)	Sector heterogéneo, con productos elaborados con materias primas orgánicas e inorgánicos	113%
• Fibras artificiales y sintéticas.	Sector en declive, sometido a una fuerte competencia internacional. Especializado en productos de alto valor añadido.	66,7%
• Caucho	Industria orientada sobre todo al sector de la automoción, con los neumáticos. Especializado en productos de alto valor añadido	121,5%
• Productos plásticos	Industria con mayoría de PYMES. Orientado a la innovación.	72,2%
• Industria siderúrgica y de transformados de hierro y acero	La producción aumenta en valor, pero disminuye en volumen. El sector de tubos de acero progresa	110%
• Metales no ferrosos	Se trata de un sector concentrado en pocas empresas con una apreciable presencia extranjera, en plena renovación. La reutilización de desechos crece	71%
• Fundición	Industria de subcontratación en pleno proceso de cambio. Especializada en piezas de alto valor añadido.	n.d.
• Fabricación de productos metálicos	Producción muy heterogénea fabricada en muchos centros fabriles. La fabricación de herramienta se deslocaliza	85,2%
• Recuperación y reciclaje	Sector en progresión creciente que se beneficia de precios crecientes y de normas que la incentivan.	
• Industria de material eléctrico	Los materiales de baja tensión se	113%

 Componentes electrónicos	orientan sobre todo a la construcción de viviendas e industrial y a la industria aeronáutica. El de alta tensión a la distribución y transporte de electricidad. El material eléctrico para vehículos decrece en importancia Sector sometido a un constante proceso de renovación tecnológica y de miniaturización.	124%
--	---	-------------

Construcción

Durante el año 2009, la producción del sector de la construcción continuó una senda a la baja, consecuencia de la crisis en 2008. La producción del sector descendió un -5,1% hasta los 273,2 millardos de euros. El número de obras iniciadas ha caído por tanto un -24,9% en 2009 hasta las 148.600 viviendas, lo que supone un descenso del 40% desde el pico de 2006, cuando se construyeron unas 250.000 viviendas. En 2010 se ha asistido a una recuperación del sector aunque a mediados de 2011 ya se está notando un cierto estancamiento de la demanda consecuencia de los altos precios practicados en las zonas urbanas.

Las condiciones de crédito han mejorado ciertamente en 2010 lo que ha permitido un aumento de las ventas de viviendas nuevas individuales, que se han incrementado un 22,9%, tras caer el año anterior un -21%. El stock de viviendas a la venta ha vuelto a reducirse en 2010 un (-14%), tras el descenso del (-31%) del año anterior.

Sector terciario

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

Servicios no financieros (2008)	Número de empresas	Asalariados	Volumen de negocios (millones de euros, sin impuestos)	Valor añadido (millones de euros)
Restauración	229.098	727.595	73.874	32.612
Información y comunicación	87.108	682.982	169.760	76.372
Actividades inmobiliarias	159.787	195.793	69.122	36.314
Actividades especializadas científicas y técnicas	329.150	902.040	200.612	90.614
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	142.337	850.608	138.639	72.354
Otras actividades de servicios	650.405	798.187	127.128	70.302
Total	1.597.886	4.157.204	779.134	378.567

Fuente: Tableaux de L'économie française 2011

2.3. El sector exterior: relaciones comerciales

El comercio exterior francés ha crecido significativamente en 2010 después del retroceso tan fuerte sufrido en 2009, en relación a 2008. La caída de 2009 fue la mayor registrada desde la segunda guerra mundial, y aunque afectó a la totalidad de los sectores, se vieron especialmente afectados el sector de la automoción y los bienes intermedios tales como equipos mecánicos, material eléctrico, electrónica e informática.



COMERCIO EXTERIOR FRANCÉS

	2006	2007	2008	2009	2010
Exportaciones de Francia	385.050	396.353	412.647	341.083	387.575
Importaciones de Francia	428.304	453.038	485.066	400.341	455.636
SALDO francés	-43.252	-56.685	-72.419	-59.258	-68.061

Fuente: Direction Générale des Douanes. Datos FOB-FOB. Se incluye material militar

Tras el fuerte retroceso de los flujos de intercambios comerciales de Francia con el exterior en el 2009 (-17,6%), debido a la crisis y a la reducción de las corrientes de intercambio a nivel mundial que ello originó, 2010 ha sido el año de la recuperación (+ 13,7%), aunque ello no ha permitido alcanzar el nivel de intercambios de 2008.

La recuperación de los intercambios se ha ido consolidando todo a lo largo de 2010 y ha sido netamente superior en el segundo semestre del año.

Sin embargo, un análisis del comportamiento de estos flujos pone de manifiesto que la mejora de la balanza comercial francesa de 2009 se ha interrumpido en 2010 ya que, tras aquel paréntesis, las importaciones han vuelto a aumentar más que las exportaciones, por lo que se ha asistido de nuevo a un incremento del déficit comercial de Francia CIF-FOB. (-68 millardos de euros en 2010 frente a -59 en el 2009).

Si se consideran los resultados FOB-FOB, que en el 2009 habían arrojado un déficit de 44,2 millardos de euros, en 2010 ha empeorado y ha alcanzado 51,4 millardos.

A pesar de la fuerte reactivación de los intercambios a nivel mundial, Francia no consigue, como Alemania, que el comercio exterior sea uno de los motores del crecimiento, que en 2010 se ha apoyado exclusivamente en el consumo interno.

El total de las exportaciones de Francia alcanzó la cifra de 387 millardos de euros, lo que supone un alza del 13,6% respecto al nivel alcanzado en el 2009, mientras que las importaciones sumaron 455 millardos, contabilizando a su vez un avance del 13,8%. La cobertura ha empeorado muy ligeramente pasando del 85,2% en el 2009 al 85,1% en el 2010.

Por otra parte, las previsiones de crecimiento del PIB y del consumo para 2011 presuponen que la recuperación de la actividad en Francia se va a consolidar, por lo que es probable que los flujos de comercio exterior continúen recuperándose, especialmente el de importación.

En lo que se refiere a la evolución sectorial respecto al 2009 es interesante señalar que todos los sectores registraron variaciones positivas.

El sector agrícola y el agroalimentario, que el pasado año había contabilizado un retroceso inferior al descenso del comercio global, ha reaccionado al alza y de forma positiva ya que las exportaciones francesas han crecido más que las importaciones.

Dentro de la industria manufacturera cuyos flujos de intercambio se han incrementado casi de forma equivalente en ambos sentidos, el que mayor crecimiento ha registrado ha sido el sector de los productos refinados que ha contabilizado un alza del 22% para las exportaciones y del 38% para las importaciones, como consecuencia de la recuperación del consumo de carburantes en Francia.

Durante el año 2010, la balanza comercial de un sector clave del comercio exterior francés como es el de la automoción ha mejorado debido a un mayor aumento de las exportaciones (+15%) que de las importaciones (+9%). El excedente que aportaba este sector a la balanza comercial, que en el 2004 fue de 12,2 millardos, se ha ido reduciendo de año en año hasta contabilizar un déficit de 7.500 millones en el 2009, que se ha reducido a 6.600 millones en el 2010.

El sector agrícola y agroalimentario representa el 12,9% de las exportaciones francesas frente a un 9,2% de las importaciones. Este sector pierde cuota en el comercio exterior francés, tras tres años consecutivos de alza al recuperarse fuertemente las importaciones industriales y energéticas,

La industria a su vez, supone el 83,4% de las exportaciones y los productos energéticos 3,7%. Entre los bienes industriales, el sector de automoción supone el 9,2%. Su ponderación sobre el total desciende por séptimo año consecutivo y se sitúa muy por debajo de su máximo correspondiente al 16,0%, manteniéndose al mismo nivel que en 2009

Los flujos de las corrientes comerciales francesas con Europa representaron en el 2010 68% del total, el continente americano supuso un 8,7%, Asia un 13,5%, África un 5,9% y el Próximo y Medio oriente un 2,7%. Europa y América pierden cuota que gana Asia. África y Oriente Medio se mantienen al mismo nivel que en 2009.

El comercio con América pierde las dos décimas de cuota de mercado que había ganado en 2009. Dentro del contexto general de recuperación de los intercambios, el año 2010 se ha caracterizado por un aumento de las exportaciones (+17,8%) casi el doble del correspondiente a las importaciones (+9,1%), sin duda debido a la fortaleza de la recuperación de la actividad en Estados Unidos, lo que ha supuesto una fuerte reducción del déficit para Francia pasando de 4.650 millones de euros en 2009 a 2.600 en el 2010. La cuota de las importaciones ha retrocedido del 8,8% del total francés en 2009 al 8,3% en el 2010 (cinco décimas menos que en el 2009), mientras que la correspondiente a las exportaciones se incrementaba al pasar del 8,9% del total en 2009 al 9,1% en el 2010 (2 décimas más).

Los países asiáticos, que representan 13,5% del comercio exterior francés, han mejorado su cuota en un punto porcentual respecto al 2009 ya que el alza registrada tanto por las importaciones de esta zona (+22,5%) como por las exportaciones francesas (+29,4%) es muy superior a la correspondiente al comercio total francés. Tras dos años consecutivos en los que había mejorado el déficit de Francia, en 2010 se vuelve a la senda de desequilibrio creciente de la balanza comercial con esta zona que había dominado entre 2001 y 2007. El déficit en el 2011 ha sido de 27,7 millardos de euros contra 24,5 en el 2009.

El comercio con China sigue siendo muy deficitario, (-22 millardos de euros) y se ha incrementado en 2 millardos respecto a 2009 (por un efecto de base), a pesar de que las importaciones (+24%) aumentaron menos que las exportaciones (+48%).

Los intercambios con Japón han sido favorables a Francia durante este año 2010 ya que las exportaciones francesas se incrementaron en un 23% mientras que las importaciones lo hacían en un 14%, lo que ha permitido mantener el déficit al mismo nivel que en 2009. (3 millardos de euros)

El valor de los flujos de intercambios con el Próximo y Medio Oriente se ha incrementado fuertemente en el 2010, ya que las importaciones francesas aumentaron un 21%, mientras que las exportaciones lo hacían en tan sólo un 8%. Francia mantiene un excedente con estos países de 6.804 millones de euros en el 2010.

La Unión Europea (27 países) representa el 60% del comercio exterior total (importaciones + exportaciones) de Francia, en retroceso de 6 décimas respecto a 2009 y 1,2 puntos porcentuales respecto a 2008. La zona euro supone el 48,5% (3 décimas menos que en 2009).

Las exportaciones a la Unión europea representaron el 61,2% (un punto porcentual menos que en 2009) y las importaciones a la zona euro el 48,6%. Las importaciones de la Unión europea representaron el 58,9% y las importaciones de la zona euro el 48,4%. Los intercambios con Europa pierden cuota en 2010 en beneficio de los países terceros.

En 2010, los intercambios con la Unión Europea y la zona euro mantienen la tendencia a la pérdida de cuota de 2008 y 2009, ya que en ambos casos tanto las exportaciones como las importaciones crecen menos que el comercio total francés. Con la Unión Europea el menor crecimiento de las exportaciones (+10,8%) que de las importaciones,

(+11,6%) produce un incremento del déficit que pasa de 24,5 millardos en el 2009 a 31 en 2010.

En los intercambios con la zona euro, la evolución de los flujos son semejantes en ambos sentidos y el déficit francés empeora fuertemente al pasar de 27 millardos de euros en el 2009 a 32 en el 2010.

Por lo que se refiere al ranking de proveedores y clientes de Francia, y como se puede observar en el cuadro que se incluye más adelante, Alemania continua ocupando el primer lugar en ambas vertientes, ya que es destinataria del 16,2% de las exportaciones y origen del 17,3% de las importaciones de Francia. Durante 2010, la cuota de Alemania del mercado francés se ha incrementado de más de un punto tanto como proveedor, como cliente.

Como proveedores, el segundo lugar lo ocupa China cuya cuota de las importaciones francesas no cesa de incrementarse alcanzando ya un 8,1% lo que le ha permitido avanzar de dos puestos respecto a 2009 en el ranking, desplazando Bélgica al tercer puesto con un 7,9% de las importaciones francesas, y a Italia al cuarto. Con una cuota del mercado francés de 6,2%, España, vuelve a ocupar el quinto lugar recuperando el puesto perdido a favor de Estados Unidos en 2009.

La penetración de China en el mercado francés se ha acelerado durante los tres últimos años ya que tras ganar dos puestos en el ranking en 2007, ganó otro en el 2008 y dos más en el 2010. El Reino Unido con tan sólo el 4,3% continúa en el séptimo lugar de la clasificación, muy por debajo de España.

Cuadro 3: PRINCIPALES PAÍSES PROVEEDORES		2007		2008		2009		2010	
(Datos en millones de EUROS)				%		%		%	
ALEMANIA		75.164	78.493	4,4%	71.546	-8,8%	78.871	10,2%	
CHINA		29.843	31.780	6,5%	29.891	-5,9%	37.087	24,1%	
BÉLGICA		37.322	40.882	9,5%	32.589	-20,3%	35.843	10,0%	
ITALIA		38.895	39.417	1,3%	31.608	-19,8%	34.786	10,1%	
ESPAÑA		31.505	31.210	-0,9%	24.950	-20,1%	28.353	13,6%	
ESTADOS UNIDOS		26.406	26.218	-0,7%	25.116	-4,2%	26.703	6,3%	
REINO UNIDO		24.677	23.240	-5,8%	18.304	-21,2%	19.729	7,8%	
PAÍSES BAJOS		17.730	19.507	10,0%	16.670	-14,5%	19.215	15,3%	
RUSIA		11.027	13.639	23,7%	9.344	-31,5%	12.217	30,7%	
SUIZA		9.461	10.513	11,1%	9.749	-7,3%	10.859	11,4%	

Fuente: D.G. des Douanes

En el ranking de clientes de Francia, España, tras haber perdido un puesto en 2008 y otro en el 2010, ocupa el cuarto lugar, detrás de Italia que se sitúa en segundo lugar después de Alemania y Bélgica que ocupa el tercero. El Reino Unido que ocupa el quinto lugar y Estados Unidos el sexto. China pierde el puesto ganado como cliente de Francia en el 2009 y vuelve a ocupar el noveno lugar, detrás de Suiza, como en 2008.

Tras cinco años consecutivos, en los que España era el mejor cliente de Francia después de Alemania, desde 2008, la crisis y la debilidad de la demanda interna española han provocado un fuerte descenso de los intercambios con el país vecino. Ello 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 al 7,5% en el 2010.

Cuadro 4: PRINCIPALES PAÍSES CLIENTES	2007	2008		2009		2010	
(Datos en millones de EUROS)			%		%		%
ALEMANIA	57.425	59.598	3,8%	55.475	-6,9%	62.959	13,5%
ITALIA	36.301	35.976	-0,9%	28.417	-21,0%	31.351	10,3%
BÉLGICA	29.967	31.192	4,1%	25.660	-17,7%	29.247	14,0%
ESPAÑA	37.922	34.250	-9,7%	27.041	-21,0%	28.846	6,7%
REINO UNIDO	33.098	32.019	-3,3%	24.470	-23,6%	26.032	6,4%
ESTADOS UNIDOS	25.037	23.997	-4,2%	19.670	-18,0%	22.073	12,2%
PAÍSES BAJOS	16.698	17.098	2,4%	13.850	-19,0%	16.177	16,8%
SUIZA	10.516	12.045	14,5%	10.087	-16,3%	11.355	12,6%
CHINA	11.467	11.564	0,8%	7.876	-31,9%	10.988	39,5%
RUSIA	5.654	7.024	-19,5%	5.087	-27,6%	6.288	23,6%

Fuente: D.G. des Douanes

Por lo que se refiere a los saldos del comercio exterior francés en 2010, El Reino Unido conserva el primer puesto en el ranking de los excedentes de Francia, seguido por Hong-Kong, Argelia y los Emiratos Árabes Unidos. El saldo de los intercambios entre España y Francia ha mejorado fuertemente ya que el excedente francés que era de más de 8.800 millones en le 2006 ha pasado a ser de 493 millones den 2010

En el ranking de déficits de Francia, China ocupa, por octavo año consecutivo, el primer lugar, después de haber desplazado a Alemania al segundo puesto en el 2003, con un importe superior en 4.000 millones de euros al de 2.009. Alemania también mejora se excedente con Francia en 2.000 millones de euros.

Cuadro 5: PRINCIPALES PRODUCTOS IMPORTADOS	2007	2008		2009		2010	
(Datos en millones de EUROS)			%		%		%
Combustibles minerales	60.579	79.671	31,5%	52.014	-34,7%	62.437	20,0%
Máquinas, aparatos y artefactos mecánicos	58.695	58.531	-0,3%	46.873	-19,9%	50.713	8,2%
Máquinas, material eléctrico	39.413	39.125	-0,7%	34.284	-12,4%	42.342	23,5%
Vehículos automóviles, sus partes y accesorios	48.561	48.391	-0,4%	38.646	-20,1%	42.214	9,2%
Productos farmacéuticos	14.583	15.726	7,8%	17.711	12,6%	18.869	6,5%
Navegación aérea o espacial	10.796	10.953	1,5%	18.747	71,2%	18.442	-1,6%
Materias plásticas y sus manufacturas	17.565	17.407	-0,9%	14.537	-16,5%	17.414	19,8%
Óptica, laboratorio, instr. médico-quirúrgicos	12.043	12.703	5,5%	12.130	-4,5%	13.793	13,7%
Productos químicos orgánicos	13.217	12.664	-4,2%	11.089	-12,4%	12.790	15,3%
Fundición, hierro y acero	14.635	15.198	3,8%	8.256	-45,7%	10.911	32,2%

Fuente: D.G. des Douanes

Cuadro 6: PRINCIPALES PRODUCTOS EXPORTADOS	2007	2008		2009		2010	
(Datos en millones de EUROS)			%		%		%
Máquinas, aparatos y artefactos mecánicos	51.231	51.579	0,7%	40.743	-26,6%	44.360	8,9%
Vehículos automóviles, sus partes y accesorios	46.792	42.134	-11,1%	30.848	-36,6%	35.568	15,3%
Navegación aérea o espacial	23.086	26.135	11,7%	30.445	14,2%	35.007	15,0%
Máquinas, aparatos y material eléctrico	34.516	32.869	-5,0%	27.933	-17,7%	32.807	17,4%
Productos farmacéuticos	20.241	21.932	7,7%	24.049	8,8%	25.300	5,2%
Materias plásticas y sus manufacturas	16.276	15.811	-2,9%	12.499	-26,5%	14.638	17,1%
Combustibles minerales	15.178	20.593	26,3%	11.810	-74,4%	14.122	19,6%
Óptica, laboratorio, instr. Médico quirúrgicos	12.124	12.606	3,8%	11.633	-8,4%	13.015	11,9%
Fundición, hierro y acero	14.994	15.556	3,6%	9.446	-64,7%	12.535	32,7%
Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre	11.299	11.382	0,7%	9.787	-16,3%	11.354	16,0%

Fuente: D.G. des Douanes

La fuerte reactivación de los intercambios intervenida en 2010 ha permitido que los 15 principales productos, tanto importados como exportados por Francia registren variaciones positivas, algunos de ellos superiores a 25%:

La reactivación de la actividad industrial y del consumo durante 2010 ha tenido por efecto incrementar los intercambios franceses de combustibles minerales, en ambos sentidos que continúan ocupando el primer lugar en el Ranking de las importaciones francesas con una cuota muy superior a la de las máquinas que ocupan la segunda posición.

En el curso de 2010, las exportaciones del sector de la automoción se han recuperado, tras el fuerte descenso registrado en el 2008 y 2009. A pesar de ello los vehículos automóviles no han logrado recuperar el primer lugar en el ranking de los productos exportados por Francia, y por quinto año consecutivo ocupan la segunda posición detrás de las máquinas y equipos mecánicos.

Los dos capítulos de maquinaria junto con los equipos de transporte siguen ocupando las cuatro primeras posiciones de exportación, representando más del 38% del total.

En el 2010 las ventas de Airbus han alcanzado un nivel record al progresar en valor el 18% superando la cifra de 18.900 millones de euros, correspondiente a la venta de 285 aparatos. Se han incrementado de ventas a Asia (+53%) Europa no UE (+10,6%) y Próximo Oriente (+2,8%). La China es el primer cliente d'Airbus, delante de Singapur y Australia.

También se exportaron 11 satélites por un valor de 856 millones de euros.

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 alrededor de 50€. 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 y 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 tunel 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 CARACTERÍSTICAS 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 cápita en 2010 es de 29.989 €.

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.

o 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.

o 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.

o 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, las utilidades 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

Actualmente la política está 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 1.000m²

Distribuidores e industriales están contra esta nueva ley ya que rompe un equilibrio instaurado entre ambos y en el 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:

El último censo indica que en Francia hay 156.000 empresas de comercio mayorista cuya cifra de negocio ascendía a 520 millardos de euros en total, según datos del INSEE. El mercado tiende a prescindir cada vez más de este intermediario

2. El comercio minorista:

Está constituido por unas 400.000 empresas minoristas que facturan más de 450 millardos de euros. 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 m², los denominados supérettes (de 120 a 400 m²) y los maxidescuento menores.
- Las grandes superficies: supermercados (entre 400 y 2500 m²), hipermercados (de más de 2.500 m²), los maxidescuento, almacenes



populares, cash & carry y los distintos tipos de grandes almacenes, generales y especializados (GMS). En 2010 sumaban 25.344 establecimientos, con una superficie total de 42.334.602 m² y 752.128 empleados.

- En 2010 habían en Francia 1.745 hipermercados, 5.381 supermercados, 4.708 Hrad-discount de alimentación, 280 almacenes populares y 99 Grandes almacenes

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.

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.

Durante 2009 y primer trimestre de 2010 la gran distribución, y especialmente los “dos grandes” Carrefour y Auchan han visto reducir su facturación por los efectos perversos que la crisis ha tenido en el comportamiento del consumidor, que ha cambiado sus hábitos y que suele comprar solo lo necesario en los Hard-discount más cercanos a su hogar. La cifra de facturación de Carrefour retrocedió un 2,7% en el 2009, mientras que Auchan lo hacía en un 1,65% el mayor retroceso lo registró Geant Casino -7,2%

La tendencia de la distribución es ofrecer más espacio a un número menor productos tanto por razones de claridad como de ahorro.

PRINCIPALES GRUPOS DE DISTRIBUCIÓN

Tras distintas reconfiguraciones de los grupos de distribución franceses, donde han existido a lo largo de la historia numerosos actores, hoy dominan el mercado en Francia 7 grandes grupos de distribución: Leclerc, Intermarchè, Système U, Carrefour, Auchan, Casino y Cora. Además, cabe añadir la importante presencia de los hard discount de origen alemán Lidl, Aldi y Norma.

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 2010, 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 2010, en Francia, el principal grupo de distribución tanto por cifra de negocios como metros de venta fue Carrefour, con 90.099 millones de euros; seguido por Auchan, con 42.492 millones; en tercer lugar figura Leclerc con 37.500; Intermarché facturó 35.000 millones de euros, Casino 29.078; Système U 19.430, Cora (Louis Delhaize) 10.000, Lidl 6.400; Monoprix, 3.800, Francap 3.500 millones de euros y Aldi 3.000; según Le Planogramme 2011 de Lineaires.

Carrefour es, sin duda, el grupo más internacionalizado al realizar el 53% de sus ventas fuera de Francia, seguido de Auchan, con el 45,0%.

Lo normal es que las marcas comerciales o enseñas ("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: Carrefour Market, Coccinelle, Colryut, Coccimarket, G20, Viveco, Diagonal, Panier Sympa, Atoo Alimentation y Schlecker. Entre las tiendas de descuento o hard discount, se pueden destacar: Aldi, Lidl, Ed, Leader Price, Netto, Le Mutant, Norma y Penny Market.

La principal tienda de proximidad y maxidescuento es LIDL con 1.579 puntos de venta con 1,1 millones de metros cuadrados de venta, lo que le ha permitido facturar 6.400 millones de euros en 2010. La segunda es ALDI cuyo tamaño es la mitad de LIDL.

c) Grandes superficies especializadas (GMS)

a. Grandes superficies de confección textil

Según Panorama Trade Dimensions 2010, el número de estas tiendas ascendía a 3.416 (sólo cuentan las de más de 300 m²), con una superficie de venta total de 3.268.625 m² y una superficie media de 1.038 m².

Por número de tiendas, la cadena líder es La Halle! (VIVARTE), con 767 tiendas, seguida de Gemo (ERAM), 491; la francesa Kiabi (Kiabi Europe), 314; Inditex France, 174, Styleco (JL International), 160; Hennes et Mauritz France 131; SNC CAD 122; Zeeman France 109, C & A France 117 y Vet Affaires 102.

En los últimos años hay una creciente presencia española con firmas como Zara que en 2010 tenía 174 tiendas en Francia, (incluidas las de Bershka y Maximo Dutti), Mango (88) o Cortefiel (5).

b. Grandes superficies de belleza y salud

Francia cuenta en 2010 con 2.351 establecimientos de este tipo (209 perfumerías y 342 parafarmacias), con una superficie total de 377.384 m². Por número de tiendas destaca Marionnaud (Marionnaud Parfumeries) con 567 tiendas, seguida de Nocibe, con 412; Sephora con 253; Beauty Success, con 249; y Passion Beauté con 153.

c. Grandes superficies de bricolaje

En total, en Francia hay 2.345 tiendas de este tipo con una superficie total de 7.590.233 m². Por número de tiendas destaca Mr. Bricolage 639, seguida de Bricomarché, del grupo ITM Entreprises, con 521 tiendas, Leroy Merlin France, de Groupe Adeo 446, Kingfisher France, 205, Cofaq 169 y Bricorama 117,

d. Grandes superficies de aparatos electrodomésticos

En 2010 había 1.592 centros comerciales de este tipo (contra 2.374 en 2009) con una superficie total de 2.544.896 m². Las cadenas más conocidas son EX& CO con 256 tiendas, HTM Groupe (Boulanger) con 254, Darty con 219, But International (mixto muebles-electrodomésticos) con 216, Groupe Digital con 171, , y Conforama France con 181.

e. Grandes superficies de ocio, cultura y deporte

Según datos del Panorama de la Distribution 2010 existían en Francia un total de 498 grandes centros especializados en ocio y cultura, con una superficie en conjunto de 637.829 m², siendo los primeros grupos por número de tiendas Espace Culturel (GALEC), con 213; FNAC SA, con 77 tiendas, Système U 47, Sodival 46 y Virgen Stores France, con 41.

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

En Francia existen en 2010 un total de 1.553 almacenes de dimensión importante especializados en jardinería, con una superficie total de venta de 4.991.176 m², siendo el primer grupo por número de tiendas Gamm Vert, con 299 establecimientos, seguido por Jardi Enseignes con 200, Apex con 170 y Nalods con 145 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

En 2010 existían en Francia un total de 1.113 almacenes especializados en juguetería, con 100 m² como mínimo. La superficie total de venta ascendía a 796.465 m². Las cadenas más importantes, por número de establecimientos son Distritoys 272, EPSE Joueclub, con 270 establecimientos; Ludendo con 203; Maxi Toys, con 133 y Partner jouet 105.

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 comercio electrónico ha continuado ganando terreno en Francia a pesar de la crisis ya que en 2010 se realizaron 340 millones de transacciones (60 millones más que en 2009) correspondientes a una facturación de 31 millardos de euros, lo que supone un crecimiento del 24% respecto a los 25 millardos de 2009. En cinco años la facturación de este tipo de comercio se ha multiplicado por casi 4, ya que en el 2005 solo suponía 8,4 millardos de euros.

Actualmente la venta por internet gana partes de mercado ya que representa entre 4 y 4,5% de las ventas (no alimentarias ni farmacéuticas) en Francia, contra 3,7% en 2008.

A principios de 2011 existen en Francia 81900 portales de Internet de venta en línea contra 64.100 en el 2009 y tan solo 15.000 en el 2005.

El precio medio de una transacción en 2010 ha sido del orden de 91€, ligeramente superior a 2009. A fin de cuentas, la crisis también ha afectado a este sistema de venta. Un comprador en línea gasta de media 1.100€ al año y efectúa 12 pedidos. La mayoría de los sectores progresan en este aspecto, pero el mercado cosmético se dispara y está dominado por Sephora.

En 2010, el número de compradores en línea ha sobrepasado el 75% del total de los internautas y contra lo que se podía pensar los principales compradores no son los jóvenes, las principales compradoras son mujeres de 25 a 44 años. El intervalo de edad que más consume es el de 35-49 años y las compras de personas de más de 50 años se han incrementado un 13%.

Por sectores las ventas se reparten 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 portales más activos son, eBay.com (11 millones de visitas mensuales, Priceminister (10 millones), La Redoute (10 millones), Amazon (9 millones) la FNACF, Carrefour, 3 Suisses, vente Privée y voyages SNCF (más de 8 millones).

Según datos publicados por la Federación francesa del comercio electrónico y de la venta a distancia (Fevad), el comercio electrónico en Francia continúa ganando partes de mercado y está en plena expansión ya que el primer trimestre del año 2011 al registrar un incremento del 20% tras haber aumentado ya un 30% en 2010. Su cifra de facturación ha alcanzado 8.800 millones de euros un 22% más respecto al análogo periodo de 2009.

El número de cibercompradores se ha incrementado un 11% tras haber aumentado ya un 15% en 2010, lo que supone 3 millones de compradores suplementarios anuales, lo que sitúa su número en 28 millones, los cuales han realizado 77 millones de transacciones en este primer trimestre de 2010.

Tras el descenso de 2009, el importe de las transacciones medias se ha recuperado para alcanzar los 92€.

Al final de este primer trimestre de 2010 el número de portales ha aumentado en un 28% respecto al primer trimestre de 2010, alcanzado la cifra de 85.300.

Según las previsiones de la FEVAD, el negocio del comercio electrónico debería aumentar a lo largo de este año para alcanzar una facturación anual del orden de 46 millardos de euros en 2012.

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

El Tribunal de Cuentas ha publicado recientemente un informe sobre la evaluación del Plan de Reactivación de la economía lanzado a finales de 2008 en el que indica que éste ha tenido un impacto positivo de 0,5 puntos sobre el crecimiento del PIB, lo que ha permitido limitar los efectos de la crisis en Francia, pero su coste sobre las finanzas públicas ha sido del 1,4% del PIB para 2009 y 2010. El Plan ha permitido evitar suspensiones de pagos de empresas y, por lo tanto, ha sido favorable al empleo.

Los Presupuestos del Estado para 2011 se basan en un crecimiento del 2% (tras el 1,5% previsto para 2010), una inflación del 1,5% y un déficit de -92 mil millardos de euros, tras los -149,7 previstos para 2010.

El esfuerzo de control del gasto público se concreta en la estabilización de los gastos del Estado en valor, excluidos deuda y pensiones, lo que permitirá una progresión del gasto total a un tipo ligeramente inferior a la inflación (-0,2% en volumen). El Instituto

El Informe Intermedio de Perspectivas Económicas de la OCDE publicado el 26 de mayo prevé que el PIB francés crecerá un +2,2% en 2011 y un 2,1% en el 2012. Avanza que Francia mantendrá sus objetivos de reducción de déficit, pero el paro se mantendrá a un nivel equivalente al de 2010, mejorando ligeramente en el 2012 (8,7% de la población)

Durante el año 2010, El Instituto Nacional de Estadísticas y Estudios Económicos francés (INSEE) el crecimiento de la economía francesa ha sido del 1,5% (frente a -2,5% en el 2009). Este aumento está en consonancia con las previsiones realizadas.

Las últimas previsiones del INSEE publicadas a finales de junio avanzan un fortalecimiento de la recuperación durante 2011, tras un bache en el segundo trimestre.

Tras el fuerte crecimiento registrado en el primer trimestre (+0,9%), el INSEE prevé tan solo un +0,2% para el segundo y +0,5% para el tercero y el cuarto, lo que corresponde a un crecimiento anual del 2,1% y consolida las previsiones del Gobierno, aunque el paro seguirá oscilando alrededor de 9% de la población activa.

El motor del crecimiento serán las inversiones de las empresas (+5,9%) y de las familias (+2,7%), mientras que el consumo de estas últimas crecerá muy moderadamente (+1,2%).

El desequilibrio del comercio exterior se acentuará ya que el crecimiento de las importaciones (+6,9%) será muy superior al de las exportaciones (+5,3%).

El Gobierno por su parte mantiene una previsión de crecimiento para 2011 del 2%, a pesar de que la recuperación parece no ser tan sólida como se creía.

Las previsiones del gobierno sitúan la inflación en 2011 entre 1,5%.

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, 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, 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 a pesar de que a la recuperación del comercio exterior en 2010 ya que el consumo progresa de forma muy moderada a partir de marzo de 2011.

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 operadores 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 de los otros Entes Públicos que el 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 de los otros Entes públicos que el 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 35 días durante le primer semestre de 2010 y 30 días a partir del 1 de julio de 2010.

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:

- o Publicar un anuncio en un soporte o plataforma electrónica (Internet)
- o Obligación de incluir el (DCE) Dossier de Consulta para las Empresas en dicha plataforma para que los interesados se lo puedan bajar.
- o 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 d ejemplo.

- A partir del 1 de enero del 2012

- o 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 deberían 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://www.boamp.fr/#>

Por último, gran parte de los Ministerios franceses incluyen en sus páginas web una ventana dedicada a la 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.

La oficina económica y comercial en París dispone de contratos modelo para estos tres tipos de distribución.

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 está disponible sobre <http://www.auto-entrepreneur.fr/>

3. Empresa Unipersonal de Responsabilidad limitada (EURL)

La EURL es una sociedad limitada de un solo socio. La ley para la iniciativa económica ha suprimido la exigencia de un capital mínimo. 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)

Los socios de la SARL fijan libremente el capital mínimo, en función del tamaño, de la actividad, de las necesidades en capital de la empresa. Si el importe del capital no es coherente con las exigencias económicas del proyecto, no se excluye una posible responsabilidad personal del gerente y/o de los socios de la empresa. La responsabilidad de los socios, un mínimo de 2 y un máximo de 50, queda limitada al importe de sus aportaciones. El gerente es responsable en caso de errores de gestión. Asimismo, como empresario tiene una responsabilidad penal. 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 37.000 euros del que, como mínimo, un 50% 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 (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).

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

http://www.icex.es/icex/cda/controller/page/ICEX/0,6558,5518394_65926238_7107420_0_0_-1,00.html

El procedimiento legal de constitución de una sociedad esta detallado en la página de Internet siguiente: <http://www.formalites.fr/>

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.

El procedimiento legal de constitución de la sucursal esta detallado en la página de Internet siguiente: <http://www.laloi.com/memento/donneesv2/24e.pdf>

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, cuánto cuesta etc.

En 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 cómo 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

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 Y sobre bienes inmuebles *taxe d'habitation* (TH)



En el impuesto sobre sociedades, el tipo general aplicable en 2010 para las empresas que facturan más de 7.630.000 € anuales es del 33,3%.

Para las empresas que facturan menos 7.630.000 € anuales el tipo impositivo depende de la distribución del capital entre los socios:

Si el capital está totalmente desembolsado y al menos 75% está en manos de personas físicas el tipo es de 15% para los primeros 38.120€ de beneficios y de 33,33% para el resto.

Más información en:

<http://www.impots.gouv.fr/portal/dgi/public/popup.jsessionid=TQ5XHKSBO3A4RQFIEIOC FEY?typePage=cpr02&sfid=501&espId=2&communaute=2&impot=IS&temNvlPopUp=true>

http://www.impots.gouv.fr/portal/dgi/public/professionnels.impot.jsessionid=NOI3HCME OJI2LQFIEIQCFFA?espId=2&pageId=prof_impot_societes&impot=IS&sfid=50

Más información para las pymes en: <http://www2.impots.gouv.fr/sie/accueil.htm>

Todos los impuestos de las empresas en:

<http://www.impots.gouv.fr/portal/dgi/public/professionnels.jsessionid=YXPF3OICGHMPT QFIEIQCFFA?espId=2&pageId=professionnels&sfid=20>

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

Tipo impositivo/tramos de renta

- o 5,5% (de 5.963 a 11.896 Euros de renta anual).
- o 14% (de 11.896 a 26.420 Euros de renta anual).
- o 30% de 26.030 a 70.830 Euros).
- o 41% (superior a 70.830 Euros).

6.3.2. Renta personas físicas

El impuesto sobre la renta (IR) tiene un tipo marginal máximo del 41% para los tramos de renta superiores a 70.830 euros en 2010. 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% (de 5.963 a 11.896 Euros de renta anual).
- o 14% (de 11.896 a 26.420 Euros de renta anual).
- o 30% de 26.030 a 70.830 Euros).
- o 41% (superior a 70.830 Euros).

Más información en:

http://www.impots.gouv.fr/portal/dgi/public/particuliers.impot;jsessionid=2HDGUS4DKKXDHQFIEMQCFFWAVARXAIV1?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/2011/

Todos los impuestos de las personas físicas en:

<http://www.impots.gouv.fr/portal/dgi/public/particuliers;jsessionid=YXPF3OICGHMPTQFI EIQCFFA?espId=1&pageId=particuliers&sfid=10>

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%, ciertos productos alimenticios, agua, libros etc, y 2,1% para medicamentos

6.3.4. Otros

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.

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 41%). 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>

En el **Impôt de Solidarité sur la Fortune** son sujetos pasivos los propietarios de un patrimonio superior a 1.300.000 Euros a día 1 de enero del ejercicio fiscal en curso.

Tipo impositivo/ Patrimonio 2011

- o 0,75 %/ de 1.300.000 € a 2.570.000 €
- o 1,00 %/ de 2.570.001 € a 4.400.000 €
- o 1,30 % / de 4.400.001 € a 7.710.000 €
- o 1,65 %/ de 7.710.001 € a 16.790.000 €
- o 1,80 %/ de 16.790.001 € en adelante

Para más información consultar: <http://www.net-iris.fr/indices-taux/43-bareme-de-impot-de-solidarite-sur-la-fortune-isf.php>

El **Impuesto sobre salarios** abonan los empleadores establecidos en Francia que no están sometidos al IVA, o al menos sobre el 90% de su cifra de negocios. Los sujetos pasivos son principalmente los bancos y sociedades de seguros, el sector médico, las asociaciones y otros organismos sin ánimo de lucro. Es un impuesto que sustituye al impuesto sobre sociedades para este tipo de entes jurídicos. Los tipos para 2001 son los siguientes:

- o 4,25% para la fracción de salarios inferior a 7.491 Euros/año.
- o 8,50% para la fracción de salarios comprendida entre 7.491 y 14.960 Euros/año.
- o 13,60% para la fracción de salarios superior a 14.960 Euros/año.

En el **Impuesto sobre las Oficinas y locales comerciales** son sujetos pasivos los propietarios, usufructuarios o fiduciarios 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 2011 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 4,08 Euros/ m2 y 15,91 Euros/ m2. Existe además una tarifa reducida cuando los terrenos pertenecen a la admón. Pública y/o colectividades municipales.

Para los locales de comerciales la tarifa varía entre 1,80€ y 7€ m2 y para los locales de almacenamiento de 0,90 Euros/ m2 y 3,60 Euros/ m2, respectivamente.

http://www.impots.gouv.fr/portal/dgi/public/professionnels.impot;jsessionid=RAEG3NOWY1N2TQFIEIPSFFA?espld=2&pageId=prof_impot_bureaux&impot=Taxe+bureaux&sfid=50

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. <http://www.amf-france.org/>
- En 2010 se creó una nueva autoridad ACP (*Autoridad de Control Prudencial*) encargada del control de los bancos y los aseguradores, nacida de la fusión entre la Comisión Bancaria y la Autoridad de Control de los Seguros y las Mutuas y estará bajo la tutela del Banco de Francia. La Ministra de Economía ha fijó cuatro objetivos a la ACP: consolidar la fusión, salir de la crisis, participar en la reforma del sistema financiero internacional y proteger a los consumidores. La fusión refuerza los medios de las dos autoridades y le permitirá pesar más en las instancias internacionales. Además, la ACP tiene un nuevo campo de actuación, el del control de la comercialización de los productos financieros, necesario tras los excesos que se han hecho visibles con la crisis, sobre todo en la distribución del crédito. La ACP disponía de un presupuesto de 150 millones de euros en 2010 y contará con 900 agentes. <http://www.banque-france.fr/acp/index.htm>
- *Comité des Établissements de Crédit et des Entreprises d'Investissement* (CECEI), presidido por el Gobernador del Banco de Francia.
- *Conseil National du Crédit et du Titre* (CNCT), órgano consultivo presidido por el Ministro de Economía y Hacienda, con participación empresarial, sindical y parlamentaria. http://www.banque-france.fr/ccsf/fr/avant_ccsf/cnct/cnct.htm
- 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. <http://www.mediateurducredit.fr/>

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 del Tesoro

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>

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 Contrato Único de Inserción el último a entrar en vigor.

El Contrato Único de Inserción (CUI) entró en vigor el 1 de enero de 2010. El CUI se subdivide en dos tipos- el CUI-CIE para el sector mercantil y el CUI-CAE para el sector no mercantil- y se compone de dos documentos complementarios, el contrato de trabajo firmado con el asalariado y el convenio CUI.

El CUI da derecho a las empresas residentes en Francia Metropolitana a una serie de ayudas otorgadas por el Estado y las corporaciones locales. Por un lado, se otorga una ayuda financiera, cuyo importe y duración son fijados localmente por el Prefecto de la región. No puede exceder el 95% del salario mínimo bruto para el CUI-CAE y el 47% para el CUI-CIE. Por otro lado, los CUI-CAE se benefician de exoneraciones de cargas sociales, que se aplican al conjunto de las horas pagadas en el límite del salario mínimo y de la duración legal del trabajo. Estas exoneraciones se aplican a las cotizaciones para los seguros sociales y las ayudas familiares, la tasa sobre los salarios, la tasa de aprendizaje y las participaciones debidas por los empleadores por el esfuerzo a la construcción. En contrapartida de estas ayudas, las empresas deben comprometerse a actuar en favor de una inserción duradera de sus asalariados contratados con un CUI con programas de formación, una ayuda a la búsqueda para el próximo empleo, etc. La duración del convenio del CUI se limita a 24 meses y puede igualar o ser inferior a la duración del contrato de trabajo. El contrato de trabajo puede ser un contrato de duración indefinida (CDI) o un contrato de duración definida (CDD). El CDD debe ser de seis meses mínimo y puede durar hasta 24 meses.

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

<http://www.travail-emploi-sante.gouv.fr/informations-pratiques,89/fiches-pratiques,91/contrats,109/>

donde se puede obtener información sobre:

- [La période d'essai](#)
- [Le contrat à durée déterminée \(CDD\)](#)
- [Le contrat à durée déterminée à objet défini](#)
- [Le contrat d'accompagnement dans l'emploi \(CAE\)](#)
- [Le contrat d'apprentissage](#)
- [Le contrat de professionnalisation](#)
- [Le contrat de transition professionnelle \(CTP\)](#)
- [Le contrat de travail à durée indéterminée \(CDI\)](#)
- [Le contrat de travail à temps partiel](#)
- [Le contrat de travail temporaire](#)
- [Le contrat initiative-emploi \(CIE\)](#)
- [le contrat unique d'insertion - contrat d'accompagnement dans l'emploi \(CUI-CAE\)](#)
- [Le contrat unique d'insertion \(CUI\) : dispositions générales](#)
- [Le contrat unique d'insertion - contrat initiative emploi \(CUI - CIE\)](#)
- [Le travail à temps partagé](#)
- [Les principales caractéristiques du contrat de travail](#)
- [Soutien à l'emploi des jeunes en entreprise » \(SEJE\) - \(Contrat « Jeunes en Entreprises »\)](#)

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-emploi-sante.gouv.fr/spip.php?page=fiche-pratique&id_mot=526&id_rubrique=91

Se pueden obtener contratos de trabajo modelo en:

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

El despido individual de un asalariado puede efectuarse desde 2011, si existe un mutuo acuerdo entre las partes, sin que haya que recurrir sistemáticamente a probar que ha habido una falta grave del trabajador.

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 asalariado.

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

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 2011 es de 9,0 € /hora lo que supone 1.365 € mensuales para las empresas que hayan reducido la jornada laboral a 35 horas semanales.

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.

Según los últimos datos disponibles, el salario bruto medio en Francia en 2008 era de 2.661€ que corresponde a 2.069€ de salario neto.

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 siguiente y los tipos vigentes a partir del 1 de enero de 2011, son los siguientes:

La información se facilita a título indicativo:

SEGURIDAD SOCIAL. TIPOS DE COTIZACIÓN. AÑO 2011	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 2.946€
	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	0,10%	0	0,10%	de 0 a 2.946€
Ayuda vivienda suplementaria (+ de 20 empleados)	0,40%	0	0,40% 0,50%	de 0 a 2.946€ a partir de 2.946€
Participación construcción (+ de 20 empleados)	0,45%	0	0,45%	Salario Total
Desempleo ASSEDIC	4,00%	2,40%	6,40%	de 0 a 11.784€
Fondo de Garantía Salarial	0,40%	0	0,40%	de 0 a 11.784€
Fondo para el empleo de los ejecutivos	0,036%	0,024%	0,06%	de 0 a 11.784€
Jubilación (no directivos) ARRCO ¹	4,50%	3,0%	7,50%	de 0 a 2.946€
	12,0%	8,0%	20,0%	2.946€ a 8.838€
Jubilación (no directivos) AGFF ²	1,20%	0,80%	2,00%	de 0 a 2.946€
	1,30%	0,90%	2,20%	de 2.496€ a 8.838€
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 (más 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.

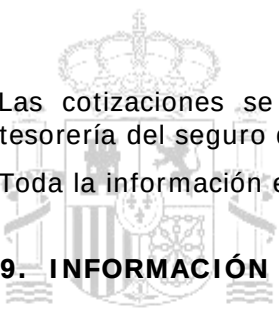
La tarifa ayuda de transporte varía por Departamentos y puede alcanzar un 2,20% en el de Paris (75) y Hauts-de-Seine (92).

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.

¹ Association pour le regime complementaire des salariés.

² Association pour la gestion du fonds de financement



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/>

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 alrededor de 23.500 €/año. Existen diferencias entre sexos ya que para las mujeres es de unos 22.300 €/año y para los hombres 25.300€/año.

El sueldo medio bruto mensual en una empresa privada de más de 10 trabajadores es de unos 2.800 € por mes. Los sueldos medios de los obreros son de 2.100 € brutos al mes y el de los administrativos es 1.900 €/mes brutos

El sueldo medio de los ejecutivos de 6.000 € 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 2011 es de 9,0 € /hora lo que supone 1.365 € mensuales para las empresas que hayan reducido la jornada laboral a 35 horas semanales y 1.536 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.kelsalaire.net/>

<http://www.guide-des-salaires.com/>

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 de unos 150.000 €/año y, para el de una empresa con más de 500 empleados, sería unos 180.000 €.

Un joven diplomado superior es contratado por un sueldo anual comprendido entre 23.000 y 27.000 € brutos/año y un ejecutivo a partir de 65.000 € 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	30.000 €
Seguros sociales	46.000 €
Alquiler oficina 50 m2	35.000 €
Gastos de comunicaciones	7.500 €
Otros: tributos, viajes etc.	18.000 €
TOTAL	216.500 €

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) 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.

Está 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, por el momento, 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 0,58 €. 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 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

CANCILLERIA

Salustiano Olozaga, 9

28001 MADRID

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

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

todos los departamentos de la embajada se pueden consultar en:

http://ambafrance-es.org/france_espagne/spip.php?rubrique6

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

Servicios en Marqués de la Ensenada 10

SERVICE FISCAL (Tel.: 91 837 78 85 - Fax : 91 837 78 75)

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

SERVICE DOUANIER (Tel.: 91 837 78 83 / 91 837 78 89 / 34 91.837 78 83, Fax : +34 91 837 78 93; Mail : madrid.douane@missioneco.org

SERVICE ECONOMICO (Tel.: 91 837 78 50 Fax : 91 837 78 51

S L'AGENCE FRANÇAISE POUR LES INVESTISSEMENTS INTERNATIONAUX

(A.F.I.I.) Tel : 91.837.78.69/91.837.78.87 ; Fax : 91.837.78.51 Mail : ifa-sp@afii.fr

<http://www.afii.fr>

SERVICE AFFAIRES SOCIALES / Salustiano Olózaga, 9 - 28001 Madrid Tél : 91 423 89 00. Mail : annie.thomas@diplomatie.gouv.fr

SERVICE CULTUREL (Tel.: 91 700 77 11 - Fax : 91 700 77 01

TOURISME FRANÇAIS

ATOUT FRANCE

Agencia de Desarrollo Turístico de Francia

C/ Serrano, 16 - 3º Izq. - 28001 Madrid

C/ Fontanella, 21-23 - 4º 3ª - 08010 Barcelona

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

MISSIONS ECONOMIQUES (Oficinas Económicas y Comerciales)

<http://www.tresor.economie.gouv.fr/se/>

Madrid

Marqués de la Ensenada, 10 – 4ª planta

28004 MADRID

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

http://www.tresor.economie.gouv.fr/se/espagne/documents_new.asp?V=2_HTML_4165

Bilbao

Iparraguirre 26 - 5º D

48011 BILBAO

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

http://www.tresor.economie.gouv.fr/se/espagne/documents_new.asp?V=2_HTML_4186

CAMARAS DE COMERCIO FRANCESA EN 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

DELEGACIONES EN:

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
Presidente: Antoine Jobbe Duval
cfcine@cfcine.e.telefonica.net

CAMARA DE COMERCIO FRANCESA EN 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

CAMARA DE COMERCIO FRANCO ANDALUZA

Alameda de Colón 9 3º
29001 MALAGA
Tel.: 95 220 26 79
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

SOPEXA

Paseo de Gracia, 2

08007 BARCELONA

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

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

UBIFRANCE ESPAGNE

Directeur de la Mission Economique-UBIFRANCE en Espagne

Nicolas de MOUCHERON

Tél. : +34 93 552 62 95 (BCN) - Tél. : +34 91 837 79 24 (MAD)

Mail : nicolas.demoucheron@ubifrance.fr

Marta CARRERAS

Assistante du Directeur

Tél.: +93 552 62 95

Mail : marta.carreras@ubifrance.fr

<http://www.ubifrance.fr/espagne/nos-bureaux-a-votre-service.html>

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

Madrid

Marqués de la Ensenada, 10

28004 MADRID

Tel: 91 837 78 50; Fax: 91 837 77 97

Barcelona

Avinguda de Sarriá 102-106 Planta 11

08017 BARCELONA

Tel.: 93 552.62.90; Fax: 93 552.62.82

9.4.1.2. Otras

PROMOSALONS

Eloy Gonzalo, 27 - 5º Sexta

28010 Madrid

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

Mme. Matilde ALMANDOZ

<http://www.promosalons-spain.com>

E-mail : spain@promosalons.com

<http://www.promosalons.com/notre-reseau.html>



9.4.2. En el país

9.4.2.1. Representaciones oficiales españolas

EMBAJADA Y CONSULADO DE ESPAÑA CANCELLERÍA

22, Avenue Marceau

75008 PARIS

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

Mail : emb.paris@maec.es

Portal:

http://www.maec.es/subwebs/Embajadas/Paris/es/home/Paginas/home_paris.aspx

En el edificio de Cancillería se encuentran las consejerías siguientes:

- MEDIO AMBIENTE Y MEDIO RURAL Y MARINO (144 43 19 41; Fax:144 43 19 42)
E-mail: offagricole.ambespagne@wanadoo.fr
- DEFENSA (144 43 18 83; Fax:147 20 53 05) E-mail: agregpar@oc.mde.es
- EDUCACIÓN (144 43 19 60; Fax:147 20 62 18) E-mail: consejeria.fr@educacion.es
- HACIENDA (144 43 30 38; Fax:147 20 45 41) E-mail: hacienda.paris@sfr.fr
- INDUSTRIAL (144 43 19 21; Fax:147 20 82 54) E-mail: minerpar@magic.fr
- NAVAL (144 43 18 93; Fax:147 20 53 05)
- OFICINA CULTURAL (144 43 18 45; Fax:144 43 18 49) E-mail: emb.paris.ofc@maec.es
- INFORMACION (144 43 19 26; Fax:147 23 95 76) E-mail: consejeria.paris@mpr.es

El resto de las consejerías se puede consultar en:

http://www.maec.es/SUBWEBS/EMBAJADAS/PARIS/ES/MENUPPAL/LAEMBAJADA/ORGANISMOS/Paginas/organismos_embparis.aspx

CONSEJERÍA DE TURISMO

22, rue Saint Augustin

Escalera G 1º piso

75002 Paris

Teléfono: 00 800 10 10 50 50 (teléfono gratuito)

Fax: 0033 (0) 1 45 03 82 51

• E-mail: paris@tourspain.es

• <http://www.spain.info/fr>

CONSEJERÍA TRABAJO E INMIGRACION

6, rue Greuze

75116 Paris

• Teléfono: 0033 (0) 1 53 70 05 20

• Fax : 0033 (0) 1 53 70 05 30

- E-mail : constrab.paris@mtin.es
- <http://info.mtas.es/mundo/consejerias/Francia/default.htm>

CONSULADO GENERAL en París

165, boulevard Malesherbes

75017 PARIS

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

Mail: 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

Mail : paris@comerio.mityc.es

http://www.oficinascomerciales.es/icex/cda/controller/pageOfecomes/0,,5280449_5282899_5283038_0_FR.00.html

Correo electrónico: paris@comercio.mityc.es

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

Consejero Comercial: D^a Nieves Díaz García

Agregado Comercial: D^a Janine ALAPONT CUETO

Departamentos:

- Estudios Económicos , 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^a 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

Director Comercial: José Manuel Escoin

francisco.queiruga@cocef.com

www.cocef.com

9.4.2.2. Principales organismos de la Administración pública

MINISTÈRE DE L'ECONOMIE, DE HACIENDA Y DE INDUSTRIA

139, rue de Bercy

75572 PARIS CEDEX 12

Tel.:140 04 04 04

<http://www.economie.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.economie.gouv.fr/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 59

<http://www.iccwbo.org>

E-mail: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)

55 A. Bosquet

75330 PARIS CEDEX 07

Tel.:153 591 919; Fax:145 512 044

<http://www.medef.fr>

ASSOCIATION FRANCAISE DE NORMALISATION (AFNOR)

11, rue Francis de Pressensé
93571 LA PLAINE-SAINT-DENIS-CEDEX
Tel.: 141.628.000; Fax:149 17 90 00
<http://www.afnor.fr>

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

8, rue de Penthhièvre
75008 PARIS
Tel.:140.651.234; Fax143.069.901
<http://www.datar.gouv.fr>

AGENCE FRANÇAISE POUR LES INVESTISSEMENTS INTERNATIONAUX (AFII)

Marqués de la Ensenada, 4 Planta
28004 Madrid
Tel: +34 91 83 77 850
Fax +34 91 83 77 851
<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>

Ministerio de Economía, hacienda e industria: <http://www.economie.gouv.fr/>

Ministerio de Presupuestos, Cuentas Públicas Y Reforma del Estado:
<http://www.budget.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 m2
Situación	46 N 6 E
Capital	París
Principales ciudades	Lyon, Marsella, Lille, Toulouse y Burdeos
Clima	Atlántico, Mediterráneo y Continental
Población	65 millones (Francia metropolitana 63,6)
Densidad de población	112 hab/km2
Crecimiento de la población	0,59%
Esperanza de vida	77,8 años hombres, 84,5 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	Kilo y metro
Diferencia horaria con España	CET

Fuentes: Instituto Nacional de Estadística
Última actualización: julio 2011

Cuadro 2: PRINCIPALES INDICADORES ECONÓMICOS	2007	2008	2009	2010
PIB				
PIB (MUSD/M€ a precios corrientes)	1.895.250	1.947.950	1.907.250	1.945.990
Tasa de variación real (%)	2,3	0,1	-2,5	1,5
Tasa de variación nominal (%)	4,8	2,8	-1,4	2,0
INFLACIÓN				
Media anual (%)	1,5	2,8	0,1	1,5
Fin de período (%)	2,6	1,0	0,9	1,8
TIPOS DE INTERÉS DE INTERVENCIÓN DEL BANCO CENTRAL				
Media anual (%)	3,8	3,8	1,25	1,0
Fin de período (%)	4,0	2,5	1,0	1,0
EMPLEO Y TASA DE PARO				
Población (x 1.000 habitantes)	63.601	63.959	64.321	64.669
Población activa (x 1.000 habitantes)	27.787	27.984	28.172	28.350
% Desempleo sobre población activa*	7,8	7,8	9,1	9,2
DÉFICIT PÚBLICO				
% de PIB	2,7	3,4	7,5	7,0
DEUDA PÚBLICA				

en MUSD/M€	1.208.900	1.315.100	1.489.000	1.591.200
en % de PIB	63,8	67,5	77,6%	81,7%
EXPORTACIONES DE BIENES				
en MUSD/M€	396.353	412.647	341.083	387.575
% variación respecto a período anterior	+2,9	2,8%	-17,3%	13,6%
IMPORTACIONES DE BIENES				
en MUSD/M€	453.038	485.066	400.341	455.636
% variación respecto a período anterior	+5,6	5,4%	-17,5%	13,8%
SALDO B. COMERCIAL				
en MUSD/M€	-56.685	-72.419	-59.258	-68.061
en % de PIB	3,0	3,7	3,0	3,5
SALDO B. CUENTA CORRIENTE				
en MUSD/M€	-18.900	-37.119	-36.823	-33.656
en % de PIB	1,0	1,9	1,9	1,7
DEUDA EXTERNA				
en MUSD/M€	3.323.897	3.546.029	3.633.387	3.843.011
en % de PIB	175,38	182,04	185,63	197,2
SERVICIO DE LA DEUDA EXTERNA				
en MUSD/M€				
en % de exportaciones de b. y s.				
RESERVAS INTERNACIONALES				
en MUSD/M€	78.613	78.981	92.024	131.540
en meses de importación de b. y s.	1,8	1,6	2,8	3,4
INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA				
en MUSD/M€	70.300	42.500	42.900	34.900
TIPO DE CAMBIO FRENTE AL DÓLAR				
media anual	1,3705	1,4725	1,3963	1,3268
fin de período	1,4721	1,3917	1,4614	1,3220

Fuentes: Aduanas, Banque de France, INSEE, OCDE

•No se incluyen los territorios de ultramar

*Francia metropolitana

Última actualización: Julio 2011

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 – Máquina 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)
Más información en: http://www.fscef.com/fr/Accueil-3.html y http://www.promosalons.com/