

La Unión Europea y la interacción francesa en el mercado común

La Unión Europea (en adelante UE) es un continente que nos hace soñar y albergar esperanzas por un mundo mejor. Lugar que por mucho tiempo se ha considerado culturalmente avanzado y para muchos países del orbe se impone como un modelo *suis generis* a seguir (tanto en lo económico como en lo cultural).

Sin embargo, esta Unión de 27 naciones queda como una ficción. Es una Unión mal comprendida por el resto del mundo, y que pese a los avances logrados en materia de mercado interior, los países miembros no consiguen ponerse de acuerdo y llegar a una solución para establecer un marco jurídico general y una política común en beneficio de los ciudadanos de los Estados que la componen. No se debe pasar por alto que la UE es el resultado de luchas sangrientas (primera y segunda guerra mundial), y que hasta el momento ha sido el camino adecuado para la pacificación de las naciones que la conforman, aunque para muchas de ellas la UE sólo tenga un fin económico, y no cultural o político (es el caso de Inglaterra y algunos países de Europa oriental que no se sienten aún identificados con dicho concepto de integración).

Al interior de la Unión Europa se encuentran los países europeos, los cuales integran un gran bloque comercial único, con diferencias culturales y económicas diametralmente opuesta (ejemplo de ello, son Bélgica o Luxemburgo que comparado con Bulgaria o Lituania, tienen un considerable contraste cultural y económico). En ocasiones estas desigualdades existen dentro de las mismas naciones (el caso del norte y sur de España, es un ejemplo típico en Europa de la disimilitud del desarrollo económico y cultural). Por ello, el empresario mexicano interesado en exportar en Europa, debe tomar en cuenta dichos factores antes de elegir el mercado en el cual sus productos tendrán posibilidades de ser aceptados, de lo contrario, si se quiere abarcar toda la zona económica de la UE, va encontrar grandes dificultades para adaptarse al mercado interno de cada país.

Para facilitar una elección apropiada, se analizarán las peculiaridades comerciales de la UE y su con un Estado miembro: Francia. Esta nación se encuentra sometida a la supra estructura institucional de la EU, y no escapa a la dinámica de la evolución comunitaria y al marco de regulación económica europea. Actualmente, no se puede hablar de intercambios comerciales con Francia, sin hacer mención del mercado global de la Comunidad Europea y su política comercial común (A). En efecto, Francia siendo un país fundador del mercado único europeo, su política comercial esta dirigida por las reglas impuestas por la burocracia comunitaria establecida en Bélgica. La situación económica interna del país de la ciudad de las luces, se encuentra en fase de desaceleración, y declarado oficialmente en recesión, sin llegar aún a los niveles drásticos de su vecino España, donde se ha constatado que la crisis económica aun no ha tocado fondo (B).

A) La definición del mercado único Europeo

Los diferentes tratados europeos, han creado modelos de integración económica clásicos, teniendo por objetivo principal la unificación de los mercados nacionales en un gran mercado

interno. Esta integración se decidió de manera progresiva. Primero, los seis Estados fundadores de la Comunidad Económica Europea acordaron crear una unión aduanera entre ellos. Contrario a una zona de libre intercambio de mercancías como el TLCAN, donde cada Estado conserva hacia los países no miembros una tarifa aduanera propia, la unión aduanera supone no solamente la desaparición de las restricciones a los intercambios económicos entre los países miembros, sino también la instauración de una tarifa aduanera común, y se complementa con una política comercial respecto a países terceros. Sobre esta base se fundó el mercado único europeo, que tiene como objetivo eliminar todos los obstáculos a los intercambios intracomunitarios, fusionando los mercados nacionales de cada nación, en un mercado único, con las mismas condiciones y características que las economías internas de cada uno de los Estados miembros. Por lo tanto, se persigue la erradicación total de los obstáculos que puedan afectar el comercio intracomunitario. Al mismo tiempo, se acompaña de una armonización de legislaciones y reglamentos nacionales de las diferentes áreas que regulan los intercambios comerciales, lo cual ha sido muy difícil administrar y llevar a cabo por los dirigentes europeos, y genera gran malestar en algunos países miembros acostumbrados a ejercer cierto proteccionismo y control sobre sus economías.

Consecuentemente, el Tratado Constitutivo de la Comunidad Europea (TCCE) va imponer una serie de obligaciones a los Estados miembros de hacer o no hacer (obstáculos en materia de libertad de circulación; ejemplo: evitar que un país imponga cuotas indebidas a la entrada de una mercancía), y a los operadores económicos (evitar la disparidad de la competencia; ejemplo: evitar que un Estado subvencione a empresas para vender mercancías más baratas que las producidas en otro país miembro, a un costo inferior).

Como era natural, la creación de una unión aduanera, se tenía que traducir en una supresión progresiva de derechos de aduana para la entrada y la salida de mercancías. Precisamente, el artículo 23 del TCCE prohíbe los derechos de aduana a la importación y la exportación, así como las imposiciones que tienen efectos equivalentes. Los artículos 28 y 29 del TCCE prohíben a los Estados miembros las restricciones cuantitativas a la importación y exportación, así como todas las medidas de efecto equivalente. Dicha prohibición no es absoluta, ya que una derogación es autorizada, en los casos justificados cuando no se respeta la moral pública, el orden público, la protección de la salud y la vida de las personas o la protección industrial y comercial. Sin embargo, esta derogación no debe ser un medio de discriminación arbitrario ni una restricción disfrazada en el comercio entre los Estados miembros. La idea fundamental del mercado europeo es asegurar el libre acceso de las mercancías al interior del mismo, y se confirma con el principio de la libre práctica, que permite a los productos de Estados no miembros de la comunidad Europa (como es el caso de México) circular libremente en el territorio comunitario una vez realizadas las formalidades aduaneras, lo que puede ser de gran interés para los productos mexicanos que se benefician del llamado Tratado de Libre Comercio entre la Unión Europea y México (TLCUEM).

Para poner en funcionamiento todo lo anterior, se decidió crear la Política Comercial Común (PCC), la cual ha armonizado las relaciones comerciales de la UE al interior de la misma y respecto a terceros países. Desde la creación de la Comunidad Europea, la PCC ha sido el

fundamento de las relaciones exteriores de la UE. Esta política comercial consiste en la búsqueda de un equilibrio entre la apertura de los mercados extranjeros a los productos europeos y la protección del mercado interior. En otras palabras, es el medio por el cual Europa propone soluciones para regularizar la globalización, dentro del marco del respeto de las reglas impuestas por la OMC.

La PPC se traduce en un 18% del volumen total de las importaciones y exportaciones en el mundo por la UE, y se ha convertido en la primera potencia comercial del planeta, delante de Estados Unidos de America (EUA), Japón y China. La UE representa 20% de las exportaciones mundiales (contra 13% por los EUA y 8% para China). La UE compra y vende básicamente productos manufacturados y muy poco de productos alimenticios y de materia bruta. Importa productos agrícolas, sobre todo de los países en vía de desarrollo, y depende en gran medida de las importaciones para la generación de su energía. Con un 20% del comercio total, los Estados Unidos son el primer socio comercial de la UE. China se posiciona en segundo rango. El comercio exterior de la UE hacia todo el mundo es de 1 239 mil millones de euros para las exportaciones y 1424 para las importaciones. La balanza comercial es deficitaria por 186 mil millones de euros. Entre los principales clientes importadores de la Unión Europa de 27 países, se encuentran los EUA con 267mil millones de euros, quien es el cliente más importante. China, es el primer país exportador hacia la UE de 27 con 231mil millones de euros.

El financiamiento de la PCC tiene dos instrumentos esenciales: una política aduanera común y la elaboración de reglas comerciales comunes hacia los Estados no pertenecientes a la UE. La unión aduanera, implica no solamente la libertad de circulación de mercancías entre los Estados miembros, sino también una política aduanera común hacia países terceros. Después de su creación en 1968, las mercancías importadas pagan los mismos derechos de entrada al mercado Europeo, ya sea que entren por Le Havre (Francia), Barcelona (España) o Atenas (Grecia). Luego, con la finalidad de tener un marco común de importaciones, una tarifa exterior común (TEC) fue establecida entre los Estados miembros, la cual se aplica a las importaciones de mercancías que traspasan las fronteras exteriores de la unión aduanera. Esta TEC puede ser modificada o suspendida, según los acuerdos o tratados con los Estados no miembros de la UE (como el TLCUEM) o las organizaciones internacionales (el caso de la OMC).

Por otra parte, en la PPC existen reglas comerciales comunes hacia los países no miembros de la UE. Estas reglas son lineamientos uniformes, como los acuerdos comerciales, la uniformización de medidas de liberación, la política de exportación y defensa comercial. La importación a la Comunidad de productos de un país tercero no esta sometida a una restricción cuantitativa, sin embargo, la UE dispone de instrumentos de defensa comercial que garantizan el comercio igualitario y la defensa de los intereses de las empresas europeas, conforme a los acuerdos de la OMC, siendo estas las medidas anti-dumping, medias anti-subsunción del Estado de origen y medidas de salvaguarda de un sector en dificultad en Europa. Estas reglas tienen fuertes repercusiones al interior de los Estados miembros de la UE, como el caso de Francia, que ha tenido que adaptar su comercio a las nuevas exigencias comunitarias.

B) Francia dentro de la dinámica del comercio Europeo

Como todos los países integrantes de la UE, Francia cedió parte de su soberanía y aceptar las reglas supra nacionales, emanadas por los órganos comunitarios (la Comisión Europea y el Parlamento Europeo). Lo que ha generado una batalla constante de aceptación y rechazo de la intervención europea en sus decisiones internas. Su momento crítico se vivió en 2005, con el rechazo de los ciudadanos franceses al Tratado que establecía la Constitución Europea.

En Francia, el nivel de vida ha caído en los últimos años, en parte por la cantidad enorme de empresas francesas que quintan el país y se instalan en el extranjero o en los países denominados low cost (donde tienen ventajas fiscales y mano de obra barata, y una vez constatada su rentabilidad en este lugar, cierra definitivamente en Francia); así como la falta de competitividad al exterior del mercado intra-comunitario y por la crisis mundial desencadenada en Estados Unidos en el verano de 2007. Por consiguiente, Francia dejó de ser un país industrial para convertirse en una nación europea de servicios. A pesar que el malestar social se encuentra en aumento cada día, las instituciones y los ciudadanos mantienen férreamente las fuentes de trabajo, logrando con ello una cierta estabilidad respecto a otros países de la zona euro.

Lejos de la imagen idílica que tenemos del país “del amor y el glamour” (que son estereotipos puramente comerciales), Francia es un país en gran medida agrícola y dependiente del turismo mundial. Dos tercios de su comercio exterior se realiza en el mercado europeo, siendo la segunda potencia exportadora europea, después de Alemania.

En los últimos años, el comercio exterior del país se ha centrado en la alta tecnología y productos de lujo, entre los que encontramos perfumes, aviones Airbus, vinos, medicamentos y algunas centrales nucleares. La economía posee puntos fuertes, ya que es el quinto exportador del mundo. Los sectores en pleno desarrollo son el tratamiento de agua, la energía nuclear, el transporte ferroviario, marítimo y aéreo, donde los conocimientos y la experiencia de las empresas son reconocidos, particularmente en los proyectos complejos de ingeniería. Después de años de divorcio entre gobierno y empresas, las instituciones francesas favorecen el desarrollo de las PYME y las empresas en materia de innovación. Sin embargo, Francia ha tenido uno de sus peores años de exportaciones en 2007, generado por la falta de competitividad de los productos y que prácticamente no existen las PYME exportadoras. Sin ser fatalistas, Francia se encuentra confrontada a una elección sin precedentes: regresar a los niveles de competencia mundial o ver desaparecer, en un lapso de tiempo breve, gran parte de su sistema de producción. A pesar de existir un mercado único, no existe un plan de relance económico general europeo, pues depende de las particularidades y decisiones económicas de cada país miembro. Por ejemplo, Alemania se encuentra confrontada al problema de la demanda interna, Gran Bretaña al impacto de la crisis inmobiliaria y gran endeudamiento y, Francia a su retraso de competitividad, aunado a un sistema social que por momentos pareciera entorpecer el desarrollo de la economía. Ante la situación actual, para continuar produciendo y exportando en Francia, se debe de crear una situación fiscal y reglamentaria más favorable que la actual. Ya que si una empresa no encuentra lo necesario para desarrollarse en el hexágono, simplemente se instala en otro país extranjero. Mas grave aun, es la ausencia de cultura de exportación de las empresas francesas, lo que no ha permitido la creación de una organización o plataforma de

exportación eficaz. A esta debilidad, se suma la incapacidad del sistema financiero y las estructuras del Estado francés para acompañar a sus empresas en la conquista de nuevos mercados. Por otra parte, regularmente Francia es acusada por los órganos europeos por el incumplimiento de sus obligaciones de integración de reglas europeas a su legislación interna.

Ante esta perspectiva poco esperanzadora, Francia, como cualquier otro país con economía de libre mercado, donde existe el desempleo, la pobreza y la falta de oportunidades, se ha visto obligada reformarse al interior y tomar nuevas medidas para fomentar el empleo mediante la creación de pequeñas empresas (programa denominado auto-entrepreneur), y un cambio en el trato e imagen de sus productos en cuanto a comercio extra-comunitario se refiere. No es normal que en un mercado único, una nación como Alemania tenga un excedente comercial en sus exportaciones y, Francia se encuentre en déficit. La Unión Europea se encuentra obligada a dar soluciones a corto plazo a las diferentes formas de hacer comercio de cada país, y hacer de la zona comercial europea un lugar de competencia equilibrada. No será un proceso fácil, porque a diferencia de mercados como el de Estados Unidos donde el idioma oficial es el inglés, en la UE se hablan 23 idiomas oficiales, más los idiomas locales o regionales, además cada país comparte una historia, cultura y visión del mundo diferente (no podemos comparar los países del norte de Europa como Suecia o Dinamarca con los países del Mediterráneo). Todo esto, hace que la maquinaria europea sufra las consecuencias lógicas de una diversificación de países, pero al mismo tiempo crean de este gran mercado un lugar atractivo y original para el comercio de mercancías provenientes de otras partes del mundo.

A pesar de la adversidades y sumisiones a las reglas comunitarias, Francia se consolida como una puerta interesante para el ingreso de los productos mexicanos al mercado europeo, puesto que el cambio de moneda es favorable (se tiene un euro fuerte, con lo cual se puede comprar de forma ventajosa en nuestro país), una posición geográfica estratégica en el continente y una apertura a países como el nuestro (que es apreciado y tiene buena imagen comercial en Francia), así como por la cercanía lingüística con el español. Por otra parte, el importador mexicano que busca productos de alta tecnología e innovadores, los podrá encontrar en Francia sin mucho problema. También, se debe aprovechar la coyuntura económica para crear alianzas con los empresarios franceses que buscan invertir parte de su capital en empresas mexicanas, y utilizar a México como plataforma exportadora a América del Norte y Latino América de productos de alta tecnología y productos agrícolas. Desde luego, este paso se debe realizar con mucho cuidado, y no caer en los males de la incomprensión económica y cultural europea y francesa. A nosotros decidir la conquista de un nuevo mercado.

Guillermo Cambero
Derechos reservados